

Guide

Entretien des pare-brise

Les prestataires jouent la transparence

La publicité le dit : mieux vaut réparer les impacts sur un pare-brise que de le remplacer. Un message qui se veut à la fois économique et écologique. Mais sur ce poste du vitrage, les clients mettent aussi en avant des attentes en termes de qualité, de services sur site, de références et de stocks, ou encore de gestion de la facturation par les prestataires.

Rares auront été les messages publicitaires à avoir autant marqué. Autour de l'impact d'un pare-brise, la communication de Carglass n'est plus à présenter et chacun y fait référence plus ou moins explicitement. Parce que personne ne conteste le fond du message. « Réparer tout de suite un impact sur un pare-brise est toujours préférable, confirme Xavier Regembal, directeur commercial de France Pare-Brise. Certes, un impact peut durer cinq ans, mais il peut aussi filer très vite, ce n'est pas une science exacte », complète-t-il.

Pour les gestionnaires de flotte, surveiller les impacts sur les pare-brise, c'est tout simplement le moyen de limiter le budget consacré à l'entretien du vitrage.

Des pare-brise de plus en plus sophistiqués

« Dans le domaine de l'entretien, ce poste de dépenses est loin d'être le plus important, admet Mélodie Arenou, membre du comité de pilotage de l'Agora des responsables de flottes automobiles (Arfa). Mais c'est l'un des leviers sur lesquels les gestionnaires peuvent jouer pour mieux maîtriser leur budget » (voir aussi page 58). De fait, pour un pare-brise standard, réparer revient trois fois moins cher que remplacer. Ce ratio augmente considérablement pour les pare-brise haut de gamme, avec toute



La logistique et les stocks constituent des éléments clés lors du choix d'un prestataire de vitrage automobile par un client. Chez France Pare-Brise, les centres doivent ainsi disposer de 80% des références en stock.

la technicité dont ils peuvent être dotés. D'où l'intérêt marqué des gestionnaires pour la réparation. D'autant que les pare-brise ont eux-mêmes beaucoup évolué.

« Leur taille a augmenté, leur épaisseur a diminué, ils se sont dotés de qualités athermiques en renvoyant partiellement la lumière solaire, acoustiques tout

en laissant passer les ondes des mobiles, ils sont devenus chauffants, détectent la pluie... », énumère Jean-Pierre Carrot, gérant de la société Interpare-

PRIVILÉGIER LA RÉPARATION, UN MESSAGE PAS TOUJOURS ENTENDU



« Pour la gestion de l'entretien des pare-brise, la seule vraie problématique est liée à l'information, avance Claude Cavallo, responsable des services généraux de Ricoh France. Les utilisateurs de véhicules laissent encore trop souvent les impacts sans réparation, il est nécessaire de mettre en place de nombreuses actions pour les informer », poursuit-il. Sachant que particuliers et professionnels réagissent différemment. « Les automobilistes ont un sentiment d'appartenance moins marqué avec le véhicule de leur société qu'avec leur propre véhicule », constate Thibault Allouard, responsable du département grands comptes entreprises de Carglass. D'où la nécessité pour les ges-

tionnaires de flotte « d'éduquer » les utilisateurs. Être attentif aux impacts, c'est bien, mais il ne faut pas en faire trop. « Il y a parfois des décolllements de matière sur les pare-brise qui ne sont pas des impacts et ne justifient pas d'intervention. D'où la nécessité de bien les identifier car il peut y avoir des abus avec le risque de voir les assurances augmenter leurs garanties », explique Marc Novick, directeur marketing de Mondial Pare-Brise. Parmi les supports de communication à destination des flottes, Carglass met en avant sa carte Privilège. « C'est une carte gratuite, d'un format de carte bancaire avec le numéro de compte du client, un numéro de téléphone support à appeler en cas de nécessité et un message autour de la réparation », reprend Thibault Allouard. Le prestataire possède un call center d'une vingtaine de personnes avec un accueil dédié aux flottes, ce qui rend la prestation plus rapide. « Nous pouvons également envoyer des flyers avec les informations essentielles sur la réparation d'impacts ». Au-delà de l'information, les prestataires proposent aussi un diagnostic, ponctuel ou régulier, afin de prévenir le mieux possible et détecter si oui ou non la réparation est nécessaire. « Il faut dire s'il s'agit d'un impact au sens de la réparation, évaluer sa forme, sa position, justifie Marc Novick. Cela se fait toujours avec beaucoup d'explications au client ».

