GROUPE LORET

LORET&NOUS

N°116



Chères collaboratrices, chers collaborateurs,

Quelle joie de constater que ce premier trimestre regorge d'actualités porteuses d'espoir. Chaque page de cette édition reflète la vitalité de nos sociétés et l'engagement de nos collaborateurs.

Nous sommes fiers de mettre en lumière, à travers cette nouvelle mise en page, nos collaborateurs et collaboratrices qui se distinguent par leur passion, leur dévouement et leur savoir-faire. Cette charte revue, qui confère à notre journal interne une allure magazine, et met davantage en valeur les informations que nous avons à partager, grâce notamment à nos Cahiers Spéciaux.

Dans cette édition, vous découvrirez des articles sur le nouveau Pôle Premium, l'Après-Vente et ses améliorations continues, des récits inspirants de collaborateurs qui grimpent les échelons, qui se forment, des portraits de collaboratrices passionnées, des témoignages d'équipes renforçant leur cohésion au sein et en dehors du bureau, bref, 38 pages informatives et inspirantes. Sans oublier nos jeux. Le résultat du Jeu Carnaval (bravo aux gagnants !) et le lien pour jouer, très vite (clôture le 5 avril) , au nouveau jeu offert par KIA.

Nous vous souhaitons une excellente lecture et continuez à nous inspirer, au quotidien !

.

Denis Lesueur
Président du Directoire

LORET&NOUS N°116

DATE LIMITE LE 5 AVRIL !



3 RONALDINHO LA LÉGENDE !



5 UN PETIT DÉJEUNER DE DÉBUT D'ANNÉE POUR GARDER LE CONTACT !

CAHIER SPÉCIAL



8 CAHIER SPÉCIAL APRÈS-VENTE, SUR LA VOIE DE L'AMÉLIORATION CONTINUE



17 CGFF : NOS COLLABORATEURS DES ACTEURS CLÉS DANS NOTRE SUCCES STORY

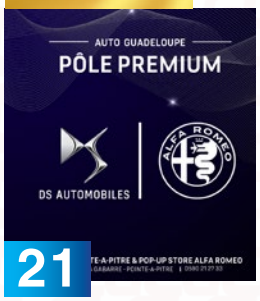


19 COCKTAIL DE REMERCIMENTSCHEZ SOMASCOSPORT



20 BONNE RETRAITE JEAN-CHARLES !

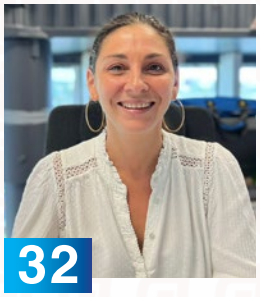
CAHIER SPÉCIAL



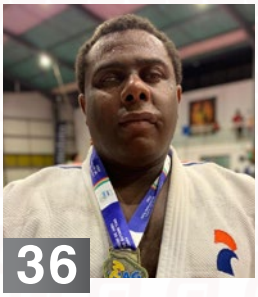
21 CAHIER SPÉCIAL PÔLE PREMIUM



30 LE CARNAVAL CHEZ HERTZ GUADELOUPE



32 L'INTERVIEW DE JESSICA LEVALOIS



36 ROMUALD RABOTEUR, UN CHAMPION EXCEPTIONNEL DANS LE PARAJUDO



37 À LIRE DANS LE DERNIER EWAG



38 ANNONCE DU RÉSULTAT DU GRAND CONCOURS CARNAVAL !

GROUPE LORET

6 PLACES À GAGNER POUR RENCONTRER RONALDINHO

LA LÉGENDE DU FOOTBALL !



KIA Guadeloupe est extrêmement heureux de vous annoncer une nouvelle sensationnelle ! La légende vivante du football, RONALDINHO, sera parmi nous pour une série d'événements exceptionnels ! Parmi eux, une séance de dédicaces chez KIA à Jarry.

KIA Guadeloupe a lancé un jeu grand public pour faire gagner des places. **Et nous avons une surprise pour vous : un quiz réservé aux collaborateurs du groupe permettra à 6 d'entre vous de rencontrer Ronaldinho lors de cette séance de dédicaces exceptionnelle.**

Préparez-vous à vivre une expérience unique, pleine de magie, de talent et de moments inoubliables aux côtés de l'un des plus grands joueurs de tous les temps. Une opportunité incroyable de rencontrer Ronaldinho en personne, de prendre des photos et de célébrer la passion du football avec l'une de ses légendes vivantes.

CONNAISSEZ-VOUS RONALDINHO ?

Pour ceux qui ne le connaissent pas bien, Ronaldinho est bien plus qu'un joueur de football. Considéré comme l'un des plus grands joueurs de tous les temps, il a marqué l'histoire du sport avec son jeu exceptionnel et son style unique. En Europe, il s'est révélé en tant qu'ailier gauche, éblouissant les foules avec ses dribbles incroyables, sa conduite de balle magistrale et son aisance sur les coups francs. Ses réalisations lui ont valu de nombreuses distinctions, notamment le **Ballon d'Or en 2005.** Au-delà de ses exploits individuels, Ronaldinho a également brillé en tant que membre de l'équipe nationale brésilienne, remportant la **Coupe du monde en 2002** et marquant à jamais l'histoire du football.

Ronaldinho est bien plus qu'un joueur de football, c'est une légende vivante. Et le 6 avril, il sera parmi nous pour un événement unique !

QUIZ

TIRAGE AU SORT
VENDREDI
5 AVRIL - 14H00

KIA T'OFFRE TA SÉANCE DE DÉDICACE

AVEC RONALDHINO !

Ce quiz est exclusivement réservé aux collaborateurs du **Groupe LORET.**

?1

En quelle année Ronaldhino a-t-il obtenu le Ballon d'or ?

?2

Quelle est la nationalité de Ronaldhino ?

?3

Où aura lieu la séance de dédicaces avec Ronaldhino ?

Cliquez ici pour participer !



NOTEZ BIEN

13 6 avril 2024
10h30
KIA, Jarry



UN PETIT DÉJEUNER CHARGÉ D'ÉNERGIE POUR DÉBUTER L'ANNÉE ET MAINTENIR LE CONTACT !

Petit-déjeuner



Pour bien entamer l'année 2024, une atmosphère chaleureuse et accueillante régnait dans nos agences de Guadeloupe et Martinique à l'occasion des réunions matinales de l'équipe Hertz. Quoi de mieux pour démarrer l'année 2024. Rassemblés autour d'un petit-déjeuner convivial, les membres de l'équipe ont eu l'occasion de rencontrer leurs clients dans une ambiance détendue, favorisant ainsi des échanges authentiques et le développement de relations de proximité.

REMI RICARDO
ATTACHÉ COMMERCIAL NOUS EXPLIQUE L'IMPORTANCE DE CES ÉVÈNEMENTS



Rémi RICARDO nous explique son rôle dans ce type d'événement

ÉTANT RÉCEMMENT ARRIVÉ DANS L'ÉQUIPE, JE SAISIS L'IMPORTANCE DE CETTE EXPÉRIENCE ET JE LA VALORISE PARTICULIÈREMENT

Mon objectif est de véhiculer l'image de Hertz de manière optimale auprès des entreprises de Guadeloupe, Martinique et de Guyane. Pour moi, ces petits-déjeuners ont une importance particulière car ils nous permettent d'accueillir nos clients et nos collaborateurs dans un cadre plus informel. En tant que nouvel arrivant dans l'équipe, j'apprécie énormément cette expérience, notamment l'opportunité de la renouveler à l'avenir.





