



 **Mobivia** GROUPE

GÉNÉRATEUR DE MOBILITÉ DURABLE

Rapport Développement Durable 2010



En 40 ans nous sommes passés de l'ère du tout automobile à une logique de mobilité durable.

Olivier MÉLIS



Message d'Olivier Mélis, Membre du Directoire en charge du développement durable

2010 a été une année particulièrement riche pour notre groupe.

Notre enseigne fondatrice **Norauto a fêté ses 40 ans**. C'est en effet en octobre 1970 que nous avons créé le concept de centre auto en France, avec le lancement de notre premier magasin à Englos (Nord de la France). Pendant ces 40 années nous avons toujours eu à cœur d'innover, d'inventer, de proposer de nouveaux produits et services à nos clients automobilistes, sans jamais nous reposer sur notre succès.

Les attentes de nos clients, mais aussi celles de la société civile ont évolué. Aujourd'hui les répercussions de la crise économique, la baisse du pouvoir d'achat, les enjeux énergétiques majeurs et la hausse du prix des carburants sont autant d'éléments qui font apparaître, chaque jour un peu plus, **la nécessité d'inventer de nouvelles façons de consommer et de changer de paradigme**.

Nous sommes des acteurs de cette mutation, en impulsant cette dynamique à nos clients, en facilitant leurs changements de comportements. Ces ambitions sont mises en place dans nos enseignes historiques depuis plusieurs années avec l'implantation de nouvelles gammes de produits et d'opérations de sensibilisation régulières à la protection de l'environnement et à la sécurité routière. Mais en tant qu'acteur majeur de notre secteur, **nous nous devons d'aller encore plus loin**.

C'est dans ce sens que **nous avons créé Altermove en novembre 2010**, premier concept store ludique et pédagogique 100% dédié à la mobilité douce urbaine, qui propose aussi bien des produits que des services. Nous croyons beaucoup à une mobilité plus responsable, avec la conviction que celle-ci se fera aussi et principalement autour de l'automobile, qui

aujourd'hui encore reste le moyen privilégié au quotidien. À nous alors d'en proposer d'autres usages et d'autres formes ! C'est ainsi qu'est né BetterWay, opérateur de mobilité électrique.

Cette évolution, nous avons choisi de la marquer au cœur de notre nom : **Norauto Groupe est devenu Mobivia Groupe en 2010**. Avec ce nouveau nom, notre groupe a choisi d'affirmer et d'élargir sa vocation :

- Conforter et élargir notre cœur de métier : les services automobiles en innovant en faveur d'une automobile plus propre, plus sûre et plus accessible ;
- Offrir de nouvelles solutions autour de l'écomobilité en investissant pour une mobilité durable.

Entreprendre pour que dans le monde les hommes soient durablement mobiles : c'est porté par cette mission, que nos 10.000 collaborateurs avancent chaque jour. Chacun dans l'entreprise participe à cette démarche en fonction de son métier car pour nous **le développement durable doit être au cœur de chaque métier, de chaque action**.

Ces actions je vous propose de les découvrir au fil de ce 5^e rapport développement durable que nous publions, en présentant des données précises, des faits concrets et différents indicateurs sans avoir attendu que la réglementation issue du Grenelle de l'Environnement ne l'impose bientôt en France à des entreprises comme la nôtre.

Vos remarques et contributions seront les bienvenues pour progresser ensemble vers une responsabilité renforcée et une mobilité durable.

SOMMAIRE



| | |
|------------------------------------------------------------------|----------|
| LE GROUPE | p. 6 |
| Mobivia Groupe, la mobilité de l'homme par la route..... | p. 7 |
| 5 activités, 11 enseignes..... | p. 8 |
| Des métiers variés au service des mobilités..... | p. 9 |
| Une gouvernance stable & collaborative..... | p. 10 11 |
| Les chiffres clés & les implantations..... | p. 12 13 |
| Les faits marquants 2010..... | p. 14 15 |
| Un engagement international & transverse : le Pacte Mondial..... | p. 16 |
| La Charte Développement Durable de Mobivia Groupe..... | p. 17 |



| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| L'ÉCONOMIQUE | p. 18 |
| Placer les critères de croissance durable au cœur des choix stratégiques de l'entreprise et de la mesure de la performance..... | p. 19 |
| Favoriser une économie basée sur la valorisation du cycle de vie des produits..... | |
| Privilégier les fournisseurs & partenaires agissant en faveur du respect des personnes et de l'environnement..... | p. 20 21 |
| Développer les investissements de R&D en faveur d'une mobilité responsable & durable..... | p. 22 |



| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| LE CLIENT | p. 24 |
| Satisfaire les clients par les services & les produits proposés..... | p. 25 |
| Proposer pour chaque type de besoin des produits & services à forte valeur environnementale et/ou sociétale..... | p. 27 |
| Informers les clients sur la dimension environnementale des produits..... | |
| Promouvoir une conduite éco-citoyenne & sensibiliser aux enjeux d'une mobilité durable..... | p. 28 |



| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| L'HUMAIN | p. 30 |
| Favoriser l'entrepreneuriat, le partage des résultats & l'actionnariat des collaborateurs..... | p. 31 |
| Garantir une égalité de traitement dans l'accès à l'emploi (diversité, mixité, équité)..... | p. 32 |
| Développer l'employabilité, favoriser l'autonomie & la prise de responsabilité..... | p. 33 |
| Réduire les risques pour la santé & la pénibilité, veiller à la sécurité des collaborateurs..... | p. 34 |
| Développer les innovations sociales et favoriser un dialogue social responsable..... | p. 35 |



| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| L'ENVIRONNEMENTAL & LE SOCIÉTAL | p. 36 |
| Valoriser les produits usagés..... | p. 37 |
| Optimiser l'utilisation des ressources & réduire l'impact des activités sur l'environnement..... | |
| Sensibiliser & former les collaborateurs au respect de l'environnement..... | |
| Développer le management environnemental..... | p. 39 |
| Développer des programmes d'actions à forte valeur sociétale et/ou environnementale, en propre ou en partenariat..... | p. 40 |
| Rendre compte régulièrement des résultats & de l'avancement des actions en matière de DD. Instaurer un dialogue de qualité avec les parties prenantes..... | p. 42 |



| | |
|--------------------------------------------|-------|
| ÉVALUATION & PERFORMANCES | p. 46 |
| Les indicateurs chiffrés..... | p. 47 |

Les défis stratégiques de Mobivia Groupe

> L'ÉCONOMIQUE

CONFORTER LA CROISSANCE DES ENSEIGNES & PARTICIPER À L'ESSOR D'UNE NOUVELLE ÉCONOMIE

Dans un contexte économique et concurrentiel en constante évolution, Mobivia Groupe veille à la croissance durable de ses entreprises. Qualité, sécurité, réactivité, adaptabilité sont les maîtres mots du groupe afin de répondre à des besoins en perpétuelle évolution. En Europe où l'automobile a une place centrale, la responsabilité des enseignes du groupe travaillant dans ce domaine est de rendre l'automobile toujours plus sûre, plus propre et accessible au plus grand nombre. C'est pourquoi le groupe milite pour **augmenter la durabilité des véhicules** par l'entretien ou pour développer l'échange standard. Développer une **économie plus circulaire et une économie de fonctionnalité** au cœur de la filière automobile, tels sont les défis du groupe.

INVESTIR & INNOVER POUR DE NOUVELLES MOBILITÉS

Au-delà des actions conduites au cœur de la filière automobile, Mobivia Groupe mène une politique d'investissement ambitieuse en faveur d'une mobilité routière durable en créant de nouvelles activités et en lançant de nouveaux produits et services dans des secteurs variés de l'éco-mobilité.

> LE CLIENT

ÉTABLIR UNE RELATION DE CONFIANCE & DE PROXIMITÉ AVEC LES CLIENTS

Pour chaque enseigne du groupe, accorder une attention particulière et personnalisée à ses clients est une priorité. Leurs attentes, besoins et exigences sont autant de leviers d'innovation et d'adaptation des produits et services.

PROMOUVOIR & INNOVER POUR UNE MOBILITÉ DURABLE

Entreprise engagée de la distribution automobile, Mobivia Groupe se doit de sensibiliser les clients de ses enseignes à une mobilité plus durable en leur proposant de **nouveaux produits et services à plus faible impact environnemental**, adaptés à chaque culture et besoin.

> L'HUMAIN

DÉVELOPPER LA MARQUE EMPLOYEUR

L'image du secteur automobile est aujourd'hui peu attractive pour les candidats. Regroupant des entreprises nombreuses et diversifiées, Mobivia Groupe entend développer la notoriété de sa marque employeur afin d'attirer les talents. Sa dimension internationale permet de proposer de nouvelles possibilités de carrière et d'accroître l'employabilité de ses collaborateurs.

CULTIVER LE BIEN-ÊTRE & LA FIDÉLITÉ DES COLLABORATEURS

Veiller à la **sécurité** de ses collaborateurs, stimuler un **dialogue social** de qualité mais aussi déployer les **principes de non-discrimination**, le développement de l'emploi des femmes et l'intégration des personnes handicapées sont autant d'actions à poursuivre pour mener une politique de ressources humaines responsable dont les enjeux principaux sont le bien-être et la fidélité du collaborateur.

> L'ENVIRONNEMENTAL & LE SOCIÉTAL

RÉDUIRE L'EMPREINTE ÉCOLOGIQUE DES ACTIVITÉS

Ce défi est mené sur plusieurs fronts : réduire les consommations d'énergie, amplifier la valorisation des produits usagés, diminuer l'utilisation des matières premières et privilégier les produits recyclés et/ou labellisés....

PRENDRE EN COMPTE L'IMPACT SUR LA SOCIÉTÉ CIVILE

Mobivia Groupe et ses différentes enseignes encouragent en permanence les relations **avec les pouvoirs publics, les acteurs du secteur d'activités et leurs parties prenantes au sens large**. Ces échanges permettent de challenger les équipes, de développer les innovations et d'anticiper les évolutions nécessaires. Le groupe est de plus particulièrement attaché à ses **actions de mécénat**, menées notamment par la Fondation Norauto en direction des associations.



LE GROUPE

D'un acteur référent de l'automobile à un acteur innovant au service des nouvelles mobilités, un groupe international en perpétuelle évolution.

Mobivia Groupe, la mobilité de l'homme par la route

_30 MARS 2010 : _NORAUTO GROUPE _DEVIENT MOBIVIA GROUPE

Le groupe a fortement évolué depuis la création de son enseigne historique Norauto dans les années 1970. Face à l'émergence des enjeux de développement durable et en cohérence avec sa vision, le groupe a choisi d'affirmer sa vocation d'être un acteur de la mobilité au sens large et non plus seulement au service des automobilistes. Afin d'illustrer cette évolution, la mobilité a été placée au cœur même du nom du groupe : **Mobivia Groupe, la mobilité de l'homme par la route.**

_MOBIVIA GROUPE, UN ACTEUR _AUTOMOBILE RÉFÉRENT

Depuis 40 ans, les **enseignes historiques** du groupe : Norauto, Maxauto, Autos, Midas, Carter-Cash, Synchro Diffusion (cf. page 8) accompagnent les automobilistes en leur proposant une diversité de solutions d'entretien et d'équipement automobile. Engagées depuis de nombreuses années sur des thématiques environnementales et sociétales, certaines enseignes du groupe **élargissent d'année en année leur offre** à de nouveaux produits et services pour **une mobilité plus propre, plus sûre, plus accessible et plus économique.**

_MOBIVIA GROUPE, UN ACTEUR _ÉMERGENT AU SERVICE DES _NOUVELLES MOBILITÉS

Le groupe a procédé à des investissements ciblés pour accompagner de jeunes sociétés innovantes en matière d'éco-mobilité, sous forme de collaboration ou de prise de participation : Sineo, Moving Car, GreenCove Ingénierie (cf. page 8) et lançait en propre en 2010 : BetterWay et Altermove (cf. page 22).

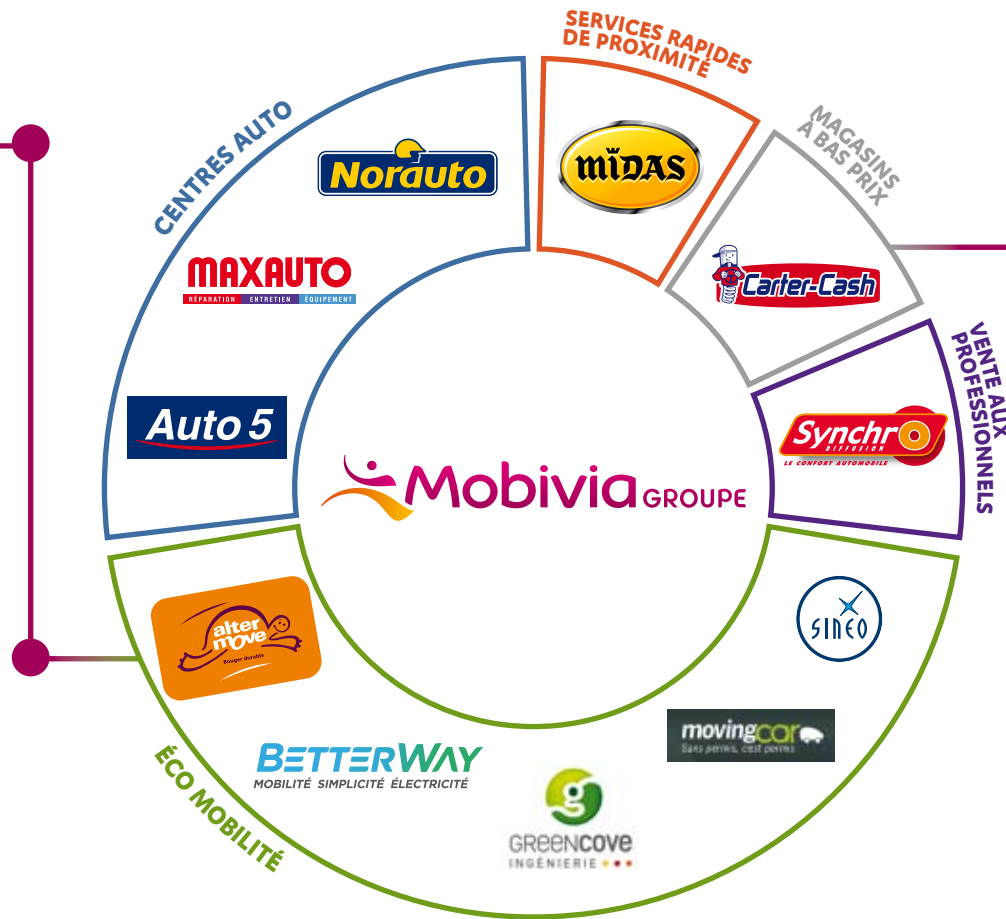
_ENTREPRENDRE POUR QUE _DANS LE MONDE LES HOMMES _SOIENT DURABLEMENT MOBILES

Telle est la mission que Mobivia Groupe s'est fixée depuis 4 ans, en parfaite adéquation avec son métier et ses valeurs : **partage, authenticité, respect, performance** et **entreprendre**. Cette mission, le groupe la fait vivre chaque jour à travers sa **charte interne de développement durable** (cf. page 17), basée sur les 4 piliers de l'excellence : l'économique, le client, l'humain, l'environnemental et le sociétal.



