

CLÔTURER L'ANNÉE AVEC FIERTÉ, POURSUIVRE NOTRE DYNAMIQUE COLLECTIVE

Alors que cette édition du LORET & Nous vient marquer la fin de l'année, elle reflète la diversité et l'ambition qui animent chacune de nos sociétés et nos collaborateurs.

Nous avons vécu ces derniers mois des moments marquants, avec des initiatives qui, à leur manière, incarnent l'esprit du Groupe LORET.

La première édition du Salon Auto Guadeloupe a illustré notre capacité à fédérer partenaires et clients autour d'un projet ambitieux et novateur. En parallèle, la Guadeloupe a également vu naître un projet culturel d'envergure avec la sortie de la série Wish, une première à laquelle Citroën Auto Guadeloupe s'associe avec fierté. Ce soutien s'inscrit pleinement dans notre volonté de promouvoir la culture locale et de valoriser nos talents régionaux.

En Guyane, l'inauguration du nouveau site SOMASCO à Saint-Laurent-du-Maroni vient renforcer notre ancrage territorial, tandis que le tournoi de football du Centre Spatial Guyanais a été l'occasion de mettre en avant la convivialité et la cohésion au sein de nos équipes. Autant d'événements qui témoignent de notre engagement à agir sur tous les fronts : économique, culturel et social.

Enfin, rappelons que les décorations de Noël, ce n'est pas que pour faire joli. Vous en saurez plus dans cette édition.

L'année 2025 s'annonce riche de défis et de projets stimulants alors, en attendant, je vous souhaite de très belles fêtes de fin d'année. Profitez de ces moments en famille, entre collègues ou amis, en ayant une pensée pour celles et ceux qui, parfois, passent cette période dans l'ombre.

Agréable lecture de cette dernière édition de l'année.

Denis Lesueur
Président du Directoire



**SALON AUTO
GUADELOUPE,
UNE PREMIÈRE
ÉDITION QUI MARQUE
LES ESPRITS**



**DON DU SANG, UN
ACTE VITAL DE
SOLIDARITÉ**



**PLEINS PHARES
SUR OLIVIER
LECUSSON**



**MOVEMBER
2024**



**UNE NOUVELLE ÈRE
POUR SOMASCO
À SAINT-LAURENT
DU-MARONI**



**JONATHAN, LA
PASSION AU SERVICE
DES MARQUES DS ET
ALFA ROMEO**



**UNE SOIRÉE
TECHNIQUE À SACI**



**"WISH", LA SÉRIE
ANTILLAISE**



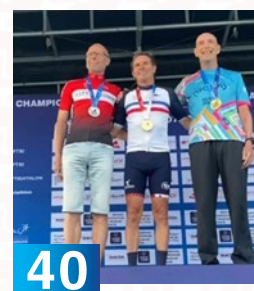
**KPAS AU TOURNOI DE
FOOTBALL DES
SALARIÉS DU
CENTRE SPATIAL
GUYANAIS**



LES DÉCOS DE NOËL



**TEDX
POINTE À PITRE
2024**



**MG MARTINIQUE
SUR LE PODIUM**



CAHIER SPÉCIAL

- PETIT DÉJEUNER DES PROS
- UN SALON DE L'AUTO ORIENTÉ VERS L'ÉDUCATION
- RETOUR SUR LA NUIT DE LANCEMENT
- ANIMATIONS EN TOUS GENRES SUR LE SALON AUTO GUADELOUPE.
- COTIS & JODY LE DUO INSÉPARABLE



RENAULT
TRUCKS



DISTRIGO
PARTS DISTRIBUTION



crédit moderne



OCEAN



Somafi-Soguafi



Hertz



inter invest
outre-mer

CAR-2-EUROPE



Feu Vert



MISTER
AUTO



CAISSE
D'ÉPARGNE
CEPAC



OUTILLAGE & AMÉNAGEMENTS UTILITAIRES



BRED
BANQUE
POPULAIRE



SALON AUTO GUADELOUPE, UNE PREMIÈRE ÉDITION QUI MARQUE LES ESPRITS

Le premier Salon Auto Guadeloupe est un succès. Cet événement, pensé pour mettre en avant l'innovation automobile et favoriser les rencontres, a réuni partenaires, professionnels et passionnés autour d'un programme riche. Découvertes, échanges et animations captivantes.

Retour sur une initiative qui place la Guadeloupe au cœur de la modernité automobile.

**PETIT DÉJEUNER DES
PROS : LANCEMENT
DE LA 1^{ÈRE}
ÉDITION DU
SALON AUTO
GUADELOUPE**

Le jeudi 10 octobre, le tout premier Salon Auto Guadeloupe a ouvert ses portes. Pour débiter cet événement, un petit-déjeuner réunissant partenaires et professionnels de l'automobile s'est tenu au WORLD TRADE CENTER de Jarry. Ce salon, préparé depuis plusieurs mois, se positionne comme une vitrine d'innovation automobile sur le territoire.

Loïc VINCENT, président d'Auto Guadeloupe, a donné le coup d'envoi officiel en coupant le ruban, symbolisant l'ouverture d'un rendez-vous prometteur pour les

amateurs comme pour les professionnels.

Une vision tournée vers l'avenir

Dans son discours inaugural, Loïc VINCENT a souligné l'importance de ce salon pour la Guadeloupe :

« Ce salon gratuit permet à tous d'accéder aux innovations du secteur automobile. »

« Ce salon gratuit permet à tous d'accéder aux innovations du secteur automobile. Notre objectif est d'offrir aux familles et entreprises guadeloupéennes la possibilité de découvrir des véhicules hybrides et électriques, sans avoir à se déplacer en métropole. C'est une opportunité unique pour notre territoire. »





Au programme de cette première édition : une large gamme de véhicules à découvrir, dont des pick-up et utilitaires 100% électriques, illustrant les grandes tendances de l'automobile d'aujourd'hui et de demain.

Un salon qui fédère ses partenaires

Loïc VINCENT a tenu à remercier les équipes, partenaires et exposants qui ont rendu ce projet possible :

“ Cet événement est une réussite collective. Sans votre engagement et votre contribution, ce salon n'aurait pas pu voir le jour. Merci à chacun d'entre vous. ”

Il a également exprimé son souhait de faire du Salon Auto Guadeloupe un rendez-vous annuel incontournable pour tous les passionnés et acteurs

du secteur automobile sur l'île.

Immersion et dynamisme pour les visiteurs

Après le petit-déjeuner convivial, les invités ont pu découvrir les différentes zones du salon. À l'intérieur, un espace soigneusement aménagé exposait les derniers modèles, avec un focus particulier sur les technologies embarquées et les solutions durables.

À l'extérieur, une zone d'essais permettait de tester les véhicules en conditions réelles. L'attraction phare de la journée ? La démonstration de drift. Un pilote professionnel a impressionné le public en montrant les capacités des systèmes d'aide à la conduite (ADAS) d'une Peugeot 208, combinant spectacle et

sensibilisation.