UNE OPPORTUNITÉ POUR LE BUSINESS : ÉCHANGER SUR L'ÉLECTRIQUE ENTRE DEUX CROISSANTS !»

Le marché des voitures électriques est important dans le contexte actuel de transition énergétique et de préoccupations environnementales croissantes. Le Groupe LORET est d'ailleurs très impliqué dans ce sujet. Au-delà de l'aspect environnemental, la compréhension de cette transition permet également de saisir les innovations technologiques du secteur automobile. Les échanges qui ont eu lieu au cours de ce petit déjeuner, ont permis à Hertz d'apporter une perception rassurante du marché de l'électrique. Une démarche confirmée par Sabrina DAHOMAY, directrice commerciale Hertz Antilles Guyane.

Sabrina DAHOMAY

DIRECTRICE COMMERCIALE HERTZ ANTILLES GUYANE, NOUS FAIT PART DE L'ENJEU DE CETTE RENCONTRE





PROFITER DE CES OCCASIONS POUR FAIRE TESTER DES VÉHICULES ET PARLER AUTOMOBILES

« Le sujet du moment pour nous dans l'automobile, c'est l'électrique donc on profite de ces occasions pour faire tester des véhicules et parler automobiles avec nos clients. Nous devons prouver que c'est un bon investissement de miser dans ce domaine d'autant que nous avons une clientèle professionnelle importante qui se déplace entre les départements de la Guadeloupe, Martinique et Guyane. Nous n'avons pas toujours le temps d'échanger, ce petit déjeuner, c'est le moyen pour nous de réunir clients et équipe. »



Côté client, une grande satisfaction aussi.



Laureen PERMAL

RESPONSABLE MARKETING & PARTENARIATS ANTILLES CORSAIR EXPLIQUE

« C'est dans la convivialité que les échanges se font, que les liens se resserrent et que l'on apprend à s'apprivoiser différemment que dans le cadre professionnel. »

Félicitations à toute l'équipe Hertz Antilles pour ces jolis moments de joie et de bonne humeur !







CAHIER SPÉCIAL

APRÈS-VENTE, SUR LA VOIE DE L'AMÉLIORATION CONTINUE

Compétences au service de la satisfaction client : un regard sur l'Après-Vente

9 INTERVIEW ILIA ANDRIANOV
directeur Après-vente

11 CAMPAGNES DE RAPPEL
une équpe dédiée

12 FORMATION MG
élever le niveau du Service Après-Vente

14 REGARDS CROISÉS
témoignages des participants

ILIA ANDRIANOV, LA QUALITÉ DU SERVICE AU CŒUR DE CHAQUE INITIATIVE



Avec une carrière remarquable dans l'industrie automobile, en tant qu'auditeur international chez Stellantis, Ilia ANDRIANOV a acquis une expérience précieuse dans l'évaluation des opérations et des processus de production. Son expertise l'a conduit à rejoindre le groupe Loret en tant que directeur normes et méthodes, où il a joué un rôle clé dans l'optimisation des pratiques opérationnelles. Il est désormais Directeur après-vente. En tant que tel, il s'efforce de transformer l'entreprise en un centre d'excellence pour la maintenance automobile, combinant expertise technique, gestion efficace et innovation stratégique

ILIA ANDRIANOV
NOUVEAU DIRECTEUR DE L'APRÈS-VENTE



LORET & Nous : Parlez-nous des initiatives en cours chez AUTO GUADELOUPE pour améliorer la qualité du service après-vente ?

Ilia ANDRIANOV : Nous avons plusieurs initiatives en cours pour améliorer la qualité de notre service après-vente. En premier lieu, je peux parler de notre équipe dédiée aux campagnes de rappel constructeurs.
Ensuite, nous investissons dans la formation de notre personnel, en mettant en place des programmes de formation continue pour garantir qu'ils disposent des compétences nécessaires pour travailler sur les dernières technologies.
Troisièmement, nous avons réorganisé nos processus de travail pour améliorer l'efficacité opérationnelle et réduire les délais de rendez-vous pour nos clients.
Enfin, nous travaillons sur la mise en place de nouvelles technologies numériques pour améliorer la traçabilité des réparations et offrir une expérience client de qualité à chaque étape du processus.

L&N : Pouvez-vous nous parler de l'importance de la formation pour les équipes après-vente,

en particulier avec les avancées technologiques telles que l'électrification des véhicules ?

IA : Les avancées technologiques, notamment dans le domaine de l'électrification des véhicules, ont considérablement modifié les exigences en matière de maintenance et de réparation. Il est essentiel que nos équipes après-vente soient bien formées et compétentes pour travailler sur ces nouveaux types de véhicules. C'est pourquoi nous nous engageons à offrir des formations de qualité à notre personnel, afin de garantir que nous restons à la pointe de l'industrie et que nous pouvons répondre efficacement aux besoins de nos clients. C'est le cas avec la formation MG directement dispensée par le constructeur ici en Guadeloupe.

> Aujourd'hui, pour entretenir et réparer un véhicule, il faut une expertise approfondie et actualisée.

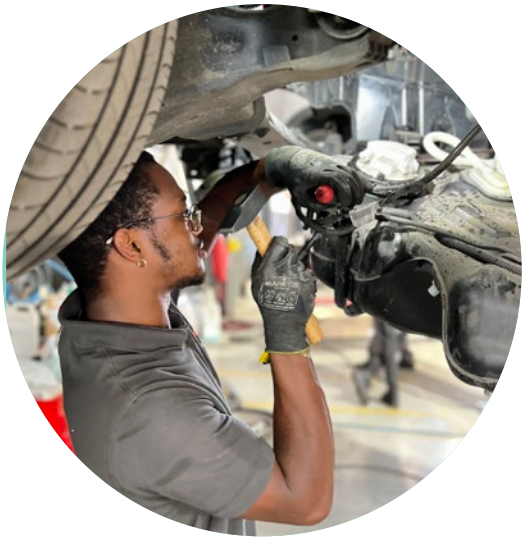
L&N : Quelle est votre vision pour l'avenir de l'après-vente chez AUTO GUADELOUPE ?

IA : Ma vision pour l'avenir de l'après-vente chez AUTO GUADELOUPE repose sur trois piliers principaux : l'électrification, la formation et la numérisation. Je crois fermement que ces trois éléments seront essentiels pour continuer à offrir un service de qualité supérieure à nos clients et à rester compétitifs sur le marché.



UNE ÉQUIPE DÉDIÉE AUX CAMPAGNES DE RAPPEL

GARANTIR LA SÉCURITÉ ET LA SATISFACTION CLIENT



Dans sa quête de performance et de satisfaction client, AUTO GUADELOUPE a mis en place une équipe dédiée aux campagnes de rappel. Mais que sont ces campagnes exactement ?

