

GÉNÉRATEUR DE MOBILITÉ DURABLE

Rapport Développement Durable 2009



Sommaire

> CLIQUEZ SUR LES LIENS POUR ATTEINDRE LA PAGE CONCERNÉE



Édito

L'année 2009 a été une année riche en événements pour la planète. Les nombreuses catastrophes naturelles (inondations, tornades, canicule ou séismes) survenues à l'échelle mondiale, ont renforcé une prise de conscience de l'urgence de modifications des comportements. Le Sommet de Copenhague, la mobilisation sans précédent des chefs d'état, les préparatifs et manifestations autour de celui-ci ont appuyé un peu plus encore cette nécessité d'agir pour cet enjeu planétaire qu'est le réchauffement climatique.

Parallèlement, la crise économique qui a continué de sévir a remis en cause le modèle de consommation de masse et a suscité de nouveaux comportements. 2009 a vu l'apparition des « consom'acteurs », ces consommateurs actifs qui réfléchissent, analysent, pensent leurs achats sur le long terme.

Au plus près de nous, le secteur automobile a été brutalement touché. Les différentes mesures mises en place, notamment la prime à la casse, ont permis soit d'en atténuer l'effet, soit de le retarder. Toutefois il reste indéniable que l'automobile devient aujourd'hui synonyme de contraintes et de nuisances tout en restant un moyen de déplacement très flexible. Son « statut » a évolué vers un objet purement utilitaire, plus dépouillé, plus petit, moins gourmand en énergie.

Nous évoluons de l'ère du tout automobile à celle de la mobilité durable. En tant que leader européen de l'entretien et de l'équipement des véhicules multimarques, nos activités centrées sur l'usage nous poussent à accompagner ces changements comportementaux en proposant de nouvelles alternatives de mobilité. Entreprise responsable depuis 40 ans, nous souhaitons associer nos clients mais aussi nos collaborateurs et partenaires à ces nouveaux enjeux de mobilité durable.

C'est pourquoi nous avons en 2009, accéléré, renforcé, déployé nos actions autour des 4 piliers de l'excellence qui structurent notre charte développement durable en faisant évoluer nos business models, en proposant, informant et sensibilisant nos clients à des produits plus respectueux de l'environnement, en offrant à nos collaborateurs une plus grande mobilité dans leurs parcours professionnels, en développant des partenariats avec des acteurs de la société civile. Comme vous le découvrirez, cette évolution se concrétise jour après jour à travers l'action de nos 10 000 collaborateurs, pour vivre ensemble une mobilité plus sûre, plus propre, plus économique et plus accessible au plus grand nombre.

En ce début 2010, nous franchissons une nouvelle étape et signifions nos actions

de façon plus forte, plus affirmée et plus visible par l'évolution de notre identité : Norauto Groupe devient Mobivia Groupe. Ce nouveau nom est directement évocateur de notre vision : la mobilité de l'homme par la route. Notre emblème, l'homme mobile, symbolise parfaitement notre mission : entreprendre pour que dans le monde les hommes soient durablement mobiles.

Nous avons commencé le chemin et espérons que vous aussi, partenaires, fournisseurs, clients, collaborateurs ou étudiants, emprunterez avec nous cette voie vers une mobilité plus durable.

Olivier MÉLIS

Membre du Directoire
en charge du développement durable



LE GROUPE

||||| Mobivia Groupe est un **groupe international** animé par l'engagement et l'expertise d'hommes et de femmes unis autour de **valeurs fortes** : le partage, l'esprit d'entreprise, la performance, le respect, l'authenticité. Un groupe fier de son passé et tourné vers l'avenir, **engagé** depuis toujours pour une automobile plus sûre, plus fiable, plus responsable.

La force du groupe repose sur ses **enseignes** que sont Norauto, Auto5, Maxauto, Midas, Carter-Cash et Synchro Diffusion. Autonomes et complémentaires, elles bénéficient de synergies générées par le groupe pour la formation, la recherche et développement, les achats mais aussi les aspects juridiques ou les enjeux de communication.

Impulsée par Mobivia Groupe, la stratégie développement durable est structurée par une charte interne de développement durable qui permet à chaque entité d'établir son propre plan d'actions.



Un groupe visionnaire

Mobivia Groupe est constitué de points de vente à l'international, entreprenant pour que partout dans le monde, les hommes soient durablement mobiles. Fort de 40 ans d'expérience au service de l'équipement et de l'entretien automobile, **Mobivia Groupe** s'affirme désormais comme un acteur majeur des nouvelles mobilités.

QUATRE DOMAINES D'EXPERTISE AU SERVICE DE LA MOBILITÉ

À travers ses enseignes phares, **Mobivia Groupe** fédère des activités majeures pour proposer une offre complète de produits et services automobiles, couvrir l'ensemble du cycle d'utilisation des véhicules et en préparer les évolutions futures.

- Entretien et réparation : **Mobivia Groupe** apporte au plus grand nombre de clients possible des solutions de proximité d'entretien et de réparation des véhicules pour leur permettre de se déplacer en toute sécurité et en limitant les nuisances liées à l'automobile, quel que soit le modèle de leur véhicule, leur budget ou leur lieu de résidence. Parce qu'un véhicule bien entretenu est à la fois plus sûr, plus propre et moins coûteux.
- Conception et distribution de pièces et équipements : **Mobivia Groupe** propose aux particuliers comme aux professionnels des centaines de milliers de pièces détachées automobiles, d'accès-

soires et de produits d'équipement automobiles, pour couvrir l'ensemble des besoins matériels facilitant l'usage, l'entretien et la réparation d'un véhicule.

- Conception et distribution de services associés à l'usage du véhicule : **Mobivia Groupe** simplifie les démarches liées à l'usage des véhicules - permis, assurance, financement, immatriculation... - et facilite l'accès aux déplacements dans une logique d'éco-mobilité - intermodalité, autopartage, covoiturage. Le groupe propose des solutions qui contribuent à construire progressivement une économie de fonctionnalité.
- Capacité de création, déploiement et animation d'entreprises et de réseaux : **Mobivia Groupe** permet de couvrir des besoins clients différents et complémentaires en B to B comme en B to C.

UN FONCTIONNEMENT EN RÉSEAU

Mobivia Groupe bénéficie d'une structure en réseau, qu'il soit en franchises ou en succursales. Pour échanger autour d'idées nouvelles, **Mobivia Groupe** s'appuie sur un fonctionnement et des modes de travail transversaux, formels et informels, grâce au dispositif Synergies : lieu de dialogue et d'échange organisé par enseigne, par activité ou par pays sur des thématiques prioritaires (formation, R&D, recrutement, etc.).

UNE GOUVERNANCE OUVERTE ET COLLABORATIVE

Mobivia Groupe s'appuie sur une gouvernance collaborative entre un conseil de surveillance et un directoire, garantissant la pertinence et la pérennité des décisions prises pour un développement régulier et durable.

- Un actionnariat familial et indépendant.
- Un directoire composé de 3 membres assurant la direction opérationnelle du groupe.
- Un conseil de surveillance, présidé par Monsieur Joël Toulemonde, dont les membres élus pour 4 ans contrôlent et rendent compte aux actionnaires.

RENDRE LES HOMMES DURABLEMENT MOBILES

Générateur de mobilité durable, **Mobivia Groupe** s'inscrit dans une approche résolument citoyenne de création de valeurs et de responsabilité collective. Cette vision « écomobile » place l'homme - client ou collaborateur - au cœur du groupe.

- La mission : Entreprendre pour que dans le monde les hommes soient durablement mobiles.
- Le métier : Créer et vendre des solutions de mobilité.
- Le territoire : La mobilité adaptée aux besoins de chacun.
- L'ambition : Être le premier choix du plus grand nombre de clients, de collaborateurs et de partenaires.



Le directoire



Christophe Ribault,
Président du directoire



Fabien Derville,
Directeur Général en charge
des nouvelles mobilités



Olivier Mélis,
Directeur Général en charge
du développement

Six enseignes autonomes et complémentaires



Création en 1970
Inventeur du centre-auto en France
885,2 M€ HT
de chiffre d'affaires
344 centres-auto
dans le monde
8000 collaborateurs directs *

Leader sur le marché du centre auto, **Norauto** associe un magasin en libre-service et un atelier d'entretien, d'équipement et de réparation multimarques. Les centres Norauto apportent des solutions en matière d'équipement, d'entretien, de confort et de sécurité. Ils sont généralement implantés dans des zones commerciales.