CHRISTOPHE RIBAULT,
PRÉSIDENT DU DIRECTOIRE

“ Après avoir lancé Norauto Groupe en 2006 suite aux acquisitions successives de Maxauto et Midas, il nous a semblé important en 2010 de franchir une nouvelle étape en devenant Mobivia Groupe. Ce nouveau nom est très significatif pour nous, aussi bien en interne qu'en externe. Toutes nos enseignes peuvent exister à travers une même identité fédératrice de notre vision. Ce nom nous permet également d'impulser une nouvelle culture de la mobilité à l'ensemble de nos collaborateurs. En externe, Mobivia Groupe exprime clairement l'évolution de notre périmètre : ce nom affirme notre passage d'une politique d'engagement à une vision intégrée du développement durable. ”



5 activités, 11 enseignes

Norauto, leader des centres auto en France, associe un magasin en libre service et un atelier d'entretien, d'équipement et de réparation multimarques.

Maxauto est une enseigne basée sur le principe de la franchise. Les centres auto Maxauto sont de plus petites tailles et implantés dans des villes moyennes.

Auto5 est un réseau de centres auto implanté en Belgique. Elle développe son concept en succursales tout en s'ouvrant à la franchise.

Midas, numéro 1 mondial de l'entretien sans rendez-vous, développe des centres d'entretien de proximité et des services rapides automobiles toutes marques.

Carter-Cash est une enseigne de vente de produits et accessoires automobiles à bas prix, implantée en périphérie des villes.

Synchr Diffusion est une entreprise qui commercialise des équipements, accessoires automobiles et des services à des professionnels.

Sineo est une entreprise familiale fondée en 2004 spécialisée dans le nettoyage des véhicules sans eau et à la main. Elle est certifiée ISO 14001 et agréée entreprise d'insertion.

Moving Car, née en 2008, est une des sociétés pionnières dans la location de véhicules sans permis.

GreenCove Ingénierie développe des solutions de covoiturage. Elle a créé le premier site web de ce type en France : www.123envoiure.com

BetterWay a vocation à rendre accessible au plus grand nombre la mobilité électrique. Elle propose un ensemble de solutions sur mesure à une cible professionnelle dans un premier temps adaptées à ses besoins et à ses usages.

Altermove est un nouveau concept store de 1000 m² dédié à la mobilité urbaine sous toutes ses formes. La volonté d'Altermove est d'offrir des solutions de transport plus simples, plus économiques et plus écologiques en ville.

Des métiers variés au service des mobilités



JEAN-LUC DONY,
DIRECTEUR DE ZONE
NORAUTO INTERNATIONAL

« Chez Norauto, l'innovation est primordiale pour développer des gammes larges et profondes de produits et services afin que chacun puisse trouver l'article adapté à son usage et à son budget. »



GHISLAIN SION,
DIRECTEUR DE ZONE
NORAUTO INTERNATIONAL

« Nous avons à cœur de nous adapter à la culture de chacun de nos pays d'implantation. Nous ajustons ainsi nos gammes liées à la mobilité selon les spécificités géographiques, climatiques et économiques. »



PAULO SOLTÍ, DIRECTEUR
GÉNÉRAL DE MIDAS EUROPE

« Nous disposons d'un véritable réseau européen et offrons aux automobilistes une véritable alternative aux réseaux constructeurs tout en maintenant la garantie. Alors pourquoi payer plus cher si Midas peut le faire ? »



PATRICK LEFEBVRE, DIRECTEUR
GÉNÉRAL DE CARTER-CASH

« Chez Carter-Cash, nous proposons l'essentiel pour l'auto à bas prix afin de rendre la mobilité accessible même aux petits budgets. »



PIERRE-OLIVIER VAN-HILLE,
DIRECTEUR GÉNÉRAL
DE SYNCHRO DIFFUSION

« Nous incitons nos clients professionnels à s'orienter lorsqu'ils le peuvent vers des solutions alternatives, en leur proposant des produits plus respectueux de la planète. »



FABIEN DERVILLE,
MEMBRE DU DIRECTOIRE,
DIRECTEUR GÉNÉRAL DE VIA I-D

« Nous avons fondé Via I-D dans l'objectif de développer les nouveaux métiers qui permettront aux individus de se déplacer de façon plus économique et écologique. »

Le développement de ces nouveaux métiers se fait en interne par la création de nouveaux concepts ou en externe par la formalisation de partenariats avec des entrepreneurs.

Via I-D, adossé à Mobivia Groupe, est en mesure de participer au financement d'innovations mais aussi d'apporter son expertise, ses compétences et son soutien technique à des projets en démarrage. »

via iD
Initiatives
& Développement

Une gouvernance stable & collaborative

_ UN ACTIONNARIAT FAMILIAL DEPUIS 40 ANS

Mobivia Groupe bénéficie d'un actionnariat familial depuis sa création. Fort de la stabilité et de l'indépendance financière de son actionnariat, Mobivia Groupe investit sur l'avenir dans une logique de long terme et de progrès permanent.

Cette confiance apportée par l'actionnariat permet aujourd'hui au groupe d'investir sur de nouveaux modèles économiques.

_ UNE DIRECTION OPÉRATIONNELLE PARTAGÉE

Depuis huit ans, le groupe est piloté par un Directoire composé de trois membres :

- **Christophe RIBAUT**, Président du Directoire
- **Fabien DERVILLE**, membre du Directoire en charge des nouvelles mobilités
- **Olivier MÉLIS**, membre du Directoire en charge du développement

Le Directoire définit la stratégie du groupe et ses axes de développement. Il valide les stratégies des filiales et veille à leur bonne mise en œuvre. Il rend compte de ses actions auprès du Conseil de Surveillance.



De gauche à droite : Gilles Galippe, Jo Lemaitre, Grégory Sartorius, Sandrine Leconte, Joël Toulemonde, Thomas Derville, Didier Demeestère, Frédéric Motte

_ UN CONSEIL DE SURVEILLANCE TRÈS IMPLIQUÉ

Le conseil de surveillance de Mobivia Groupe est composé de huit membres élus pour quatre ans. Il suit et oriente la gestion de l'entreprise exercée par le Directoire et en rend compte aux actionnaires. Le conseil de surveillance de Mobivia Groupe se réunit mensuellement, avec un taux de participation de près de 100% sur l'année 2010. Depuis 2008, il est présidé par Monsieur Joël Toulemonde.

_ LE CONSEIL STRATÉGIQUE

Le conseil stratégique a pour objectif de challenger le directoire et d'apporter un effet miroir aux orientations stratégiques prises par l'entreprise. Il est à géométrie variable et intègre des personnalités reconnues pour leur expertise dans un domaine social, sociétal ou économique.

_ LE COMITÉ D'AUDIT

Émanation du conseil de surveillance, le comité d'audit s'informe et étudie les éléments permettant de rendre compte au Conseil de Surveillance de la bonne conformité des informations financières, de l'organisation et de la régularité des opérations d'audits internes et des bonnes pratiques en matière de séparation des pouvoirs.

_ LE COMITÉ DE NOMINATIONS & RÉMUNÉRATIONS

Le comité de nominations et rémunérations valide les systèmes de partage de la performance en vigueur dans l'entreprise. Il s'assure également du respect des valeurs et des process en matière de gestion des ressources humaines.



JOËL TOULEMONDE,
PRÉSIDENT DU CONSEIL DE
SURVEILLANCE, MOBIVIA GROUPE

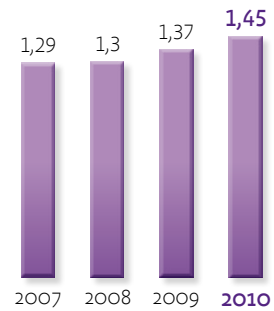
“ Je suis heureux de présider le conseil de surveillance de Mobivia Groupe car c'est un groupe exemplaire en matière de gouvernance. Les membres du conseil de surveillance sont des personnalités libres, qui sont renouvelées progressivement au fil des ans. Ils s'intéressent à tous les sujets de l'entreprise. C'est un investissement important pour eux (15 jours/an) ce qui montre qu'ils sont véritablement impliqués. ”



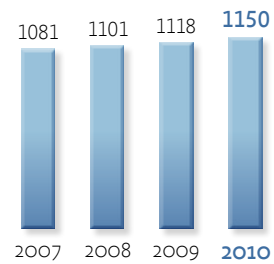
Les chiffres clés & les implantations

Chiffres au 30 septembre 2010

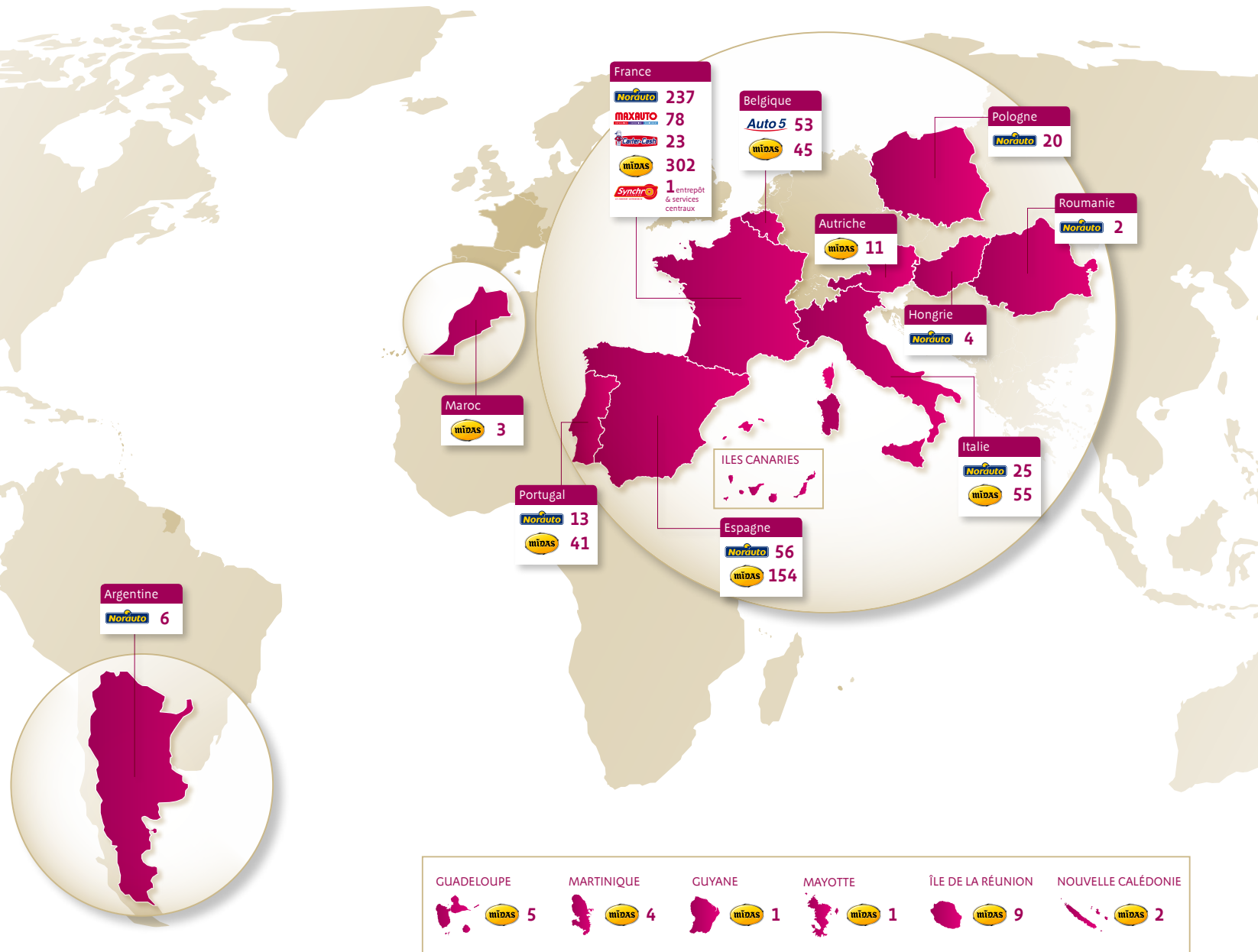
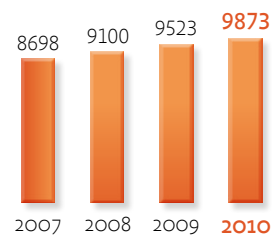
CA HT du groupe en milliards d'euros