Les campagnes de rappel sont des dispositifs initiés par les constructeurs automobiles pour garantir la sécurité et la fiabilité des véhicules de leur marque. Elles impliquent de contacter les propriétaires de ces véhicules afin d'effectuer des mises à jour logicielles, des vérifications techniques ou d'autres interventions nécessaires. Pour mieux gérer ces campagnes et ne pas surcharger les ateliers, AUTO GUADELOUPE a déployé une équipe spécialement dédiée à cette tâche. Cette équipe concentée exclusivement sur les campagnes de rappel permet d'assurer une gestion plus efficace, des délais de traitement plus courts et une réactivité accrue.

En travaillant en étroite collaboration avec les constructeurs, cette équipe bénéficie directement de l'expertise et du support des fabricants, garantissant ainsi une prise en charge optimale des campagnes de rappel dans les meilleurs délais.









FORMATION MG ÉLÉMENT CLÉ DU DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES AUTOMOBILES

Une formation technique d'une durée de trois jours a eu lieu pour les techniciens du Groupe LORET, de Guadeloupe, de la Guyane et de la Martinique. L'objectif ? Approfondir les connaissances sur les véhicules électriques de la marque MG, et découvrir les dernières avancées en matière de technologies embarquées et de diagnostics.

FORMATEURS DE TALENT

Cette formation s'est déroulée sous la direction éclairée de deux experts dans leur domaine : **Victor FEQUANT et Valentin MARTIN**. Ensemble, ils ont conçu un programme complet, visant à guider les participants à travers les subtilités de l'architecture des véhicules, les technologies de traction, les systèmes de recharge électrique et les procédures de diagnostic.

VICTOR FEQUANT

RESPONSABLE DU SERVICE TECHNIQUE ET DU SERVICE GARANTIE CHEZ MG MOTOR FRANCE, UN PILIER DE L'ÉLECTROMOBILITÉ.



VALENTIN MARTIN

RESPONSABLE TECHNIQUE, UN EXPERT EN SYSTÈMES ÉLECTRIQUES ET UN PASSIONNÉ DES DERNIÈRES AVANCÉES TECHNOLOGIQUES.



EXPLORATION APPROFONDIE

Avec un mélange dynamique de présentations de gamme, d'analyses techniques et d'ateliers pratiques, les participants sont guidés à travers les rouages complexes de l'électromobilité. "On commence doucement sur un niveau 1, qui va un peu faire l'état des lieux de tout ce qu'on met à disposition du réseau, pour qu'il puisse travailler au quotidien. Et on va aller crescendo sur le niveau 2, et de l'architecture électrique puis on termine avec l'ouverture de pack batterie", explique Valentin, dévoilant ainsi le plan d'action pour les jours à venir.

UN PROGRAMME COMPLEXE

Le premier jour a été consacré à l'acquisition des bases essentielles, équivalentes au niveau 1 de la formation. Les participants ont eu l'occasion de découvrir en détail les particularités techniques des modèles MG, posant ainsi les fondations de leur apprentissage.

MONTÉE EN COMPÉTENCE

Le deuxième jour a vu les participants progresser vers le niveau 2 de la formation, se plongeant dans le diagnostic des problèmes les plus courants rencontrés sur les modèles MG. Une attention particulière a été portée sur l'architecture électrique des véhicules, essentielle pour résoudre efficacement les problèmes techniques.

EXPÉRIENCE PRATIQUE

Le troisième jour a concerné l'ouverture d'un pack batterie d'un véhicule électrique MG, permettant ainsi aux participants de comprendre de manière concrète le fonctionnement de cette technologie de pointe.

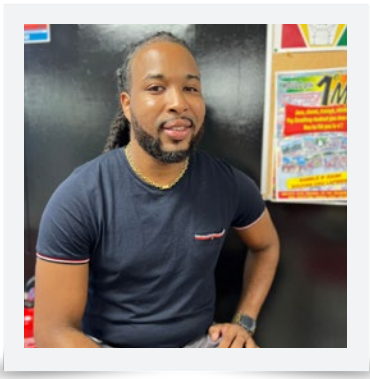
> C'était important pour nous de venir en Guadeloupe, pour accompagner le groupe Loret sur des aspects de formation technique. L'idée c'est de reprendre tout ce qui fait les particularités techniques de nos produits, pour qu'ils soient à même de pouvoir assister les clients le mieux possible sur tous leurs sites.
>
> ***Victor Fequant***



INTERVIEW CROISÉE DES PARTICIPANTS À LA FORMATION MG

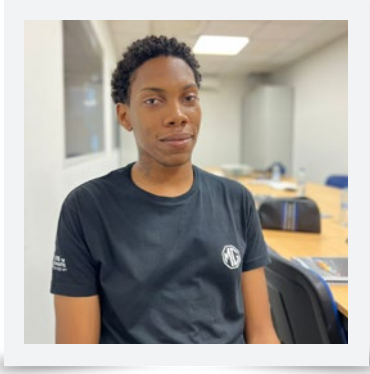
Nous avons rencontré certains des participants à la formation MG, chacun avec son parcours et ses attentes.

LORET & Nous : Nous commençons par Alan RAISON. Vous avez une solide expérience dans le domaine de l'après-vente automobile. Quelles sont vos attentes vis-à-vis de cette formation MG ?



Alan RAISON : Je suis gestionnaire de formation chez SOMASCO en Guyane, et j'avais hâte de découvrir l'univers de la marque MG et d'acquérir de nouvelles connaissances pour enrichir les programmes de formation. Je suis ici pour observer attentivement le déroulement de la formation, voir comment elle est conçue, comment travaillent les formateurs afin de m'en inspirer pour mes propres initiatives de formation dans le futur.

L&N : Gehanne SIARRA, Vous travaillez chez AUTO GUADELOUPE depuis deux ans et vous êtes en passe de devenir technicien. Pouvez-vous nous parler de vos attentes concernant cette formation ?



Gehanne SIARRAS : Pour moi, cette formation est une opportunité de mieux comprendre les processus de diagnostic des véhicules MG. J'ai déjà trouvé des réponses à certaines de mes questions concernant le logiciel et la marque MG, et j'espère en apprendre davantage sur les systèmes de haute tension et les véhicules électriques si d'autres formations nous sont proposées, ce qui serait vraiment bien !.

L&N : Nicolas PROS, vous venez de Martinique pour suivre cette formation. Qu'est-ce qui vous a motivé à participer ?



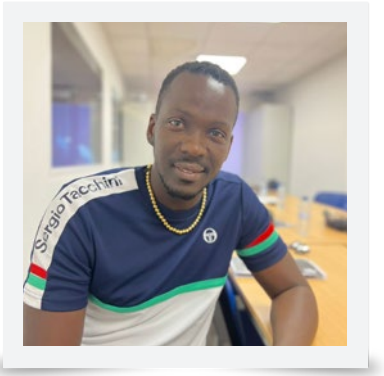
Nicolas PROS : Je suis chef d'atelier chez FEU VERT en Martinique et responsable du service après-vente MG. Cette formation est essentielle pour notre activité, surtout avec l'émergence de la marque MG et des véhicules électriques. Je suis ici pour renforcer mes compétences et être mieux préparé à soutenir nos clients sur tous nos sites en Martinique.

L&N : Vincenzo RICCA, vous êtes nouvellement arrivé en tant qu'expert technique multimarques. Quelles sont vos premières impressions sur la formation MG ?