Création des boutiques en 1970
et des ateliers en 1986
66,3 M€ HT
de chiffre d'affaires enseigne
76 centres en France
dont 71 en franchise
25 collaborateurs directs *

Maxauto est une enseigne basée sur le principe de la franchise. Elle associe un magasin en libre-service et un atelier d'entretien et de réparation multimarques. Les centres Maxauto sont de petite taille et implantés dans des centres commerciaux de villes moyennes.



Création du site en 1970
Création de la marque Synchro Diffusion en 2005
Plus de 5000 m² d'entrepôt
37 collaborateurs directs *

Synchro Diffusion est une entreprise qui commercialise des équipements, des accessoires automobiles et des services auprès des professionnels.

Création en 1966
sous l'enseigne GB autocenter
79,3 M€ HT
de chiffre d'affaires enseigne
49 centres
en Belgique dont 12 en franchise
427 collaborateurs directs *

Auto5 est un réseau de centre auto qui apporte des solutions en matière d'équipement, d'entretien, de confort et de sécurité en Belgique. Il associe un magasin en libre-service et un atelier d'entretien, d'équipement et de réparation multimarques, implantés dans des zones commerciales. Auto5 développe son concept en succursales tout en s'ouvrant à la franchise.



Création en 1976 en France
296,3 M€ HT
de chiffre d'affaires
632 centres en Europe
dont 506 en franchise
834 collaborateurs directs *

Midas est une enseigne de centres d'entretien de proximité et de services rapides automobiles toutes marques. Son principe : entretien courant et rapide en atelier, sans rendez-vous. Midas est le numéro 1 mondial de l'entretien sans rendez-vous.



Création en 2002
17 centres en France
157 collaborateurs directs *

Carter-Cash est une enseigne de vente de produits et accessoires automobiles à bas prix implantés en périphérie des villes, dans lesquels sont vendus des produits et accessoires automobiles à bas prix.



1,32 milliard d'euros HT
de chiffre d'affaires
1118 centres-auto
dans le monde
9480 collaborateurs directs *

* Chiffres au 30 septembre 2009

Les enjeux de Mobivia Groupe



Le groupe s'est doté en 2008 d'une charte interne de développement durable, structurée autour de 4 piliers : l'économique, le client, l'humain, l'environnemental et le sociétal. Aujourd'hui chacune des actions menées par le groupe et ses enseignes s'inscrit dans le cadre des engagements de la charte développement durable, comme l'illustre la structure de ce rapport.

LES ENJEUX PAR PILIER

L'ÉCONOMIQUE (cf. p 8)

Conforter la croissance des enseignes du groupe : Dans un contexte économique et concurrentiel en constante évolution, le premier objectif est de veiller à la croissance durable des entreprises du groupe. Pour répondre à cet impératif, le groupe est attentif à la qualité des produits et aux exigences de sécurité. Il doit aussi être particulièrement réactif : identifier de nouveaux relais de croissance, savoir répondre à des besoins en constante évolution et prendre en compte les mutations comportementales dans ses différents pays d'implantation.

Participer à l'essor d'une nouvelle économie de services : L'automobile est un secteur fortement consommateur de matières premières et de ressources pétrolières. Les trois principaux enjeux sont d'augmenter la durabilité des véhicules par l'entretien, d'intégrer les principes d'une économie circulaire (meilleure prise en compte du cycle de vie des produits, amélioration constante des filières de valorisation des déchets) et de migrer vers une économie de la fonctionnalité.

LE CLIENT (cf. p 13)

Établir une relation de confiance et de proximité avec les clients : La satisfaction du client doit constituer la seule priorité, à travers une meilleure connaissance de ses besoins. Le métier de **Mobivia Groupe** est d'apporter les meilleurs services pour rendre la mobilité performante et accessible au plus grand nombre.

Promouvoir et innover pour la mobilité durable : Les services automobiles constituent un maillon clé de la chaîne de mobilité durable. La proximité créée avec la clientèle par les enseignes du groupe permet d'agir pour réduire l'impact environnemental de l'usage automobile et améliorer la sécurité sur la route en fonction des contraintes budgétaires de chacun (éco-entretien). Ce positionnement unique amène le groupe à se renouveler et à tester sans cesse de nouvelles offres de produits et services en faveur d'une mobilité durable, adaptées aux cultures de chaque pays d'implantation.

L'HUMAIN (cf. p 17)

Conduire une politique responsable en matière de ressources humaines : Au quotidien, les principaux enjeux du groupe en matière sociale résident dans la sécurité et la santé au travail, l'importance accordée au dialogue social et l'amélioration de l'employabilité des collaborateurs à travers des formations adaptées. Fidéliser les profils à fort potentiel et leur proposer de réelles perspectives de promotion au sein du groupe constitue aussi un enjeu d'avenir. Il convient enfin de déployer au sein du groupe les principes de non-discrimination, le développement de l'emploi des femmes et l'intégration de personnes handicapées.

L'ENVIRONNEMENTAL ET LE SOCIÉTAL (cf. p 21)

Participer à la lutte contre le changement climatique : Au-delà de la contribution visant à réduire les pollutions des véhicules, le groupe mesure la nécessité de minimiser l'impact environnemental de ses enseignes afin de lutter contre le réchauffement climatique et de préserver la biodiversité. Cela se traduit notamment par une politique volontariste d'efficacité énergétique, de maîtrise des rejets polluants et de la production de déchets.

Réduire l'empreinte écologique des activités : La diffusion de meilleures pratiques au sein des équipes et la mise en œuvre de programmes innovants d'éco-conception permettront de réduire la consommation d'eau, de matières premières et de ressources naturelles.



L'ÉCONOMIQUE

Consolider la **croissance internationale** du groupe en restant fidèle à ses valeurs et attentif à ses impacts sur l'environnement et la société, tel est l'objectif de Mobivia Groupe.

Pour étayer cette croissance que le groupe souhaite régulière et durable, ses équipes ont le souci de la **qualité** des produits et services proposés, mais aussi de l'adéquation de l'offre aux besoins locaux et au pouvoir d'achat.

Pour s'appuyer sur de **nouveaux relais de croissance**, le groupe poursuit une politique d'**innovation permanente**. Cette caractéristique se traduit dans différents domaines : innovations produits et services sur le cœur de métier du groupe, nouvelle offre liée à une mobilité alternative (deux-roues et accessoires...), nouvelles lignes de produits, filières de valorisation des produits usagés, économie circulaire, politique d'achats responsables...

Pour préparer sa croissance de demain, le groupe procède également à des **investissements ciblés** pour accompagner de nouveaux **entrepreneurs responsables**.



Des critères de croissance durable



UNE MESURE DE LA PERFORMANCE BASÉE SUR LES 4 PILIERS

Le projet « pilotage de la performance » est un projet d'envergure internationale qui consiste à établir des indicateurs chiffrés communs et comparables sur les 4 piliers de la charte de développement durable du groupe : l'économique, le client, l'humain, l'environnemental et le sociétal. L'objectif de ce projet, outre le fait de pouvoir mesurer les progrès accomplis, est de fixer des plans d'actions cohérents dans les différentes filiales du groupe. Une plateforme informatique est en cours de finalisation afin de permettre à chacun de suivre ses progrès et de piloter son activité en adéquation avec les critères de performance.

FOCUS

MOBIVIA GROUPE RÉCOMPENSÉ : "PRIX DE LA DUE DILIGENCE IMMATÉRIELLE"

Décerné par l'Observatoire de l'Immatériel lors du Grand Prix de l'Immatériel 2009, ce prix récompense le travail d'analyse mené par le groupe en amont de la prise de participation dans Green Cove Ingénierie aux côtés d'Eco-Mobilité Partenaires-SNCF (cf. p 12). Dans cette optique, Mobivia Groupe a développé une méthodologie particulière d'analyse de la valeur des sociétés. Cette méthodologie va plus loin que la traditionnelle analyse des aspects juridiques et financiers en cherchant à déterminer le capital immatériel de ces sociétés : humains, clients, partenaires, critères environnementaux et sociétaux, savoir-faire, systèmes d'information...

