GROUPE LORET

LORET&NOUS

N°125

CONTINUER À AVANCER, ENSEMBLE

En ce début d'année, je souhaite adresser à chacune et chacun d'entre vous mes vœux les plus sincères. Que 2026 soit une année de santé, d'épanouissement personnel et de réussites collectives, au sein de vos équipes comme dans vos projets individuels.

Le LORET & Nous 124, dernier numéro de l'année 2025, a rencontré un écho très positif. Il reflétait avec justesse ce qui fait la force du Groupe LORET : l'engagement des équipes, la diversité de nos métiers et notre ancrage territorial. À travers ses pages, c'est aussi le bilan d'une année dense et structurante qui s'est dessiné.

L'année 2025 a été marquée par de belles réussites. Nos activités de distribution automobile ont poursuivi leur progression, avec des parts de marché atteignant 36,8 % en Guadeloupe et 35,5 % en Guyane. Nos sociétés de location ont su accompagner une fréquentation touristique en hausse, tandis que les flottes de location longue durée ont continué de se développer pour approcher 4 500 véhicules.

Dans le même temps, plusieurs réseaux ont gagné en maturité : cinq centres Feu Vert ont atteint leur rythme de croisière et notre compagnie aérienne à destination de Saint-Barthélemy s'est imposée comme un acteur incontournable avec sept avions. Ces résultats traduisent la solidité du groupe et la pertinence des choix engagés.

Avec ce LORET & Nous 125, nous ouvrons une nouvelle page. Ce premier numéro de 2026 met en lumière des projets tournés vers l'avenir : développement des compétences, structuration de nos outils, accompagnement des marques, engagement solidaire et ancrage durable sur nos territoires.

Les mois à venir seront exigeants. L'amélioration continue de la qualité de service en après-vente restera une priorité, dans un contexte marqué par les campagnes de rappel. 2026 sera également l'année de l'accueil de nouvelles marques, avec Omoda et Jaecoo, en complément de MG et Maxus, ainsi que la poursuite de nos développements à la Martinique et La Réunion. L'arrivée d'Opel en Guyane constitue aussi une fierté.

Je sais pouvoir compter sur l'engagement de chacune et chacun d'entre vous pour relever ces défis et continuer à améliorer la satisfaction de nos clients.

Je vous souhaite, ainsi qu'à vos proches, tous mes vœux de santé et de réussite pour cette nouvelle année.

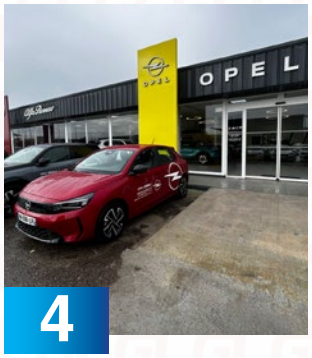
Denis Lesueur
Président du Directoire

LORET&NOUS N°125



3

5 RÉSOLUTIONS COLLECTIVES POUR BIEN COMMENCER L'ANNÉE 2026



4

OPEL ARRIVE CHEZ SOMASCO



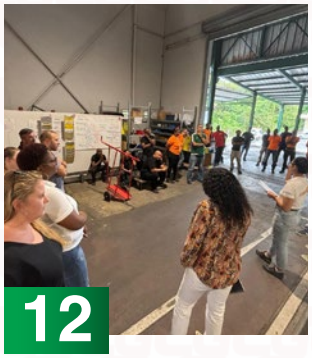
6

ÉPIPHANIE



8

AUTO GUADELOUPE SE PRÉPARE À L'ARRIVÉE DE LA NOUVELLE LEAPMOTOR B10



12

LOGISTIPARTS, L'INVENTAIRE, PILIER DISCRET DE LA PERFORMANCE LOGISTIQUE



14

BOÎTES SOLIDAIRES, UNE MOBILISATION COLLECTIVE AU CŒUR DE LA MARTINIQUE



16

PLEIN PHARES SUR LAURE PILOT



18

CGFF SOUTIENT LE DÉFI DES SAPINS ÉCO-CRÉATIFS

GROUPE LORET

5 RÉSOLUTIONS COLLECTIVES POUR BIEN COMMENCER L'ANNÉE 2026



Nouvelle année, nouveaux repères. Plus que des résolutions individuelles, 2026 peut aussi être l'occasion d'adopter quelques réflexes collectifs, simples mais puissants, pour mieux travailler ensemble et avancer dans le même sens.