Une soirée de lancement sous les projecteurs

Toujours jeudi 10 octobre, une soirée exclusive a marqué le début du Salon Auto Guadeloupe. Organisée au World Trade Center, cette « nuit des lancements » a rassemblé partenaires, clients et professionnels autour d'un moment unique, entre élégance et convivialité.



Après une ouverture rythmée par des performances artistiques, Loïc Vincent a pris la parole pour souligner l'importance de cet événement :

“ Ce salon n'est pas qu'une exposition, c'est une opportunité pour la Guadeloupe de briller à travers l'innovation et la diversité automobile. ”

Moment clé de la soirée : les chefs de vente de chaque concession ont présenté les nouveautés de leurs marques sur un véritable tapis rouge. Parmi les véhicules dévoilés, on retrouvait des modèles phares comme le Silence S01, la Citroën Ami, le Maxus T90 ou encore la Jeep Avenger. Le public a également pu admirer des



véhicules emblématiques comme l'Abarth 500e ou le Peugeot 3008, mettant en avant l'équilibre entre performance, durabilité et design.

Pour couronner cette soirée, Miss Guadeloupe était l'invitée d'honneur, apportant une touche d'élégance supplémentaire à cet événement.

Une dimension éducative et formatrice
Le salon s'est également adressé aux jeunes en accueillant plusieurs classes d'élèves en formation automobile, notamment du lycée professionnel Blanchet. Ces futurs techniciens ont eu un aperçu des coulisses de l'industrie grâce à des échanges avec Yannick Milon et Enrique Brandariz, qui ont présenté les enjeux stratégiques liés aux pièces détachées et à la gestion logistique sur une île comme la Guadeloupe.

Les élèves ont également assisté à des interventions sur l'importance du service après-vente, avec Ilia Andrianov, et sur la sécurité routière, thème abordé par un expert départemental. Ces échanges ont permis de sensibiliser les jeunes aux réalités du secteur tout en renforçant leur vocation.

Animations et moments forts

L'équipe marketing du salon a imaginé une série d'animations pour captiver les visiteurs tout au long de l'événement. Sur les stands, des expériences

interactives, comme une immersion digitale sur le stand Peugeot, ou des quiz organisés par Feu Vert, ont rythmé les journées.

Les simulateurs de course de Meka e-Sport ont conquis les amateurs de sensations fortes, tandis qu'à l'extérieur, les démonstrations de drift ont continué d'attirer les foules. Pour les plus petits, une animation maquillage était également au programme, le tout dans une ambiance musicale animée par un DJ.

Une surprise de taille a marqué la fin du salon : chaque signature de bon de commande déclenchait une sonnerie et permettait au nouvel acheteur de repartir avec un billet d'avion aller-retour vers Marie-Galante ou Les Saintes, offert par Air Inter-Îles.

Cotis et Jody : un duo qui rassemble

Les humoristes antillais Cotis et Jody ont ajouté leur touche personnelle au Salon Auto Guadeloupe. Leur présence a non seulement apporté une ambiance décontractée, mais aussi permis de renforcer l'impact de l'événement auprès d'un public plus jeune et connecté.

Ambassadeurs de la marque Silence, ils ont profité de cette occasion pour mettre en avant les scooters électriques et échanger avec leurs fans. Entre selfies et interactions avec les visiteurs, leur passage a été un vrai succès.

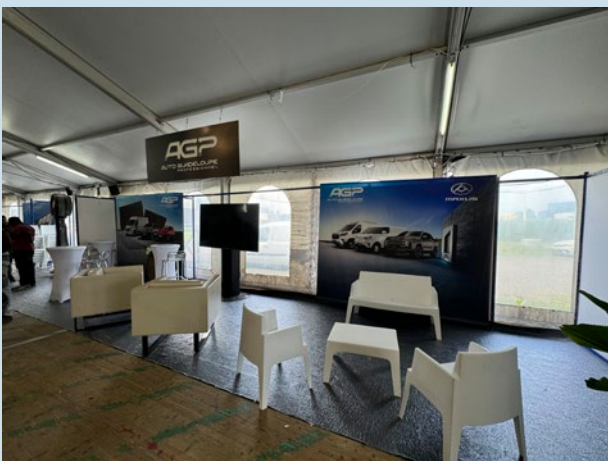
Une première édition prometteuse

Le Salon Auto Guadeloupe a su combiner innovation, pédagogie et convivialité pour offrir une expérience unique. Que ce soit à travers ses démonstrations, ses animations ou sa soirée de lancement, l'événement a marqué les esprits et posé les bases d'un rendez-vous annuel attendu.

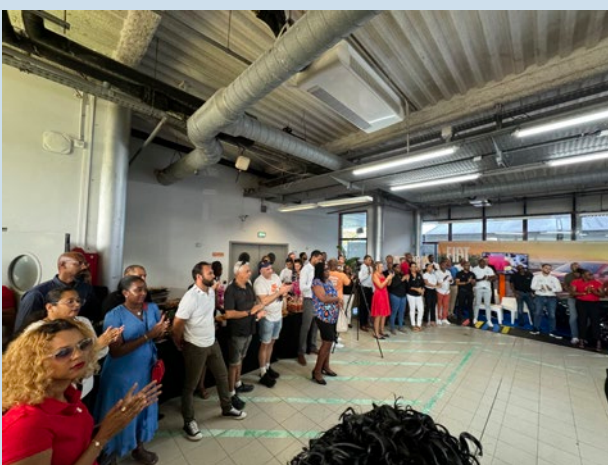
Avec cette première édition, le groupe Loret démontre une fois de plus son engagement pour le développement local, en s'adressant à toutes les générations et en valorisant les talents et opportunités présents en Guadeloupe. Une réussite collective qui augure un avenir prometteur pour cet événement.



