

1^{er} RÉSEAU de COMPÉTENCES
du SECTEUR AUTOMOBILE

LA LETTRE DE T.E.A.M. N°37

Editorial	1	Echange & Réseaux	4
Les Nouveaux Membres	2	Partage du savoir	4 - 5
CLUB T.E.A.M. AUTO	3	Opinions / Thèmes	5 - 7
T.E.A.M. Rhône-Alpes	3	Tendances	7 - 9

Editorial

Bonjour,

Une activité soutenue au niveau des postulants qui amène le nombre de T.E.A.M.ers au environ de la centaine, en comptant ces nouveaux membres. Nous, T.E.A.M.ers devons faire encore des efforts afin d'attirer plus de membres et permettre à notre association T.E.A.M. de remplir pleinement ses missions et soutenir ses membres.

Le Club T.E.A.M. Auto toujours aussi actif avec la conférence débat de Patrick Gruau, mais aussi la décision de Laurent Helman de quitter la gestion opérationnelle du Club à la fin de cette année 2015.

Je profite de cette éditorial pour le remercier personnellement et au nom de tous les T.E.A.M.ers pour son implication et son professionnalisme dans l'animation et la gestion du Club T.E.A.M. Auto. Avis aux candidates et candidats

Les premiers ateliers de repositionnement ont démarré avec les deux premières séances en septembre et au vu des demandes que nous avons reçues des T.E.A.M.ers, nous sommes confrontés à un problème de disponibilité de salle et à la recherche de créneaux disponibles.

Bonne lecture

Yves Jurado
Président de T.E.A.M.



Directeur de Publication : T.E.A.M. 111 avenue Victor Hugo - 75784 Paris cedex 16
Comité de Rédaction : Bernard Coste, Yves Jurado, François de Belizal, Philippe Neyroud, Laurent Helman
Abonnement gratuit : www.team-auto.org E.Mail : team.newsletter@team-auto.org

Les nouveaux membres

Nous sommes heureux d'accueillir :

- Eric Flammang, 53 ans, ESME Sudria

Depuis 2005, Diverses fonctions de management pour PSA tant en France qu'à l'Export et notamment sur l'Asie
Auparavant : Directeur Commercial pour le groupe Américain GDX Automotive de 2002 à 2005 après 9 ans pour Cooper-Standard dans des fonctions de management en France et aux Etats-Unis.
Début de carrière chez PSA comme Ingénieur Etudes et Essai à Vélizy



- Eric Huguet, 60 ans, ESTACA

Jusqu'à 2015, Responsable Europe pour la standardisation des procédés de fabrication pour le Groupe TRW freinage après 2 ans comme Chargé de projets industriels et 5 ans comme Directeur Technique du site Français de fabrication de freins à disque.
Début de carrière : Ingénieur d'Application pour Le Moteur Moderne



- Philippe Barré, 53 ans, ESLSCA Paris - Master Marketing

Depuis 2014 : Directeur Associé, Consultant automobile en distribution, financement, transformation KSI Partners.
Auparavant : 2 ans comme Directeur Conseil pour le Groupe DDB, après 6 ans créateur de Wine Impressions Florida et 7 ans comme Directeur Marketing Communication pour Mercedes-Benz France



- Gaetano Nicola Staiano, 50 ans, Ingénieur Diplômé à l'Université de Pise, Italie

De 2013 à 2015 : Directeur Général de Fontana Fastener France (système de sécurité Italien)
Auparavant : 11 ans chez Johnson Controls comme Directeur Business Units, Business Développement et de ligne de Produit après être passé chez Philips et Magneti Marelli.
Début de carrière dans la robotique.



- Bruno Duval, 49 ans, Ingénieur

Depuis 2001 : Président de Citypassenger SA – Editeur de solution de gestion de la connectivité réseau pour les groupes automobiles après plusieurs éditeurs de solutions réseaux dans les domaines de la performance réseaux.
Depuis 1999 Président de Finance & Technologie, association de business angels du Plateau de Saclay. Membre du groupe de pilotage Telecom du pôle de compétitivité Systematic.