UN NOUVEAU PAYS SUR LA CARTE DU GROUPE : LA ROUMANIE

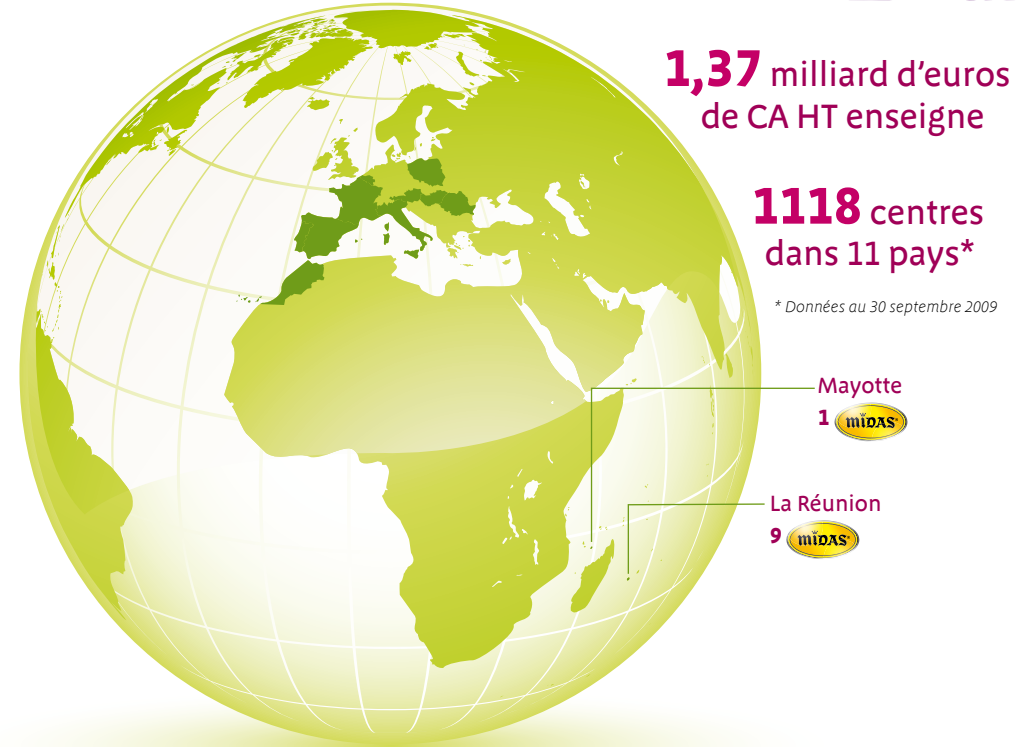
C'est le 18 juin 2009 que **Norauto** a ouvert son premier centre à Bucarest dans un marché de l'entretien automobile roumain très atomisé. Le concept de centre auto étant encore inconnu en Roumanie, le premier défi de l'enseigne consiste à prouver aux clients la valeur ajoutée du centre auto en termes de transparence, de disponibilité et de qualité des produits, d'accueil et de qualité de service.



+ LA CHARTE

« Nous plaçons les critères de croissance durable au cœur de nos choix stratégiques d'entreprise et de la mesure de nos performances. »

Mobivia Groupe dans le monde



En Europe et Afrique du Nord

Norauto 344 centres
227 en France - 50 en Espagne -
12 au Portugal - 24 en Italie -
20 en Pologne - 4 en Hongrie -
1 en Roumanie

Auto 5 49 centres en Belgique

miDAS 632 centres
333 en France* - 42 en Belgique -
160 en Espagne - 33 au Portugal -
50 en Italie - 11 en Autriche -
3 au Maroc

MAXAUTO 76 centres en France

Carier-Cash 17 centres en France

Synchr 1 entrepôt de plus de 5000 m²
en France



* DOM-TOM inclus

Favoriser une économie circulaire



DÉVELOPPER L'ÉCHANGE STANDARD POUR LES PIÈCES

La notion d'échange standard désigne le remplacement à l'identique d'un bien déjà possédé par le client. Plus généralement, ce terme est utilisé pour indiquer le remplacement dans un ensemble mécanique ou autre, d'une partie usée ou détériorée par son équivalent neuf, ou remis à neuf en usine. Les pièces reconditionnées ne sont pas des pièces réparées, où l'on n'intervient que sur le ou les éléments défectueux. Dans ce cas précis, tous les composants de la pièce sont démontés, nettoyés, vérifiés et si nécessaire remplacés. Tous les grands équipementiers font bénéficier leurs gammes rénovées de la même période de garantie que les pièces neuves ; preuve que la qualité et la sécurité des produits sont identiques à celles des pièces neuves. L'intérêt pour le client est d'ordre économique : une pièce reconditionnée coûte en moyenne 30 % moins cher que la même pièce neuve. Elle permet de prolonger la durée d'utilisation d'un véhicule sans nécessiter d'investissements trop lourds. Au sein du groupe, **Carter-Cash** est une des enseignes qui proposent des pièces rénovées pour les transmissions, alternateurs et démarreurs.

FOCUS

L'ÉCHANGE STANDARD : UNE VRAIE ALTERNATIVE ÉCOLOGIQUE

L'échange standard permet d'économiser des ressources précieuses en matières premières : le recyclage des éléments principaux de l'organe usagé permet d'éviter l'utilisation de nouvelles matières premières brutes : fonte, acier, aluminium... Il contribue aussi à la réduction des déchets car les pièces utilisables connaissent une seconde vie. Enfin, il permet de réaliser des économies d'énergie : la production, l'affinage, la fusion, le moulage ou encore le forgeage sont des procédés énergivores, alors que l'échange standard nécessite des usinages de précision peu consommateurs d'énergie.

FAVORISER LE RETOUR DES PIÈCES : LA CONSIGNE

Il est nécessaire de récupérer les pièces usagées pour leur donner une seconde vie. C'est pourquoi un système de consigne a été mis en place, particulièrement visible sur le site internet de **Norauto France**, où toutes les pièces consignées sont indiquées. Le principe : le client rapporte sa pièce usagée muni de sa facture au maximum un mois après son achat et obtient immédiatement le remboursement de la consigne.

ÉCO-CONCEPTION ET RÉDUCTION DE L'IMPACT GLOBAL DES PRODUITS : L'EXEMPLE DU COFFRE DE TOIT SOUPLE

Mobivia Groupe a développé le premier coffre de toit repliable du marché. Le principe : un berceau métallique qui assure la rigidité et une enveloppe en tissu. Ainsi quand le coffre de toit est vide il peut être aplati sur le toit de la voiture, quand il n'est pas utilisé il peut être rangé dans un placard.

Les avantages environnementaux sont triples :

- Économie de carburant : 1 l/100 km
- Transport : colis 5 fois moins volumineux
- Enveloppe : 5 kg de tissu contre 15 kg de plastique



LA CHARTE

« Nous favorisons une économie circulaire basée sur la valorisation du cycle de vie de nos produits. »

« Nous privilégions les fournisseurs et partenaires adhérant à nos engagements en faveur du respect des personnes et de l'environnement. »

Investir pour une mobilité responsable



PROPOSER DE NOUVEAUX SERVICES DE MOBILITÉ TELS QUE LE COVOITURAGE

Créée en 2003, la société Green Cove Ingénierie développe des solutions de covoiturage pour les collectivités, les entreprises, les particuliers et les manifestations événementielles. Cela se traduit par l'exploitation au quotidien du premier site de covoiturage en France : www.123envoiture.com. Le covoiturage se situe à la croisée des chemins entre l'écologie, le transport et les nouvelles technologies de l'information : il s'inscrit donc dans une tendance de fond pour une mobilité plus écologique et plus économique, vecteur de convivialité et de lien social. C'est pourquoi **Mobivia Groupe** et Eco-Mobilité Partenaires-SNCF ont pris respectivement 20 % de participation dans le capital de Green Cove Ingénierie.

UNE AUTOMOBILE PLUS PROPRE, SANS EAU, AVEC SINEO



Fondée en 2004 sur la base d'un concept particulièrement innovant, Sinéo est une entreprise familiale spécialisée dans le nettoyage de véhicules sans eau et à la main.

L'entreprise repose sur trois piliers fondamentaux :

- La protection de l'environnement : le concept de Sinéo repose sur un service de lavage avec une utilisation minimale d'eau, grâce à l'utilisation de produits à biodégradabilité ultime. Seuls 2 litres sont nécessaires pour laver une voiture, ces 2 litres représentant entre autre le nettoyage des

chiffons. Sinéo est par ailleurs certifié ISO 14001.