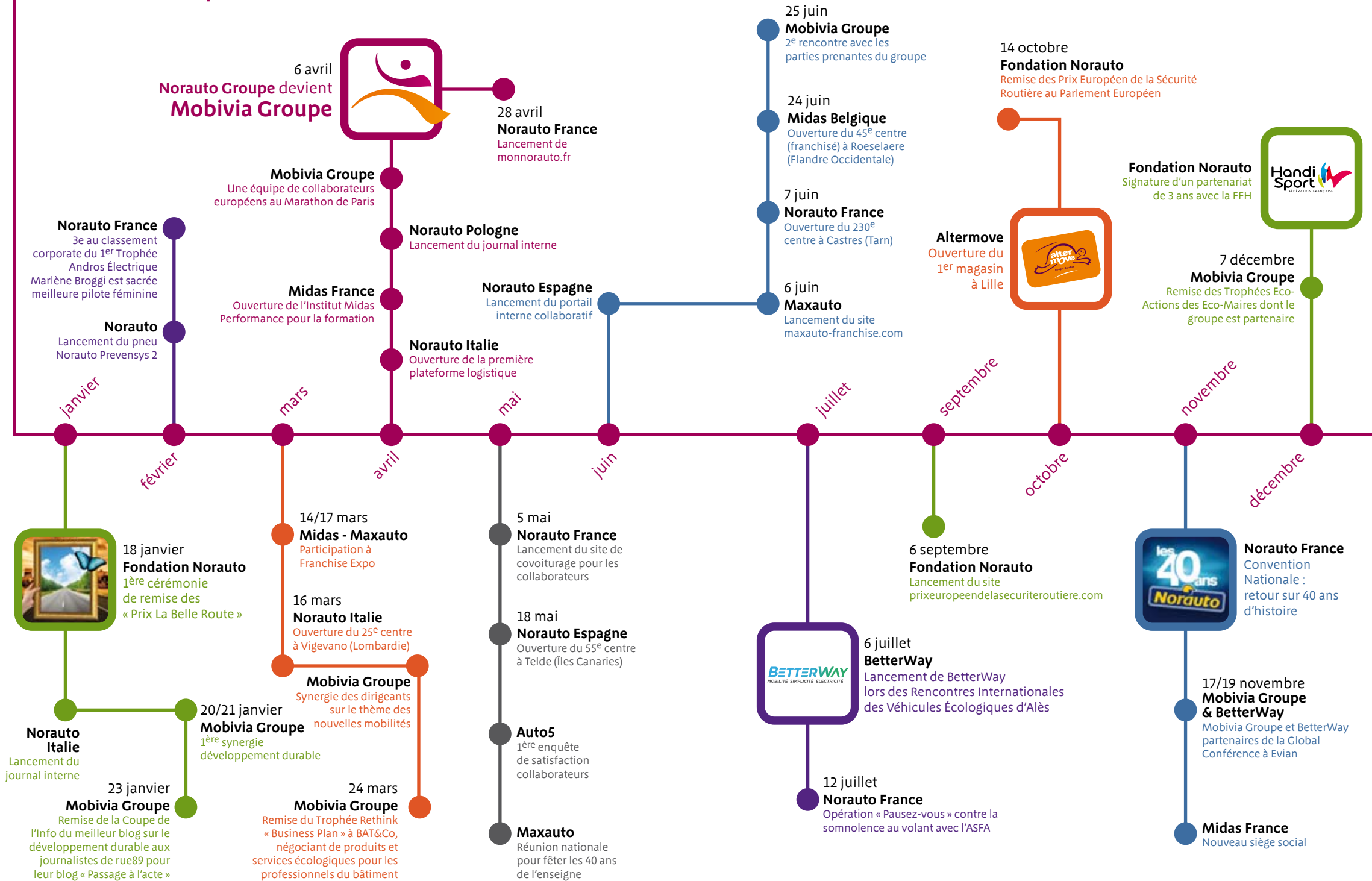
Nombre de points de vente



Nombre de collaborateurs (hors franchisés)



Les faits marquants 2010





Un engagement international & transverse : le Pacte Mondial

_MOBIVIA GROUPE, SIGNATAIRE DU PACTE MONDIAL

Mobivia Groupe a rejoint en mars 2008 les 1800 entreprises mondiales ayant adhéré au Pacte Mondial. Le Pacte Mondial, lancé en 2000 par le secrétaire général de l'ONU, propose aux entreprises d'adopter et de souscrire à un ensemble fondamental de valeurs relatives à la déclaration des

droits de l'homme, aux normes internationales de travail et à la protection de l'environnement. Les entreprises qui y adhèrent s'engagent à appliquer individuellement les 10 principes du Pacte Mondial.

Chaque année, Mobivia Groupe met à la disposition de tous, sa communication de progrès sur le site des Nations unies dédié au pacte mondial www.unglobalcompact.org

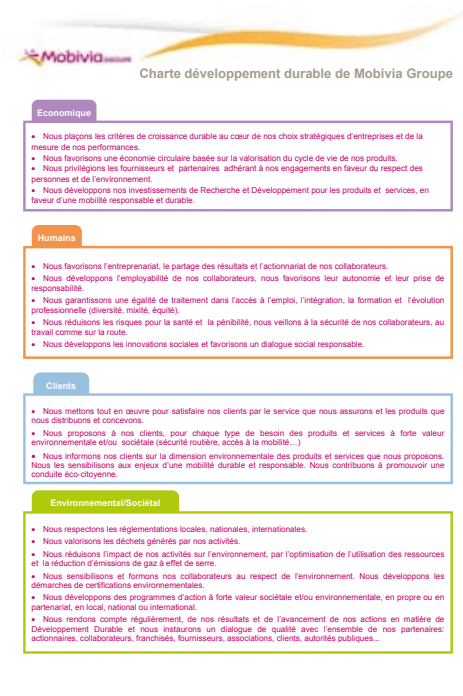
_LES PRINCIPES DU PACTE MONDIAL

- Principe N°1** > Contribuer à la **protection & au respect des droits de l'Homme** > cf pages 20/21
- Principe N°2** > Veiller à ne pas se rendre complice de **violations des droits de l'Homme**
- Principe N°3** > Respecter la **liberté d'association** & reconnaître le **droit à la négociation collective**
- Principe N°4** > Participer à l'élimination de toutes les formes de **travail forcé ou obligatoire** > cf pages 20/21
- Principe N°5** > Aider à l'abolition réelle du **travail des enfants**
- Principe N°6** > Lutter contre la **discrimination** en matière d'emploi & d'activité **professionnelle** > cf pages 32/33
- Principe N°7** > Adopter une démarche fondée sur le **principe de précaution** en matière d'environnement
- Principe N°8** > Prendre des **initiatives** pour promouvoir une plus grande **responsabilité environnementale** > cf pages 27/29/39
- Principe N°9** > Favoriser la mise au point & la diffusion de **technologies respectueuses de l'environnement** > cf pages 22/23
- Principe N°10** > Agir contre la **corruption** sous toutes ses formes, y compris l'**extorsion de fonds & les pots-de-vin**

La Charte Développement Durable de Mobivia Groupe

_UNE CHARTE BÂTIE SUR 4 AXES DE PERFORMANCE

Véritable feuille de route dans laquelle priorités et objectifs à atteindre sont clairement identifiés, la Charte Développement Durable est valable pour l'ensemble des entreprises et métiers du groupe. Construite autour des 4 piliers de l'excellence du groupe : l'économique, le social et l'environnemental soit les 3 piliers du développement durable mais aussi un quatrième : le client, au cœur des attentions du groupe, cette charte née en mars 2008 a été signée par l'ensemble des dirigeants du groupe.



_LE MANAGEMENT DU DÉVELOPPEMENT DURABLE AU SEIN DU GROUPE

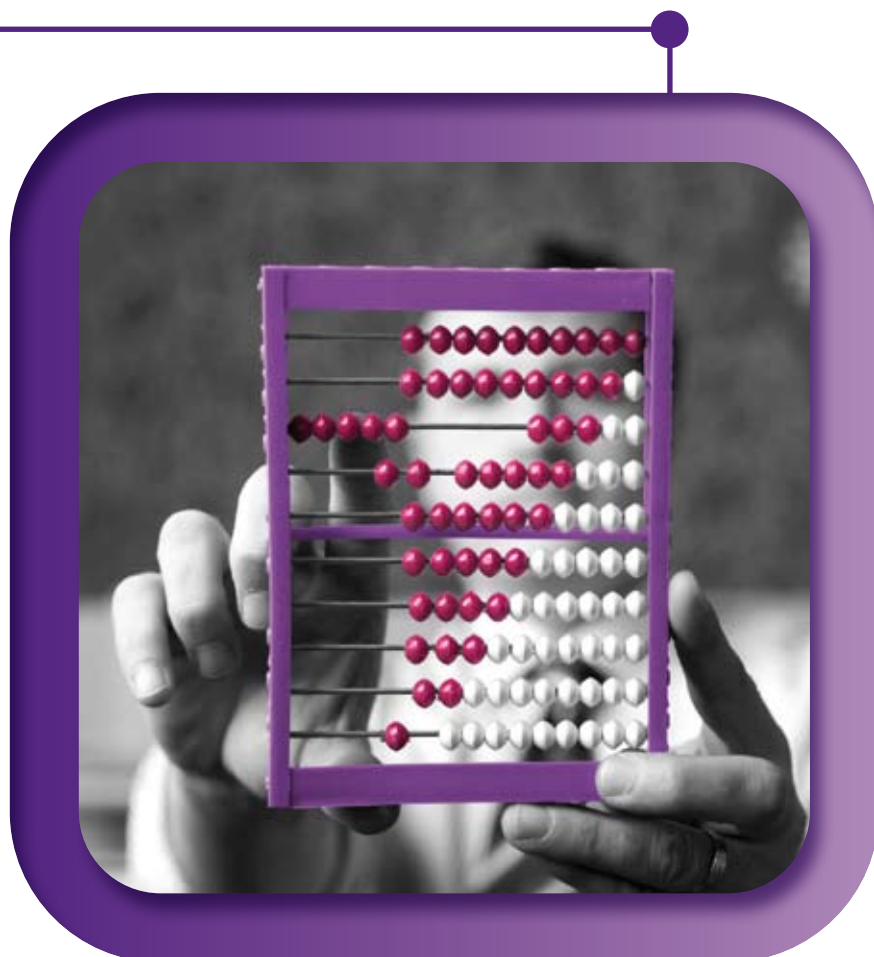
Afin de faire vivre cette charte interne, le groupe a mis en place des synergies développement durable annuelles qui se traduisent par des rencontres régulières entre les membres du réseau de correspondants des différentes enseignes et pays.

Ces rencontres sont l'occasion pour chacun d'échanger sur les bonnes pratiques mises en place mais aussi d'approfondir des thématiques spécifiques.

L'animation au quotidien de ce réseau passe principalement par l'Atelier Durable, le site intranet collaboratif du groupe entièrement dédié au développement durable.

Au-delà de ce réseau, tous les collaborateurs sont évalués annuellement sur les 4 axes de la charte : l'économique, le client, l'humain, l'environnemental et le sociétal.

Soucieux de ne pas faire de greenwashing (une communication développement durable de façade), le groupe souhaite par ce biais intégrer le développement durable dans chaque métier, chaque fonction quelque soit l'enseigne ou le pays concerné.



L'ÉCONOMIQUE

Mobivia Groupe favorise une croissance responsable : en soutenant des entrepreneurs citoyens, en privilégiant des fournisseurs partageant les mêmes valeurs, **en développant de nouvelles activités de mobilité durable.**

Placer les critères de croissance durable au cœur des choix stratégiques de l'entreprise & de la mesure de la performance



EXPLORER DE NOUVEAUX TERRITOIRES

Mobivia Groupe est devenu un groupe international, incontournable dans son secteur d'activité. Les enseignes du groupe constituent aujourd'hui un réseau de 1150 centres, situés majoritairement en Europe. L'année 2010 aura vu l'ouverture de 32 nouveaux centres. Parmi ces ouvertures, on peut noter une belle progression du parc de Carter-Cash (+ 40%) avec le lancement de 6 magasins en France. Norauto Espagne a, quant à elle, inauguré 2 centres sur les Îles Canaries. Cela constitue une première pour le concept Norauto en Europe qui avait jusque là été déployé uniquement sur le continent. Un centre a été implanté en mai sur l'île de Gran Canaria, le second sur l'île de Tenerife.

PROSPÉRER DEPUIS 40 ANS

Créateur du concept de centre auto en France en 1970, Norauto a su se développer dans une logique de progrès continu. Le succès de Norauto, leader en France depuis 40 ans, est lié à sa capacité à se remettre en question et à prendre en compte son environnement. Dès 1992, l'entreprise a lancé un programme de réduction des nuisances liées à l'automobile, consacré à la sécurité routière et à la protection de l'environnement. Ces choix précurseurs lui ont permis d'anticiper de nombreuses législations et d'avoir une répercussion très importante sur le plan économique. Les investissements ont ainsi pu être réalisés progressivement, dans une logique d'amélioration constante.

Entreprise originaire du Nord de la France, Norauto a été développée avec une culture d'entreprise et des valeurs profondément humanistes. Management participatif, programme de formation adapté et complet, actionnariat salarié, etc., ces notions sont des réalités depuis 30 ans pour l'ensemble des collaborateurs de l'entreprise. Les critères d'une croissance durable ont toujours été au cœur de la stratégie d'entreprise. 40 ans plus tard, nul doute que le succès de Norauto repose en partie sur cette prise en compte des enjeux globaux.



Dans une logique de croissance durable, Norauto a entrepris un nouveau maillage du territoire français en adaptant son concept à de nouveaux besoins. En avril 2010, un centre de services automobiles a été lancé au sein de la zone de l'aéroport de Lille-Lesquin. Cette nouvelle déclinaison permet aux voyageurs de faire réaliser l'entretien de leur véhicule sans contrainte. Pour proposer une offre complète, Norauto s'est associé à Sineo qui réalise le lavage des véhicules sans eau.

Favoriser une économie fondée sur la valorisation du cycle de vie des produits

_RECHAPER POUR RÉUTILISER

Le rechapage est un terme générique utilisé pour désigner le processus qui consiste à prolonger la vie d'un pneu usé en remplaçant la bande de roulement, autrement appelé la sculpture. Le processus de rechapage d'un pneu commence par une évaluation du pneu pour assurer que la carcasse est viable. La bande de roulement usée est enlevée par une méthode de « polissage » où le pneu est poli jusqu'à la taille requise. Une nouvelle bande de roulement est ensuite appliquée sur la surface aplatie. Les pneus rechapés offrent une bonne alternative à un pneu neuf. Ils sont moins coûteux et leur fabrication est d'un impact moindre

sur l'environnement. Pour toutes ces raisons Norauto Pologne a initié en 2010 la vente de pneus rechapés dans ses centres.