brise. Avec des conséquences comme l'augmentation du prix des pièces détachées, souligne Xavier Regembaal, de France Pare-Brise. « Et lors d'un remplacement, il peut arriver que le gestionnaire choisisse un pare-brise moins cher plutôt que de remplacer à l'identique », ajoute-t-il. Mais sans impact sur la réparation, en tout cas du point de vue du gestionnaire. « Le temps de la réparation est identique, 30 à 45 minutes », précise Jean-Pierre Carrot.

Si les techniques de réparation évoluent peu, elles ne cessent de s'améliorer. En témoigne l'usage d'un outil appelé « Eliminator » par Mondial Pare-Brise. « Répa-



Claude Cavallo, responsable des services généraux de Ricoh France

Notre partenaire vient directement au siège, les collaborateurs n'ont pas à se déplacer, tout particulièrement les itinérants qui n'ont pas le temps.

rer un pare-brise, c'est injecter de la résine dedans. Mais pour qu'elle pénètre au plus profond, il faut chasser l'air. Il faut donc calculer la pression adéquate, qui ne soit pas supérieure à ce qui est nécessaire. Ce que fait cet outil », détaille Marc Novick. « Compte tenu de l'évolution des pare-brise et de leur degré de technicité, il faut disposer de systèmes d'injection et d'aspiration différents », poursuit Jean-Pierre Carrot.

Pour ces prestataires, l'objectif consiste avant tout à atteindre un taux de retours proche du zéro, un élément que regardent volontiers les gestionnaires de flotte. Autre contrainte : avoir

LE RECYCLAGE DU VERRE, UNE ORGANISATION QUI FONCTIONNE



Les pare-brise font partie des déchets non dangereux identifiés par le CNPA. À ce titre, la filière n'est pas réglementée comme peuvent l'être celles des déchets dangereux, à l'instar des filtres, solvants, batteries au plomb, etc. Du coup, les acteurs doivent s'organiser pour récupérer le verre et le faire recycler. Faire attention à qui l'on confie ses déchets semble cependant une précaution à prendre, si l'on en croit Mark Novick, directeur marketing de Mondial Pare-Brise. « Nous avons référencé plusieurs sociétés, une démarche qui n'est pas anodine car nombre d'entre elles abusent du mot recyclage et se contentent de procéder à de l'enfouissement propre », explique-t-il. Le recyclage a un coût, assumé

partiellement par les assureurs ; les prestataires en font parfois payer une partie par les clients. C'est vrai de la société A+Glass, réseau spécialiste de la réparation et du vitrage. « Effectivement, nous demandons une participation à nos clients, note Marie-Pierre Tanuji de Jongh, gérante. Nous avons plus de 300 centres, avec pour chacun des bennes spécifiques, et notre prestataire, la société Derichebourg, passe une fois tous les quinze jours ou une fois par mois. Cette prestation est un peu chère pour nous mais elle est confortable. Le recyclage du verre fonctionne bien mieux qu'il y a dix ans », conclut-elle.

+ d'infos sur le site :

Flotauto.com

une bonne logistique et un volume suffisant de stock. Responsable des services généraux de Ricoh France, Claude Cavallo apprécie que Carglass « ait de nombreuses références en stock et un système de réapprovisionnement qui ne laisse personne en plan ».