- L'innovation : avec la mise au point d'une douzaine de produits éco-labellisés performants et spécifiques pour chaque partie du véhicule.
- L'engagement social : agréée en tant qu'entreprise d'insertion depuis 2005, Sinéo a pour vocation d'être un tremplin pour des personnes en difficulté professionnelle ou personnelle. Toutes ces valeurs, communes à celles de **Mobivia Groupe**, ont amené l'entreprise à prendre une participation capitalistique dans l'entreprise Sinéo, afin de l'accompagner dans son développement.

LA CHARTE

« Nous développons nos investissements de R&D produits et services en faveur d'une mobilité responsable et durable. »

MOVING CAR : UNE MOBILITÉ PLUS ACCESSIBLE



Moving Car, née en 2008, est une des sociétés pionnières dans la location de voiture sans permis. Elle permet ainsi aux personnes ne possédant pas le permis et qui ont besoin de garder une autonomie de déplacement pour des raisons privées et/ou professionnelles, de pouvoir se déplacer en toute sécurité et légalité. Elle propose également une solution alternative à la propriété. Pour aider l'entreprise à se développer, **Mobivia Groupe** a pris une participation minoritaire au capital de Moving Car. Plus qu'un simple engagement financier, cette participation a débouché sur un partenariat avec **Norauto France** qui propose dans certains de ses centres la location de voiture sans permis.

Pourquoi une prise de participation dans Green Cove Ingénierie?

Arnaud Sarfati, PDG de Green Cove Ingénierie

« Ce partenariat stratégique vise à établir un lien fort entre les transports en commun et la voiture, améliorer la mobilité des usagers des transports, et accompagner le changement de comportement dans l'utilisation de la voiture.

Cette ouverture au capital nous permet de favoriser les investissements, de renforcer les équipes techniques et commerciales, de développer des solutions de mobilité innovantes autour des nouvelles technologies et ainsi de conforter notre avance dans le métier du covoiturage. »

LE CLIENT

⊕ Entretien d'une relation de **confiance** et de proximité avec chaque client, telle est la raison d'être de Mobivia Groupe.

Pour mieux répondre aux exigences et besoins évolutifs de leur clientèle et constituer une alternative de qualité aux réseaux constructeurs, les enseignes du groupe développent et déploient des programmes de suivi et de contrôle de la qualité de service et du **niveau de satisfaction** clients.

Pour **sensibiliser leurs clients** aux enjeux d'une mobilité durable, le groupe et ses entreprises multiplient les **campagnes d'information** et les **partenariats** porteurs de sens.

Pour favoriser l'émergence de comportements plus responsables en matière de mobilité, l'offre de produits et de services du groupe s'est étoffée afin de proposer au meilleur coût un **accès à une mobilité plurielle**. Une attention particulière est également portée aux publics en difficulté en matière de mobilité à travers une offre produits spécialisée.



Une priorité : la satisfaction client



PILOTER AU PLUS PRÈS LA SATISFACTION CLIENTS

La satisfaction du client est la priorité pour chacun des 1118 centres du groupe, partout dans le monde. Pour mesurer cette satisfaction et répondre aux réelles attentes du client, toutes les enseignes du groupe ont désormais un programme « Ligne Directe » ou « La voix du client » (selon les spécificités des langues locales). Ce programme initié par **Midas** il y a 2 ans est basé sur des conversations téléphoniques très courtes avec les clients. La spécificité majeure réside dans la précision des appels. Les clients contactés sont en effet identifiés par centre et les questions posées concernent uniquement le centre concerné. Les

retours de satisfaction sont donc complètement personnalisés. La seconde spécificité tient au fait que les appels sont enregistrés avec l'accord du client, les directeurs de centre peuvent donc entendre directement le client s'exprimer. Cette précision permet d'identifier rapidement les axes de progrès et d'intervenir de manière ciblée et réactive sur les éventuels points d'insatisfaction. **Midas Espagne** a, par exemple, vu son taux de satisfaction monter de 2 points en à peine un an (de 73 à 75 %). Chez **Maxauto**, le programme a rencontré un très bon accueil par les franchisés qui s'en servent également comme outil de management.

FOCUS

MIDAS FRANCE À L'ÉCOUTE DE SES CLIENTS

En avril 2009, **Midas France** a lancé une lettre électronique interne « À l'écoute de nos clients ». Ces 4 pages reprennent les points positifs remontés par les clients mais surtout les marges de progrès identifiées. Chaque mois un point de vigilance est particulièrement mis en avant.



LA CHARTE

« Nous mettons tout en œuvre pour satisfaire nos clients par le service que nous assurons et les produits que nous distribuons et concevons. »

Un miroir qui reflète nos forces et nos axes d'amélioration

Roberta Pecs, coordinatrice marketing, Norauto Hongrie
« Trois ans et demi après la première ouverture en Hongrie, nous avons acquis la maturité et l'exigence pour ce type d'enquête. Nous avons la chance de réaliser les appels nous-mêmes. Ces enquêtes sont menées par des collaborateurs du siège (comptabilité, assistantat, achats et marketing) très engagés pour la réussite de l'entreprise. Cela nous permet d'avoir une relation de proximité avec nos clients et de réduire les coûts ! Ce programme est comme un miroir qui reflète nos forces et nous montre nos axes d'amélioration. L'analyse automatique nous permet de contrôler le niveau de qualité de nos services et de mettre en place des actions concrètes pour améliorer la satisfaction de notre clientèle. C'est un excellent outil pour fidéliser nos clients et pour reconquérir des clients mécontents. »



⊕ Taux de satisfaction
des clients chez Midas Espagne

75 %



Proposer une offre responsable



LES CENTRES DE MOBIVIA GROUPE : VÉRITABLES ALTERNATIVES AUX RÉSEAUX CONSTRUCTEURS

« Pourquoi payer plus cher, si Midas peut le faire ? » Tel était le slogan de la campagne de communication de **Midas France** en juin 2009 pour le lancement de « LA Révision ».

Il est possible de faire exécuter les opérations d'entretien et de réparation d'un véhicule, en particulier les opérations courantes (une vidange, un remplacement de filtres, de plaquettes de freins, etc.) en dehors du réseau agréé constructeur, même pendant la période

de garantie contractuelle, sans perdre le bénéfice de cette garantie (brochure explicative, question 37 du règlement européen 1400/2002).

Dans un contexte de crise économique et de pression sur le pouvoir d'achat, il est important que l'automobiliste puisse avoir le choix pour son entretien, non seulement en terme de proximité et de services mais aussi de prix. L'enquête réalisée par le BVA en mai 2009 révèle que l'offre de **Midas** « LA Révision » est à un prix de vente inférieur en moyenne de 43 % par rapport aux constructeurs.

DES PRODUITS ET DES SERVICES POUR UNE MOBILITÉ ÉCO-RESPONSABLE

Toutes les entreprises du groupe œuvrent en faveur d'une mobilité plus responsable en proposant des solutions alternatives à l'automobile : vélos pliants, vélos à assistance électrique, scooters... ainsi que les accessoires de sécurité indispensables : casques, gilets de sécurité, gants, etc. Certaines enseignes comme **Norauto Italie** proposent également l'entretien des deux-roues.



UNE NOUVELLE GAMME « ACCESSIBILITÉ »

Si l'espérance de vie ne cesse de progresser, cette avancée en âge s'accompagne souvent de gênes et de limitations dans les mouvements. En créant la gamme « Accessibilité et confort dans le véhicule », **Norauto France** a souhaité permettre aux personnes confrontées à ces difficultés de mieux vivre l'automobile. Cette gamme est composée de produits validés par une équipe d'ergonomes et ergothérapeutes : barre d'appui, tire ceinture, coussin lombaire, relève jambe... Ils permettent d'accéder plus facilement à l'habitacle d'une automobile et d'y trouver une place plus confortable.