- Stéphane Colin, 54 ans, DUT Physique plus formation licence électronique et ingénieur export

A ce jour, directeur export (CDD) pour Cema (fabricant de moules en plasturgie).
Auparavant : 3 ans comme Directeur Commercial pour Durr Ecoclean (lignes de lavage et d'automatisation automobile) après 5 ans comme Directeur de filiale pour Serto (systèmes de contrôle de fluides)
Début de carrière dans des postes techniques en R & D dans des sociétés du domaine aéronautique, spatial, et nucléaire.



- Olivier Arents, 47 ans, DESS Commerce International

Depuis 2011 : Directeur Commerçail pour Pewag France (fabricant autrichien de chaînes à neige).
Auparavant de 2008 à 2011 : key account manager Europe de l'Ouest pour Goodyear Veyance après 9 ans comme Business Development leader pour Wabco (systèmes de freinage, de contrôle de stabilité, de suspension et de transmission) et 3 ans comme Chef de Groupe de produits pour Valeo Service Export.
Début de Carrière chez Valeo Klima Système à Stuttgart en tant que Responsable commercial rechange.



- Eric Gaëtan, 52 ans, Master de management Paris Dauphine

Depuis 2015 Co fondateur de CFT Crealead société de conseil et formation
De 2012 à 2014 Directeur Général en charge des produits grands Public chez Bridgestone Europe après 3 ans comme Directeur Général Bridgestone France et Benelux et 2ans comme Directeur Général Carrier Transcold (équipement de froid de transport)
Début de carrière dans des postes techniques et commerciaux au sein du groupe Bridgestone



Patrick Gruau : Quel avenir pour le métier de Constructeur Carrossier ?



Une cinquantaine de membres du Club T.E.A.M. Auto a été enthousiasmée par Patrick Gruau qui a traité du thème : "Le métier de constructeur-carrossier : quel avenir ?".

Passionné, il fut passionnant, expliquant avec pédagogie son métier de constructeur carrossier multi-spécialiste, n°1 européen sur VU. Il a évoqué sa vision du marché et la place de la dizaine de marques du Groupe Gruau. Il a relaté l'évolution de sa société familiale depuis 5 générations avec aujourd'hui 17 sites, 125 distributeurs en Europe, plus de 1 000 collaborateurs et 10 000 clients mais a surtout détaillé ses ambitions pour l'avenir. En France il va renforcer ses positions avec l'objectif d'être n°1 ou n°2 de chaque segment afin d'être toujours plus compétitif. Il mise sur la progression de la contribution de l'international qui doit dépasser les 40% du chiffre d'affaires. Pour ce faire alliances et co-entreprises sont et seront mises en place.

Patrick Gruau nous a montré que dans un environnement difficile, une vision stratégique et une forte volonté permettent le développement dans la durée et dans le respect des hommes.

*Laurent Helman
laurenthelman@gmail.com*



T.E.A.M. Rhône-Alpes

Le retour du Salon de Lyon

Après trois années d'absence le groupe lyonnais d'événementiels GL Events avait totalement reconfiguré le mois dernier le salon de l'auto qui a bien failli disparaître.

Moins "bling bling", beaucoup plus sobre, mais doté de nombreuses animations, ce salon prévu du 24 au 28 septembre à Lyon-Eurexpo, sur cinq jours seulement, allait-il attirer à nouveau les visiteurs ? Telle était la question à laquelle était suspendu l'avenir de ce salon. La réponse s'est révélée positive, Lyon 2015 a ainsi attiré 55 000 visiteurs. Mieux donc que la barre de 40 000 que s'était fixée GL Events. Certes bien en-dessous de la moyenne des salons antérieurs : de 90 000 à 100 000 visiteurs.

Deux raisons expliquent sans doute cette relance réussie : la présence de toutes les principales marques, puisque 45 constructeurs ont exposé dont toutes les marques françaises. Volkswagen actuellement dans la tourmente, bénéficiait d'un des plus grands stands du salon. Il faut également noter la présence remarquée de Ferrari, Maserati, Aston Martin, etc.

Les animations, enfin, ont fait le plein, en s'appuyant sur un "Village du sport automobile" et sur la présence de quelques champions automobiles médiatiques et présents sur le salon, à l'instar de Luc Alphand, Jacques Lafitte ou Bruno Saby.

Vu ces bons résultats, il y aura donc bien une prochaine édition, très précisément, fin septembre 2017, le salon étant biennal, en alternance avec le Mondial de l'auto de Paris.