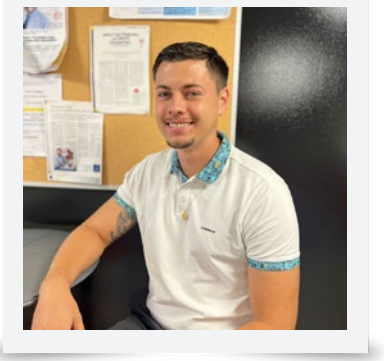
Vincenzo RICCA : Cette formation représente une occasion précieuse de me familiariser avec les produits innovants de la marque MG, qui suscitent un vif intérêt en Guadeloupe. J'ai déjà beaucoup appris sur la structure de levée électrique, les implantations des calculateurs et le fonctionnement de base des véhicules MG.

L&N : Terry MARTIAL, vous travaillez avec la marque KIA essentiellement, mais aussi sur toutes les autres marques du groupe, qu'est-ce qui vous intéresse plus particulièrement dans cette formation ?



Terry MARTIAL : Je suis venu pour progresser dans ma pratique professionnelle. Mon objectif est surtout de décrocher l'habilitation B2TL qui me permettrait de véritablement rentrer dans le domaine de l'électrique avec la possibilité d'intervenir sur des batteries, de les ouvrir etc.

L&N : Nicolas DEMBA, vous êtes arrivé tout récemment dans le Groupe LORET. Comment vivez-vous cette nouvelle étape dans votre carrière ?



Nicolas DEMBA : Je suis ravi de pouvoir découvrir l'univers de la marque MG et de créer mes connaissances sur les véhicules électriques. Cette formation est une opportunité de progresser dans ma carrière et de bénéficier d'une expertise supplémentaire après déjà dix ans dans l'automobile, et plus spécifiquement dans les poids lourds.

Enfin, Jean-Louis MANICOR, chef d'équipe technique à l'atelier principal de Pointe-à-Pitre.

L&N : Comment percevez-vous l'impact de cette formation sur votre équipe et votre activité ?



Jean-Louis MANICORD : Cette formation est une opportunité clé pour comprendre les particularités de la

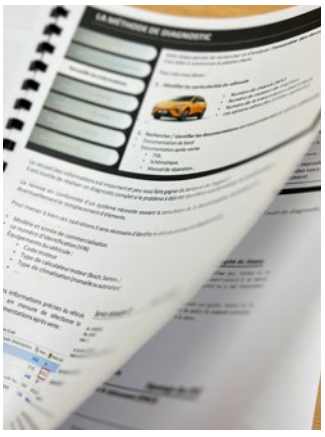
marque MG, notamment avec l'évolution rapide du marché. Elle nous permet de mieux appréhender les systèmes électriques des véhicules MG et de partager ces connaissances avec nos collègues. Cela renforce notre expertise et notre capacité à offrir un service de qualité à nos clients. Il faudrait que tous les acteurs de la chaîne puissent bénéficier d'une formation de ce type. L'ambiance générale de la formation a été très conviviale, et sans pression pour reprendre l'expression de certains participants. A l'unanimité, les collaborateurs ont apprécié la gentillesse des formateurs et leur capacité à expliquer clairement les concepts.

Bravo à tous les participants de la Formation MG : Elien DENIS, Vincenzo RICCA, Nicolas PROS, Terry MARTIAL, Géhanne SIARRAS, Cédric NIPHON, Jean-Nathan BOURAIN, Georges De OLIVERA, Alan RAISIN, Nicolas DEMBA, Cloé DOURTE, Jean-Louis MANICORD, Lenik BRISSAC, Pascal LEREMON, Jean-François MARQUET.

















NOS COLLABORATEURS, DES ACTEURS CLÉS DANS NOTRE SUCCES STORY

“Chez CGFF, nous croyons fermement que nos collaborateurs sont notre atout le plus précieux. Leur dévouement, leur expertise et leur passion sont les piliers sur lesquels reposent notre succès et notre croissance continue” » explique Euriel Kiffer, responsable marketing et communication de la branche Location. C’est pourquoi, cette année, CGFF a décidé de mettre en lumière ses équipes en leur offrant l’opportunité de jouer un rôle dans la création de leurs films institutionnels.

EURIEL KIFFER
RESPONSABLE MARKETING ET COMMUNICATION LOCATION

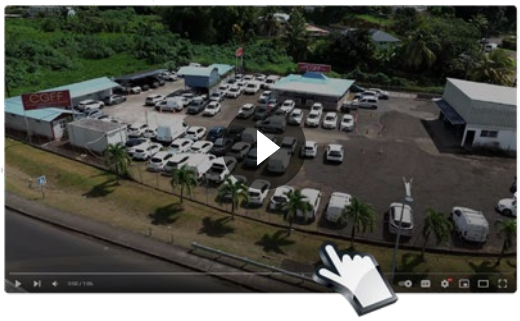


« La participation active de nos collaborateurs dans la création de ces films institutionnels est le reflet de notre engagement envers une communication authentique et transparente » poursuit Euriel. En effet, ce choix démontre que l’ entreprise est bien plus qu’une simple organisation, c’est une véritable famille où chaque membre compte. Bientôt, les collègues de Guyane seront également sollicités afin de briller sous les projecteurs.

« Chez CGFF, nous croyons que nos collaborateurs sont notre meilleure vitrine, et nous sommes impatients de continuer à les mettre en avant dans notre histoire d’entreprise. Car, après tout, notre réussite est la leur, et c’est ensemble que nous la bâtissons. »

Cliquez ici pour découvrir les films :

Martinique



Guadeloupe



Le making of















SOMASCO SPORT REMERCIE SES SPONSORS

Du côté de la Guyane, c'était ambiance cocktail chez SOMASCO L'Annexe ! La Team SOMASCO Sport a profité de l'ouverture prochaine de la saison des rallyes pour convier ses partenaires à un moment de partage et de convivialité. C'est un fait, le sport automobile reste une activité onéreuse et rien ne serait possible sans la précieuse aide de tous ces sponsors.

Cette soirée était également l'occasion de permettre aux différents sponsors de se rencontrer et c'est ainsi qu'une soixantaine de personnes se sont retrouvées autour d'une passion commune, la course automobile ! Après un discours de remerciement, la remise de cadeaux personnalisés, la Team SOMASCO Sport a su fédérer son auditoire en prouvant toute sa gratitude pour avoir rempilé pour l'année 2024.

À noter : parmi les sponsors la présence de SACI, la dynamique Groupe n'est décidément plus à démonter !

Rendez-vous les 6 et 7 avril 2024 pour la première course de la saison : Grand Prix SOMASCO !









JEAN-CHARLES HARPON

UNE RETRAITE BIEN MÉRITÉE

Jean-Charles HARPON est un tout jeune retraité. Il a accepté de rencontrer l'équipe du LORET & NOUS après avoir dit au revoir à sa carrière, ses amis et collègues de Hertz en Martinique.

Jean-Charles HARPON a débuté chez Hertz en mai 1985 en tant que préparateur-livreur tout d'abord à Fort-de-France, puis à Trinité et enfin au Lamentin à l'agence de l'aéroport. Après plus de 35 ans il partage son experience avec nous.

Quels conseils donneriez vous aux nouveaux collaborateurs de Hertz ?