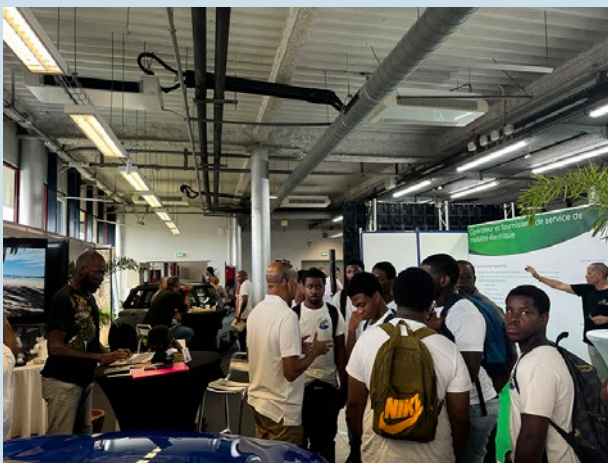
MISE EN PLACE



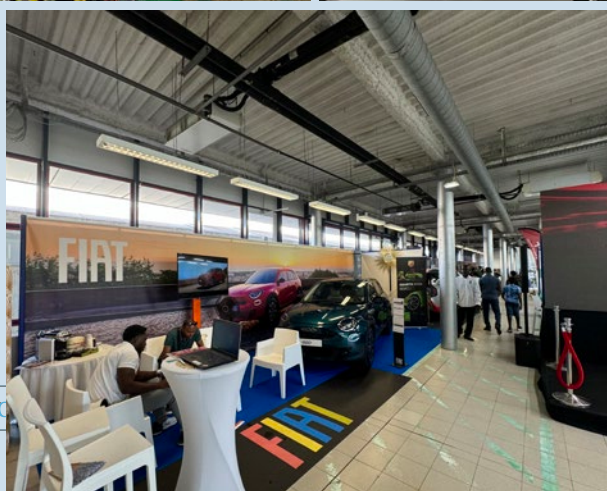
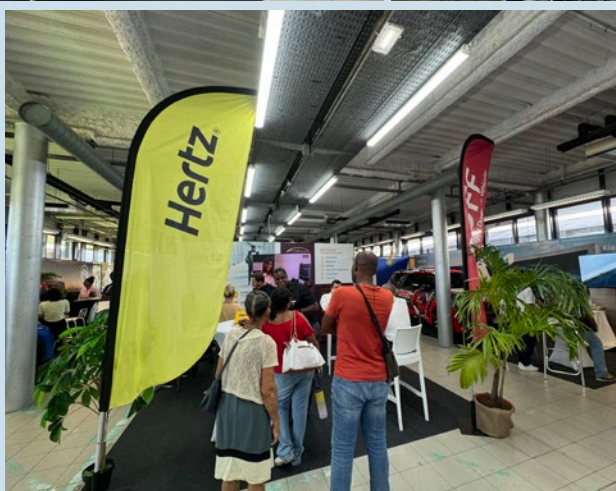
INAUGURATION



VISITE SCOLAIRES



AMBIANCE GÉNÉRALE



NUIT DES LANCEMENTS



DON DU SANG, UN ACTE VITAL DE SOLIDARITÉ

Le 15 octobre, la camionnette itinérante du don de sang était présente chez Hertz à l'aéroport, une initiative qui s'inscrit dans une collaboration de dix ans. Cette opération répond à un besoin urgent : chaque année, la Guadeloupe manque de plus de 7000 dons pour garantir des réserves suffisantes pour ses habitants et ceux de la Guyane.



Un acte simple pour sauver des vies

Donner son sang est accessible à toute personne âgée de 18 ans. Ce geste essentiel prend moins d'une heure dont seulement 10 minutes pour

le don lui-même. Cela peut faire la différence pour des patients confrontés à des situations critiques, qu'il s'agisse d'accidents, d'accouchements ou de traitements contre le cancer. En France, un million de personnes

bénéficient de transfusions chaque année, soulignant l'importance d'un engagement régulier.

L'engagement de Hertz et des entreprises du Groupe LORET



L'accueil du camion de l'Établissement Français du Sang par Hertz illustre l'importance de l'engagement des entreprises locales. Cette initiative ne se limite pas à un simple accueil; elle permet également aux collaborateurs de découvrir des enjeux cruciaux liés à la santé publique et d'y participer. Nous incitons toutes les entreprises du Groupe à accueillir cette opération, quels que soient leurs territoires. Cela représente une occasion d'enrichissement pour tous et renforce la

solidarité au sein de notre communauté.

Les enjeux du don de sang en Guadeloupe

Les besoins en sang sont constants et vitaux. Les produits sanguins, tels que les globules rouges et les plaquettes, ont une durée de vie limitée. Chaque jour, des patients nécessitent des transfusions, et l'acte de donner son sang devient donc indispensable. En Guadeloupe, où la demande est forte, il est crucial d'accroître la mobilisation autour de cette cause.

Appel à l'action

🗨️ *Faisons en sorte que le don de sang devienne une pratique courante et accessible à tous. En soutenant ces collectes, nous contribuons non seulement à sauver des vies, mais nous renforçons également les liens de solidarité au sein de notre groupe et de notre communauté. Nous vous encourageons à participer activement et à relayer l'information sur cette initiative essentielle.* 💬



PLEINS PHARES SUR OLIVIER LECUSSON

UN LEADER AU SERVICE DE LA PERFORMANCE ET DE L'AMBITION D'AUTO GUADELOUPE PRO



Responsable de la cellule professionnelle d'Auto Guadeloupe depuis juillet 2024, Olivier LECUSSON partage son expérience, sa vision pour le secteur automobile en Guadeloupe et son engagement envers son équipe. Découvrez le parcours et les ambitions de ce collaborateur passionné à travers une interview qui mêle propos rapportés et réponses directes.

Un homme de défis au cœur du Groupe LORET

À 51 ans, Olivier LECUSSON incarne l'engagement et l'expertise qui font la force des collaborateurs du Groupe LORET. Avec 29 ans d'expérience dans le secteur automobile, dont une large partie passée au sein du groupe, il est

aujourd'hui à la tête de la cellule professionnelle d'Auto Guadeloupe, une mission qu'il perçoit comme un défi stimulant.

LORET & NOUS : Comment avez-vous accueilli votre prise de poste en juillet dernier ?

Olivier LECUSSON : J'aime relever de nouveaux

défis. Quand j'ai fait le tour d'une mission, j'ai besoin de passer à autre chose. Ce poste me permet de développer une vision ambitieuse pour Auto Guadeloupe, et je suis motivé par l'idée d'atteindre nos objectifs.

Depuis sa prise de poste, Olivier pilote une équipe soudée et performante



pour répondre aux besoins des clients professionnels, tout en rassemblant les marques du groupe autour d'une même stratégie.

Une cellule dédiée aux professionnels

Basée à Jarry, la cellule professionnelle rassemble toutes les marques du Groupe : Peugeot, Citroën, Fiat, MG, Maxus et bien d'autres. Cette nouvelle organisation répond à un objectif clair : simplifier l'expérience client et maximiser la satisfaction des professionnels.

L&N : Quels avantages cette cellule offre-t-elle à vos clients ?

OL : Le client professionnel cherche avant tout un service fiable et un interlocuteur unique. Avec cette organisation, nous pouvons proposer plusieurs solutions adaptées à ses besoins. Cela simplifie son parcours et améliore nos performances. En seulement trois mois, nous avons atteint les objectifs trimestriels fixés, ce qui témoigne de notre engagement et de notre efficacité. Notre ambition ne s'arrête pas là : nous allons maintenant viser de nouvelles performances

pour conclure en beauté cette année 2024, malgré les défis qu'elle a posés sur le plan des affaires.