*Philippe Neyroud
philippe.neyroud@gmail.com*



Soirée Echanges et Réseaux du 8 septembre

Poursuite de notre programme "Echanges & Réseaux" ce mardi 8 septembre dernier pour cette soirée de rentrée qui regroupait 11 volontaires de T.E.A.M. dans un autre lieu convivial de Montmartre, "Le Nanou Bar"



L'objet de cette réunion reste le partage des réseaux de professionnels de l'association avec les adhérents en recherche d'opportunités (postes ou missions).

La renommée de convivialité de l'association se confirme encore une fois, cette rencontre s'est déroulée dans une très bonne ambiance, les échanges furent très riches.

Cela s'est fait en dégustant des vins gouleyants et de copieuses tapas pour le plaisir de tous. Fidèle à son engagement n°1 de contribuer au repositionnement des cadres de l'automobile en transition professionnelle, l'association entend bien poursuivre cette initiative dont le prochain rendez-vous vous sera bientôt annoncé.

En attendant de vous retrouver dans ce cadre convivial ...

*Florent Saclier
fsaclier@gmail.com*



Partage du savoir

La conduite du changement

Le monde bouge et se métamorphose. Les entreprises doivent s'adapter aux besoins et aux exigences nouvelles de leurs clients ainsi qu'au contexte dans lequel elles évoluent. Le changement, en définitive, devient permanent. Changer est difficile car cela impose de se remettre en question, de prendre des risques et de naviguer dans un environnement provisoirement instable. Pour ces raisons, il est maintenant impératif d'accompagner les équipes et les personnes, lors de la mise en place de projet.

Tout changement fait peur (peur du vide). L'un des premiers réflexes est de le repousser à priori, le changement n'est ni souhaitable ni souhaité. Il constitue une rupture inacceptable. Il brise l'équilibre, rompt l'harmonie et ébranle la stabilité. Les causes de blocage ne sont donc que très rarement structurelles, mais surtout humaines.

Pour permettre un changement pacifié le premier outil est une analyse de la situation : analyse socio-dynamique. Il faut repérer les détracteurs et les promoteurs du changement

La communication est un outil indispensable à l'accompagnement du changement. Elle doit être descendante en formalisant la cible de façon compréhensible, améliorer la motivation par un accompagnement du projet. Mais elle doit aussi être ascendante, car un retour du terrain permet d'adapter la communication aux préoccupations des collaborateurs impactés.

Durant le projet, conduire le changement, c'est activer les bons leviers au bon moment afin que les résistants repérés lors du diagnostic deviennent des alliés. Et ne pas toujours considérer que cela se limite simplement à de la communication et de la formation. C'est un projet qui se gère au quotidien tout au long du projet, où il est souvent nécessaire d'invalider le présent, pour rendre le futur plus désirable. Et savoir que la perturbation de l'existant pèse plus lourd que les bienfaits espérés.

Ne pas intégrer cette démarche, est un risque fort d'un échec du projet évalué à 50 à 70%.

Quelques principes d'accompagnement :

- L'adhésion des futurs utilisateurs est sollicitée dès la définition des besoins
- Le climat de confiance est un facteur très largement facilitateur.
- L'appui sur des référents est essentiel.
- Le management doit être impliqué pour jouer un rôle moteur en matière d'évolution des usages
- L'implication de la Direction est impérative : - Anime, soutient, impulse - Valorise, et oriente vers le collectif - Incite à l'esprit de groupe
- Les acteurs externes au projet doivent être solidaires.

Quelques principes d'action :

- Accompagner la démarche d'appropriation par les utilisateurs : Engager une démarche graduelle, à petits pas.
- Montrer les bénéfices : Viser les apports simples, pratiques, rapides. Fournir rapidement des preuves du changement
- Prendre en compte les freins : Prédire les obstacles, y répondre et les traiter
- Mettre en œuvre une politique d'amélioration continue.