Je pense qu'aujourd'hui, les valeurs auxquelles un nouveau collaborateur doit adhérer chez Hertz mais également dans n'importe quelle entreprise sont : le respect d'autrui, l'assiduité, le travail en équipe et la rigueur. Ce sont des valeurs fortes qui m'ont toujours accompagnées dans mes différentes missions, tout particulièrement chez Hertz.

Comment envisagez-vous votre retraite ? Avez-vous des projets en tête ?

Je suis un tout jeune retraité, depuis quelques mois à peine. Honnêtement, je n'ai pas encore eu le temps de réfléchir à de futurs projets. Toutefois, je m'intéresse énormément à la mécanique; peut-être vais-je me pencher sur le sujet. Depuis mon service militaire, j'ai appris quelques techniques de réparation automobile et j'ai toujours fait en sorte que les véhicules qui sont en panne puissent rouler de nouveau.

Avez-vous un mot à faire passer à toute l'équipe de Hertz de la Martinique ?

J'ai été agréablement surpris par la fête qui a été organisée pour mon départ à la retraite. Je souhaite remercier réellement toute l'équipe Hertz. Grâce à vous je pars avec de beaux souvenirs et des anecdotes que je raconterai avec plaisir à mes proches. Je vous souhaite le meilleur, restez soudés et surtout gardez votre authenticité, c'est ça qui fait votre force et la force de notre entreprise.



CAHIER SPÉCIAL

AUTO GUADELOUPE

PÔLE PREMIUM

DS AUTOMOBILES

ALFA ROMEO

22 PÔLE PREMIUM AUTOMOBILE
Présentation

24 CARRIÈRE
Jacques Misat

27 SOIRÉE ÉVÉNEMENT
Alfa Romeo

DS STORE & POP-UP STORE ALFA ROMEO
ROUTE DE LA GABARRE - POINTE-A-PITRE | 0590 21 27 33

DS AUTOMOBILES & ALFA ROMEO
ZI DES PÈRES BLANCS - BAILLIF | 0590 41 01 01

AUTO GUADELOUPE DÉVELOPPEMENT OUVRE LE **PÔLE PREMIUM AUTOMOBILE**



Depuis quelques semaines, une nouvelle ère s'ouvre au sein d'AUTO GUADELOUPE DÉVELOPPEMENT avec la création d'un tout nouveau département : le Pôle Premium Automobile. Ce pôle réunit deux marques d'exception, DS et ALFA ROMEO, dans une démarche ambitieuse et novatrice. Jacques MISAT en est le nouveau responsable nous l'avons rencontré pour qu'il partage avec vous son parcours atypique et ses 30 ans de carrière dans le groupe. Nous sommes aussi allés sur le terrain à l'occasion de la soirée italienne consacrée à la marque ALFA ROMEO.

LA MONTÉE EN GAMME

Le PÔLE PREMIUM AUTOMOBILE incarne la volonté du groupe de proposer des véhicules haut de gamme répondant aux attentes des clients les plus exigeants. En regroupant les marques DS et ALFA ROMEO, le groupe affirme sa position sur le marché de l'automobile de luxe et renforce son engagement envers l'excellence et l'innovation.

BIENTÔT UN CADRE À LA HAUTEUR DE L'EXCELLENCE

Pour accompagner cette montée en gamme, le Groupe va repenser l'environnement dans lequel ses véhicules seront présentés. Dans quelques mois, les showrooms seront aménagés pour offrir une expérience client exceptionnelle, à la hauteur de la qualité et du prestige des marques représentées.

UNE VISION D'AVENIR

« Ce nouveau pôle illustre la vision d'avenir du Groupe LORET, qui entend continuer à se démarquer sur le marché de l'automobile en proposant des produits et des services d'une qualité irréprochable. » explique Jacques MISAT qui a la responsabilité de le développer !




AUTO GUADELOUPE
PÔLE PREMIUM
DS AUTOMOBILES
ALFA ROMEO
C'EST ICI




Tonale


DS 3
L'ART DU RAFFINEMENT
GAMME DS 3
A partir de
30 990€
NOUVEAU SUV ALFA TONALE
LAISSEZ VOTRE INSTINCT

DE L'OCCASION AU PÔLE PREMIUM

Une ascension inspirante !



Dans le monde professionnel, certains parcours sont captivants et c'est le cas de celui de Jacques MISAT. Il a gravi les échelons et a su transformer un stage en une ascension remarquable jusqu'à occuper le poste responsable du PÔLE PREMIUM avec DS AUTOMOBILE et ALFA ROMEO. Son parcours témoigne du pouvoir de la persévérance, de l'engagement, de la conviction et prouve que tout est possible. Cette histoire souligne l'importance de croire en soi et démontre ce que l'on est capable d'atteindre à force de détermination.

JACQUES MISAT NOUS RACONTE

LORET&NOUS : Comment ton aventure a-t-elle commencé ?

JACQUES MISAT : Tout est parti d'un stage que j'ai réalisé vers l'âge de 18 ans durant mes études chez AUTO GUADELOUPE à Baillif. Au début j'avais de petites missions comme calculer un prix de revient ou suivre la prospection afin de recontacter les clients. Entre deux missions j'apprenais quelques techniques de vente du marché et j'avais envie de venir en aide aux clients. On m'a tout de suite fait confiance. Je me souviens que j'ai pu vendre les 32 voitures en stock, ce qui m'a valu de nombreux compliments, je me rappellerai toujours ce jour, c'est là que tout a commencé pour moi.

L&N : De stagiaire à manager, comment tu as vécu cette évolution ?

JM : À la suite de mon stage, et après l'obtention de mon BTS, j'ai été recontacté par Jean-Luc BOULOGNE qui m'a proposé un poste de vendeur VO à Baillif. Nous travaillions avec les marques HYUNDAI, CITROËN et PEUGEOT. Pour regrouper toutes ces voitures nous avons loué un local à Baillif qui nous a permis de créer le premier centre d'occasion du secteur.
Puis je suis passé responsable VO à Pointe-à-Pitre. Cette opportunité m'a permis d'exercer plus de responsabilités et de m'enrichir dans le milieu. Je suis ensuite raparti sur Baillif en tant que responsable de la succursale durant 3 ans. J'étais jeune et émerveillé par ce beau défi. Il y avait de vrais changements à apporter à l'époque, un besoin de renouveau, une épreuve pour rajeunir le site.
On m'a ensuite confié un nouveau challange à Pointe-à-Pitre où je suis devenu chef des ventes VN PEUGEOT. Je suis resté 12 ans à ce poste.

L&N : Quelles sont les clés d'une bonne évolution selon toi ?

JM : La base selon moi et par rapport à mon expérience sur le terrain est d'être proche de ses clients et de ses collaborateurs, d'apporter des solutions et ne pas craindre d'être sur le terrain. Aimer ce que l'on fait joue beaucoup. Ma grand-mère elle-même avait la fibre commerciale et me l'a transmise. Il ne faut jamais reculer et ne pas avoir peur de dire oui, savoir saisir sa chance est important.

> « Je dois travailler l'identité du Pôle Premium pour que tous les Guadeloupéens l'aient en tête. »

L&N : Parle-nous de ton poste de chef des ventes du Pôle Premium

JM : Aujourd'hui je suis chef du PÔLE PREMIUM avec DS AUTOMOBILE et ALFA ROMEO. C'est une vraie opportunité d'apporter une nouvelle fois ma pierre à l'édifice du Groupe. Le gros challenge pour moi en tant que chef est d'asseoir le PÔLE PREMIUM en tant qu'entité consacrée aux véhicules haut de gamme. C'est très différent de l'occasion, c'est différent des marques généralistes. Je découvre deux nouvelles marques avec des ADN forts. Elles sont complémentaires et en même temps différentes. Il y a tout un travail identitaire à faire avec le PÔLE PREMIUM pour que ce soit compris et intégré par les Guadeloupéens.