Des retours proches de zéro mais des stocks importants

Ce n'est pas toujours simple pour un prestataire mais il faut « adapter l'offre selon les régions, où la sinistralité n'est pas

la même, et selon les métiers des clients qui n'ont pas les mêmes attentes », note Xavier Regembaal, pour France Pare-Brise. Les centres de la marque doivent présenter 80 % des références en stock et commander le reste avec une livraison à j+1 au maximum. Mais cette maîtrise de la technicité appartient à l'offre de base attendue par des clients également très attentifs aux services. Premier d'entre eux, de l'avis général, la rapidité d'intervention. En outre, l'ensemble des prestataires interrogés offre des interventions sur site souhai-

tées par leurs clients. « Notre partenaire vient directement au siège, les collaborateurs n'ont pas à se déplacer, tout particulièrement les itinérants qui n'ont pas le temps », confirme Claude Cavallo, de Ricoh France. Une tendance qui conduit les prestataires à se doter de moyens d'intervention sophistiqués.

L'intervention sur site, demande généralisée des clients

Ainsi, Speedy Fleet, avec une activité de réparation et non de remplacement, a-t-il mis en place une flotte de soixante véhicules susceptibles d'intervenir grâce au soutien d'un centre d'appels. De son côté, Carglass différencie son action auprès des grands comptes et réserve la possibilité d'intervenir sur site avec une à trois personnes, le matériel nécessaire et une tente, pour établir un diagnostic et procéder à des réparations immédiates, sur une à deux journées. Pour les flottes de plus petite taille, inférieures à 500 véhicules, Carglass propose une intervention mobile par l'intermédiaire de l'un de ses 600 véhicules sur une demi-journée. Pour les clients, tout progrès de l'offre est bienvenu : « Il serait par exemple intéressant de procéder à une intervention



Speedy Fleet, qui propose à ses clients une activité de réparation et non de remplacement, a mis en place une flotte de soixante véhicules susceptibles d'intervenir grâce au soutien d'un centre d'appels.

lors d'un rassemblement commercial de nos équipes dans un lieu donné», évoque Claude Cavallo, de Ricoh France. Un souhait aussi exprimé par Pascal Martin, risk manager chez Nestlé France (voir le témoignage ci-contre).

Au-delà de la qualité et la rapidité d'intervention, les prestataires travaillent sur la façon de mieux gérer et contrôler le budget lié à l'entretien des pare-brise. Ce qui commence par une bonne connaissance de la flotte sans laquelle toute gestion se fait à l'aveugle. France Pare-Brise met à disposition un outil en temps réel pour suivre la sinistralité. «C'est un outil web automatisé qui apporte les informations nécessaires



Jean-Pierre Carrot, gérant d'Interpare-brise

« La taille des pare-brise a augmenté, leur épaisseur a diminué, ils se sont aussi dotés de qualités athermiques et acoustiques. »

au gestionnaire. Et ce dernier peut paramétrer d'autres informations et alertes», explique Xavier Regembal, de France Pare-Brise.

Une offre de reporting et une gestion de la facturation

Carglass commercialise un système de reporting au mois pour suivre l'évolution du taux de réparations, par zone géographique, type de produit, sur différentes périodes, etc. Autre service que les systèmes d'information peuvent apporter, une gestion plus pointue de la facturation. «Les grands comptes y sont très sensibles. Nous allons pouvoir repérer des véhicules

Retour d'expérience

■ Nestlé privilégie le traitement écologique du verre ■

Le respect de l'environnement constitue le principal argument qui a conduit le géant de l'agroalimentaire à confier la réparation du vitrage automobile de sa flotte à Speedy Glass.

Las de voir les garagistes remplacer plutôt que réparer les pare-brise, le géant de l'agroalimentaire a décidé, il y a trois ans, de passer un appel d'offres. Avec un objectif : trouver un partenaire capable de réparer le vitrage automobile avec les compétences au préalable définies par le client. «Il nous fallait d'abord un partenaire avec un maillage important et visible, ce qui a d'emblée réduit le nombre de candidats potentiels au nombre de trois», se souvient **Pascal Martin**, risk manager de Nestlé France.