Les 10 commandements du changement :

- 1 - Définir le changement (vision cible),
- 2 - Identifier les acteurs concernés et les impacts du changement sur ces derniers
- 3 - Communiquer et partager le changement avec les acteurs pour déceler leurs craintes et leurs incitants
- 4 - Evaluer le niveau d'adhésion
- 5 - Définir les besoins en accompagnement
- 6 - Faire participer pour renforcer l'appropriation
- 7 - Former et coacher pour aider, favoriser à la mise en place
- 8 - Piloter de façon coordonnée et cohérente les étapes du changement et les étapes du projet
- 9 - Evaluer l'appropriation du changement par les acteurs du périmètre
- 10 - Récompenser, sans compter

Didier Pouillart
dp@dpc-consulting.fr
06 08 69 38 98



Partage du savoir

Coaching Olfactif

L'accompagnement olfactif permet de structurer un projet (ce que l'on réalise pour atteindre un OBJECTIF) en cohérence avec soi-même.

Dans le cadre d'un projet personnel privé ou professionnel l'accompagnement olfactif permet d'éclaircir ses idées et ses priorités, de mieux cibler ce que l'on désire et de faire les meilleurs choix, d'être plus efficace dans l'action et de gagner du temps....

La personne peut ainsi clairement définir l'objectif du projet, aller chercher et faire grandir ses motivations et ses désirs par rapport à cet objectif, harmoniser la cohérence entre l'objectif et sa personnalité, devenir complètement autonome sur son projet, et ainsi optimiser un passage de sa vie.

Un premier travail dure entre quatre et six heures, la personne est assise ou debout, il n'y a pas de contact physique entre les personnes. La personne exprime ses perceptions et ses ressentis, en sentant les odeurs que lui propose le coach. L'accompagnement olfactif repose sur la capacité de la personne à sentir une odeur d'huile essentielle végétale et à sortir de son mental pour écouter et verbaliser les sensations et les ressentis que l'odeur lui propose.

Plusieurs protocoles permettent ainsi à la personne de travailler sur la cohérence de ses motivations et ses désirs, et de produire, grâce aux odeurs, de nouvelles idées, afin de trouver les meilleures solutions pour réaliser son projet.

Bénéficiez d'un après-midi de clarification de vos objectifs, de vos motivations et de vos freins pour construire la logique de votre projet. Prenez rendez-vous ! Les dix premiers rendez-vous sont gratuits.

Christian Méric
cmeric@sfr.fr
06 30 77 32 88



OPINIONS

L'objectif CO2 européen pour 2015 largement dépassé dès 2014

Parmi les informations automobiles récentes, l'une mérite attention : l'objectif européen de réduction de CO2 pour 2015, à 130 g / km, a été dépassé de 7 g dès 2014. Ceux qui ont été associés au dossier se souviennent des cris d'orfraies de l'ACEA et des constructeurs concernant la fixation des objectifs CO2, et des règles d'applications liées.

Le 120 g / km à atteindre en 2005 apparu subrepticement fin 1995 au détour d'une communication de la Commission, sans aucune autre justification que "cela correspond à 5 l / 100", était impossible. Lobby d'enfer à Bruxelles, pour obtenir 130 g en 2012, puis, par le jeu d'une entrée en vigueur progressive, en 2015. On est donc content de 123 g / km en 2014.

Mais ceci est une moyenne européenne qui cache des disparités très fortes. On ne peut que remercier le CCFA de nous en informer régulièrement, et de nous indiquer que l'écart entre la France, très vertueuse, et l'Allemagne, pour laquelle le business prime très largement sur l'environnement, est de l'ordre de 20%.

Un tel écart de CO2 génère un fort écart de rentabilité du marché. Le nombre de véhicules, disons « très rentables » vendus annuellement outre-Rhin est très supérieur à 500 000. Rien à voir avec la portion congrue en France phagocytée par les constructeurs germaniques parce que les "latins" n'ont pas le marché de base leur permettant d'être compétitifs sur ces segments, tant technologiquement qu'économiquement.

Un petit rappel : l'ACEA a conclu un engagement volontaire avec la Commission Européenne en 1998 visant à atteindre 140 g/km en 2008. Cette cible n'a pas été atteinte parce qu'entre 2000 et 2005, les 3 grands groupes allemands ont lancé sur le marché européen des gammes de véhicules très performants, dont les SUV, tous véhicules très émetteurs de CO2 et très rentables, pendant que les généralistes réduisaient beaucoup plus, même dans l'absolu, leurs émissions de CO2, aux dépens de leur rentabilité. La conséquence du non-respect de l'engagement, c'est la réglementation en cours. Durant toute sa gestation, le lobby allemand à Bruxelles - gouvernement, constructeurs et VDA tous unis - a permis non seulement de retarder les échéances mais aussi d'obtenir des modalités d'application favorables aux véhicules lourds.