_VENDRE DES PIÈCES RECONDITIONNÉES

Sur le même principe, Carter-Cash, Norauto, Maxauto et Autos proposent à leurs clients des pièces détachées dites "reconditionnées". Ce terme désigne le remplacement dans un ensemble mécanique d'une partie usée ou détériorée par son équivalent neuf, ou remis à neuf en usine. Les principaux produits concernés sont les transmissions, démarreurs et alternateurs.

Privilégier les fournisseurs & partenaires agissant en faveur du respect des personnes et de l'environnement

_ENCOURAGER LES FOURNISSEURS À S'INVESTIR DANS UNE DÉMARCHE DE PROGRÈS

La centrale de référencement du Groupe a préféré une démarche d'accompagnement et de pédagogie aux côtés de ses fournisseurs, notamment asiatiques, à une démarche de sanction immédiate. Pour ce faire, la centrale de référencement fonctionne sur plusieurs niveaux :

- intégration systématique d'un chapitre lié au développement durable dans les cahiers des charges envoyés. Ce chapitre est adapté selon le produit concerné : réduction des emballages, matières premières plus respectueuses de l'environnement, durée de vie plus longue et meilleure recyclabilité...
- réalisation d'audits. Lorsque les résultats de ces audits ne sont pas satisfaisants, un plan d'actions et de suivi est mis en place pour susciter une amélioration des techniques utilisées.

_VÉRIFIER AVEC DES AUDITS QUALITÉ, SOCIAUX & ENVIRONNEMENTAUX RÉGULIERS

L'équipe Achats de Mobivia Groupe dispose de 7 collaborateurs, chargés exclusivement de la réalisation des audits et du suivi de la qualité. Elle s'appuie également si besoin sur les compétences d'un cabinet externe. Il existe 3 types d'audits :

- Qualité. Deux types d'actions composent cet audit : un contrôle du lieu de fabrication ainsi qu'un contrôle des commandes avant expédition. Tous les fournisseurs sont soumis à ces vérifications, cependant les fabricants des produits à marques propres du groupe sont inspectés à un rythme plus soutenu. Seuls 3% des sites visités en 2010 présentaient de graves manquements.
- Social. L'audit social a été élaboré sur les bases des différentes normes ISO. Très complets, les audits sociaux sont menés durant deux jours et concernent principalement les conditions de travail, les règles d'hygiène et de sécurité, la rémunération et le temps de travail.

■ Environnemental. L'audit environnemental est quant à lui fondé sur les principes de l'ISO 14001. Une attention toute particulière est portée aux réseaux d'assainissement et de rejet des eaux usées ainsi qu'à la gestion des déchets. 23 fournisseurs ont été audités en 2010 sur ces aspects.

_ACCOMPAGNER LES PARTENAIRES DANS LA MISE EN ŒUVRE DE PLAN D'AMÉLIORATION

Si les fournisseurs sont les premiers concernés par ces démarches, il n'en reste pas moins que l'entreprise travaille avec de nombreux autres partenaires, de taille et de métier différents. Il est important aux yeux du groupe que chacun soit intégré à cette démarche d'amélioration. ID Logistics, partenaire logistique de Norauto depuis plusieurs années, a ainsi lancé un programme développement durable de grande envergure en 2008, stimulé par les actions menées en amont par le service logistique de Norauto. Aujourd'hui ID Logistics emmène à son tour ses clients et prestataires !



Dans un tout autre registre, le service marketing de Norauto France a soumis ses prestataires et fournisseurs à un questionnaire portant sur les actions menées d'un point de vue environnemental mais aussi social, dans un objectif de dialogue. Au total 16 partenaires, de la multinationale de 45.000 salariés à la PME de 24 collaborateurs, ont été interrogés et segmentés en 3 catégories :

les producteurs de papier, les imprimeurs, les sociétés de service (agences de communication, distributeurs...). Les retours ont permis de dégager de grandes tendances : les précurseurs sont les papetiers ; leur activité étant, par certains aspects, particulièrement polluante, de nouveaux processus innovants et plus responsables se sont

généralisés dans la profession. Plus respectueux de l'environnement, les nouveaux procédés d'imprimerie se traduisent également par des économies, ce qui a favorisé l'adoption de nouveaux comportements par les imprimeurs.

Les évolutions constatées dans les sociétés de service sont plus souvent dues à la législation, mais ces entreprises sont aujourd'hui motivées par un enjeu d'image. Ce questionnaire a permis au service marketing d'avoir une vision plus précise des actions menées mais aussi de favoriser l'échange de bonnes pratiques.



On peut noter également que 3 imprimeurs ont obtenu le label Imprim'Vert pour pouvoir continuer à travailler avec Norauto.



HONG CHAO, RESPONSABLE QUALITÉ MOBIVIA GROUPE

« Grâce à nos audits sociaux, nous avons détecté qu'un de nos fournisseurs présentait des problèmes. Ainsi, le salaire minimum n'était pas assuré pour les ouvriers payés aux pièces ; il existait une forte pénalité (20% de salaire mensuel) pour ceux qui avaient commis des erreurs ; certains d'ouvriers n'avaient pas droit à un jour de congé par semaine ; les équipements de protection individuels n'étaient pas suffisants. Toutes ces non-conformités s'améliorent grâce à la communication régulière de notre équipe avec cette usine. C'est un des fournisseurs qui veut vraiment construire une relation commerciale à long terme. Ce type de relations est ce que nous cherchons à construire avec nos fournisseurs. »

Développer les investissements de R&D en faveur d'une mobilité responsable & durable



ÉLABORER DES PRODUITS INNOVANTS

Après l'élaboration du premier coffre de toit repliable, Mobivia Groupe a lancé la Moving Base en 2010. La Moving Base est une plateforme qui se fixe à l'arrière du véhicule sans système d'attelage. Cette plateforme est multi-usages : elle peut servir de porte-vélo mais permet aussi de transporter des bagages ou des déchets verts si elle est associée au Moving Box.

Son originalité est double : conçu en textile recyclable, s'intégrant sur une structure métallique, le Moving Box nécessite moins de matières premières qu'un coffre de toit traditionnel. Sa deuxième particularité réside dans son positionnement : installé à l'arrière du véhicule, il génère beaucoup moins de surconsommation et de bruits parasites que les coffres de toit classiques.

PARTICIPER À UNE ÉTUDE SUR L'ÉCO-ENTRETIEN

Au-delà des mesures en faveur du renouvellement du parc, différentes dispositions dédiées à l'automobile ont été définies par la loi dite Grenelle 1 et notamment au sein de l'article 13 : « Une politique d'incitation à l'éco-entretien des véhicules automobiles nécessaire pour maintenir les véhicules à leur niveau nominal d'émissions polluantes sera mise en œuvre par l'État en coordination avec les professionnels de

l'automobile ». L'absence de définition précise de cette démarche risque d'entraîner une multiplication d'offres de prestations à géométrie variable se référant au terme d'éco-entretien, plus ou moins bénéfiques pour l'environnement. C'est pourquoi Mobivia Groupe a participé à la réalisation d'une étude exploratoire pilotée par la FEDA (Fédération des Syndicats de la Distribution Automobile) visant à définir un processus type de diagnostic éco-entretien qui pourrait faire l'objet de terme d'une labellisation.



MICHEL VILATTE,
PRÉSIDENT DE LA FEDA

« Pour définir un diagnostic type et les prestations que l'on pourrait rassembler sous le concept d'éco-entretien®, défini par la loi dite Grenelle 1, la FEDA a lancé une vaste étude exploratoire en liaison avec l'ADEME. Cette étude n'aurait pu être réalisée sans la contribution active des professionnels de la distribution automobile, au premier rang desquels on trouve les enseignes de Mobivia Groupe. »

STIMULER LA MOBILITÉ ÉLECTRIQUE

Mobilité, simplicité, électricité... ainsi se positionne BetterWay, entreprise créée par le groupe en juillet 2010 dont la vocation est de rendre accessible au plus grand nombre la mobilité électrique. Elle commercialise ainsi 3 types de véhicules disposant chacun de performances permettant de répondre à différents usages y compris des déplacements supérieurs à 150 km/h sur autoroute. BetterWay offre un ensemble de solutions innovantes dans le domaine de l'électrique :



- financement par des propositions de package (achat ou location) pouvant intégrer l'assurance ;
- entretien et service après-vente ;
- commercialisation de bornes électriques et de solutions de recharge.

Parallèlement à la création de cette nouvelle entreprise, Norauto a mis en place des plans de formation spécifiques aux véhicules électriques, qu'ils soient à 2 ou 4 roues. L'objectif de ce plan de formation est de familiariser les collaborateurs aux technologies électriques. Ces formations leur permettent aussi de répondre aux interrogations suscitées par ces nouveaux modes de transports.

INTRONISER UN NOUVEAU CONCEPT AUTOUR DES MOBILITÉS ALTERNATIVES

Le groupe a lancé un concept store unique en France dédié à toutes les formes de mobilités urbaines douces. Situé au cœur de Lille sur 1000 m², Altermove propose des produits et services de mobilité particulièrement innovants. Inauguré en octobre 2010, ce projet aura nécessité plus d'un an et demi de préparation : définition précise du concept, prospection et benchmark, élaboration des gammes de produits et services, constitution de l'équipe, agencement du magasin. L'équipe d'Altermove a pu s'appuyer sur les compétences des équipes du groupe ainsi que sur l'expertise et l'expérience de Norauto France et des services supports du groupe.

Ce premier magasin est segmenté en 4 parties bien distinctes pour répondre à tous les besoins de mobilité :

- En voiture autrement ! 3 types de véhicules électriques sont disponibles à la vente ou à la location.
- À scooter autrement ! Une gamme de scooters complète y est présentée, comportant des modèles thermiques et électriques.
- À vélo autrement ! Pliant, classique, urbain ou design, Altermove propose un très large choix de vélos.
- En route autrement ! Parce que la mobilité doit être accessible à tous, Altermove a développé une offre spécifique pour les personnes à mobilité réduite, qu'elles soient handicapées ou tout simplement âgées afin de faciliter leur mobilité au quotidien. Cet espace expose également des solutions pour les jeunes parents dont des « vélos poussettes » par exemple.

La gamme des produits est enrichie de services : outre l'entretien et la réparation des véhicules proposés, Altermove dispose de solutions de covoiturage, de vélo taxi, de chauffeur à la carte, d'autopartage...



LOUIS NÈGRE, SÉNATEUR-MAIRE DES ALPES-MARITIMES, CO-PRÉSIDENT DE TDIE, PREMIER VICE-PRÉSIDENT DU GART, EN CHARGE DE LA RÉDACTION DU LIVRE VERT SUR LES INFRASTRUCTURES DE CHARGE

« Lors des Rencontres internationales des véhicules écologiques à Alès en juillet 2010, j'ai assisté au lancement par Mobivia Groupe de sa nouvelle enseigne dédiée à la vente de véhicules électriques. C'est grâce à la mobilisation de ce type de réseaux en contact direct avec des millions d'automobilistes que le marché du véhicule électrique pourra décoller en France. Pour accompagner cet essor, la filière électrique a en effet besoin d'acteurs qui contribueront à rendre accessible et démocratiser le véhicule électrique vis à vis du plus grand nombre. »



LE CLIENT

Avec plus de **20 millions de clients à travers le monde**, Mobivia Groupe favorise l'émergence de nouveaux comportements : en assurant une écoute auprès de chaque client de chaque enseigne dans chaque pays, en présentant une offre de produits et de services de qualité, respectueux de l'environnement et à moindre coût, en sensibilisant aux enjeux de la planète et aux nouvelles formes de mobilité.

Satisfaire les clients par les services & les produits proposés

— AVOIR DES CLIENTS « TRÈS SATISFAITS »

Depuis 2008, un programme d'écoutes clients en ligne, personnalisé par points de vente est déployé au sein du groupe. En 2010, l'ensemble des enseignes est équipé de ce système. Outre les économies d'échelle apportées par la duplication, cette homogénéisation permet de challenger les équipes des différents pays. Ainsi chez Midas, il a été choisi de ne comptabiliser que les clients très satisfaits. Les clients « seulement » satisfaits ne sont pas intégrés à l'indice de satisfaction final.

En parallèle de ces écoutes, Norauto France s'est engagée dans une démarche de certification client. Premier dans son secteur d'activité, Norauto a choisi de formaliser son engagement auprès de ses clients afin de leur apporter une qualité de service homogène au sein de son réseau.



Chez Norauto, où les produits à marque propre sont développés depuis 25 ans, un grand changement a été opéré en 2010 dans les rayons Housses et Tapis, avec l'arrivée de nouvelles gammes complètes. Le packaging de ces tapis a été repensé afin d'utiliser moins d'emballages : moins de plastique, moins de cartons !

— ÉTOFFER LA GAMME DE PRODUITS À MARQUE PROPRE

En 2010, Midas a lancé son nouveau pneu : Tenor. L'ensemble des références proposées couvre plus de 90% des modèles de voitures en circulation (hors 4x4 et utilitaires). Ce pneu, garanti 5 ans ou 40 000 km, est fabriqué à base de gomme à haute teneur en silice et dispose d'un profil asymétrique, correspondant à la majorité des équipements d'origine. Outre ces aspects, Midas a voulu aller encore plus loin en intégrant un repère d'usure spécifique qui permet de prévoir son remplacement avant d'arriver au seuil fatidique des 1,6 mm (repère légal en France) ainsi qu'un témoin de géométrie qui aide à relever un défaut de parallélisme. Ces nouveautés servent à assurer une meilleure sécurité des véhicules mais aussi une meilleure anticipation des changements et réglages à prévoir. Enfin Tenor a une résistance au roulement exceptionnelle qui lui permet d'avoir une durée de vie beaucoup plus longue qu'un pneu classique !