En réunissant toutes les marques dans un même showroom, Auto Guadeloupe a non seulement optimisé son fonctionnement interne, mais a aussi renforcé son positionnement auprès des entreprises locales.

Des défis relevés avec succès

La transition vers cette nouvelle organisation n'a pas été sans défis. *"Historiquement, certaines marques comme Peugeot et Citroën étaient en concurrence. Aujourd'hui, nos conseillers travaillent ensemble pour proposer des solutions globales et compétitives. Cela demande une véritable cohésion d'équipe."*

Olivier met également en avant l'importance de l'après-vente dans la fidélisation des clients professionnels. *"Être situé à Jarry, au cœur économique de la Guadeloupe, nous permet d'être proches de nos clients. Notre équipe d'après-vente est réactive et connaît bien leurs attentes."*

Un management fondé sur l'écoute et la confiance

L&N : Comment décririez-vous votre style de management ?

OL : Je suis un manager participatif. J'écoute beaucoup mon équipe, et je n'ai pas de problème à me remettre en question. Ce qui compte, c'est de mettre en avant le collectif. Je veux que mes collaborateurs prennent plaisir à travailler et qu'ils atteignent leurs objectifs.

Olivier accorde une grande importance à la formation. *"L'année prochaine, nous allons organiser des sessions de formation pour nos commerciaux et nos managers. Dans un secteur en constante évolution, c'est indispensable de rester à jour. Les clients sont aujourd'hui mieux informés grâce à Internet. Il est donc crucial de maîtriser parfaitement nos produits et de proposer un service irréprochable"*

Une ambition tournée vers l'avenir

Avec un objectif ambitieux de 2 000 véhicules vendus par an d'ici deux ans, Olivier ne cache pas sa détermination.

“Ce ne sera pas simple, mais je suis confiant. Une fois cet objectif atteint, je chercherai de nouveaux projets au sein du groupe, car je suis un homme de challenge.”

L&N : Quels messages souhaitez-vous transmettre à votre équipe?

OL : Je prends plaisir à travailler avec vous, continuez à donner le meilleur de vous-mêmes. Restez humbles, performants et communicants. Ensemble, nous avons toutes les clés pour réussir. Je crois en la force du collectif et en notre capacité à surmonter les défis. Je remercie chaleureusement notre secrétaire commerciale, Nathalie LUDGER, pour

son travail exemplaire et sa bienveillance.

En conclusion, Olivier souligne sa gratitude envers le Groupe LORET et ses mentors. *“Je remercie Denis LESUEUR et Loïc VINCENT pour leur confiance, ainsi que Ghassan RIZK, qui a été un guide important dans mon parcours, Ainsi que Cédric RUTIL pour son accompagnement au quotidien. Ces soutiens sont précieux et m’encouragent à toujours viser plus haut.”*

Pour Olivier, le succès de la cellule repose avant tout sur son équipe :

“Mon équipe est mon atout principal. Elle se compose de deux chefs de groupe, Nathalie BOUREAU et Olivier

IMANBAKAS, ainsi que de six conseillers commerciaux : Fabien GASPARD, Christine ETIENNE, Charles NOVELLA, Lauric PASSÉ-COUTRIN, Claudia SCHOL et Isabelle MOUEZA. Chacun d’entre eux est motivé, compétent et pleinement engagé.”

C’est avec une équipe engagée, des services innovants et une vision claire, qu’Olivier Lecusson guide la cellule professionnelle d’Auto Guadeloupe vers de nouveaux sommets. Sous son leadership, l’unification des marques et l’adaptation aux besoins des clients professionnels font d’Auto Guadeloupe un acteur clé du développement automobile en Guadeloupe.

3

mots pour définir son équipe ?

“Performance, abnégation, professionnalisme. Mon équipe est au rendez-vous. En trois mois, nous avons vendu plus de 300 voitures. Ce n’est pas encore le top, mais c’est déjà une belle performance. Je pourrais aussi ajouter cohésion, car, malgré quelques divergences occasionnelles, nous avançons toujours dans la même direction.”





MOVEMBER 2024

LA LOCATION DU GROUPE LORET EN PREMIÈRE LIGNE D'ACTION !

Chaque année, Movember sensibilise aux enjeux de la santé masculine. Cette fois, c'est la branche location du Groupe LORET qui a pris l'initiative de cette campagne, ce qui marque son engagement en faveur de la santé des hommes. **Un acte simple pour sauver des vies**



L'importance de sensibiliser à la santé masculine

Movember met en lumière des problématiques souvent négligées, comme le cancer de la prostate et des testicules, ainsi que la santé mentale masculine. En novembre, le mouvement encourage les hommes à prendre soin de leur santé et à se faire dépister, notamment pour le cancer de la prostate. La moustache, symbole de cette campagne, permet de briser les tabous et d'initier des conversations sur ces sujets.

"Tous en bleu" : une mobilisation visible

Le 8 novembre, les équipes de la location ont arboré fièrement un badge moustache pour afficher leur soutien à Movember. Sous le mot d'ordre "Tous en bleu", chaque collaborateur a participé à sensibiliser ses collègues sur ces enjeux. Ce geste symbolique a également servi à ouvrir le dialogue et encourager les discussions sur des sujets de santé encore trop souvent évités.

Au-delà du symbole : une véritable prise de conscience

Le simple fait de porter ce badge moustache

contribue à sensibiliser et à renforcer la communication autour du sujet de la santé des hommes. Cette initiative de la location démontre que chaque action, aussi petite soit-elle, joue un rôle important dans la lutte contre le cancer et dans la promotion de la santé masculine.

Movember 2024 a été une belle réussite pour les équipes de la location, qui ont su mobiliser leurs collègues autour de cette cause essentielle. Une initiative relayée avec enthousiasme par Loret & Nous, et qui rappelle que la santé des hommes est une priorité que nous pouvons tous soutenir.





ITINÉRAIRE DE VOYAGE



- DOSSIER SPÉCIAL INAUGURATION SAINT LAURENT DU MARONI

UNE NOUVELLE ÈRE POUR SOMASCO À SAINT-LAURENT- DU-MARONI

C'est avec fierté que SOMASCO, en présence de quelques 200 invités, a inauguré son tout nouveau site à Saint-Laurent-du-Maroni le vendredi 25 octobre 2024.



L'événement s'est déroulé en présence de Mme Sophie CHARLES, Maire de Saint-Laurent-du-Maroni, des dirigeants du Groupe Loret, dont M. Denis LESUEUR, Président du Groupe, et M. Michel GONNET, Président du Conseil de Surveillance, M. Philippe DELUNSCH, Président de SOMASCO et ses équipes. Cette soirée marque l'aboutissement

d'un projet ambitieux, lancé en 2019, qui a vu sa construction débuter en 2022.