Après ces années nocives, vivement la fin réelle du non-soutien aux entreprises, de l'inefficacité des politiques à Bruxelles et de leur "hexagonalisme" en matière de compétition industrielle et d'environnement.

Luc Bastard
luc.bastard78@gmail.com



OPINIONS

Consultant, et sénior retraité : est-ce compatible et synonyme d'excellence ?

Après 41 ans chez un grand constructeur, et 9 ans de conseils, et toujours en activité, quel regard porter sur la situation d'être à la fois sénior et consultant ?

Trop cher, fatigués, manque de punch, peu malléables, sans dynamisme, peu adaptés aux nouvelles technologies de l'information, voire même réfractaires etc... Voilà ce que j'ai entendu lors de mes premières missions, avec mon statut de retraité. Mais quelle retraite ? Celle qui désocialise ? Celle qui vous "gèle les neurones". J'ai cru rêver !

Voici les quelques préjugés dont on est "victime" dans certaines entreprises face aux "Consultants/Séniors". Quelle richesse négligée, quel gisement de compétitivité oublié !...

Le management des entreprises françaises, va cependant devoir se réveiller et admettre enfin, que l'expérience, les succès mais aussi certains échecs, participent à la compétence globale d'un consultant/sénior, rompu aux pressions liées à la performance de l'entreprise. Je le constate à chaque fois que je participe à des clubs soit de "Business Angel", soit au sein d'un T.E.A.M. d'anciens chefs d'entreprises ou directeurs. Pour aucun d'entre eux les mots "fatalité" et "résignation" ne font pas partie de leur vocabulaire !

Certains, par exemple, ont donné de nouveaux élans à leur vie professionnelle et privée. Dans mon activité de conseils, je cherche à me prolonger, me dépasser. La "retraite" est un concept que je n'ai toujours pas intégré !... certains diront, c'est un malade ! Mais au final, qu'est-ce qui me différencie d'un cadre de 40 ans, sinon d'avoir vécu 25 années de plus que lui ?

25 ans, quel capital humain inexploité ! Et une capacité à pouvoir gérer son temps libre, comme son temps d'activité de consultant. N'est-ce pas aussi une richesse, qui finalement enlève au consultant/sénior cette fameuse pression qui mène, pour certains cadres de 40 ans, au "burn out" ?

Et puis surtout, j'ai vécu des aventures professionnelles si riches et si formatrices ! J'ai vécu des expériences organisationnelles, commerciales, de gestion de grands projets, de systèmes d'informations. Des erreurs "d'aiguillage" propres à rebondir, l'échec n'étant qu'une occasion de se remettre en cause, ce dernier n'étant finalement qu'un simple accident de parcours. Alors être consultant/sénior, c'est pouvoir éclairer les plus jeunes des pièges, des faux espoirs mais aussi, savoir repérer les véritables potentiels de performance. C'est avoir également une conscience aiguë de ses propres erreurs liées à la passion de cette époque dans laquelle l'on vit aujourd'hui.

Et puis à l'heure de l'internet et du digital, où toute entreprise doit mettre le client au centre de ses préoccupations, être consultant/sénior, c'est avoir ce retour d'expérience d'une vision plus précise du "client", pour en avoir vu tant et tant, que la notion de "client" est enracinée comme étant la priorité de tout projet !

Etre consultant/séniors c'est aussi avoir le recul nécessaire, cette capacité à rapidement généraliser ou synthétiser les projets pour en tirer des offres structurées, argumentées et, de les transformer en prise de décision rapide, opérationnelle et ... passer à "l'Action". Tous ces paramètres doivent dorénavant compter dans les entreprises : intégrer un consultant/sénior c'est une expérience de l'action et du management des hommes sur le terrain, voilà une valeur ajoutée évidente ! Négliger cela plus longtemps serait pour certaines ambitions stratégiques d'Entreprises, une faute professionnelle.

- Un consultant/sénior est-il trop cher ? NON, il s'adapte !
- Un consultant/sénior est-il peu malléable ? NON, il est souple, et intègre !
- Un consultant/sénior est-il un "ventre mou" ? NON, il a 15 années devant lui pour réaliser ses rêves de réussite qui ne le quittent pas !