CAROLINE RAMET,
RESPONSABLE FIDÉLISATION
& CONNAISSANCE CLIENTS
NORAUTO FRANCE

“ La certification des services s'inscrit dans une démarche globale de qualité et découle d'une mesure objective réalisée par un organisme certificateur indépendant. La certification se base sur le respect d'un référentiel de 51 engagements, touchant l'ensemble des métiers. ”



INNOVER DANS LES SERVICES POUR FACILITER L'USAGE

Pour faciliter la vie de l'automobiliste, les enseignes du groupe développent chaque année de nouvelles prestations. En 2010, on peut souligner la possibilité de faire établir sa carte grise dans un centre Norauto ou Midas en France. Ce nouveau service permet un gain de temps, bien souvent précieux, en évitant les files d'attente dans les préfectures. Pour ce service tout à fait réglementé, les collaborateurs ont reçu une formation spécifique à la prise en main du logiciel.

www.monnorauto.fr : c'est sur cette page web que les clients internautes peuvent accéder à leur espace personnel dédié depuis mai 2010. Ce site stocke l'ensemble des prestations effectuées sur leur véhicule par Norauto, permettant ainsi en 2 clics d'avoir accès au carnet d'entretien du véhicule. Couplé à l'offre Ma Révision, il offre la possibilité aux clients d'ajouter eux-même les prestations qui auraient été effectuées ailleurs afin d'avoir constamment un carnet d'entretien à jour. Il informe également des prochaines prestations qui seront à réaliser et en propose les devis, afin d'aider à la planification budgétaire de l'entretien automobile.

En Hongrie, c'est un service de contrôle technique qui a été testé dans un centre, afin de permettre aux automobilistes d'avoir accès à l'ensemble des services automobiles dans un lieu unique. Ce nouveau service a nécessité une préparation conséquente afin de répondre aux exigences de la réglementation hongroise.

EXISTER EN TANT QU'ALTERNATIVE AUX RÉSEAUX CONSTRUCTEURS

Conscientes que les tarifs pratiqués par les concessionnaires ne sont parfois pas accessibles à tous, les enseignes du groupe ont développé dans l'ensemble de leurs pays d'implantation des offres alternatives à celles des constructeurs. LA Révision chez Midas, Ma Révision chez Maxauto et Norauto ou Service Plan chez Autos laissent donc le choix à l'automobiliste d'effectuer l'entretien de son véhicule où il le souhaite. Dans un contexte de crise économique et de stagnation du pouvoir d'achat, ces services sont plus que jamais adaptés aux besoins. Bien entendu, effectuer une révision annuelle au sein d'un réseau indépendant, ne fait pas perdre le bénéfice de la garantie constructeur !



Afin de sensibiliser le grand public, les enseignes ont créé des communications spécifiques avec le lancement de sites internet dédiés : www.larevisionoficial.es en Espagne ou www.ilmiotaglandoaprezzonorauto.it en Italie.

Norauto Portugal a entrepris une campagne de sensibilisation « L'entretien officiel de votre véhicule au juste prix » ("A manutenção do seu veículo oficial a um preço justo"), quand Autos dit « Stop aux entretiens auto trop chers ! ».

► 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 du constructeur, même pendant la période de garantie contractuelle, sans perdre le bénéfice de cette garantie (brochure explicative, question 37 du règlement européen 1400/2002)

Proposer pour chaque type de besoin des produits & services à forte valeur environnementale et/ou sociétale

ENRICHIR LES GAMMES DE PRODUITS ÉCOLABELLISÉS

Dans chaque pays d'implantation de Norauto, des produits écolabellisés sont disponibles notamment dans les rayons entretien et peinture. Lancée il y a 3 ans avec la gamme de produits Sineo, cette offre écolabellisée s'est étendue année après année avec l'arrivée d'une gamme à marque Norauto mais aussi grâce à d'autres fournisseurs locaux. Ces produits plus respectueux de l'environnement ne sont pas toujours synonymes de surcoût : en Italie, la gamme de produits écolabellisés Mafra, fournisseur local, lancée en 2010 est proposée à un prix identique à celui d'une gamme traditionnelle.

CONTRIBUER À UNE MEILLEURE ACCESSIBILITÉ

Au delà des aspects environnementaux, les enseignes de Mobivia Groupe œuvrent pour faciliter l'accessibilité à la mobilité aux personnes âgées ou handicapées. Sur ce point, Altermove dispose d'un univers entièrement dédié, conçu en étroite collaboration avec des ergothérapeutes. Les produits proposés sont variés et vont de l'accessoire au scooter de mobilité.

De son côté, Norauto continue d'agréments sa gamme accessibilité avec de nouveaux produits tels que le coussin pivotant ou le dossier confort dorsal Ad'just.

MULTIPLIER LES OFFRES DE MOBILITÉS DOUCES

Aujourd'hui toutes les enseignes disposant d'un magasin proposent à la vente des deux-roues, qu'ils soient motorisés ou non, et ce quelque soit le pays d'implantation. Ces deux-roues peuvent également être entretenus et réparés dans les ateliers. Plus de 350 personnes ont été formées en 2010, rien que chez Norauto France pour répondre aux attentes des clients. Pour mettre plus particulièrement en avant cette offre et fédérer les clients, Norauto

Espagne a développé le programme « Muevete Libre ». Ce programme regroupe la vente et l'entretien des deux-roues (scooters ou vélos) mais aussi des actions plus spécifiques telles que la mise à disposition de vélos de courtoisie dans certains centres ou la création de parking à vélos. Chez Norauto Espagne, ce programme a donné lieu à une mobilisation des collaborateurs : certains ont participé à une course de fond revêtu d'un tee-shirt « Muevete Libre » et d'autres ont rejoint une communauté Facebook créée pour l'occasion. Altermove propose des services variés autour des mobilités douces : réalisation d'un diagnostic mobilité, location de deux-roues, de voiture sans permis mais aussi des services moins répandus tels que le vélo taxi !



CLAUDE DUMAS, DIRECTEUR GÉNÉRAL DU CEREMH (CENTRE DE RESSOURCES & D'INNOVATION MOBILITÉ HANDICAP)

“ La gamme « accessibilité » proposée par les enseignes de Mobivia Groupe constitue une initiative intéressante qui pourrait permettre une diffusion plus large vers le grand public de produits favorisant la mobilité. Ces produits simples peuvent considérablement faciliter les gestes de la vie quotidienne et leur usage simple ne nécessite pas l'intervention d'un professionnel de santé et sont donc adaptés à ce mode de distribution. ”

— Informer les clients sur la dimension environnementale des produits. Promouvoir une conduite éco-citoyenne & sensibiliser aux enjeux d'une mobilité durable

— ATTIRER L'ATTENTION SUR LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT



Pour inciter les clients à se tourner vers des produits plus écologiques, certains pays ont choisi de les afficher au même prix que les produits traditionnels. Ce choix a été relayé par une campagne presse chez Norauto France : « Avoir une démarche en faveur de l'environnement et choisir pour cela des produits écologiques ne devrait pas grever votre budget ». L'engagement de l'enseigne se traduit en une gamme innovante d'éco-produits d'entretien, de marque Norauto, au prix des produits classiques. Autos a mis son offre en avant en créant un linéaire dédié qui regroupe l'ensemble des produits écologiques proposés dans le magasin.

C'est en rayon également que sont installés des « stop-rayons » explicites : « Ici Maxauto recycle vos batteries. 10€ pour la reprise de votre ancienne batterie ».

Ces messages incitant au retour des produits usagés sont diffusés dans l'ensemble des magasins du groupe, quel que soit le pays d'implantation.

— SENSIBILISER LES INTERNAUTES

Internet et les médias sociaux sont des outils essentiels pour sensibiliser les clients mais aussi de manière plus large le grand public. Les enseignes du groupe l'ont bien compris.

Les newsletters mensuelles de Norauto Roumanie et Midas Belgique destinées aux clients comportent systématiquement des conseils et informations sur la sécurité routière et/ou l'environnement, en lien avec l'actualité. Norauto France a développé un mini site pour les départs en vacances d'été : www.arriverabonport.com regorgeant de conseils sécurité et d'aide à l'éco-conduite. De son côté, Altermove a mis en ligne un blog entièrement dédié à la mobilité : www.lievreoutortue.com ainsi qu'une page Facebook et un compte Twitter.

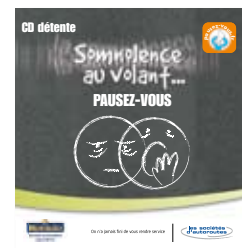
Cette approche directe par les médias sociaux vise particulièrement les jeunes générations. L'objectif est simple : faire de la pédagogie sur les mobilités douces en levant les freins qui pourraient exister.



— ORGANISER DES ÉVÉNEMENTS SPÉCIFIQUES DANS LES POINTS DE VENTE

Pour mettre un coup de projecteur sur ces enjeux de mobilité durable et responsable, les enseignes organisent des événements dans les centres à destination de leurs clients.

Ainsi Norauto Roumanie a mis en place « Les Jours de la Sécurité Routière » en 2010 avec des contrôles gratuits des principaux organes de sécurité : les amortisseurs, les freins et les pneus. Ce type d'opération est mené de façon très régulière chez Norauto Italie ou Midas Belgique.



En matière de sécurité routière également, Norauto France s'est associée à l'ASFA (Association des Sociétés Françaises d'Autoroutes) pour alerter les automobilistes sur les dangers de la somnolence au volant

au moment des grands départs en vacances. Originalité de ce partenariat : la distribution dans les 230 centres Norauto de 140.000 CD de 15 minutes de musique relaxante. 15 minutes, c'est la durée préconisée pour une pause détente à effectuer toutes les deux heures.

Norauto Espagne a choisi de mettre un accent plus prononcé sur la protection de l'environnement en 2010. Elle a organisé pour ses clients, mais aussi ses collaborateurs, des animations dans le cadre des journées mondiales du Recyclage, le 17 mai, et de l'Environnement, le 5 juin, avec diffusion de messages dans tous les magasins.

Sur un format un peu différent, Altermove promet aussi une culture éco-citoyenne avec l'organisation de conférences thématiques dans son magasin. Fin 2010, deux conférences avaient déjà eu lieu : l'une portant sur la place du cycliste en ville ; l'autre sur la mobilité urbaine et les nouveaux modes de déplacements.



LAURENCE GUILLERM,
DIRECTEUR DE LA COMMUNICATION
DE L'ASSOCIATION DES SOCIÉTÉS
FRANÇAISES D'AUTOROUTE.

“ Tout au long de l'été 2010, l'ASFA a pu compter sur le réseau de Norauto France pour relayer sa campagne sur les dangers de la somnolence au volant, première cause d'accident sur autoroutes. L'objectif de cette campagne : encourager les automobilistes à faire régulièrement des pauses en leur offrant un CD de musique d'une durée correspondant au temps de pause recommandé. ”



L'HUMAIN

Avec près de 10.000 collaborateurs,
Mobivia Groupe favorise
un management responsable :
en développant l'entrepreneuriat et le partage,
en facilitant la mobilité professionnelle,
en luttant contre les discriminations,
en veillant au bien-être des collaborateurs.

Favoriser l'entrepreneuriat, le partage des résultats & l'actionnariat des collaborateurs

— ÉLARGIR LE PARTAGE DES RÉSULTATS

L'une des valeurs historiques du groupe est le partage. Pour ne pas être qu'un simple affichage, cette notion de partage doit vivre au sein du groupe. C'est ainsi que le principe des primes d'intéressement trimestrielles est peu à peu appliqué dans toutes les filiales du groupe : Norauto France (depuis 1978) mais aussi Pologne, Portugal, Espagne, Italie, Hongrie, Carter-Cash, Autos et Maxauto.

Il convient également de noter que les systèmes de calcul de prime peuvent être ajustés aux spécificités territoriales. Autos par exemple a revu son Teambonus en 2010 pour plus de partage et pour récompenser davantage les efforts fournis par les salariés.

— PROMOUVOIR L'ACTIONNARIAT SALARIÉ

En 2010, Le FCPE (Fonds Commun de Placement d'Entreprise) Noraction a fêté ses 30 ans d'existence. Le Conseil de Surveillance du FCPE s'est fixé des objectifs précis :

- Donner envie aux collaborateurs de devenir actionnaire pour se constituer un patrimoine personnel
 - En 2010, 3401 collaborateurs possédaient des parts dans Noraction soit 5,46% du capital de Mobivia.
- Sensibiliser au mécanisme de l'abondement mis en place par l'entreprise
 - L'objectif est de favoriser l'actionnariat du plus grand nombre de collaborateurs en proposant un abondement plus favorable sur les premiers euros investis aux collaborateurs ayant au moins un an d'ancienneté. L'abondement est limité à 2000€ par collaborateur, au fur et à mesure des placements, 3 taux s'appliquent : sur les 150 premiers euros placés, l'abondement est de 100% ; sur les 1000€ suivants le taux est de 50%, sur les 5400€ suivant le taux est de 25%. Le plafond de 2000€ d'abondement est donc atteint lorsque 6550€ ont été placés.

— SOUTENIR LA CRÉATION DE FRANCHISES

Depuis 2006, Mobivia Groupe propose à ses collaborateurs de les aider à créer leur entreprise en son sein grâce à l'I.D.E.F (Investissement pour le Développement de l'Entreprise en Franchise). Cette société de capital risque, lancée en partenariat avec d'autres entreprises, met à disposition des fonds financiers mais aussi des conseils et des expertises, pour tout salarié qui souhaite devenir franchisé.