FOCUS

UNE CAMPAGNE POUR SE « LIBÉRER DES IDÉES REÇUES »

En France, les enseignes de **Mobivia Groupe** se sont associées à l'initiative de la FEDA (Fédération des Syndicats de la Distribution Automobile) destinée à informer le grand public sur cette question de l'entretien automobile pendant la garantie initiale de 2 ans, notamment via le site internet : www.liberezvousdesideesrecues.com. En Espagne, où la crise économique a touché très durement le pays en 2009, **Midas** et **Norauto** ont communiqué sur cette thématique : « Depuis le premier jour, votre voiture est libre. Choisissez Midas sans perdre la garantie constructeur » : « (P)Revision Norauto, l'entretien officiel de votre voiture à son juste prix »

LA PRIME À LA LONGÉVITÉ AUTOMOBILE INVENTÉE PAR MAXAUTO



Parce que tous les automobilistes n'ont pas la possibilité d'acquérir un véhicule neuf et de bénéficier ainsi des différentes primes liées à cet achat, **Maxauto** a lancé en octobre et novembre 2009, les Maxeuros, la première opération commerciale indexée au kilométrage du véhicule. Concrètement plus le véhicule avait de kilomètres, plus la réduction était importante : par exemple entre 100000 et 150000 kms, il s'agissait de 15 euros de réduction, au-delà de 200000 kms, c'était 25 euros.

LA CHARTE

« Nous proposons à nos clients, dans chacune des familles, des produits et services à forte valeur environnementale et/ou sociétale. »

Pourquoi cette campagne, les Maxeuros ?

Fabrice Flamand, Directeur Marketing Achat, Maxauto
« Le parc automobile français possède en moyenne 126 128 kms au compteur (source GIPA 2009). Avec les Maxeuros, Maxauto a souhaité proposer à ses clients une solution originale pour faciliter l'entretien du véhicule et prolonger sa durée de vie. »



Pour une conduite éco-citoyenne



LE RELAIS DES « SEMAINES » DE SENSIBILISATION PUBLIQUES

À l'occasion de la Semaine du Développement Durable, du 1^{er} au 7 avril 2009, **Norauto France** a lancé une offre de 300 points fidélité pour tout achat d'un produit nettoyant écologique de la gamme Norauto ou Sineo (ce qui correspond à un bon d'achat équivalent à 30 % à 60 % du prix). Ces produits sont reconnus par l'Ecolabel européen : formule 100 % végétale, produits biodégradables. Elle a également communiqué de façon pédagogique dans ses points de vente. Cette action était soutenue par le Ministère français de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement Durable et de la Mer.

Du 16 au 22 septembre 2009, **Norauto France** proposait 10 % sur sa gamme deux-roues dans le cadre de son partenariat pour la Semaine de la Mobilité et de la Sécurité Routière. Cette offre était valable bien entendu pour les accessoires tels que le casque, indispensable sur un deux-roues. Cette semaine était l'occasion de favoriser une modification pérenne des comportements de déplacements, visant à développer l'éco-mobilité, favoriser l'éco-conduite et promouvoir l'éco-entretien notamment par des conseils pédagogiques diffusés sur le site internet www.norauto.fr.



FAIRE DÉCOUVRIR D'AUTRES FORMES DE MOBILITÉ

Un test en situation réelle vaudra toujours mieux que des mots, c'est pourquoi **Midas Espagne** et **Midas Belgique** invitent leurs clients à utiliser des vélos de courtoisie, dont certains sont à assistance électrique pendant l'entretien de leurs véhicules. L'ensemble des accessoires de sécurité sont fournis et bien entendu le prêt est gratuit. Certains centres de **Norauto France** proposent à la location des scooters et des véhicules sans permis, en s'associant avec Moving Car (cf. p 12) ainsi que des véhicules de courtoisie électriques.



DES LOCAUX DÉCHETS PÉDAGOGIQUES

Le local déchets, c'est l'endroit choisi par **Norauto Espagne, France** et **Portugal** pour informer sur la préservation de l'environnement. Dans une démarche totalement transparente, **Norauto Portugal** a affiché le nombre de ses filières de valorisation des déchets, ainsi que les quantités de produits usagés recyclés l'année passée.

Norauto France a poussé la démarche un peu plus loin en créant le logo « programme éco-mobilité » qui permet de donner plus de visibilité aux actions menées en magasin.

DES OPÉRATIONS DE SENSIBILISATION CIBLÉES DANS LES CENTRES

Midas Italie relaie l'initiative « M'illumino di meno » (« je baisse la lumière ») qui a lieu depuis 5 ans le 13 février, date anniversaire du protocole de Kyoto, en Italie. Il s'agit d'éteindre les lumières et enseignes des centres comme signe de



solidarité et de prise de conscience de la nécessité de réduire la consommation d'énergie. Afin de sensibiliser leurs clients, **Norauto Hongrie** et **Norauto Portugal** ont édité une plaquette d'information disponible dans chaque point de vente.

Norauto Espagne

poursuit son partenariat avec la Dirección General de Tráfico et publie des conseils dans chacun de ces prospectus. C'est aussi via les prospectus que **Norauto Pologne** sensibilise ses clients, prospectus édités sur du papier 100 % recyclé localement.

LA CHARTE

« Nous informons sur la dimension environnementale des produits et services que nous proposons. Nous sensibilisons aux enjeux d'une mobilité durable et responsable. »

« Nous contribuons à promouvoir une conduite éco-citoyenne. »

L'HUMAIN

Améliorer les **conditions de travail** de l'ensemble de ses collaborateurs à travers une politique de ressources humaines responsable, telle est l'ambition du groupe.

Pour impliquer et motiver les collaborateurs et **partager les fruits de la croissance**, le groupe s'appuie sur des accords d'intéressement prévoyant le versement de primes calculées sur la base des performances réalisées.

Pour renforcer les compétences techniques de ses collaborateurs et **conforter leur employabilité**, le groupe mène une **politique de formation** structurée et adaptée à l'ensemble des métiers du groupe, offrant de réelles perspectives de carrière aux employés. L'intégration de **collaborateurs handicapés** constitue également un domaine où le groupe est très actif, et ce, même dans les pays où aucune législation ne l'y contraint.

Pour **favoriser l'entrepreneuriat** et assurer la pérennité économique de ses franchisés, le groupe met en place des outils de détection des profils à fort potentiel et un programme complet d'accompagnement financier et méthodologique pour les futurs franchisés.



Développer le management participatif



L'INVESTISSEMENT POUR LE DÉVELOPPEMENT DE L'ENTREPRISE EN FRANCHISE (IDEF)

Le groupe met à disposition de l'ensemble de ses collaborateurs le programme IDEF (Investissement pour le Développement de l'Entreprise en Franchise). Cette société de capital risque, créée conjointement avec d'autres entreprises, met à disposition des fonds financiers pour tout salarié souhaitant créer une franchise au sein du groupe, qu'il s'agisse de **Midas** ou **Maxauto**.

FOCUS

LE PARRAINAGE POUR LES FRANCHISÉS MAXAUTO

L'enseigne **Maxauto** qui se développe en franchise a mis en place depuis mai 2009 le parrainage. Le principe est simple : un franchisé qui propose à un collaborateur de son centre de devenir franchisé reçoit une prime. L'idée étant de développer les évolutions de carrière au sein de **Maxauto** mais aussi d'inciter le franchisé à faire grandir ses propres salariés. Le parrainage fonctionne également pour tout recrutement d'un nouveau franchisé.

UN NOUVEAU CONSEIL DE SURVEILLANCE POUR LES SALARIÉS-ACTIONNAIRES

C'est en octobre 2009 qu'ont eu lieu les élections d'un nouveau conseil de surveillance chargé pendant 4 ans de vérifier le bon fonctionnement du Fond Commun de Placement (FCP). Le FCP est un système d'épargne collective et facultative qui permet aux collaborateurs d'une entreprise de se constituer un capital par l'intermédiaire de l'entreprise. Il est aujourd'hui proposé aux collaborateurs de **Norauto France** et de **Mobivia Groupe**.

LA CHARTE

« Nous favorisons l'entrepreneuriat, le partage des résultats et l'actionnariat de nos collaborateurs. »

ACCOMPAGNER DURABLEMENT LES FRANCHISÉS



Que ce soit chez **Midas**, **Maxauto** ou **Auto5** tous les futurs franchisés sont accompagnés individuellement et bénéficient de l'appui du groupe. L'aide apportée par les franchiseurs regroupe aussi bien les aspects liés à la gestion, aux achats, au management et à la publicité que les questions relatives à la gestion des déchets et aux problématiques environnementales. Toutes les clés sont fournies pour favoriser la réussite de l'entreprise.