*Didier Pouillart
dp@dpc-consulting.fr*



Cette rubrique est destinée à exprimer les opinions et expériences personnelles des membres de l'association T.E.A.M. ; le contenu des articles n'engage que leurs auteurs.

TENDANCES

Ateliers de la Filière automobile 2015

La PFA a organisé une journée d'informations le 7 juillet dernier pour présenter l'avancement des travaux des différentes Commissions.

Eric Poyeton, nouveau Directeur Général, a indiqué les orientations qui vont être mises en œuvre pour la Filière automobile :

- un rendez-vous par an sur une journée,
- volonté de se rapprocher des PME,
- prise en compte des résultats de l'enquête "relations clients/fournisseurs" qui sera mise à jour annuellement.

La PFA souhaite également intégrer les start-up qui proposent des solutions de nouvelle mobilité. Le "Comité relations publiques" va continuer le lobbying et porter un message "tous PFA" au niveau européen au nom des Constructeurs et Equipementiers français.

Galia s'engage dans la PFA 2015 et travaille actuellement avec le Ministère des Finances à Bercy pour construire des recommandations concernant les modes de preuve apportés par l'EDI -Échange de Données Informatisé- (REC ADV, IFTMAN, Self Billing). De plus, un projet d'amélioration des emballages est à l'étude. Enfin, le Comité Technique qui s'occupe de Valdriv - PLM a sollicité Galia pour des recommandations techniques.

Pour obtenir les supports de présentation, je vous invite à cliquer sur le lien : <http://www.pfa-auto.fr/index.php/presse/>

*Catherine Marzin
catherine.marzin@solexter.fr*



Frankfurt 2015

A l'heure où le scandale "Dieselgate" de Volkswagen éclate à peine et où l'on ignore donc quelles seront les répercussions à long terme de cet accident, la visite du Salon de Francfort revêt une saveur bien particulière. Les marques allemandes sont sur leur terre, c'est leur salon et leurs stands –ou plutôt leurs immeubles privés- sont «kolossaux».

Mercedes vous accueille dans une gigantesque rotonde et vous emmène directement au troisième étage par un escalier mécanique, que vous redescendrez par des demis-étages –chacun dédié à une gamme, à un modèle- disposés en spirale pour vous amener jusqu'au rez-de-chaussée. Pendant votre visite, vous avez pratiquement en permanence la visibilité sur une immense scène où sont

présentés des véhicules en mouvements, rythmés par la musique, la lumière et la vidéo. C'est grandiose ! Pour les voitures, on s'y perd avec la refonte des gammes SUV qui se calent sur la gamme des berlines, on découvre la GLA, GLC, GLE, G et GL. En plus disponibles pour certains en versions coupés façons X6 de BMW, c'est assez difficile à suivre en fait cette pléthore de véhicules taillés dans un nouveau style inauguré avec la classe A (déjà restylée) qui associent des arrondis sur des lignes tendues, plus agréable à regarder mais moins statuaire. Mercedes deviendrait-elle une marque pour les Djeuns ?

Le Groupe **Volkswagen** occupe deux bâtiments, le premier pour **Audi** -réalisé spécialement pour le salon-, le second -déjà existant- pour les autres marques du groupe. Dans celui-ci, vous retrouvez **Porsche**, très accueillant, vous pouvez monter dans toutes les voitures et le personnel est extrêmement prévenant, c'est le moment de s'incliner devant la GT 3 RS la dernière rescapée à ne pas se voir désormais affublée d'un Turbo comme le reste de la gamme 911 faceliftée. Toujours sportif avec l'Huracan qui se voyait dans sa version découverte pour la première fois, magnifique ! Chez VW, le Tiguan version 2016 faisait sa première apparition mais suivant le vieil adage appliqué par le Groupe, "tout change mais rien ne change", il sera difficile de se retourner en croisant un Tiguan, même si c'est une excellente voiture. La Superb dominait le stand **Skoda**, un design acéré, un équipement pléthorique, cette voiture a la classe, on lui ferait bien faire le match avec la Talisman !