PIERRE MAERTEN,
FRANCHISÉ MIDAS À DIEPPE
(FRANCE)

“ J'ai appris en 2008 que le franchisé Midas de Dieppe allait revendre son affaire. Étant de la région, j'étais particulièrement intéressé par ce centre. Déjà propriétaire d'autres affaires, il me manquait quelques fonds, dans une période de crise de liquidités, pour pouvoir reprendre ce centre Midas. J'ai donc fait appel à l'IDEF. C'est Midas France qui a monté mon dossier de reprise pour le soumettre au comité de l'IDEF et parallèlement un membre du comité est venu sur place pour voir le centre et évaluer les investissements nécessaires. Quelques semaines après, j'avais un retour : mon dossier avait été accepté. Aujourd'hui avec du recul, je suis vraiment satisfait d'avoir fait appel à eux. Outre leur soutien financier, j'ai également bénéficié de conseils et d'assistance. Ce dispositif est une vraie valeur ajoutée pour le groupe, en phase totale avec ses valeurs. ”

_ INVITER À L'ENTREPRENARIAT

Midas et Maxauto, les principales enseignes du groupe développées en franchise, disposent d'outils de recrutement et d'accompagnement particulièrement complets et reconnus.

Garantir une égalité de traitement dans l'accès à l'emploi (diversité, mixité, équité)

_ CHANGER LE REGARD SUR LES MÉTIERS

Pour poursuivre son développement, Mobivia Groupe a besoin de collaborateurs compétents, formés et volontaires. Cependant le secteur automobile dispose d'une image peu attractive et il devient de plus en plus difficile pour le groupe de recruter. Les métiers de l'automobile ont pourtant considérablement évolué ces dernières années. L'arrivée de l'électronique dans les habitacles a profondément modifié les techniques de travail : aujourd'hui de nombreux mécaniciens sont des électromécaniciens.

La commercialisation prochaine de véhicules électriques et hybrides à plus grande échelle professionnaliserait encore un peu plus les métiers. Ces évolutions vont rendre le travail plus technique, mais aussi plus minutieux et réfléchi, levant ainsi les derniers obstacles que certains pouvaient voir à l'arrivée des femmes dans la profession. C'est pour suivre cette évolution que le département des ressources humaines a développé de nouveaux modes de recrutement, par exemple via internet. Durant une semaine en mars 2010, les recruteurs de Norauto France ont ainsi dialogué en direct par chat vidéo avec des demandeurs d'emplois.

_ ASSOCIER LES JEUNES À LA VIE DE L'ENTREPRISE

Mobivia Groupe accorde une attention poussée aux jeunes, qui représentent un vivier de compétences pour demain. Toutes les filiales du groupe cultivent ainsi des partenariats avec des établissements scolaires, des organismes de formation ou de réinsertion professionnelle. A titre d'exemple, on peut citer la coopération entre Midas Autriche et un organisme d'intérêt général qui soutient des jeunes en difficultés. Certains de ces jeunes sont ainsi accueillis et formés dans les centres autrichiens

Tous les ans, Midas et Maxauto participent également au salon « Franchise Expo » à Paris. Lors du salon 2010, Midas a reçu la visite sur son stand de Madame Anne-Marie IDRAC, alors Secrétaire d'État en charge du Commerce extérieur au sein du Gouvernement français.

Midas. Les centres Norauto du Nord-Pas-de-Calais (France) ont intégré quant à eux 12 jeunes qui préparent leur baccalauréat professionnel. Grâce à un partenariat avec l'IREAM (Institut de Recherche et d'Enseignement Appliqués aux Métiers) les lycéens reçus font l'objet d'un suivi personnalisé et bénéficient de l'expérience d'un parrain volontaire (en plus du maître de stage). La généralisation du suivi de proximité est l'un des meilleurs vecteurs pour l'intégration des jeunes au monde du travail.



DENISE HANISCH,
STAGIAIRE EN ALTERNANCE
MIDAS AUTRICHE

« Je souhaitais être vendeuse et j'ai eu la chance de trouver un contrat d'apprentissage dans ce domaine. Au bout de quelques temps, j'ai réalisé que je m'étais trompée de voie. Pour ne pas perdre de temps, j'ai commencé au sein de Weidinger & Partner*. Avec eux j'ai eu l'opportunité d'effectuer un stage de 8 semaines au siège social de Midas Autriche. À l'issue de celui-ci, Midas m'a proposé un stage longue durée, que j'ai accepté avec plaisir ! Les salariés de Midas sont tous sympathiques et m'ont accueillie chaleureusement. J'aime mon travail car il est très varié, de plus il y a des perspectives d'évolution et de formation intéressantes car mon objectif aujourd'hui est de devenir assistante de direction d'ici 10 ou 15 ans. »

**Entreprise qui travaille avec le bureau d'état autrichien pour préparer les jeunes à la vie active.*

_ ACCUEILLIR LES PERSONNES HANDICAPÉES

Les entreprises du groupe se mobilisent toutes afin d'intégrer dans les meilleures conditions possibles les collaborateurs handicapés.

Midas a poursuivi son chantier « un autre regard sur le handicap » afin de sensibiliser non seulement ses collaborateurs mais aussi ses franchisés.

Norauto Espagne a renouvelé pour la 3e fois sa participation au Salon pour l'Emploi des Personnes Handicapées, avec un succès qui ne se dément pas puisque 650 CV ont été reçus en 3 jours.

Dans l'ensemble des filiales l'intégration continue à prendre de l'ampleur puisqu'on ne compte pas moins de 197 collaborateurs handicapés aujourd'hui au sein du groupe.

Le nombre d'entreprises protégées partenaires ne cesse lui aussi de grandir. Fer de lance de cette démarche, Norauto France a signé son second accord sur le handicap avec l'Agefiph (Association de Gestion du Fonds pour l'Insertion professionnelle des Personnes Handicapées) pour 2010-2012. Pour le lancement de ce renouvellement, une exposition itinérante a été mise en place ; elle circulera dans chaque centre Norauto en France. Cette attention passe aussi par la formation, avec par exemple la réalisation d'une session de formation atelier climatisation (prestation très technique et réglementée) spécifique pour les collaborateurs handicapés.

Développer l'employabilité, favoriser l'autonomie & la prise de responsabilité

_ ENCOURAGER LA MOBILITÉ PROFESSIONNELLE

Appartenir à un groupe international tel que Mobivia Groupe offre de nombreuses possibilités de carrières, que ce soit dans son pays ou son enseigne d'origine ou ailleurs au sein du groupe. C'est dans ce but que la direction des ressources humaines du groupe a instauré les « People Review ». Chaque année, les dirigeants sont ainsi invités à détecter les potentiels au sein de leurs équipes. La mobilité professionnelle ne concerne pas seulement les managers, elle permet également à chacun d'évoluer via les programmes de formation « École des Mécaniciens », « Parcours Chefs d'Atelier » ou « L'Université des Directeurs de Centres ». Chez Midas, partout en Europe, des programmes de détection des potentiels et de formation sont renouvelés chaque année afin d'offrir de réelles opportunités aux salariés souhaitant devenir entrepreneur. Enfin une attention particulière est portée à la gestion des carrières des seniors afin de mieux anticiper l'accompagnement de fin de carrière et la transition entre activité et retraite.



_ LA FORMATION, AU CŒUR DE TOUS LES ENJEUX

Mobivia Groupe dispose d'un organisme de formation particulièrement compétent : l'Institut de Formation de Norauto France. Complètement équipé, avec un atelier et des salles de cours, l'Institut permet de réaliser des formations aussi bien pratiques que théoriques. Reconnu depuis de nombreuses années comme organisme de formation, il a également obtenu en 2009/2010 le statut d'organisme évaluateur pour les formations climatisation. Plus de 1000 personnes ont été habilitées au sein de Norauto France. ▶▶▶

Bien que les formations atelier restent les plus dispensées, on peut noter l'organisation de formations spécifiques pour les métiers de la vente ainsi que sur le management. C'est précisément pour les formations management, développement commercial et gestion que Midas a inauguré en avril 2010 l'Institut Midas Performance (IMP). Ouvert aux franchisés, l'IMP privilégie les débats, les échanges de pratiques, les rencontres avec les cadres du siège mais aussi la poursuite des affaires. Temps de pauses et locaux ont été spécialement

aménagés pour laisser la possibilité au franchisé de garder le lien avec son centre.

► Depuis le 4 juillet 2009, les spécialistes de la climatisation et/ou réfrigération doivent :

- présenter une « attestation de capacité » fournie par un organisme agréé, certifiant que son personnel est compétent et qu'il dispose de l'outillage adéquat.
- déclarer à l'Ademe, annuellement, les quantités de fluides utilisées et récupérées.

Réduire les risques pour la santé & la pénibilité, veiller à la sécurité des collaborateurs

AGIR AVEC 3 LEVIERS

La sécurité des collaborateurs est un élément majeur pour le groupe au vue des métiers qui y sont exercés. La politique de sécurité est menée sur 3 axes : la formation, l'affichage et la création d'outils et de guides.

Dans tous les pays, les formations autour de la sécurité sont particulièrement développées aussi bien en e-learning qu'en présentielle. Ces formations sont variées : sauveteurs-secouristes du travail, postures et gestes etc. Des modules dédiés à la sécurité sont également intégrés dans des formations dites « métier » type climatisation ou management.

Tous les collaborateurs disposent d'équipements de protection individuels quelle que soit la législation en cours dans le pays. Un soin particulier a également été apporté à l'affichage dans les centres, qui permet un rappel constant des règles de base.

Parallèlement, un travail sur la réduction des bruits a été mené en France, afin de limiter les nuisances en atelier ; le concept des ateliers a été élaboré en tenant compte de la résonance sonore afin de la réduire au maximum.

En 2010, Norauto et Midas France ont repensé complètement leur document unique sur la sécurité des collaborateurs et franchisés en le rendant beaucoup plus concret, plus simple d'utilisation et en y intégrant de nouveaux risques tels que le risque routier.



► Quels que soient la taille de l'entreprise et son secteur d'activité, l'employeur doit transcrire dans un document unique, les résultats de l'évaluation des risques à laquelle il a procédé dans le cadre de son obligation générale de prévention des risques professionnels. Le document unique doit comporter un inventaire des risques identifiés dans chaque unité de travail.

Développer les innovations sociales et favoriser un dialogue social responsable

INTENSIFIER LA COMMUNICATION INTERNE

La communication interne est un vecteur de rayonnement de la culture et des valeurs de l'entreprise. Dans les filiales du groupe, elle se développe selon la taille des structures et de leur implantation locale.

Ainsi Norauto Espagne a été la première à mettre en œuvre un portail intranet entièrement personnalisé et interactif. Construit selon les 4 piliers de la charte Développement Durable du groupe, il permet à chacun d'avoir accès directement aux informations qui lui sont propres : les chiffres de son centre, le stock des produits de son rayon mais aussi son solde de congés par exemple...

En Italie, Norauto a lancé en janvier 2010 son premier journal interne « Vivi Norauto ».

Norauto Pologne a fait de même en avril 2010, avec la parution du numéro un de « Norinfo ».

RÉALISER DES ENQUÊTES DE CLIMAT SOCIAL

Pour la 2^e année, Norauto France a participé à l'enquête Great Place to Work. Les résultats sont en baisse entre 2010 et 2009, bien qu'ils restent tout à fait corrects : crédibilité 59 %, respect 55 %, équité 57 %, fierté 68 %, convivialité 63 %.

Pour comprendre ces résultats et établir un plan d'actions adapté, la direction de Norauto France a réalisé un « Tour de France des collaborateurs ».

Des rencontres terrains ont ainsi été organisées aussi bien avec des collaborateurs encadrants que non-encadrants, tirés au sort. Si l'objet de l'entretien concernait les axes d'actions du pilier humain pour 2010 - 2013, il s'agissait surtout d'échanger avec les équipes sur leur métier et leur quotidien. En cours d'achèvement fin 2010, ce tour de France donnera lieu à un plan d'actions sur 2011.

FACILITER LE DIALOGUE AVEC LES INSTANCES SOCIALES

Il existe 3 comités d'entreprise complémentaires au sein du groupe : le comité d'entreprise européen, le comité de groupe et le comité central d'entreprise.

Le comité d'entreprise européen existe depuis 2005 et couvre les enseignes Norauto et Autos.

Le comité de groupe quant à lui a été créé en 2006 et concerne l'ensemble des filiales en France.

Les représentants de chaque comité se réunissent pour faire le point sur les évolutions des activités. Ils sont informés des avancées au niveau du groupe et plus généralement des évolutions du secteur d'activité.





L'ENVIRONNEMENTAL & LE SOCIÉTAL

Avec 1150 points de vente, Mobivia Groupe favorise **le déploiement d'ambitieux programmes** sur le territoire de 11 pays : en développant de multiples filières de valorisation de ses déchets, en réduisant l'empreinte écologique de ses activités, en poursuivant un dialogue constructif avec ses parties prenantes, en soutenant les comportements citoyens et en particulier la sécurité routière.

Valoriser les produits usagés

GARANTIR UN SUIVI OPTIMAL

Précurseur en matière de gestion des produits usagés, Mobivia Groupe a mis en place des filières de valorisation des déchets depuis 1995. Aujourd'hui toutes les entreprises du groupe disposent d'un suivi rigoureux et d'une traçabilité

depuis le centre jusqu'à la valorisation finale. Pas un nouveau produit, une nouvelle prestation ne voit le jour sans qu'une filière propre ne soit mise en place. Parmi les plus récentes filières créées, on peut citer la filière pare-brise.