L&N : Un petit mot pour la fin ?

JM : Je n'ai aucuns regrets et je conseille à tous de ne pas avoir peur. Je suis reconnaissant de ce que le Groupe m'a apporté. Depuis 30 ans, je leur rends ce qu'ils ont su m'offrir. Je cherche toujours à mettre à profit mon expérience. Je transmets à ma jeune équipe les bases nécessaires pour développer, apporter lumière et crédibilité à nos marques. Réciproquement, j'apprends beaucoup de mon équipe au sein du PÔLE PREMIUM. Leur vision est dans l'air du temps et me permet de comprendre les changements du milieu.

“Je suis reconnaissant de ce que le Groupe m’a apporté”





SOIRÉE ÉVÉNEMENT ALFA ROMEO

Une Soirée Italienne à Casa Italia

CAHIER SPÉCIAL

SOIRÉE ITALIENNE À LA CASA ITALIA



Rien ne peut éteindre la flamme de la bonne humeur italienne, pas même la pluie. C'est dans cet esprit que les équipes d'AUTO GUADELOUPE ont organisé un cocktail spécial pour célébrer la présentation des nouveaux modèles ALFA ROMEO, jeudi 8 février au restaurant Casa Italia à Jarry. Menée par Jacques MISAT, cette soirée a réuni une centaine de Guadeloupéens, qu'ils soient déjà clients fidèles du groupe ou prospects, pour une soirée gastronomique et conviviale typiquement italienne, concoctée par les équipes de Casa Italia.

Cet événement s'est déroulé dans une atmosphère chaleureuse et décontractée, idéale pour accueillir les clients intéressés par la marque ALFA ROMEO. Jacques MISAT a ouvert la soirée par une allocution prometteuse, annonçant le retour de la marque en Guadeloupe et les projets à venir, notamment le futur showroom. En attendant, ALFA ROMEO occupe un espace temporaire de type "pop-up store". Jacques MISAT a présenté son équipe, présente à la fois à Pointe-à-Pitre et à Baillif marquant ainsi la présence de la marque sur l'ensemble du territoire guadeloupéen.



Puis, ce fut au tour d'Alex, propriétaire de la Casa Italia, de prendre la parole avec humour et enthousiasme, partageant sa passion pour la marque ALFA ROMEO, dont il est lui-même propriétaire d'un modèle sportif. Avec une maîtrise parfaite de l'humour italien, il a expliqué pourquoi il était fier d'accueillir les invités dans son restaurant et de collaborer avec le Groupe LORET.

Le clou de la soirée a été la présentation du nouveau véhicule STELVIO, un modèle agressif et puissant qui a suscité un vif intérêt parmi les



invités, captivés par son allure impressionnante. Une fois de plus, l'équipe de marketing d'AUTO GUADELOUPE a brillé par son professionnalisme et son savoir-faire en matière d'événements de qualité. Cette soirée à Casa Italia marque le début d'une aventure excitante pour ALFA ROMEO, qui













s'apprête à entamer un road trip à travers la Guadeloupe pour faire découvrir la marque dans des lieux emblématiques où l'esprit italien règne en maître. Nous adressons nos meilleurs vœux à l'équipe d'ALFA ROMEO et au PÔLE DS PREMIUM, et nous sommes impatients de voir les véhicules de la marque arpenter les routes de Guadeloupe dans un avenir proche.

LE CARNAVAL CHEZ HERTZ

UNE FÊTE EN **2** ACTES



Le carnaval est bien plus qu'une simple tradition en Guadeloupe. Il s'agit d'un événement culturel majeur qui imprègne toutes les couches de la société, y compris le milieu professionnel. Chez Hertz Guadeloupe, cette tradition est prise très au sérieux, et cela s'est manifesté de manière vibrante lors de deux événements marquants les 9 et 10 février derniers.

1 Accueil coloré et festif à l'agence de l'aéroport !

Vendredi 9 février, l'agence de Guadeloupe a ouvert ses portes à une fête colorée et festive. Tous les clients ont été accueillis dans un environnement spécialement décoré pour l'occasion. Des coiffes représentant les groupes emblématiques du carnaval guadeloupéen étaient fièrement exposées, offrant ainsi aux visiteurs un aperçu de ce riche patrimoine culturel. De délicieux beignets de carnaval ont été proposés, ajoutant une touche sucrée à cette ambiance festive. Une borne photo était également mise à disposition, permettant aux clients de capturer des souvenirs mémorables de leur passage chez Hertz.

Célébrer la richesse de la culture locale et la faire découvrir !

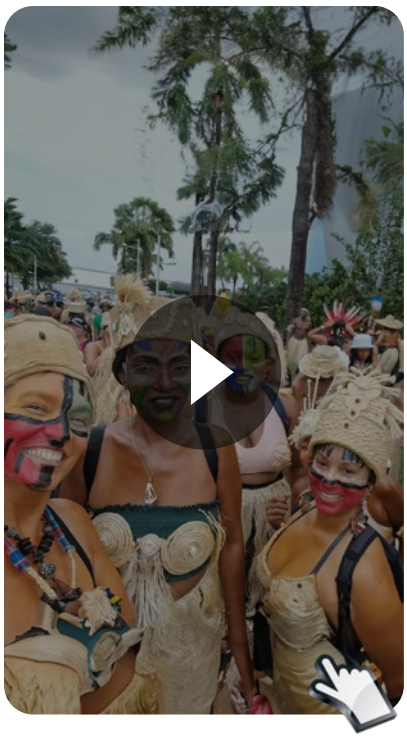




2 Mas Maten : une première participation qui renforce la cohésion d'équipe !

Samedi 10 février, l'effervescence du carnaval a atteint son paroxysme avec la participation enthousiaste d'une dizaine de collaborateurs de Hertz Guadeloupe au Mas Maten Kongo Karayib. Cette première expérience commune au sein de l'équipe a été marquée par une préparation minutieuse et un engagement sans faille. Nos collaborateurs ont revêtu avec fierté les tenues traditionnelles du Mas Maten, honorant ainsi la richesse de la culture guadeloupéenne.

Dans une ambiance de camaraderie et de bonne humeur, nos collaborateurs se sont préparés avec soin. Maquillage, roucou, coiffe : ils ont arboré fièrement les codes du Mas Maten Kongo Karayib.









Le saviez-vous ?

Organisé par le groupe à peau, Le Point d'Interrogation, le Mas Maten Kongo Karayib est né d'une initiative pleine de sens et d'authenticité. Depuis sa création en février 1997, cet événement populaire rassemble des milliers de participants de tous horizons, unis dans un même élan festif et culturel. Sous le thème original et symbolique d'un hommage aux descendants africains des Caraïbes, le Mas Maten offre aux carnavaliers un choix entre deux tenues emblématiques : le Mas Kongo et le Mas Karayib. Ces tenues, composées de matériaux locaux tels que le tissu africain, la corde, le roucou et les fleurs naturelles, incarnent l'essence même de la culture guadeloupéenne.