Le nouveau bâtiment de 1400 m², situé à l'entrée de la ville, représente bien plus qu'un simple site automobile. Conçu pour offrir à ses clients un espace moderne et de qualité, ce centre a pour vocation de répondre aux

besoins croissants de la population de l'Ouest guyanais et de renforcer le rôle de Saint-Laurent-du-Maroni en tant que pôle économique régional.

Ce site d'avant-garde comprend cinq baies APV (après-vente) équipées de cinq ponts, dont un pont de diagnostic, permettant un service rapide et performant pour



tous types d'interventions mécaniques. Quinze employés sont sur ce nouvel espace, tandis que le site historique, transformé en Eurorepar Car Service, continue à accueillir trois employés pour proposer une offre complémentaire de service en couvrant tous les domaines de l'entretien et de la réparation rapide multimarque (ouverture prochaine).

La diversité des marques proposées par

SOMASCO est l'atout majeur de ce nouveau centre. On y retrouve les "emblématiques de Stellantis" : Peugeot, Citroën, Fiat et Abarth, mais aussi les premium comme DS, Alfa ou encore Jeep ; mais aussi Maxus et MG, et sans oublier Iveco, Guyane Occasions et Silence.

Chacune de ces marques bénéficie d'une mise en avant particulière dans cet espace pensé pour refléter l'excellence

et l'engagement de SOMASCO envers ses clients.

Avec cette ouverture, SOMASCO réaffirme son engagement à accompagner le développement de la Guyane en investissant dans des infrastructures modernes à l'image de l'importance croissante de Saint-Laurent-du-Maroni, et en contribuant au recrutement de talents locaux.





Le moins que l'on puisse dire est que ce ne fut pas une soirée inaugurale comme les autres. En effet, il faudrait parler d'un défilé de mode. De nos jours, on dirait un «catwalk», mais sans mannequins dans leurs belles robes... Elles ont été remplacées tout simplement par de superbes voitures. Et c'est

là la prouesse technique : faire défiler des voitures comme si c'étaient elles les mannequins.

Lors de ce défilé ce sont tous les collaborateurs de Saint-Laurent et des différents services qui étaient au volant et qui ont été présentés au public en sortant de

chaque véhicule. C'est ce qui a permis d'avoir une présentation interactive axée sur les marques et modèles mais également sur l'humain.

Une façon inédite qui a beaucoup plu au public et qui a marqué les esprits.





JONATHAN, LA PASSION AU SERVICE DES MARQUES DS ET ALFA ROMEO

UN PARCOURS EXEMPLAIRE AU SEIN DU
PÔLE PREMIUM DU GROUPE LORET



Depuis six ans, Jonathan DOUY, conseiller commercial chez DS et Alfa Romeo, incarne parfaitement l'esprit de service qui anime le Groupe LORET. De stagiaire à professionnel accompli, son parcours illustre l'engagement du groupe à accompagner ses collaborateurs dans leur évolution. Rencontre avec un passionné de l'automobile, toujours prêt à relever de nouveaux défis.

Un passionné dès ses débuts

Jonathan a toujours su qu'il voulait travailler dans l'automobile. «Depuis tout petit, j'ai toujours aimé les voitures», nous confie-t-il en souriant. C'est donc tout naturellement qu'il choisit de réaliser son stage de BTS Management des Unités Commerciales (MUC) dans une concession. «Quand il a fallu trouver une entreprise pour mon stage, je me suis

dit qu'il fallait absolument que je travaille dans une concession. Mes parents étaient déjà clients chez Auto Guadeloupe, donc j'ai démarché l'entreprise, et ça a marché.»

Question : Comment s'est déroulée ton intégration dans le Groupe LORET ?

Jonathan Douy : Dès mon stage, j'ai été bien accueilli et j'ai rapidement pris mes marques. Je me suis donné à fond, et à la fin de ma formation, on m'a

proposé de rester en tant que conseiller commercial. Je n'ai pas vraiment connu de période de chômage. Depuis, je n'ai jamais quitté DS.

De DS à Alfa Romeo : un duo gagnant

Jonathan a débuté en tant que conseiller commercial pour DS, la marque de luxe française. Récemment, il a eu l'opportunité de prendre en charge la marque Alfa Romeo, un nouveau défi qu'il relève avec enthousiasme.

Q : Que penses-tu de la marque Alfa Romeo ?

JD : Je connaissais Alfa de nom, mais sans plus. C'est vraiment une marque que j'ai appris à découvrir depuis quelques mois,

et franchement, elle me plaît beaucoup. Alfa a un charme particulier, surtout avec son côté sportif à l'italienne. Ça change du luxe à la française de DS, mais je trouve que ces deux marques se complètent bien.

Q : Comment se passe cette complémentarité entre DS et Alfa Romeo dans ton quotidien ?

JD : C'est très enrichissant de travailler avec deux marques aussi différentes. DS, c'est le luxe, l'élégance française, tandis qu'Alfa, c'est la sportivité italienne. Mais ce qui est intéressant, c'est que les deux apportent quelque chose d'unique au client. J'aime l'idée que nous puissions offrir à notre clientèle une expérience qui se distingue vraiment.

Le contact humain au centre de sa démarche

Jonathan met un point d'honneur à cultiver la relation avec ses clients, ce qu'il considère comme l'aspect le plus important de son métier. «Ce que j'aime le plus dans la vente, c'est le contact avec le client. Dans le premium, l'écoute est essentielle. On ne se contente pas de vendre un véhicule,

on garde un lien après la livraison, c'est presque comme une petite famille», explique-t-il.

Q : Peux-tu nous raconter une expérience marquante avec un client ?

JD : Je me souviens d'une cliente qui a fondu en larmes lors de la livraison de sa voiture. Elle ne s'attendait pas à recevoir autant de cadeaux ni à une prestation aussi soignée. Ça m'a vraiment marqué, et ça montre à quel point notre travail peut avoir un impact émotionnel sur les gens.

Un groupe qui valorise l'évolution et l'esprit d'équipe

Le Groupe LORET est particulièrement attentif à l'accompagnement de ses collaborateurs, et Jonathan en est un bel exemple. «Dès mon stage, j'ai été intégré dans l'équipe. Il y avait une vraie volonté de me former et de me faire évoluer», souligne-t-il. Aujourd'hui, il envisage de nouvelles perspectives de carrière, notamment en management. «J'ai des ambitions. Pourquoi pas, à terme, manager une équipe ? J'aime les challenges, et avec l'expansion du pôle

premium, il y a de belles opportunités à saisir.»

Q : Comment décrirais-tu l'ambiance au sein de ton équipe ?

JD : Nous ne sommes pas nombreux, donc la cohésion est essentielle. Chacun a ses objectifs individuels, bien sûr, mais il y a aussi un véritable esprit d'équipe. C'est important de se soutenir les uns les autres. On ne se tire pas dans les pattes, au contraire, on avance ensemble.