Le critère discriminant le plus décisif a ensuite été le respect de l'environnement et le traitement écologique du verre. «Nous avons été très attentifs aux processus de recyclage des pare-brise et de leurs accessoires», souligne Pascal Martin. Le choix s'est porté

sur Speedy Glass, émanation de Speedy Fleet, avec lequel «un vrai partenariat s'est instauré». Nestlé a défini des règles de traitement des impacts sur pare-brise et attend de Speedy Glass qu'elles soient respectées. Outre la qualité et la rapidité d'intervention, l'entreprise insiste sur la prévention et le diagnostic. Elle demande ainsi à son partenaire de se déplacer, notamment lors des grandes réunions commerciales, de façon à réaliser un audit et à réparer éventuellement sur place si besoin. «Cette capacité d'intervention est vraiment un plus, cela fait gagner beaucoup de temps», apprécie Pascal Martin. Après plus de deux ans de partenariat, le résultat se traduit par un budget entretien vitrage automobile en baisse «considérable», selon le risk manager.

qui n'appartiennent plus à la flotte de nos clients», avance Thibault Allouard, responsable du département grands comptes entreprises de Carglass.

Un point à noter : ces différentes prestations ne sont pas influencées par le choix des entreprises de s'auto-assurer ou non. L'auto-assurance est en effet une pratique répandue dans le domaine du bris de glace, surtout chez les grands comptes. Plus l'entreprise est petite, plus elle choisit volontiers d'utiliser les services des courtiers, assureurs

ou loueurs. À peine peut-on constater que les entreprises qui s'auto-assurent sont un peu plus exigeantes, mais dans les deux cas, le résultat concret attendu est une maîtrise des coûts et de la sinistralité. Pour les prestataires, cela ne change rien.

Des ratios à surveiller attentivement

«Nous nous adaptons quel que soit le mode de gestion, affirme Rodolphe Noulin, directeur de Speedy Fleet. L'opérationnel est identique, les différences sont

juste administratives». Quoi qu'il en soit, l'objectif du client reste de maintenir un ratio entre la réparation et le remplacement de 25 % pour la première et de 75 % pour le second. «En-dessous de 20 %, cela signifie que l'entreprise ne répare pas assez, au-delà de 30 %, cela veut dire que des réparations n'en sont pas forcément», souligne Xavier Regembal, pour France Pare-Brise. Des taux élevés qui peuvent être sanctionnés à travers les primes d'assurance...

Hakim Remili

PARE-BRISE : DES SERVICES POUR GAGNER DU TEMPS

Pourquoi s'intéresser à l'entretien des pare-brise ? «D'abord parce qu'il s'agit d'un élément de sécurité important. Ensuite parce qu'une immobilisation du véhicule suite à un problème de réparation ou de remplacement est toujours source de difficultés», répond Mélodie Arenou, membre du comité de pilotage de l'Agora des responsables de flottes automobiles (Arfa). Qui poursuit : «Pour les commerciaux et les dirigeants, on trouve aisément des véhicules de remplacement. Mais quand les entreprises travaillent

sur un créneau spécialisé avec des utilitaires très équipés, cela devient beaucoup plus difficile. Nous avons parmi nos partenaires automobiles Carglass avec lequel nous échangeons sur ces questions». Pour l'Arfa, les services intéressants sont «ceux qui font de gagner du temps. Par exemple, la création d'une interface de facturation grâce à laquelle le prestataire, en l'occurrence Carglass, met ses factures sur un serveur FTP partagé, divisant ainsi par trois le temps consacré à leur enregistrement. Pour le prestataire, il y a égale-

ment un gain de temps puisque l'on peut lui envoyer les avis de virement». Autre service intéressant, l'échange d'informations sur l'état du parc des entreprises. «Celui-ci évolue vite et dans de grandes proportions. Le prestataire confie à ses clients une carte qui permet à chaque véhicule d'être tout de suite enregistré en échange de quoi les clients lui confient l'état de leur parc tous les mois», complète Mélodie Arenou.

+ d'infos sur le site :

Flotauto.com