Tableau de données chiffrées (Périmètre : le groupe en France)

| TYPE DE PRODUITS USAGÉS | QUANTITÉ COLLECTÉE | MESURE | TYPE DE VALORISATION |
|----------------------------|--------------------|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| HUILES | 2 748 136 | Litres | Une partie est régénérée en huile de base. Une partie part en valorisation énergétique chez les cimentiers. |
| LIQUIDE DE REFROIDISSEMENT | 186 294 | Litres | Traitement physique par filtration fine afin d'épurer et de clarifier le glycol dilué usagé. Produits en sortie : fabrication d'antigel ou fabrication d'additifs utilisés dans le bâtiment et le traitement des eaux. |
| FILTRES | 344,46 | Tonnes | Les éléments filtrants (20%) partiront en valorisation énergétique. Le métal (50%) subira une valorisation matière. 30% d'huile encore contenue partira en régénération ou valorisation énergétique. |
| EMBALLAGES | 251 660 | Bidons | Nettoyés et réutilisés |
| TONNELETS | 1 039 | Unités | Nettoyés et réutilisés |
| FÛTS | 8 154 | Unités | Nettoyés et réutilisés |
| PARE-BRISE | 338,3 | Tonnes | Valorisation matière comme la laine de verre par exemple ou en ajout dans la peinture pour les voiries (pouvoir réfléchissant). |
| PILES | 2,17 | Tonnes | Valorisation matière, avec, selon la composition de la pile (piles alcalines, piles lithium, piles boutons, accumulateurs NiMH,...), récupération des matériaux. Ex matériaux récupérés : acier, poudre métallique, papiers-plastiques. |
| BATTERIES | 1 902,16 | Unités | L'électrolyte est dirigée vers une station collecte spécifique qui neutralise l'acide. Le polypropylène, provenant des enveloppes des batteries, subit une valorisation matière. Les stériles constitués des intercalaires, de Bakélite, de caoutchouc, de papier et de différents textiles sont acheminés en CET de classe I. Les produits plombeux sont traités dans des fours rotatifs avant d'être affinés. |
| POTS CATALYTIQUES | 4 155 | Unités | Valorisation matière avec récupération des métaux précieux. |

— RÉPONDRE À LA RESPONSABILITÉ ÉLARGIE DES PRODUCTEURS

► Afin de développer le recyclage de certains produits usagés, il est nécessaire de les collecter sélectivement. Les politiques de collecte sélective et de recyclage des produits usagés s'appuient pour partie sur les filières dites à responsabilité élargie des producteurs (REP). Cette démarche, qui découle du principe « pollueur-payeur », est la suivante : les fabricants nationaux, les importateurs de produits et les distributeurs de produits à leurs propres marques doivent prendre en charge, notamment financièrement, la collecte sélective puis le recyclage ou le traitement des déchets issus de ces produits. Ils peuvent assumer leur responsabilité de manière individuelle ou collective, dans le cadre d'un organisme. Dans ce dernier cas, ils adhèrent à une société souvent agréée par les pouvoirs publics, à laquelle ils versent une contribution financière. En pratique, la plupart des producteurs choisissent cette solution.

Aujourd'hui quelques flux de produits usagés sont concernés par la Responsabilité Élargie des Producteurs (REP). Dans le cadre de ses activités, Mobivia Groupe doit donc répondre à cette obligation sur les filières suivantes :

- Les déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE) : glacières électriques



- Les textiles usagés : housses, tapis...
- Les déchets de papier (hors utilisation bureautique) : plaquettes de l'entreprise, prospectus...
- Les piles et accumulateurs usagés
- Les pneumatiques usagés

C'est ainsi que Mobivia Groupe a adhéré aux organismes suivants : Eco-Systèmes pour les DEEE, ECO-TLC pour les textiles usagés, Ecofolio pour le papier. Chaque année, Mobivia Groupe doit donc déclarer les quantités mises sur le marché en tant que producteur et s'acquitter d'une rétribution financière qui couvre la collecte et le traitement de ces produits usagés.

— DÉVELOPPER DES FILIÈRES PROPRES À MOBIVIA GROUPE

La collecte et la valorisation des pneumatiques usagés chez Mobivia Groupe a été mise en place dès 1995 par le référencement de prestataires. Lors de la sortie du décret en 2002, dans lequel Mobivia Groupe est désigné comme producteur de pneumatiques au titre de l'importation et des marques propres, Mobivia Groupe choisit de poursuivre son obligation de manière individuelle. En effet l'entreprise connaît parfaitement les acteurs de la valorisation des pneumatiques et maîtrise le gisement de pneus usagés récupérés dans les centres du groupe. Une personne est dédiée au suivi de la filière : référencement et contrôles réguliers des prestataires, suivi des taux de collecte et optimisation logistique, déclaration annuelle auprès de l'ADEME, etc. En 2010, Mobivia Groupe a participé à la campagne de mesure des poids moyens des pneus usagés organisée par l'ADEME. Cette campagne permet de déterminer régulièrement une nouvelle conversion « pneus/tonne » qui est utilisée comme référence par toute la profession.

C'est en juin 1997 que les bacs de récupération des piles et accumulateurs usagés ont fait leur apparition dans l'ensemble des centres Norauto. Les piles fabriquées depuis 1994 ne contiennent plus de mercure, mais le flux de piles polluantes restait important et plus de 2 tonnes de mercure restaient à récupérer. Un décret instaurant la REP sur les piles et accumulateurs a vu le jour en 2009. Fin 2010, Mobivia Groupe a obtenu l'autorisation de répondre à la REP de manière individuelle. Les batteries automobiles, quant à elles, sont collectées depuis 1996 dans les centres Norauto et disposent d'une filière propre.

Optimiser l'utilisation des ressources & réduire l'impact des activités sur l'environnement

— CONSOMMER MOINS, CONSOMMER MIEUX

Pour réduire l'empreinte écologique des enseignes, des actions ont été entreprises afin de limiter les nuisances générées par différents produits. À titre d'exemple, le savon utilisé en atelier est désormais éco-labellisé, venant compléter la démarche de suppression du papier essuie-tout au profit de chiffons lavables. En magasin, aussi bien chez Norauto qu'Altermove, le plastique a été proscrit pour la réalisation des ILV (Informations sur Lieu de Vente). Suivant la même logique, l'agencement des linéaires a été retravaillé. Chez Autos, les dizaines de bidons d'huile de décoration ont été remplacées par des cartons représentant des bidons d'huile !

Le processus de dématérialisation de l'information se poursuit au sein du groupe, Autos a atteint un taux de 40 % en ce qui concerne les factures dématérialisées. Norauto France propose à ses clients depuis mai 2010 un bon de travail par mail. Bien entendu toutes les impressions papier sont

réalisées sur du papier recyclé et/ou issu de forêts gérées durablement, en privilégiant les fournisseurs locaux comme le fait Norauto Pologne.



IGNACIO FORNES, DIRECTEUR DES ACHATS MOBIVIA GROUPE

“ Nous avons mené un gros travail sur le transport avec les équipes de Norauto Espagne. Les conteneurs en provenance d'Asie que nous envoyons sur le port de Valence sont acheminés par train jusque Madrid. En 2010, 96 % des conteneurs ont ainsi été transportés par voie ferrée. De ce fait, malgré une hausse de 62 % de nos envois, nos émissions de CO₂ sont restées identiques. ”

Sensibiliser & former les collaborateurs au respect de l'environnement. Développer le management environnemental

— DÉPLOYER LA CERTIFICATION ISO 14001

Norauto a été le premier réseau de centres auto à engager une démarche de certification ISO 14001, avec un premier centre certifié en 2002. Aujourd'hui, près de 85% du réseau français est certifié ISO 14001 et poursuit une logique d'amélioration continue. En 2010, une nouvelle politique environnementale a vu le jour. Actualisée et construite sur les bases de la Charte Développement Durable du groupe, cette politique est signée par Patrick Dhennin, Directeur Général, et diffusée dans l'ensemble des centres.

— FORMER POUR MIEUX APPRÉHENDER

Dans l'ensemble des enseignes du groupe, les collaborateurs sont formés par e-learning notamment, à la gestion des déchets. Cependant le respect de l'environnement et le développement durable ne peuvent pas être limités au tri des déchets. Ainsi les Comités de Direction de Midas Italie et de Norauto Hongrie ont été formés au développement durable : notions, enjeux, etc. D'une manière plus concrète encore, les responsables marketing/communication de l'ensemble des filiales du groupe ont suivi une formation à la communication responsable en janvier 2010. Cette formation reposait aussi bien sur le fond : messages à faire passer, formulations à éviter... ►►►

que sur la forme : choix d'outils mieux adaptés, moins consommateurs de matières premières et d'énergie.

SENSIBILISER LES COLLABORATEURS

Tous les journaux internes disposent d'une rubrique permanente dédiée à l'environnement et/ou à la sécurité routière ; auxquelles s'ajoutent des publications spécifiques telles que



Stop n'Go, l'e-letter sécurité routière du groupe. En parallèle, deux nouvelles conférences ont eu lieu au siège social pour sensibiliser les collaborateurs aux mutations de la société. L'opération « Regards sur... » a accueilli en juin 2010, Frédéric Denhez, auteur de « La France en 2030 ». Puis dans le cadre de la Semaine de la mobilité et de la sécurité routière en septembre 2010, c'est Ludovic Bu, co-auteur de « Les transports, la planète et le citoyen » qui est intervenu auprès des équipes et des actionnaires. Toujours au siège

social, Norauto France a développé un site internet de covoiturage pour encourager les collaborateurs à développer cette pratique.



BEATA ROGALSKA, RESPONSABLE MARKETING & COMMUNICATION, NORAUTO POLOGNE

« Cette formation à la communication responsable a été très riche, un programme très chargé mais très intéressant. Cette journée nous a permis de (re)découvrir les bases et enjeux du développement durable, mais aussi leurs applications dans notre métier. Depuis je précise à nos clients que nos prospectus sont faits avec du papier recyclé polonais ! »

Développer des programmes d'actions à forte valeur sociétale et/ou environnementale, en propre ou en partenariat

AGIR POUR LA SÉCURITÉ ROUTIÈRE

Engagées en faveur de la sécurité routière depuis 1992 pour certaines, les enseignes du groupe continuent de multiplier leurs actions sur cette thématique. On peut relever pour 2010 la mise en place d'un partenariat Midas France-Prévention Routière, qui permet aux adhérents de l'association de bénéficier de tarifs privilégiés au sein du réseau Midas ; ou encore l'édition d'un livre pour les enfants « Rouler au hasard sur la route, ce n'est pas cool » ("Andar à toa na estrada, mao éuna boa") par Norauto Portugal. De leurs côtés, les enseignes Norauto et Midas Espagne poursuivent leurs partenariats avec la Dirección General del Tráfico (DGT) ; la première en amplifiant ses campagnes de sensibilisation, la seconde en renforçant son programme « Bebé seguro ».

Le Prix Européen de la Sécurité Routière de la Fondation Norauto, organisé depuis 2001, constitue un rendez-vous incontournable pour les acteurs de la sécurité routière en Europe. Près de 95 dossiers

ont été reçus pour l'édition 2010, qui a récompensé 8 associations de 5 pays différents. La remise des prix a été effectuée en octobre 2010 au Parlement Européen. Intégrée au programme des Journées Européennes de la Sécurité Routière, la cérémonie s'est déroulée en présence de Michèle Merli, Déléguée interministérielle à la sécurité routière en France et d'Etienne Schoupe, secrétaire d'État à la mobilité en Belgique.

VALORISER DES INITIATIVES EXEMPLAIRES & AGIR COLLECTIVEMENT POUR L'ENVIRONNEMENT

Après une année 2009 qui avait vu l'enlèvement et la valorisation de plus de 8200 tonnes de pneus, l'année 2010 s'est montrée plus intense encore pour Recyvalor. L'association a évacué et valorisé plus de 9500 tonnes de pneus issues de 9 sites de stockage dits « orphelins », soit l'équivalent de 1 380 722 pneus de tourisme ! L'année a notamment été marquée par le traitement du site de Sury le Comtal, un

des sites les plus importants que l'association ait eu à traiter. Depuis sa création en Février 2008, Recyvalor a financé l'enlèvement et la valorisation des pneumatiques usagés provenant de 18 sites en France, soit l'équivalent d'environ 2,5 millions de pneus de tourisme pour un financement de près de 2 millions d'Euros.

► L'objet de Recyvalor est l'évacuation de 80 000 tonnes de pneus usagés, répartis sur 61 stocks historiques en France, sur une durée comprise entre 6 et 8 ans. Ceci représente un engagement financier total de près de 7 millions d'euros de la part des signataires : distributeurs, constructeurs automobiles, organisations professionnelles, manufacturiers, professionnels du déchet, l'association Robin des Bois ainsi que l'État. La présidence de Recyvalor est confiée depuis 2008 à Bénédicte Barbry, Directrice de la communication en charge du Développement Durable de Mobivia Groupe.

Lutter contre les pollutions, promouvoir l'éco-mobilité, protéger la biodiversité des bords de route tels sont les 3 grands axes du Prix La Belle Route lancé par la Fondation Norauto en 2009. Reconnu en 2010, ce prix a récompensé 6 associations œuvrant pour la protection de l'environnement sur les routes et leurs abords. Le 1^{er} prix 2010 a été décerné à l'ANPCEN (Association Nationale pour la Protection du Ciel et de l'Environnement Nocturne) pour l'organisation du concours « Villes et Villages étoilés ». C'est aussi par le biais d'un concours, les Trophées Eco-Actions que les Eco-Maires récompensent depuis 20 ans des collectivités (communes, structures intercommunales...) ayant une politique



ANNE-MARIE DUCROUX, FONDATRICE DE LA SOCIÉTÉ « AU NOM DU VIVANT », PRÉSIDENTE DE LA SECTION ENVIRONNEMENT DU CONSEIL ÉCONOMIQUE, SOCIAL & ENVIRONNEMENTAL PRÉSIDENTE DU JURY DU PRIX LA BELLE ROUTE, ADMINISTRATRICE DE LA FONDATION NORAUTO

« Le concours « La Belle Route » incite à jeter un autre regard sur des espaces quotidiens mais ignorés : les bords de route. Sur ces à-côtés, un petit monde existe. Vivant. On y découvre en effet toute une biodiversité. Mais les infrastructures nécessaires pour nous déplacer ont aussi contribué à fragmenter les espaces dont le vivant a besoin. Le concours finance des réalisations pour la biodiversité, la réduction des pollutions et déchets sur les bords de route, un meilleur partage des espaces entre les humains et les autres êtres vivants... »

environnementale ou de développement durable exemplaire. Partenaire de l'événement depuis des années, Mobivia Groupe a remis, lors de la cérémonie officielle d'annonce des résultats en décembre 2010, le prix Villes d'Avenir à la Communauté Urbaine du Grand Lyon pour la rénovation du tunnel de la Croix-Rousse, avec création d'un tube dédié aux modes de transports doux.