PARTAGER LES PERFORMANCES DU GROUPE AVEC L'INTÉRESSEMENT

L'intéressement est un système de partage des performances économiques de l'entreprise. Il vise à faire profiter chaque collaborateur des performances qu'il a contribué à créer dans son établissement. Il se traduit par le versement de primes d'intéressement trimestrielles, basées sur les résultats collectifs. Chez **Norauto France**, l'intéressement a été mis en place dès 1978. C'est un choix de l'entreprise et non une obligation légale. **Norauto Pologne**, **Portugal**, **Espagne**, **Italie**, **Carter-Cash** et **Auto5** ont également mis en place une politique d'intéressement. C'est aussi le cas depuis 2009 chez **Norauto Hongrie** et **Maxauto**.

De salarié à entrepreneur

Gian Pietro Serra, franchisé Midas à Rome depuis juin 2009

« Je travaille chez Midas Italie depuis 14 ans. En juin 2009, j'ai eu la possibilité de reprendre le centre de via dell'Acqua Bullicante. J'ai franchi le pas et de salarié, je suis devenu entrepreneur. Je remercie Midas Italie qui m'a permis de réaliser mon projet. Je suis vraiment satisfait de ma décision. Aujourd'hui en plus de mon associé et moi, nous avons intégré un mécanicien et cherchons une 4e personne pour compléter notre équipe. »

Une meilleure employabilité des collaborateurs



UN MANAGEMENT FONDÉ SUR QUATRE PILIERS D'EXCELLENCE

Les quatre piliers de la charte développement durable (l'économique, le client, l'humain, l'environnemental et le sociétal) constituent le cadre de définition des objectifs de chaque collaborateur au sein du groupe. Ainsi chacun doit agir dans son quotidien pour un développement plus durable. Pour **Mobivia Groupe** il est important que chacun ait sa part de responsabilité dans la démarche citoyenne globale.

LA FORMATION, FACTEUR CLÉ DE PERFORMANCE

En fonction des besoins et de leurs spécificités, chaque enseigne élabore ses plans de formation en s'appuyant sur l'expertise du groupe. Ainsi, **Midas Autriche** dispense plus de 80 heures de formation par an et par collaborateur dont des formations spécifiques pour intégrer et former les jeunes stagiaires en apprentissage. Chez **Auto5**, l'équilibre est quasiment parfait entre les formations atelier et les formations vente. Pour **Norauto Hongrie**, l'accent a été mis sur les formations au management participatif, peu répandu en Hongrie. Enfin, **Norauto Roumanie** a mis en place un plan de formation très complet pour favoriser les évolutions de carrière. Le concept de centre auto n'étant pas répandu en Roumanie, il est difficile de trouver des collaborateurs, c'est pourquoi l'entreprise mise sur le potentiel des collaborateurs recrutés.

FOCUS

UNE SYNERGIE FORMATION INTER-PAYS ET INTER-ENSEIGNES

C'est à l'institut de formation de **Norauto France** qu'ont été accueillis en février 2009 les responsables formation de **Norauto Espagne, Italie, Portugal, Maxauto et Auto5** afin de découvrir les nombreuses nouveautés lancées par **Norauto France** et de partager les expériences. Le programme avait été conçu pour alterner la théorie et la pratique sur l'embrayage, le pare-brise, le deux-roues, la climatisation et le diagnostic électronique.

INTÉGRER DES PERSONNES HANDICAPÉES ET MIEUX GÉRER LE HANDICAP

Pour la seconde fois en 2009, **Norauto Espagne** a participé au « Forum pour l'emploi des personnes handicapées ». A l'issue de ce forum, 2 nouveaux collaborateurs ont intégré les effectifs de **Norauto Espagne**. Chez **Norauto Italie**, ce sont 4 collaborateurs handicapés qui ont été recrutés en 2009. Au sein de **Norauto France**, ce sont plus de 73 embauches qui ont été réalisées depuis avril 2007 dont 63 en CDI suite à l'accord signé avec l'Agefiph. Au delà d'un objectif d'embauches, l'accord a également permis de travailler avec un ergonome pour assurer le maintien dans l'emploi de personnes se retrouvant en situation de handicap.



Premier contact avec Norauto

Anca Maria Ionescu, assistante de direction et chargée du marketing et de la communication, Norauto Roumanie

« Deuxième embauchée roumaine de la société, j'ai vu peu à peu se nouer les relations avec les fournisseurs. J'ai assisté aux recrutements. J'ai été confronté à certaines difficultés administratives. Ce n'était pas facile, mais je ne regrette rien, car chaque étape a été très enrichissante. J'ai compris petit à petit la manière dont l'entreprise gère ses enjeux. Je suis devenue plus consciente de notre mission de développer et de faire connaître en Roumanie non seulement le réseau Norauto, mais aussi nos valeurs, nos façons de produire, de consommer, nos méthodes de sensibilisation des partenaires dans les domaines de la sécurité routière et de l'environnement. »

LA CHARTE

« Nous développons l'employabilité de nos collaborateurs, nous favorisons leur autonomie et leur prise de responsabilité. »

« Nous garantissons une égalité de traitement dans l'accès à l'emploi, l'intégration, la formation et l'évolution professionnelle (diversité, mixité, équité). »



Amplifier les innovations sociales



POUR UNE MEILLEURE SÉCURITÉ DES COLLABORATEURS

Quelle que soit l'enseigne concernée, la sécurité des collaborateurs est toujours primordiale et fait l'objet de plans de formation dédiés. Ainsi chaque année, **Midas Italie** propose à ses collaborateurs un module de formation consacré aux bonnes pratiques de sécurité. Tous les directeurs de centre de **Norauto Italie** ont également été formés à ces aspects. Avant l'ouverture de son premier centre, **Norauto Roumanie** a formé les nouveaux collaborateurs à la sécurité, ceux-ci ayant reçu l'ensemble des équipements nécessaires à leur protection.

DES ENQUÊTES DE CLIMAT SOCIAL RÉGULIÈRES

Norauto France avait participé pour la première fois en 2008 à l'enquête « Great Place to Work » dont les résultats ont été connus en mars 2009. Pour cette première **Norauto** a été lauréate de bronze avec une trentième position sur 120. 69 % des collaborateurs affirment que **Norauto France** est une entreprise dans laquelle il fait bon travailler. Les points forts de l'entreprise étant, d'après les salariés : l'accessibilité du management, l'honnêteté, la non-discrimination et la fierté de l'image citoyenne. **Norauto Argentine** a lancé une enquête en mai 2009 dont les résultats font ressortir une très grande fierté d'appartenance. De même chez **Norauto Portugal**, les retours ont été plus que positifs puisque le taux de participation était de 90 % avec un taux de satisfaction globale de 7,9 sur 10 !



FOCUS

« CANAL NORAUTO »

L'objectif de cette newsletter de **Norauto Espagne** étaient triple : améliorer la communication interne depuis les services centraux vers les centres, diminuer le nombre de mails et améliorer la qualité de l'information. Le principe est que tous les collaborateurs des services centraux peuvent écrire un article pour cette newsletter. Le directeur de chaque département valide le contenu des articles proposés avant que la communication interne valide l'ensemble des articles et en vérifie la cohérence. Un suivi hebdomadaire est effectué.

COMMUNICATION INTERNE : DE NOUVELLES INITIATIVES COLLABORATIVES

Deux nouveaux journaux internes ont fait leur apparition en 2009 : « Ecos » chez **Norauto Portugal** et « Más de Midas » chez **Midas Espagne**. Edités trimestriellement, ils reprennent les principales actualités nationales de l'enseigne ainsi que des informations sur l'activité internationale du groupe. **Norauto Portugal**, dont le journal fait 8 pages, a dédié une rubrique au développement durable afin de relayer les actions menées en faveur de l'environnement, de la sécurité routière ou plus généralement de la solidarité. **Norauto Espagne** a innové cette année en lançant « Canal Norauto », une newsletter hebdomadaire complètement dématérialisée et collaborative. Véritable succès, cette démarche a été transposée au sein du réseau **Norauto France**.



LA CHARTE

« Nous réduisons les risques pour la santé et la pénibilité, nous veillons à la sécurité de nos collaborateurs, au travail comme sur la route. »

« Nous développons les innovations sociales et favorisons un dialogue social responsable. »

L'ENVIRONNEMENTAL ET LE SOCIÉTAL

⊕ Réduire l'empreinte écologique de ses activités, lutter contre le réchauffement climatique et participer au développement d'une société plus responsable, tels sont les enjeux du groupe en matière d'impact environnemental et sociétal.