Ces deux événements témoignent de l'attachement profond de Hertz Guadeloupe à la tradition du carnaval et de son engagement à célébrer cette période festive avec ses clients et ses collaborateurs. Nous sommes fiers de partager ces moments de convivialité et de partage, qui renforcent les liens au sein de notre équipe et avec notre communauté.

JESSICA, JULIE, MAÏWENN

Une équipe à la pointe des défis du marketing et de la communication automobile aux Antilles







L'ÉQUIPE MARKETING D'AUTO-GUADELOUPE

PREND LA PAROLE

Dans un marché automobile vibrant mais extrêmement concurrentiel aux Antilles, les enjeux du marketing et de la communication prennent une ampleur inédite. Les équipes de communication et marketing d'AUTO GUADELOUPE DÉVELOPPEMENT et d'AUTO MARTINIQUE DÉVELOPPEMENT font preuve d'une créativité sans cesse renouvelée. Rencontre avec Jessica LEVALOIS et son équipe.

JESSICA
MARKETING ET COMMUNICATION AUTOMOBILE AUX ANTILLES

LORET&NOUS :
Au départ, tu étais seule sur le poste de marketing. Maintenant vous êtes trois. Cette évolution est à l'image du développement de la communication ?

Jessica LEVALOIS : À mon arrivée, il y avait 3 marques et on en est à 8 presque à 9 maintenant sans vouloir dévoiler les futures surprises. Pendant 5 ans j'ai géré seule, mais aujourd'hui mon sac à dos est trop chargé et j'ai eu besoin d'aide. Julie NESTY est arrivée au mois de septembre dernier. Elle a été un souffle et une vraie valeur ajoutée. Puis Maïwenn MONLOUIS qui est en alternance est désormais dans l'équipe. D'ailleurs, c'est gagnant-gagnant d'avoir une équipe jeune. C'est enrichissant car ça ouvre de nouvelles perspectives, et en même temps, c'est une volonté du Groupe de participer à la formation et à l'accompagnement des jeunes.

L&N : Comment analyses-tu ton poste actuellement ?

JL : J'ai la chance avec mon équipe de travailler sur des projets audacieux et originaux qui ne sont pas seulement le fruit d'une réflexion ponctuelle mais résultent d'une démarche de réflexion permanente de l'équipe. La fonction transversale de la communication et du marketing chez

AUTO GUADELOUPE DÉVELOPPEMENT joue un rôle central qui s'amplifie depuis des années notamment parce que les marques se multiplient. Aujourd'hui avec mes collaboratrices Julie et Maïwenn, nous gérons la communication de PEUGEOT, CITROËN, DS, KIA, ALFA ROMÉO, MG, EURORÉPAR, MISTER AUTO, SILENCE et MAXUS. Nous alimentons aussi le journal interne parce qu'il nous paraît important de montrer et valoriser les actions menées par les équipes. Au quotidien, pour résumer, nous faisons des défis des opportunités d'innovation !

L&N : Peux-tu me parler des événements marquants ou des campagnes dont tu es la plus fière dans ta carrière ?

JL : Parmi les réalisations notables que j'ai eu à mettre en œuvre chez AUTO GUADELOUPE, je peux citer à chaud : la célébration des 60 ans d'AUTO GUADELOUPE, incarnée en grande partie par la marque PEUGEOT. L'équipe a également transformé le showroom de la marque DS en un restaurant éphémère de luxe, une première dans l'automobile aux Antilles-Guyane. La créativité a atteint des sommets avec l'idée novatrice de transporter un lion sur un camion itinérant, une initiative qui a captivé l'attention et suscité l'enthousiasme.

Organiser les 60 ans d'AUTO GUADELOUPE est je pense l'un de mes plus grands défis. Nous avons travaillé dessus pendant 6 mois, même un peu plus. Pour l'anecdote, au cours d'un échange avec Julie, je lui parle d'une idée folle, et je lui demande ce qu'elle pense d'organiser le premier spectacle majeur de drones du territoire. Il faut savoir que c'est assez complexe à mettre en place, il faut réfléchir à l'histoire, programmer les drones, demander des autorisations pour faire voler des drones etc. Nous avons travaillé main dans la main avec une agence spécialisée. Le lendemain de la soirée, le relais a été impressionnant, beaucoup de félicitations. Nous avons réussi à créer une surprise d'envergure avec une logistique extrêmement complexe, un lieu qui méritait que nous soyons à la hauteur, car on ne peut pas faire n'importe quoi au Mémorial AcTE. Une fierté pour l'équipe, une fierté pour moi et une fierté surtout pour le Groupe LORET parce que le Directoire ignorait tous les détails de nos préparatifs. La marque DS aussi nous a permis de changer la donne. Faire un lancement de voiture.... sans être complètement focus sur la voiture c'est assez surprenant ! Je veux dire par là, que nous avons vidé le showroom DS de tous ses véhicules, nous les avons remplacés par des tables de 10 personnes, drapées et habillées dans une thématique cabaret.

> « ce que j'aime, c'est que ma direction est à l'écoute »

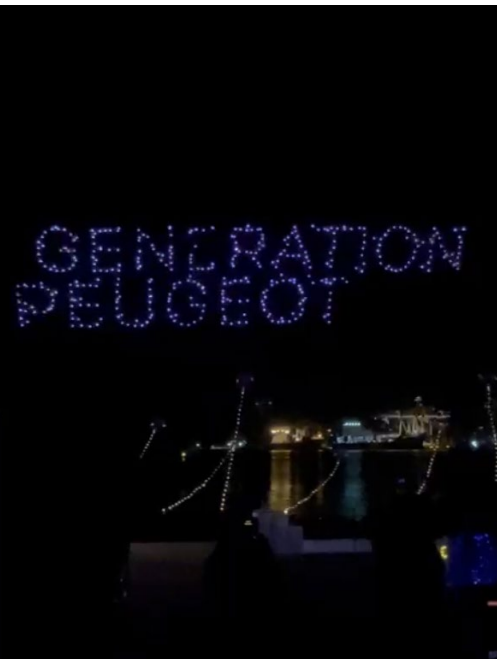
Et, le temps d'une soirée, nous avons privilégié l'expérience de la relation plutôt que le martèlement commercial à proprement parler. Évidemment, les véhicules étaient présents à l'extérieur de la concession, mais transformer un showroom en restaurant de luxe avec un service en 7 plats, une salle de réunion en cuisine, c'est vraiment un délicieux souvenir ! littéralement !

L&N : Il y a eu un vrai tournant dans le digital et dans la communication des marques que tu que tu gères. Comment les nouvelles technologies s'intègrent-elles dans tes campagnes ?

JL : On essaye de développer, de créer de nouveaux outils, des outils d'aide à la vente, des outils même à notre niveau, c'est-à-dire pour mieux s'organiser, être beaucoup plus créatifs etc. Il y a quelques projets digitaux dont on pourra parler dans les prochaines éditions du LORET & Nous si tout se met bien en place. On est très dans le marketing d'influence aussi. Nous avons aussi développé notre travail avec les créateurs de contenus qui deviennent des ambassadeurs comme KRYS, Lorenz, et bientôt deux petits nouveaux. On ne pense pas qu'à la cible acheteur, on pense aussi à la cible future : les enfants de nos acheteurs, et eux, ils sont très portés sur les réseaux sociaux, le digital. A titre personnel, j'apprends tous les jours, car quand j'ai fait mes études ça n'existait pas Facebook ni Instagram.