Un pôle premium en pleine expansion

Avec la montée en puissance des marques DS et Alfa Romeo, le pôle premium du Groupe LORET continue de se développer, et Jonathan est fier d'y contribuer. «Nous avons de beaux projets à venir, et j'aime l'idée d'être au cœur de cette expansion», confie-t-il. Son goût pour le challenge et sa passion pour l'automobile le poussent à toujours aller de l'avant.

Q : Comment vois-tu l'avenir des marques DS et Alfa Romeo dans le Groupe LORET ?

JD : «Je pense que nous avons une belle marge de progression, notamment

avec Alfa Romeo qui repart de zéro. DS est encore une jeune marque, mais

elle a déjà su se faire un nom. J'ai vraiment envie de participer à

leur développement et de continuer à offrir une expérience client unique.»



UNE SOIRÉE TECHNIQUE À SACI

AU CŒUR DES INNOVATIONS DU SECTEUR AUTOMOBILE ET INDUSTRIEL

Le vendredi 22 novembre 2024, SACI Martinique, en partenariat avec CHAMPION, a organisé une soirée technique dédiée à l'évolution des normes et des technologies dans l'univers des véhicules électriques, hybrides et industriels. Retour sur un événement instructif et convivial.

Un rendez-vous pour rester à la pointe des évolutions

Dans un secteur en constante mutation, se tenir informé est essentiel. C'est dans cet esprit que SACI Martinique a accueilli ses clients pour une soirée technique en partenariat avec CHAMPION, leur fidèle collaborateur depuis 15 ans. Ce rendez-vous avait pour but de présenter les nouvelles normes Euro 5, 6 et 7, les innovations dans le domaine des lubrifiants pour véhicules hybrides et électriques, ainsi que les dernières homologations constructeur.

Un événement ouvert par Hugues VALENCE

La soirée a débuté par une introduction de Hugues VALENCE, Responsable de Zone Martinique, qui

a rappelé l'importance de ces moments d'échange et d'information.

🗣️ **Aujourd'hui, il y a de nouvelles obligations et normes qui pourraient impacter votre activité. Nous avons réuni une équipe d'experts pour vous accompagner. C'est le moment idéal pour poser vos questions et renforcer vos connaissances afin de rester compétitif sur le marché.** 🗣️



a-t-il déclaré, incitant les participants à tirer le meilleur de cette rencontre.

À ses côtés, Kévin ROY-CAMILLE, Chef des ventes de SACI Martinique, a également salué l'engagement des participants malgré le contexte social actuel.

🗣️ **Nous avons la chance de collaborer avec un partenaire expérimenté comme CHAMPION, présent dans des secteurs variés tels que l'agriculture, la moto, les véhicules légers et les poids lourds. Ce soir, nous souhaitons vous présenter les nouveautés qui reflètent l'évolution de notre collaboration et des besoins du marché.** 🗣️



CHAMPION : un partenaire de longue date

CHAMPION, représenté par Francis Perry, directeur commercial pour la France, et son équipe, a pris la parole pour partager leur expertise et présenter les outils à disposition des clients.

« Nous sommes partenaires de SACI depuis plus de 15 ans. C'est une collaboration solide basée sur la formation technique et l'accompagnement sur le terrain. Le monde du lubrifiant évolue rapidement, et notre rôle est de vous tenir informés des dernières innovations,



homologations et normes pour que vous puissiez répondre efficacement aux besoins de vos clients,

a expliqué Francis PERRY.

CHAMPION a également mis en avant ses solutions

numériques, comme leur site internet intuitif, qui permet de trouver facilement les informations techniques sur les produits.

« Vous y trouverez tout ce qu'il faut pour éviter les erreurs : homologations, conditionnements, et compatibilité avec les véhicules. Cela permet de rassurer vos clients et de leur offrir un service de qualité,

a ajouté Francis PERRY, tout en présentant en détail l'utilisation de cet outil.

Une soirée axée sur l'innovation et le partage

Tout au long de l'événement, les participants ont eu l'occasion de poser leurs questions et d'échanger avec l'équipe de CHAMPION, facilement reconnaissable par leur tenue rouge. Des démonstrations concrètes ont permis d'illustrer les nouveautés en matière de lubrifiants, d'huiles homologuées et de solutions techniques adaptées aux spécificités des véhicules hybrides et électriques.

La soirée a également été un moment pour renforcer les liens entre SACI Martinique et ses clients.

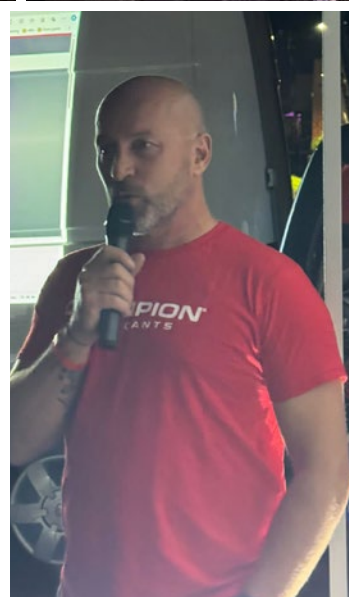
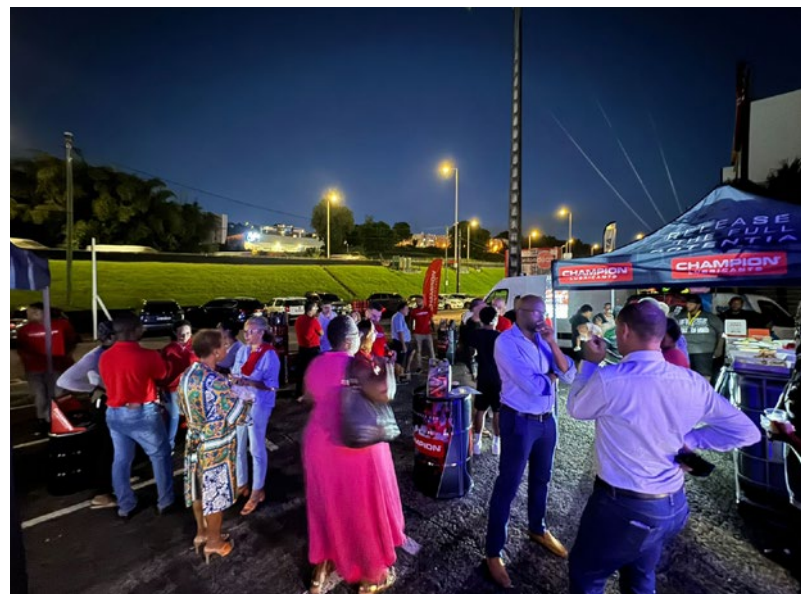
« Ces échanges sont précieux pour nous comme pour nos partenaires. Ils nous permettent de comprendre les attentes du marché et de mieux y répondre,

a souligné Kévin ROY-CAMILLE.