Pour maîtriser sa **consommation de matières premières** et le volume de ses déchets, le groupe améliore d'année en année ses pratiques de valorisation des produits usagés.

Pour **réduire l'impact environnemental** de ses activités, le groupe poursuit et accentue les politiques qui ont porté leur fruit : report modal de la logistique du mode routier vers le mode fluvial, certification ISO 14001 des centres Norauto, efficacité énergétique des bâtiments...

Pour contribuer à une meilleure prise en compte des enjeux de développement durable, le groupe participe à de nombreux évènements spécialisés, ouvre le dialogue avec ses parties prenantes et initie des **politiques partenariales** à forte valeur ajoutée. Les opérations de **sensibilisation interne** contribuent également au développement d'une culture de la responsabilité au sein de chaque enseigne.



Réduire les impacts environnementaux



UNE LOGISTIQUE MOINS ÉMETTRICE DE CO₂

Entamée en 2008, la politique de report modal route/fleuve a été particulièrement accentuée en 2009. Le taux de conteneurs transportés par convoi fluvial est en effet passé de 5 % à 29 % en 2009. Depuis mars 2009, le transport fluvial s'effectue non seulement depuis Fos-sur-Mer (France) vers l'entrepôt **Norauto France** de Lyon (qui dessert le Sud de la France) mais aussi depuis Zeebrugge et Anvers (Belgique) vers l'entrepôt de Lesquin (qui dessert le Nord de la France). De plus une coordination a été menée entre l'ensemble des entrepôts afin qu'un seul camion ait besoin d'atteindre la destination finale. Cette optimisation a permis de réduire de 20 % les émissions de CO₂ liées au transport des pneumatiques.

UNE GESTION DES DÉCHETS FILIÈRE PAR FILIÈRE

Historiquement pro-actif en matière de gestion des déchets, **Mobivia Groupe** a choisi pour une plus grande efficacité et traçabilité de travailler filière par filière. Chaque produit usagé est donc traité spécifiquement. Les filières sont régulièrement contrôlées et des visites effectuées sur les sites de tri et de valorisation. Le suivi de la gestion des déchets est effectué dans chaque entreprise ; **Norauto Espagne, Hongrie et Pologne** ont mis en place ce suivi directement par intranet. **Norauto Roumanie** a su trouver des filières fiables pour l'ensemble de ses déchets, malgré une prise de conscience relativement récente en Roumanie de l'importance du recyclage.

UN TRAVAIL DE FOND : DÉMATÉRIALISER POUR RÉDUIRE LA CONSOMMATION DE PAPIER

Au siège de **Mobivia Groupe**, les imprimantes individuelles ont été bannies depuis plusieurs années au profit d'un copieur centralisé. **Midas Belgique** a été encore plus loin en supprimant le fax papier. Désormais ceux-ci arrivent en PDF sur une boîte mail dédiée et ne sont imprimés que si nécessaire. **Midas Belgique** et **Espagne** ont fait évoluer leurs outils de communication interne afin d'arriver à un objectif « zéro papier ». Zéro papier c'est également le crédo de **Norauto France** lors de ses événements internes. De la même manière, les entretiens annuels faits chez **Norauto France** sont entièrement dématérialisés.

LA CHARTE

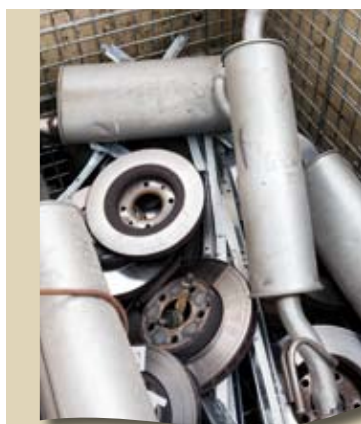
« Nous valorisons les déchets générés par nos activités. »

« Nous réduisons l'impact de nos activités sur l'environnement, par l'optimisation de l'utilisation des ressources et la réduction des gaz à effet de serre. »

FOCUS

LES NOUVEAUTÉS 2009

2009 a vu la constitution d'un nouvel éco-organisme pour la gestion des textiles usagés (tapis, housses, plaids, etc.) : ECO-TLC. Septembre a vu la sortie d'un nouveau décret concernant les piles et accumulateurs (batteries), qui impose des obligations de reprise, information et déclaration aux producteurs.



Les produits usagés en 2009 (périmètre : le groupe en France)

1 646 tonnes de batteries



314 490 bidons



360 tonnes de filtres



1 510 700 litres d'huiles



Poursuivre la sensibilisation des collaborateurs



PREMIÈRE CIBLE DE LA SENSIBILISATION : LES COLLABORATEURS

Les premiers citoyens que le groupe souhaite sensibiliser et former sont ses collaborateurs. C'est pourquoi **Norauto Roumanie** a édité un « Guide de la bonne attitude en atelier », qui permet de former le personnel au tri des déchets et au respect de l'environnement. **Norauto Espagne** a développé des modules de formation à la sécurité routière et au respect de l'environnement pour tout nouveau collaborateur. De plus des modules de gestion des déchets sont intégrés dans tous les modules de formation atelier, tout comme chez **Norauto France**. Chez **Midas Belgique**, c'est le responsable des systèmes d'information qui a formé ses collègues du siège à la réduction des déchets informatiques.

L'ATELIER DURABLE : UN INTRANET COLLABORATIF SUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

L'atelier durable a vu le jour en mai 2009 avec 3 objectifs précis : mettre à disposition des correspondants développement durable des outils « clés en main » dématérialisés pour fédérer en interne et communiquer en externe, échanger les bonnes pratiques qu'elles soient internes ou externes et faciliter les échanges entre les interlocuteurs enseigne et groupe. Il s'agit d'un véritable portail collaboratif où chacun peut interagir : poser des questions, faire des remarques, déposer et commenter des documents... L'ensemble des outils de communication lié au développement durable du groupe est également disponible en téléchargement.

UNE COMMUNICATION VOLONTAIRE ET TRANSPARENTE

Mobivia Groupe n'est pas soumis à la loi française NRE (Nouvelles Régulations Economiques) qui impose aux sociétés cotées de rendre compte tous les ans des actions menées en matière de développement durable. Cependant, le groupe publie volontairement depuis 2006 (date de sa création) un rapport développement durable annuel. 2006 est également l'année de parution du premier rapport développement durable de **Midas**. Pour sa part, **Norauto France** a édité dès 1998 un rapport environnement qui est devenu un rapport développement durable en 2002. Ces rapports permettent à chacun de se rendre compte des progrès accomplis mais aussi du chemin qu'il reste à parcourir. Ils constituent également un document de communication externe sur les actions du groupe en matière de développement durable, une thématique qui intéresse de plus

en plus les collectivités à l'occasion de projets d'implantation ou encore les jeunes talents à la recherche d'un premier emploi.



ACCENTUER LES DÉMARCHES DE CERTIFICATIONS ENVIRONNEMENTALES



Norauto France est pionnier dans le secteur automobile en matière de certification ISO 14001, lancée dès 2002. 14 nouveaux centres ont été certifiés en 2009, portant à 183 le nombre total de centres certifiés,

soit 82 % du réseau. La certification ISO 14001 permet de déployer un système de management environnemental intégrant non seulement les exigences réglementaires et les informations relatives aux impacts environnementaux significatifs, mais aussi l'objectif de sensibiliser et former les collaborateurs sur le long terme, dans une logique d'amélioration continue. Chez **Maxauto**, où ce type de démarche est plus difficile à mettre en place compte tenu de la structure en franchise, des audits de magasins ont été réalisés en 2009. Ces audits portaient principalement sur la gestion des déchets et la pollution inhérente à l'activité.

FOCUS

UN SITE INTERNET COMPLET

Le site internet de **Mobivia Groupe** comporte une partie dédiée au développement durable. Chacun peut donc avoir connaissance de la politique et de la vision du groupe en la matière. L'ensemble des actions mises en place au sein du groupe est également mis à jour très régulièrement.