L&N : Le mot de la fin ?

JL : Ce que j'aime, c'est que ma direction est à l'écoute. Elle me laisse la marge de manœuvre dont j'ai besoin pour bien travailler et oser proposer des choses différentes !









ROMUALD RABOTEUR, UN CHAMPION EXCEPTIONNEL DANS LE PARA-JUDO



Romuald Raboteur, véritable athlète de talent, fait honneur à sa passion pour le judo avec une détermination hors du commun. Avec le soutien et le parrainage de Hertz, il parcourt avec succès les tatamis du monde entier, représentant fièrement la France dans la catégorie para-olympique.

Romuald Raboteur a récemment décroché la médaille de bronze lors de sa dernière compétition Antilles-Guyane. Ce qui rend cet exploit d'autant plus remarquable, c'est qu'il a dû affronter des adversaires voyants, démontrant ainsi une force mentale et un talent hors du commun.

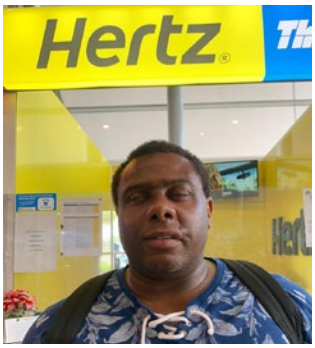
Son parcours vers l'excellence n'a pas été sans obstacles. En 2007, Romuald Raboteur perd la vue à la suite d'une agression par arme à feu.

Malgré cette tragédie, il retrouve sa passion pour le judo en 2015 en rejoignant le Judo Club Maëda des Abymes, son club de cœur. Son histoire avec ce sport remonte à 1994, à l'âge de 11 ans, lorsqu'il découvre le judo aux côtés de son cousin Noham, fervent adepte de la culture japonaise. Ensemble, ils font leurs premiers pas sur le tatami, et c'est grâce à la motivation et au travail acharné de Romuald qu'il progresse rapidement.

Soutenu par l'association «Form & Moov» des Abymes, qui vise à offrir aux personnes à mobilité réduite l'accès à diverses activités, Romuald Raboteur incarne l'esprit de détermination et de persévérance. Sa capacité à surmonter les obstacles et à se surpasser constamment fait de lui un modèle inspirant pour tous.

Hertz est fier de soutenir Romuald Raboteur dans sa quête d'excellence, et nous avons hâte de le voir briller encore davantage sur les tatamis du monde entier. Son parcours est une source d'inspiration pour chacun d'entre nous, rappelant que rien n'est impossible lorsque la passion et la persévérance sont au rendez-vous.







AUTO MARTINIQUE DÉVELOPPEMENT ET AUTO GUADELOUPE DÉVELOPPEMENT DANS LE MAGAZINE EWAG

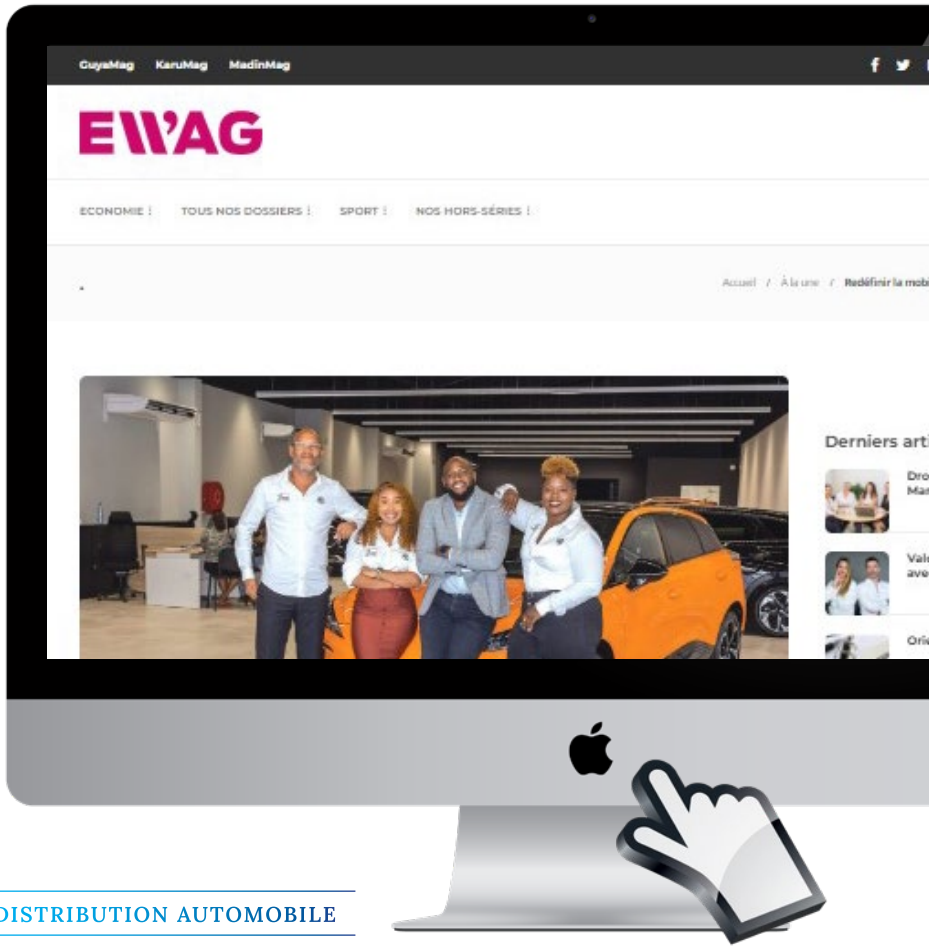


Dans le dernier numéro du magazine économique EWAG, AUTO MARTINIQUE DÉVELOPPEMENT et AUTO GUADELOUPE DÉVELOPPEMENT sont sous les projecteurs. Une interview met en lumière Johan CAPGRAS, directeur commercial des marques MG, MAXUS et SILENCE, ainsi que son équipe.

L'article revient sur l'avenir de la mobilité électrique en Martinique et en Guadeloupe, offrant ainsi un éclairage sur les développements à venir dans le secteur.

> Le professionnalisme et la maîtrise du service client après la vente, sont essentiels

Bonne lecture aux passionnés de nouvelles technologies et les adeptes de mobilité durable.



RÉSULTAT DU GRAND CONCOURS CARNAVAL !



Après des semaines d'attente pleines de suspense, le moment que vous attendiez tous est enfin arrivé : il est temps de découvrir le grand gagnant de notre concours carnaval !

Félicitations à ces collaborateurs pour leur créativité exceptionnelle et leur engagement à partager la joie du carnaval avec nous tous !

Cette équipe **GAGNE** donc un **dîner pour 10 personnes**, offert par le Groupe LORET !

Continuez à répandre la joie et la bonne humeur dans tout ce que vous entreprenez, et n'oubliez pas de rester toujours aussi créatifs !

L'équipe du LORET & Nous

CLIQUEZ POUR DÉCOUVRIR L'ÉQUIPE GAGNANTE !