1. Clarifier nos priorités
Dire clairement ce qui est essentiel, ce qui est urgent et ce qui peut attendre. Une équipe alignée sur ses priorités gagne en efficacité, en sérénité… et en temps.



2. Communiquer davantage (et mieux)
Oser poser des questions, partager l'information, expliquer ses contraintes. Une bonne communication évite bien des malentendus et renforce la confiance au quotidien.

3. Cultiver l'entraide
Savoir demander de l'aide, proposer un coup de main, partager une solution. La performance collective repose souvent sur ces gestes simples, mais essentiels.

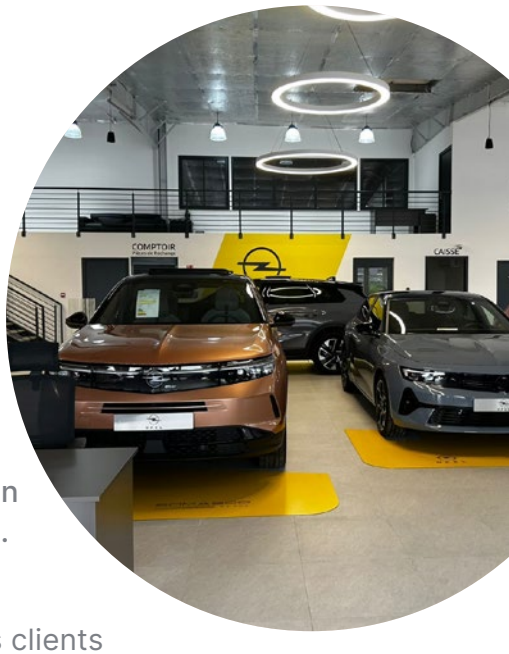
4. Accepter d'apprendre et d'ajuster
Tout ne sera pas parfait dès janvier, et c'est normal. Avancer, tester, corriger, progresser ensemble : c'est aussi ça, construire une année solide et durable.

5. Garder le sens et la fierté du travail accompli
Prendre le temps de reconnaître les efforts, les réussites, les avancées. Se rappeler pourquoi nous faisons ce que nous faisons donne de l'élan, même dans les périodes les plus intenses.

Ces résolutions ne sont pas des règles figées, mais des repères communs. Elles nous rappellent que c'est dans la cohésion, la confiance et l'engagement partagé que naissent les plus belles réussites.

OPEL ARRIVE CHEZ SOMASCO

UNE NOUVELLE ÉTAPE POUR LA MARQUE EN GUYANE



SOMASCO enrichit son offre automobile avec l'arrivée officielle de la marque Opel en Guyane. Avec l'intégration d'Opel, SOMASCO poursuit le développement de son offre multimarque en Guyane, en s'appuyant sur des sites modernes et des équipes de proximité.

Une gamme Opel complète, adaptée aux usages locaux

SOMASCO propose désormais l'ensemble de la gamme Opel, incluant des modèles récents comme le nouvel Opel Frontera et le Grandland. Des véhicules pensés pour répondre aux besoins de mobilité du territoire : polyvalence, confort, technologies embarquées et efficacité au quotidien.

Les clients peuvent découvrir l'univers Opel dans un environnement dédié, accompagnés par des équipes locales formées à la marque.



Cette nouvelle implantation prend place au sein de ***SOMASCO Plaza,*** la nouvelle concession située 14–15 rue des Bourdons à Cayenne, qui accueille Opel aux côtés des marques italiennes **Fiat, Alfa Romeo** et **Abarth**. Avec cette ouverture, Opel s'implante pour la première fois chez SOMASCO, marquant une étape structurante dans le développement de la marque sur le territoire guyanais.