LA CHARTE

« Nous sensibilisons et formons nos collaborateurs au respect de l'environnement. Nous développons les démarches de certifications environnementales. »
« Nous rendons compte régulièrement de nos résultats et de l'avancement de nos actions en matière de développement durable. »

Une politique de partenariats à forte valeur ajoutée



LE FORUM INTERNATIONAL POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Pour la 2^{ème} année consécutive, **Mobivia Groupe** était partenaire du Forum International pour le Développement Durable, organisé par les Ateliers de la Terre en novembre 2009. Inscrit dans un agenda international chargé à la veille du sommet de Copenhague, les Ateliers de la Terre ont choisi d'orienter la réflexion vers la « construction d'un nouvel équilibre ». À cette occasion, **Mobivia Groupe** a présenté les résultats d'une étude CSA conduite avec la SNCF sur le thème : « La crise : risque ou opportunité pour une nouvelle mobilité ? ».



RECYVALOR : POUR EN FINIR AVEC LES STOCKS ORPHELINS DE PNEUMATIQUES USAGÉS

Recyvalor, l'association créée pour l'évacuation et la revalorisation des 80 000 tonnes de stocks de pneumatiques usagés recensés sur 61 sites du territoire français, a terminé en décembre son 8^{ème} chantier à Vatteville-la-Rue (Seine-Maritime). Fin 2009, l'association, dont la présidence est assurée par **Mobivia Groupe**, a ainsi évacué près de 10 000 tonnes de pneus usagés depuis sa création en 2008, soit environ 1 400 000 pneus.

+ LA CHARTE

« Nous développons des programmes d'actions à forte valeur environnementale, en propre ou en partenariat, en local, national ou international. »

+ Recyclage de pneumatiques usagés (Stocks orphelins)

1 400 000 pneus évacués depuis 2008



FOCUS

RÉCOMPENSER LES INITIATIVES POSITIVES

Mobivia Groupe est également partenaire de nombreux événements tels que la « Coupe de l'info » où il parraine le prix du blog développement durable, les « Trophées Rethink » qui récompensent des entreprises et des étudiants qui ont su inventer de nouveaux modèles économiques répondant aux défis majeurs du développement durable, ou encore les « Trophées éco-action » organisés par les Eco-Maires qui distinguent les collectivités territoriales les plus innovantes en matière de développement durable.

La Fondation Norauto



FONDATION NORAUTO : « PROMOUVOIR UNE CONDUITE SOLIDAIRE ET RESPONSABLE »



Depuis sa création en 2005, plus de 1,5 million d'euros ont été alloués sous forme de subventions à 225 associations pour leur permettre de poursuivre leurs programmes d'actions dans les domaines de la sécurité routière, de l'aide à la mobilité et de l'environnement. Plus de 1,2 million d'euros ont été distribués dans le cadre de l'appel à projets permanent. En 2008, deux partenariats de trois ans chacun ont été signés entre la Fondation Norauto et le CEREMH (Centre de Ressources et d'Innovation Mobilité et Handicap) et la CASIM France (Chaîne d'Amitié pour la Sécurité et l'Information des Motards) afin d'accompagner leur développement.

8^{ème} ÉDITION DU PRIX EUROPÉEN DE LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE



Devenu une véritable référence, le Prix Européen de la Sécurité Routière a récompensé neuf associations de six nationalités différentes en 2009. Au total, les dotations accordées à ces associations représentaient 47 000 euros. La cérémonie de remise des prix, qui a eu lieu le 15 octobre 2009, a été précédée d'un colloque réunissant une quinzaine d'intervenants français et européens sur le thème « Usagers vulnérables de la route : quelles solutions pour améliorer efficacement leur sécurité ? ».

LA CHARTE

« Nous développons des programmes d'actions à forte valeur environnementale, en propre ou en partenariat, en local, national ou international. »

FOCUS

PREMIÈRE ÉDITION DU GRAND PRIX LA BELLE ROUTE

Afin de soutenir les initiatives environnementales menées par des organismes d'intérêt général, la Fondation Norauto a lancé en 2009 une nouvelle opération : le « Grand Prix La Belle Route ». Ce Grand Prix récompense des actions favorisant l'environnement, le vivant et l'éco-mobilité sur et aux bords des routes. Il est ouvert à des organismes d'intérêt général à but non lucratif : associations, entreprises d'insertion, établissements scolaires, collectivités territoriales et établissements publics de coopération intercommunale... Six associations ont été récompensées le lundi 18 janvier 2010 lors de la cérémonie de remise des prix organisée au Comptoir Général à Paris.

Chiffres clés de la Fondation Norauto en 2009 :

2
partenariats

58
associations financées

434 927 €
distribués

260 100 € pour l'appel à projets
87 000 € pour les concours
66 000 € pour les partenariats
21 827 € pour des conférences et autres actions en propre



Un dialogue qualitatif avec les partenaires



ENTRETIEN DES RELATIONS CONSTRUCTIVES AVEC LES POUVOIRS PUBLICS

Déjà signataire d'un accord cadre avec l'ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie) pour une durée de 3 ans sur le déploiement de projets d'intérêt commun en faveur du développement durable, **Mobivia Groupe** entretient d'étroites relations avec le ministère chargé du Développement durable et ses différents secrétariats d'Etat, sur les sujets liés à la sécurité routière, l'impact environnemental de l'usage automobile ou encore sur l'activité de Recyvalor. Par ailleurs, la Commission européenne consulte régulièrement le groupe sur les politiques de sécurité routière continentales. Inversement, les services de la Commission européenne sont très associés à la préparation et à l'organisation du Prix Européen de la Sécurité Routière.



OUVRIR LE REGARD DES COLLABORATEURS



C'est en décembre 2009 qu'a eu lieu la première édition de « Regards sur... », cycle de conférences initié par la **Fondation Norauto** afin de sensibiliser professionnels et citoyens sur les mutations de la société d'aujourd'hui et de demain. Pour cette première, Alain Grandjean, économiste et expert climat-énergie, co-auteur avec Jean-Marc Jancovici des livres *C'est maintenant, 3 ans pour sauver le monde* et *Le plein, s'il vous plaît !*, a invité les collaborateurs du groupe à porter leur regard sur les antagonismes entre croissance économique et équilibre écologique.

FOCUS

LES ÉTATS GÉNÉRAUX DE L'AUTOMOBILE

Mobivia Groupe a également participé en janvier 2009 aux États Généraux de l'Automobile et y a présenté une contribution écrite (éléments d'analyse et de propositions) sur deux thématiques : « l'automobile et les innovations technologiques à venir, pour répondre à l'évolution des attentes des consommateurs », « l'automobile et la préservation de l'emploi ».

RENFORCER LES LIENS AVEC LES FRANCHISÉS

Pour **Maxauto** comme pour **Midas**, la relation avec les franchisés est au cœur du métier. Chez **Maxauto**, cela se traduit par des réunions d'information régionales organisées chaque trimestre mais aussi par la tenue d'un congrès annuel avec l'ensemble des franchisés. Des journées « produits » sont également proposées pour découvrir en détail les nouveautés.

Un œil extérieur sur les franchises

Philippe, franchisé Midas à Metz (France)

« En plus des réunions mensuelles où l'on évoque des sujets tels que les chiffres d'affaires ou les résultats des centres, les directeurs régionaux nous rendent visite régulièrement. Ils nous font bénéficier de leur expérience et d'un regard extérieur sur nos franchises. Ils nous apportent aussi des conseils personnalisés en fonction de la situation dans laquelle nous nous trouvons. Cela nous est vraiment utile pour faire progresser nos chiffres. »

LA CHARTE

« Nous instaurons un dialogue de qualité avec l'ensemble de nos partenaires : actionnaires, collaborateurs, franchisés, fournisseurs, associations, clients, autorités publiques... ».



Ce rapport développement durable a été imprimé sur du papier Cyclus Print, 100 % recyclé et dont 65 % minimum sont des papiers post-consommation (journaux, revues, etc.). Il a été fabriqué sans désencrage, sans azurant optique, sans traitement au chlore. Il est certifié : l'Ange Bleu allemand, le Cygne Blanc des pays scandinaves, l'écolabel européen, NAPM (le label recyclé des distributeurs anglais) ainsi que les certifications écologiques pour l'entreprise ISO et EMAS. Le papier cyclus est certifié FSC.

Retrouvez la version électronique de ce rapport sur le site
www.mobiviagroupe.com

Mobivia Groupe

*Direction de la communication
en charge du développement durable*

Géraldine OLIVIER

Rue du Fort, CS 70225

59812 Lesquin Cedex

Tél : +33 (0)3 20 60 74 74

dd@mobiviagroupe.com