En conclusion

Cette soirée technique a permis à SACI Martinique de réaffirmer son engagement auprès de ses clients professionnels. En collaboration avec CHAMPION, l'entreprise continue d'innover et d'accompagner ses partenaires face aux défis d'un secteur en perpétuelle évolution. Avec une approche basée sur le partage d'expertise et l'écoute, SACI Martinique renforce son rôle de leader dans la distribution de produits adaptés aux exigences des nouvelles technologies et des normes européennes. Une initiative qui confirme l'importance de ces rencontres pour préparer ensemble l'avenir.





“WISH”, UNE SÉRIE ANTILLAISE QUI CÉLÈBRE L'HÉRITAGE MUSICAL, LA CRÉATIVITÉ ET LA CITROËN C5 AIRCROSS !



Wish est une fresque culturelle de dix épisodes qui met en lumière la richesse des Antilles, soutenue par Canal+ Outre-mer, la Région Guadeloupe, et Citroën Auto Guadeloupe.

À vos écrans !

Depuis le 20 novembre, Canal+ Outre-mer diffuse “Wish”, une série de dix épisodes qui plonge au cœur de l’industrie musicale antillaise. Ce projet inédit, soutenu par la Région Guadeloupe, Canal + Outre-mer, Citroën Auto Guadeloupe et bien d’autres partenaires, rassemble une équipe de talents locaux autour d’une histoire qui fait honneur aux traditions et aux valeurs des Antilles. Diffusée chaque mercredi, avec deux épisodes hebdomadaires, la série est d’ores et déjà le bon

plan à visionner en replay pendant la pause déjeuner, ou le sujet de discussion idéal pour les jeudis matin au bureau !

En soutenant “Wish”, la Région renforce son rôle de pôle créatif et audiovisuel, tandis que Citroën Auto Guadeloupe, fidèle à ses valeurs locales, prend part à la valorisation du patrimoine guadeloupéen. Jean-Claude Nelson, président de la commission Culture et Audiovisuel, rappelle que “Wish” représente une avancée significative pour la création régionale et souligne l’ambition de

faire de la Guadeloupe un acteur clé de l’audiovisuel antillais.

Des artistes engagés et des paysages sublimes Avec un casting composé de figures de la scène antillaise, Admiral T, Francky Vincent, Methi’S, Firmin Richard, Laurence Joseph, Dee Lay, Yolau, Gilles Saint Louis et bien d’autres, la série rend hommage aux acteurs et aux créateurs locaux. Le réalisateur Julien Dalle a souhaité reconnecter les jeunes générations à la musique antillaise, en revisitant des classiques du répertoire.

Les paysages de la Guadeloupe sont également à l'honneur, et offrent un décor esthétique et authentique, capturé avec un soin tout particulier par les réalisateurs Dimitri Zandronis et Marcel Boye. Citroën C5 AirCross y trouve naturellement sa place.

Une série à découvrir et à partager

Avec "Wish", Citroën Auto Guadeloupe invite les collaborateurs du Groupe LORET à célébrer notre culture et à se retrouver autour d'une histoire qui nous ressemble. Au-delà de l'intrigue, cette série est l'occasion de soutenir la production locale et de contribuer à la reconnaissance des talents de notre région. Alors, n'hésitez pas à en faire le sujet de

vos conversations et à partager vos impressions avec vos collègues : "Wish" pourrait bien devenir le rendez-vous télévisé incontournable de cette fin d'année.

Si vous aussi vous avez aimé Wish, c'est le moment d'en discuter autour de la machine à café !



KPAS AU TOURNOI DE FOOTBALL DES SALARIÉS DU CENTRE SPATIAL GUYANAIS



L'association Cryo Team a organisé un tournoi de football au Stade Lydie Caristan, au Centre Spatial Guyanais (CSG). Réservé aux salariés du CSG, cet événement sportif et convivial a rassemblé de nombreuses familles et collègues pour une journée riche en activités.

Au programme, concours de tir au but, matchs pour enfants, jeux gonflables et nombreux cadeaux à gagner.

Une dizaine d'équipes représentant les sociétés opérant au CSG ont pris part à ce tournoi. L'équipe « 2PM » s'est distinguée en remportant la compétition, tandis que la société « Kourou Premium Auto-Services – KPAS (Groupe LORET) » a décroché la deuxième place.

Ce fut une journée festive et dynamique, rythmée par les encouragements des familles et des amis venus soutenir leurs équipes !





LES DÉCOS DE NOËL C'EST BEAU ! MAIS PAS QUE...

Comme chaque année, les entreprises du Groupe se mettent aux couleurs de Noël et c'est bien normal. Mais bien que cela soit décoratif et joli, décorer son entreprise comprends une multitude d'avantages, tant sur le plan commercial qu'humain. Voici pourquoi cette pratique est essentielle pour nos entreprises.

Attirer l'Attention et générer du trafic

Les décorations festives transforment une concession ou n'importe

quelle entreprise en un espace accueillant et attrayant. Les lumières scintillantes, les guirlandes et les sapins de Noël

peuvent captiver les passants et inciter les clients potentiels à entrer. Une enseigne joliment décorée se démarque des





autres, augmentant ainsi la visibilité de l'établissement.

Créer une ambiance accueillante

Les décorations de Noël créent une atmosphère chaleureuse

qu'entreprise attentive et engagée, ce qui peut accroître la fidélité des clients et encourager les recommandations positives. Même inconscientes.

nombreuses opportunités pour le marketing visuel. Cela peut encourager nos clients à prendre des photos et à les partager sur les réseaux sociaux avec des hashtags spécifiques. Cela



et accueillante, rendant l'expérience d'achat plus agréable pour les clients. Une ambiance festive peut améliorer l'humeur des visiteurs, les mettant dans un état d'esprit positif et détendu. Ce sentiment de bien-être peut influencer favorablement leurs décisions d'achat.

Renforcer l'image de marque

En décorant nos entreprise pour les fêtes, nous montrons que nous nous soucions de l'expérience de nos clients et que nous faisons attention aux détails. Cela renforce l'image de marque en tant

Stimuler les ventes et les promotions

Les fêtes de fin d'année sont synonymes de cadeaux et de bonnes affaires. Profitons de cette période pour lancer des promotions spéciales, des offres de fin d'année et des événements festifs. Les décorations peuvent servir de toile de fond à ces initiatives marketing, attirant encore plus de clients et stimulant les ventes.

Encourager l'engagement sur les réseaux sociaux

Exemple, une concession décorée de manière spectaculaire offre de

augmente la visibilité sur les plateformes sociales et attirera un public plus large.

Améliorer le moral des employés

Les décorations de Noël ne profitent pas seulement à nos clients, mais aussi à tous les collaborateurs. Un environnement de travail festif améliore le moral des équipes qui offrent souvent un (encore) meilleur service client, ce qui se traduit par une expérience d'achat positive. Sans compter les Arbres de Noël pour les enfants des collaborateurs.