L'INFO EN +

Pour accompagner l'arrivée d'Opel, ***SOMASCO Plaza*** s'appuie sur des infrastructures modernes :

- 550 m² de surface de vente VN,
- 230 m² d'atelier intérieur,
- 32 m² de pont extérieur, permettant notamment la prise en charge de véhicules de grand gabarit.

Un dispositif complet pour assurer un parcours client cohérent, de la vente à l'après-vente.



Les livraisons ont déjà commencées. Ici, la première OPEL (Mokka) vient d'être vendue à une nouvelle cliente !

ÉPIPHANIE

CHEZ HERTZ, LES CLIENTS ÉTAIENT DOUBLEMENT LES ROIS

Les agences Hertz de Martinique et de Guadeloupe ont célébré l'Épiphanie de manière simple et conviviale : en partageant la galette des rois avec leurs clients et également entre collaborateurs.



Au fil des arrivées d'avion et du flux de voyageurs, les galettes ont été offertes, dégustées, commentées. Un geste spontané, accueilli avec le sourire par les clients de passage comme par les équipes, dans un quotidien qui peut souvent être rythmé par l'efficacité et la rapidité. Une parenthèse gourmande qui rappelle qu'au sein de l'entreprise aussi, il est important de marquer les temps forts de l'année.

Un petit geste, un impact réel

Ces attentions font la différence.

En interne, elles renforcent la cohésion et créent des moments de partage simples mais précieux.

En externe, elles humanisent la relation client et transforment une étape du parcours en souvenir positif. Un moment privilégié où les collaborateurs peuvent avoir un geste de partage et de bienveillance auprès des clients.

La convivialité devient alors un véritable levier de lien et d'image.

Et ce n'est que le début…

Si la galette est déjà derrière nous, d'autres occasions arrivent : le carnaval et ses beignets, la Chandeleur et ses crêpes, le crabe de Pâques, les chocolats…

Autant de moments pour se retrouver, échanger et faire vivre l'esprit collectif. Parce que ce sont souvent ces instants simples qui rendent la vie d'entreprise plus chaleureuse.





L'INFO EN +

La galette des rois remonte aux Saturnales romaines, fêtes durant lesquelles un « roi d'un jour » était désigné grâce à une fève cachée. Une tradition ancienne devenue, aujourd'hui, un symbole de partage.






Hertz
Hertz








Hertz dollar. Thrifty
On vous offre la galette
Partageons un moment convivial et gourmand

AUTO GUADELOUPE SE PRÉPARE À L'ARRIVÉE DE LA NOUVELLE LEAPMOTOR B10



UNE JOURNÉE DE FORMATION DÉDIÉE POUR ACCOMPAGNER LE LANCEMENT COMMERCIAL

En amont de sa prochaine commercialisation, la nouvelle **Leapmotor B10** a fait l'objet d'une demi-journée de formation dédiée au sein d'Auto Guadeloupe. Une étape clé pour permettre aux équipes commerciales de s'approprier pleinement ce nouveau modèle et d'en maîtriser les spécificités avant son arrivée sur le marché.

Organisée sur une journée complète, cette session a réuni l'ensemble des équipes concernées, en présence de Cédrick RUTIL, Brand Manager des marques Stellantis et Lucien Jumarie Chef des Ventes de la marque LEAP MOTOR, engagés aux côtés de leurs collaborateurs dans cette phase préparatoire essentielle.

Une montée en compétence collective
Objectif de la formation : offrir une compréhension claire et concrète de la Leapmotor B10, tant sur le plan technique que commercial. Design, positionnement, technologies embarquées, usages clients, arguments clés… autant de sujets abordés pour permettre aux équipes de présenter le véhicule avec précision, cohérence et confiance. Ces temps d'échange ont également favorisé les questions, les retours d'expérience et les mises en situation, dans un esprit collaboratif fidèle aux méthodes du Groupe.