Le meilleur côtoyait le pire, la **Bugatti** Granturismo, à l'origine une voiture virtuelle pour un jeu célèbre qui est devenu une voiture réelle pour le Salon, un engin exceptionnel que l'on se damnerait pour conduire jusqu'en enfer et au-delà ! Et à coté chez **Bentley**, le Bentayga, summum de l'automobile dans toute sa décadence, un Q7 modifié avec une face avant évoquant une Chrysler 300C super tunée échappée de Monster Garage, le genre de voiture où vous sentez bien que son conducteur n'a qu'un plaisir : vous mépriser. Dommage, c'est certainement une voiture exceptionnelle -"Extraordinary" comme disait Jean Reno-, mais ce n'est plus en phase avec les valeurs que l'Automobile devrait transmettre aujourd'hui.

Ne pas oublier Audi dans son hall privatif, la nouvelle A4 en première mondiale toute la gamme est présente mais par rapport à Mercedes ou à BMW, le stand ne déclenche pas l'émotion. Les voitures sont parfaites, what else ?

BMW, le plus excentré des bâtiments mais aussi le plus agréable, il intègre une piste où les voitures circulent pour aller sur la scène où se produisent des shows différents (40 ans de série 3, la nouvelle série 7...) éclairage, musique, c'est pro et de temps en temps les M3/M4 vrombissent et là, tous les aficionados tendent les oreilles, c'est le bonheur ! A l'entrée, de chaque côté les marques satellites font leur show, **Mini** avec sa nouvelle Clubman qui gagne une quatrième portière et qui perd donc encore un peu de sa spécificité. Rolls et sa Dawn, cela reste bien une Rolls, ostentatoire mais pas agressive, pitié pas de 4X4 pour le futur !

Passer les groupes allemands, les stands étaient plus modestes mais pas dénués d'intérêts, il serait difficile de passer tout le monde en revue mais on s'arrêtera déjà sur les marques françaises.

Citroën exposait son proto Cactus M, façon Mehari, sympa mais décalé par rapport à l'ambiance "gros cube" du salon, chez **DS** le face lift DS4 se dévoilait. Deux versions maintenant avec la Cross un peu haute sur pattes et la standard qui enfin revient à une garde au sol raisonnable. Une face avant réussie, des projecteurs travaillés, une vraie signature lumineuse, dommage que l'intérieur n'ait pas suivi et l'écran GPS fait maintenant "old fashioned" par rapport aux véhicules qui s'équipent peu à peu de véritables tablettes, façon Tesla. Dommage pour un constructeur qui se positionne comme d'avant-garde, un petit effort Monsieur DS, et surtout amener nous une grosse berline sur-motorisée aux prochains salons !

Peugeot présentait sa 308 GTI, avec 270 ch, c'est la voiture française la plus puissante avec la RCZ équipée du même moteur mais qui disparaît du catalogue. On aurait aimé plus, 300 ch, c'est maintenant la norme dans ce gabarit, en plus, côté look il n'y a rien de très excitant dans la différenciation. C'est Peugeot, clean et efficace mais on n'en prend pas plein les yeux.

Renault, cette marque enthousiasme par son programme de renouvellement mené à marche forcée depuis moins de deux ans. Dans le désordre : Nouvelle Clio, Twingo, Captur, Kadjar, Espace, Talisman et Mégane ! Une réussite technique et industrielle car la standardisation est partout en termes de plateformes, de motorisations et d'équipements et à terme les bénéfices de Renault devraient en profiter. Esthétiquement, c'est réussi. La Talisman impressionne, en berline ou en break, elle devrait vite devenir la préférée des commerciaux, Lease Plan et Arval à vos commandes ! A l'intérieur, malgré une planche de bord réussie et des ambiances de couleurs recherchées, c'est un peu moins excitant, en bas de console, plastiques rugueux et griffables sont au rendez-vous, soyez les bienvenus vous êtes dans une Renault ! La nouvelle Mégane, c'est carton plein, esthétiquement, intérieurement, qualitativement, elle devrait rapidement s'imposer dans sa catégorie.

Sur le stand Renault, une seule lacune, la motorisation. Que vous vouliez une Megane, un Espace, une Talisman, un Kadjar diesel performant, c'est du 160 ch pour tout le monde et ça ne va pas plus loin, et franchement, quel regret, pas forcément pour en acheter mais pour l'image. ! Sans compter que la banque d'organes Nissan & Infiniti permet de sacrés mécanos, à quand une Talisman GTR pour aller titiller la nouvelle Alfa Giulia ?