ALLER PLUS LOIN DANS LA MOBILITÉ DES PERSONNES HANDICAPÉES GRÂCE AU SPORT

Depuis plusieurs années, la Fondation Norauto soutient financièrement la Fédération Française Handisport (FFH). En 2010, le Comité exécutif de la Fondation a souhaité inscrire son soutien dans la durée, en signant une convention de partenariat pour 3 ans. Ce partenariat, signé en novembre 2010, prévoit le versement de 30000 € au total par la Fondation Norauto, dédiés à l'acquisition de fauteuils handisport mis à la disposition de clubs affiliés à la FFH. L'objectif de ce partenariat est de favoriser la pratique du handisport, vecteur d'intégration sociale pour les personnes handicapées.

► La FFH, créée en 1954, a pour objectif de rendre accessible au plus grand nombre le sport pour les personnes handicapées, qu'il soit pratiqué en loisir ou en compétition. La Fédération s'appuie pour cela sur des comités régionaux et des comités départementaux. Au total, elle rassemble plus de 40000 pratiquants dans plus de 1000 clubs autour de 30 disciplines différentes.

Rendre compte régulièrement des résultats & de l'avancement des actions en matière de DD



CONTRIBUER AUX DÉBATS SUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Mobivia Groupe prend part de manière régulière aux débats et échanges sur le développement durable lors de tables rondes ou de colloques. Mobivia Groupe est ainsi intervenu lors du Salon Planète Durable en avril 2010 sur le thème de « la voiture verte de demain », ou lors de la Global Conférence organisée par les Ateliers de la Terre en novembre sur les nouvelles mobilités. Mobivia Groupe a participé au colloque

« Filières et Recyclage » de l'ADEME en octobre 2010 où il a fait part de son expérience sur la gestion des déchets. Mobivia Groupe est membre également de plusieurs associations professionnelles sur le sujet telles que Entreprises pour l'Environnement (EpE), l'Observatoire pour la Responsabilité Sociétale des Entreprises (ORSE) ou le Collège des Directeurs du Développement Durable (C3D).

FAIRE PART DE SES ACTIONS EN MATIÈRE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Le groupe édite, de manière tout à fait volontaire, depuis sa création en 2006 un rapport développement durable annuel qui dresse un état des lieux de sa politique de responsabilité sociétale et environnementale. Ses principales enseignes Norauto et Midas publient également leur rapport développement durable qui reprend d'une manière plus précise les actions réalisées. Au-delà du rapport, Mobivia Groupe dispose d'un site internet d'actualités où sont reprises les principales initiatives menées.

Instaurer un dialogue de qualité avec les parties prenantes

Après une première rencontre avec ses parties prenantes organisée en décembre 2008, une deuxième réunion a été proposée à l'initiative de Mobivia Groupe. Les objectifs de cette rencontre étaient doubles : enrichir la réflexion du groupe et ajuster sa vision avec l'aide du regard d'acteurs extérieurs à l'entreprise. Cette rencontre a réuni 7 intervenants internes de Mobivia Groupe et 15 participants externes au groupe.

ÉCHANGER SUR LES NOUVEAUX CONTOURS DU GROUPE

Trois mois après le lancement de sa nouvelle identité, Mobivia Groupe a souhaité échanger sur

les nouveaux contours du groupe et sa stratégie. L'ordre du jour était particulièrement riche :

- La Vision à 10 ans : l'analyse des tendances lourdes rapportées au secteur du groupe et celles de son univers concurrentiel débouchent sur quatre constats : l'automobile restera encore longtemps le maillon central de la mobilité quotidienne ; la mobilité évolue vers des usages plus partagés ; le rapport à la propriété change ; le maillage du réseau multi-enseignes constitue un actif stratégique.
- Le déploiement de la politique développement durable et la contribution des parties prenantes avec des zooms spécifiques sur la Fondation

Norauto et le programme sécurité routière du groupe.

- L'évolution des comportements d'achats et les nouvelles mobilités : du processus de réflexion participatif et annuel appelé « Vision », le groupe dégage différentes tendances et implications. Bernard Jullien, Directeur du GERPISA a réalisé une intervention miroir sur les tendances socio-économiques de la mobilité.



DELPHINE POLIGNÉ - ORSE

« Cette journée fut enrichissante et a permis d'avoir une vision globale des enjeux du groupe. Cette rencontre rentre dans le cadre d'un processus d'amélioration continue qui doit prévaloir en matière de RSE. »



VINCENT CODEBOUT, SECOURS CATHOLIQUE

« Je suis convaincu que les petites entreprises agissent beaucoup dans la proximité, sans forcément le faire savoir. Dans ce cadre elles sont des entreprises réellement citoyennes et socialement responsables. Concernant cette rencontre, je l'ai trouvée intéressante. Nous avons montré que l'on ne pouvait dissocier efforts environnementaux et action sociale. Il est important que ce type de dialogue soit régulièrement renouvelé avec les mêmes acteurs. »

- La recherche de sens, fil rouge de la vision RH : l'arrivée de la génération Y, à la fois individualiste et communautaire, socialement engagée, soucieuse de bien-être et de fun, professionnellement exigeante, innovante... laisse à penser que, pour être attractive, l'entreprise doit être « porteuse de sens ». Une intervention miroir sur l'implication des salariés dans les pratiques RSE des entreprises a été effectuée par Delphine Poligné, responsable des missions développement durable à l'ORSE.



JEAN-YVES SALAÜN, PRÉVENTION ROUTIÈRE

« La RSE constitue un enjeu de management que l'on retrouve à tous les niveaux de l'entreprise. On a évoqué pour Mobivia Groupe de nouvelles activités comme la vente de deux-roues, domaine où l'on est confronté à un enjeu de sécurité routière très important. Il faut donc accompagner cette vente par une offre de conseil sur la sécurité auprès des clients. En interne, il faut aussi impliquer les salariés. Vous avez pris de l'avance : il faut la conserver. »



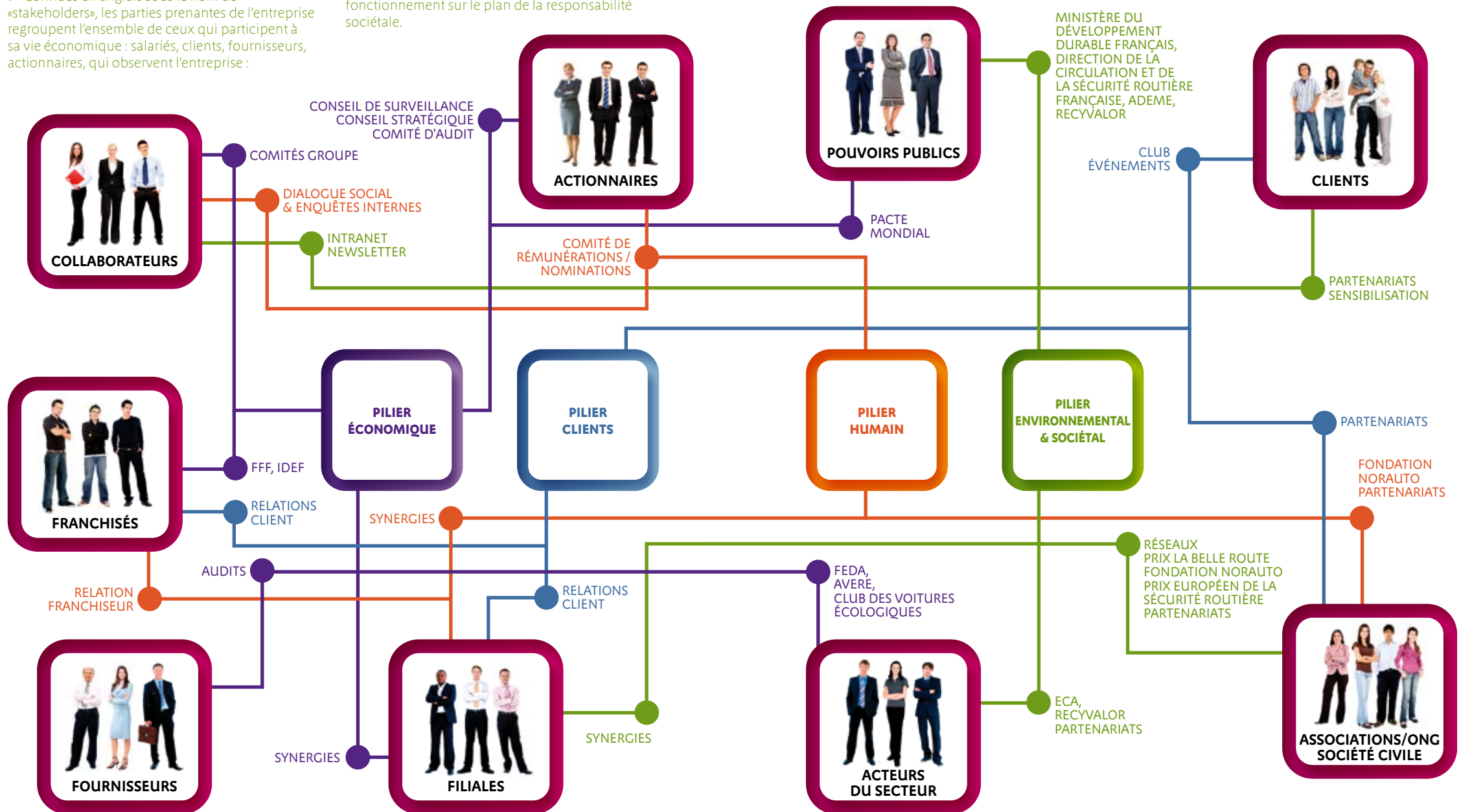
AURÉLIEN SAUTIÈRE, DÉCIDER ENSEMBLE

« Démarche sociétale, recherche de sens, relations humaines, humilité : toutes ces valeurs constituent un bon socle pour être transparent avec ses parties prenantes. Notre association est intéressée par votre approche des choses et votre volonté de dialogue. »

IDENTIFIER SES PARTIES PRENANTES

► Connues en anglais sous le nom de «stakeholders», les parties prenantes de l'entreprise regroupent l'ensemble de ceux qui participent à sa vie économique : salariés, clients, fournisseurs, actionnaires, qui observent l'entreprise :

syndicats, ONG... qui interagissent avec elle : société civile, collectivités... Elles rassemblent la communauté des acteurs internes ou externes à une entreprise et concernée par son bon fonctionnement sur le plan de la responsabilité sociétale.





ÉVALUATION & PERFORMANCES

Au delà de ses engagements et valeurs, Mobivia Groupe assure un suivi de ses actions : en développant un reporting extra financier sur les 4 piliers de sa charte développement durable, en communiquant régulièrement sur ses avancées.

_ LES INDICATEURS DE SUIVI

Au regard de ses actions, engagements et valeurs, Mobivia Groupe a veillé depuis déjà plusieurs années à développer un reporting extra-financier au niveau du groupe et de ses enseignes.

La mise en place progressive de ce reporting dans le cadre de la Charte Développement Durable du groupe a favorisé l'engagement d'actions qui s'avèrent aujourd'hui créatrices de valeurs environnementales, sociales et sociétales.

Ce reporting va dans le sens d'une meilleure appréciation du groupe et permet une meilleure lecture de sa performance. Celle-ci n'est pas seulement fondée sur des critères financiers mais bien - et de plus en plus - sur des critères humains, environnementaux et sociétaux.

De plus, en permettant de rendre compte des impacts environnementaux, sociaux et sociétaux des activités du groupe, ce reporting contribue à la construction de relations fortes avec les parties prenantes fondées sur des données objectives et objectivables.

Un décret d'application de l'article 225 de la loi dite Grenelle 2 devrait prochainement rendre obligatoire pour de nombreuses entreprises le fait de renseigner différentes thématiques ou champs d'information.

Au-delà des éléments qualitatifs, le groupe présente ici de façon synthétique et chiffrée différents indicateurs clés pour permettre une analyse et un suivi au fil du temps des évolutions et dynamiques du groupe.

> L'ÉCONOMIQUE

Données au 30 septembre 2010, périmètre groupe

1,45 milliard d'euros (HT) de chiffre d'affaires

1150 centres dans 11 pays

Nombre d'ouvertures sur l'exercice : **32**

> LE CLIENT

Données du 1er janvier au 30 décembre 2010, périmètre centres auto et fast fit

297 885 appels clients passés

Indice de satisfaction : **69**

> L'HUMAIN

Données du 1^{er} janvier au 30 décembre 2010, périmètre groupe

19,5% de femmes dans l'effectif

1,91% de collaborateurs handicapés

2,34 jours de formation par collaborateur

> L'ENVIRONNEMENTAL & LE SOCIÉTAL

Tableau des déchets : cf p.36

60 associations soutenues par la Fondation Norauto en 2010

Montant redistribué aux associations en 2010 par la Fondation Norauto :

391 424 €

Nous remercions tous ceux,
collaborateurs, franchisés ou partenaires
de Mobivia Groupe qui ont contribué
à la réalisation de ce rapport, en particulier
ceux qui ont accepté de témoigner.

Contact :

Mobivia Groupe

Géraldine Olivier

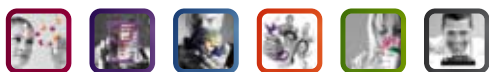
Responsable de la communication développement durable

CS 70225

59812 Lesquin Cedex

France

Tél: +33 (0)3 20 60 74 74



N'hésitez pas à nous faire part de vos remarques
et suggestions à l'adresse suivante : dd@mobiviagroupe.com

La version électronique du rapport 2010 Mobivia Groupe, générateur de mobilité
durable, est disponible sur le site internet www.mobiviagroupe.com

Conception : Concepts & Signes - Rédaction : Mobivia Groupe - Traduction : Antony Johnson

Crédits Photos : © iStockphoto, © fotolia, © Thinkstock, © Cyril Bruneau, © Philippe Houzé - Mobivia Groupe - Avril 2011

Ce rapport est imprimé sur du papier Cyclus Print 100% recyclé 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 FSC. Il a été imprimé par un imprimeur certifié Imprim'Vert et mis sous pli et distribué par un établissement et service d'aide par le travail (ESAT).