Chez SOMASCO, la magie de Noël a bien eu lieu, avec l'ensemble des salariés & familles !

Il fallait le voir pour le croire : le père Noël est arrivé en , la hotte chargée de ! Quel moment de joie

intense pour les petits et les grands



TEDx POINTEÀPITRE 2024

UNE PLONGÉE INSPIRANTE DANS LES
IDÉES DE DEMAIN

Un rendez-vous captivant autour des idées novatrices et des voix engagées de la Guadeloupe avec Hertz..

Le 12 octobre 2024, TEDxPointeàPitre a rassemblé des passionnés d'idées et d'innovation au Cinestar des Abymes pour sa huitième édition. Sous le thème «Terre de défis», cet événement a réuni des intervenants inspirants, chacun apportant une perspective unique sur des sujets variés. Quelques collaborateurs de chez Hertz ont eu la chance de

participer à l'évènement.

TED : Un Phénomène Mondial

L'essence de TED (Technology, Entertainment, Design) repose sur le concept que les idées innovantes et bousculantes méritent d'être diffusées. Créée en 1984 aux États-Unis, cette organisation à but non lucratif promeut des

conférences captivantes qui interpellent et inspirent à travers le monde. Avec des milliers de vidéos visionnées quotidiennement, TED illustre le pouvoir que des idées peuvent transformer des vies et des sociétés.

TEDx : Un événement local et indépendant

Le concept TEDx permet à des communautés



locales d'organiser leurs propres événements, en conservant l'esprit et l'impact de TED. Avec un «x» pour signaler leur indépendance, ces événements offrent un cadre pour partager des idées nouvelles et innovantes.

L'édition 2024 de TEDxPointeàPitre

Cette année, le thème «Terre de défis» a résonné particulièrement fort, soulignant la conviction que la Guadeloupe est une terre d'opportunités. Les talks ont été conçus pour inciter à l'action et encourager l'auditoire à devenir des acteurs de changement.

Des Speakers Inspirants

Les participants ont eu l'opportunité d'écouter des personnalités marquantes telles que :

- **Aliocha Iordanoff**
Entrepreneur et fondateur de Sémawé, qui prône un management alliant confiance et holacratie.
- **Bernard Benayoun**
Expert en phytoremédiation, co-créateur de la technologie Bambou-assainissement.

- **Dr Henry Joseph**
Fondateur de PHYTOBOKAZ, reconnu pour ses recherches sur les plantes médicinales.

- **Isabelle Delannoy**
Ingénieure agronome engagée dans l'économie régénérative.

- **Jean-François Abéla**
Apiculteur militant pour la biodiversité en Guadeloupe.

- **Jimmy Jean-Louis**
Figure du cinéma panafricain et engagé dans des causes humanitaires.

- **Joël Paul et Florence Hatchy**
Experts en énergie et architecture durable au CAUE de Guadeloupe.

- **Manick Siar-Titeca**
Psychologue et fondatrice d'une maison d'édition pour les littératures caribéennes

- **Nahuel Tournebize**
Ingénieure agronome créant une exploitation caprine en Guadeloupe.

- **Quentin Leicht**
YouTuber vulgarisant les sciences spatiales.

- **Yamide Dagnet**
Vice-présidente au

Conseil de Défense des Ressources Naturelles, experte en climat et politique environnementale.

- **Yannick Rosine**
Réalisateur et producteur de cinéma, engagé dans la culture guadeloupéenne.

Impressions des collaborateurs

Les membres de l'équipe de location qui ont assisté à l'événement ont partagé leur enthousiasme :

“ La qualité des talks était exceptionnelle, avec des intervenants qui nous ont vraiment interpellés. Nous sommes ressortis motivés, prêts à exceller dans nos projets. ”

“ Un des intervenants, Dr Henry Joseph, a même offert à chaque participant une plante à replanter, pour souligner l'importance de

cultiver notre propre nourriture et plus généralement cultiver nos propres ressources en Guadeloupe. ”

L'Importance du partenariat

Le partenariat de HERTZ avec TEDxPointeàPitre a été enrichissant. Il est

important pour nous de soutenir ce genre de manifestation et d'offrir l'opportunité à nos collaborateurs d'y participer. Ces opportunités contribuent à leur épanouissement professionnel et personnel.

Cette édition 2024 a rencontré un franc succès, avec une salle comble et

une liste d'attente de plus de 250 personnes.

Les organisateurs, soutenus par leurs partenaires, ont créé une expérience inoubliable pour tous. Rendez-vous l'année prochaine pour une nouvelle aventure inspirante !



MG MARTINIQUE SUR LE PODIUM

DEUX FOIS LORS DES CHAMPIONNATS DE FRANCE DE DUATHLON. QUAND LA PASSION SE COMBINE AVEC BRANDING.

MG est arrivée sur le territoire Martiniquais cela fait quelques mois à peine. Malgré son jeune âge, la marque fait déjà parler d'elle Outre-Atlantique grâce au **Kawann Triathlon Club** dont elle est le sponsor. Le Kawann Triathlon Club est le 1^{er} club martiniquais dans cette spécialité Triathlon et Duathlon.



Qui peut trois, peut deux !

Même si les Jeux Olympiques sont passés par là et que tout le monde est devenu expert dans tous les sports, même inconnus auparavant (qui connaissait la Boccia ?), un petit éclairage ne peut pas faire de mal.

Pour faire simple, le Duathlon c'est le Triathlon sans la natation, donc course à pied et vélo, mais en trois phases. Course à pied, vélo, puis de nouveau course à pied. Selon les formats, le nombre de kilomètres varie. Voilà. C'est ça le Duathlon. Dua, deux.

aussi non ? Alors, oui, mais non pas du tout. Et nous ne sommes pas prêts de voir pousser des clubs de Biathlon aux Antilles-Guyane, car le Biathlon combine des épreuves de ski de fond (entre 12.5 et 15Km) et tir à la carabine (couché et debout), le tout par intermittence.

Maintenant que vous savez tout, revenons à nos podiums !

Bravo à Bertrand TILLIET Le DENTU qui est donc monté sur la 3^{ème} marche à deux reprises pour y décrocher deux très belles médailles de bronze lors de deux étapes des

championnats de France de Duathlon

- Le 6 avril 2024 à Mâcon, format S ; 5km de cap/ 20km de vélo/ 2,5km de cap,
- Le 18 mai 2024 à Pontivy, format L ; 20km de cap/ 95km de vélo avec D+ 1 200m/ 7km de cap.

Rappelons que la marque MG poursuit son développement en Martinique avec les nouveaux modèles, MG3, MG ZS et MG HS. Elle est présente à la Zone des Mangles dans un showroom entièrement rénové.



Le Kawann Triathlon Club forme les jeunes martiniquais à partir de 6 ans à cette discipline très complète de sports enchaînés, natation puis vélo puis course à pied.



Et le Biathlon alors ? Bi, deux