Parlons-en de l'**Alfa Romeo** Giulia, pour sa première sortie officielle à Francfort. Même si on ne reconnaît pas immédiatement une Alfa surtout de l'arrière, c'est un formidable jouet que nous découvrons. Avec 510 ch (V6 turbo d'origine Ferrari- Maserati) en propulsion et avec une boîte Getrag 6 rapports, une vraie boîte qui claque, il va y avoir du sport et c'est vraiment un coup de cœur de ce salon à mettre en rapport avec la fréquentation du stand, il y a longtemps que l'on avait pas vu une berline déclencher autant l'enthousiasme chez Alfa-Romeo. Un mot aussi sur l'intérieur, très réussi, particulièrement la planche de bord qui intègre un écran de navigation multifonctions dont les bords se confondent avec ceux de la planche de bord, effet garanti ! Evidemment, il faudra tester cela en novembre pour voir si plumage et ramage sont à l'unisson.

Un dernier mot pour la **Jaguar** F-Pace, aussi une des 200 nouveautés du Salon - un 4X4 de bonne taille mais juste ce qu'il faut, plutôt Q5 que Q7, un design extrêmement intéressant qui donne une vraie personnalité à la voiture, avec l'arrière par exemple similaire à ceux des derniers coupés F-Type, c'est très bien fait. Intérieur accueillant, tableau de bord style cockpit virtuel avec aussi, en plus un écran standard sur la console centrale, à l'occasion il faudra penser à regarder la route mais comme la voiture qui se conduit toute seule est pour bientôt, on pourra se concentrer sur ses écrans, comme les enfants !

En résumé, un salon grandiose, des stands allemands époustouflants, des nouveautés partout, des prototypes à la pelle... Des stands ouverts et accueillants -on n'est pas à Paris !- vous pouvez rentrer dans presque toutes les voitures, Série 7 et Mercedes Maybach sont à votre disposition, des catalogues papiers sont distribués, parfois même des posters et des goodies, c'est sympa, ça fait partie du spectacle et de la grande fête automobile ! Alors tout le monde se déplace à Francfort : allemands, français, polonais, turcs, russes... A défaut d'être le Mondial, c'est déjà l'Europe élargie qui se presse et se bouscule -dans l'ordre- pour rêver ou choisir sa prochaine voiture.

Laurent Hatton
laurent.hatton@wanadoo.fr



T.E.A.M. present à Equip'Auto 2015

C'est en effet une équipe de plus de 20 Teamers qui a participé à cet événement majeur du marché de l'entretien et de la réparation automobile en France.

L'association TEAM était présente sur un stand proche du plateau TV dans le Hall 6, et les membres de l'association ont pu se rencontrer, échanger sur leurs métiers respectifs et rencontrer de futurs Teamers, ou bien des entreprises pouvant leur apporter des emplois ou des missions. Les membres présents ont mis en avant la vocation, la mission et les valeurs de l'association.



Equip Auto a favorisé la mise en relation de ses membres et leur a permis de développer leurs réseaux et de représenter l'association à l'extérieur.

Ce salon, et la présence des Teamers a permis de mettre en avant un réseau de plus de 120 membres experts dans tous les secteurs de l'automobile. Les Teamers présents ont démontré leurs qualités d'entraide, de générosité, d'engagement et de respect.

De plus, en étroite collaboration avec la Direction de Comexposium et la Présidence d'Equip Auto, les membres de T.E.A.M. ont accompagné certaines délégations étrangères venant de Tunisie, de Corée, de Suède, du Maroc, du Portugal et de Pologne, pour leur permettre de se diriger et de comprendre le salon. Ils ont aussi répondu à de nombreuses questions et ont pu ainsi enrichir leurs contacts internationalement.

Yves Jurado, le Président de T.E.A.M a aussi pu expliquer les missions de notre association sur le plateau TV, au cours d'un entretien mené par Emmanuel Taillardat.

Une grande expérience, à renouveler, à laquelle nous sommes très fiers d'avoir pu participer.

Didier Longret
dlongret@gmail.com



Courrier des lecteurs : Envoyez vos suggestions à : la.lettre.de.team@team-auto.org