Anticiper le lancement, accompagner le marché
En organisant cette journée en amont, Auto Guadeloupe affirme sa volonté d'anticiper le lancement de la Leapmotor B10 et d'assurer un accompagnement de qualité auprès des futurs



clients. Une préparation indispensable pour répondre aux attentes d'un marché de plus en plus attentif aux nouvelles mobilités et aux innovations technologiques.

Une dynamique tournée vers l'avenir

Cette formation illustre une nouvelle fois l'importance accordée à la transmission des savoirs, à l'implication des équipes et à la préparation terrain dans le déploiement des nouveautés produits.

Avec la Leapmotor B10, Auto Guadeloupe se projette déjà vers les prochaines étapes, prêt à accueillir ce nouveau modèle dans les meilleures conditions.
Un temps fort utile, structurant et fédérateur, au service de la performance collective et de la qualité de l'expérience client.
La LEAP MOTOR B10 va contribuer à la démocratisation de l'électrique en Guadeloupe en amenant un SUV urbain le plus compétitif en termes de pricing dans sa catégorie.

A découvrir chez AUTO GUADELOUPE à Pointe à Pitre.







La ***Leapmotor B10*** s'inscrit dans la nouvelle génération de véhicules électriques de la marque, pensée pour conjuguer technologie, efficacité énergétique et usage quotidien.



Architecture et motorisation

- Véhicule ***100 % électrique avec une autonomie de plus de 420km (et très rapidement disponible aussi en version REEV - Extended Range Electric vehicle)***
- Une puissance de 218 Ch Dyn
- Repose sur une plateforme dédiée aux modèles compacts de nouvelle génération Leapmotor
- Motorisation électrique conçue pour un usage polyvalent : trajets urbains, périurbains et routiers
- Transmission simple, orientée efficacité et confort de conduite





Batterie et recharge

- Batterie lithium-ion de dernière génération
- Autonomie annoncée adaptée aux usages du quotidien, avec une optimisation du rendement énergétique
- Compatible avec la recharge AC (domicile / borne publique) et la recharge rapide DC (selon versions), permettant de réduire les temps d'immobilisation





Technologies embarquées
Interface numérique centrale avec écran tactile
Systèmes d'aide à la conduite (ADAS) répondant aux standards actuels de sécurité
Connectivité embarquée : navigation, informations véhicule, assistance à la conduite



Confort et habitabilité
Gabarit compact, pensé pour une bonne maniabilité
Habitacle optimisé pour l'espace et l'ergonomie





LOGISTIPARTS, L'INVENTAIRE, PILIER DISCRET DE LA PERFORMANCE LOGISTIQUE



DANS L'OMBRE DES COMPTOIRS ET DES ATELIERS, UNE ORGANISATION MILLIMÉTRÉE AU SERVICE DE TOUT LE GROUPE.

Dernier inventaire de l'année chez Logistiparts. Un moment clé pour cette entité que l'on évoque peu dans LORET & Nous, mais qui joue pourtant un rôle central dans le fonctionnement de plusieurs sociétés du Groupe en Guadeloupe.

Installée à l'Impasse Émile Dessout, Logistiparts assure les activités d'importation, d'achat et de distribution de pièces de rechange automobiles pour le compte de SACI, Auto Guadeloupe Développement, Distriparts et, en partie, Feu Vert. Une véritable clé de voûte logistique, au croisement des flux, des stocks et des besoins terrain.

Un inventaire d'ampleur, préparé de longue date

Planifié dès le mois d'octobre, cet inventaire mobilise largement les équipes. Pour la première fois, il concernait également les pièces d'origine Auto Guadeloupe, désormais stockées localement sur le site de Logistiparts.

Toute l'équipe était mobilisée : collaborateurs Logistiparts, mais aussi vendeurs comptoirs et équipes d'atelier (à enlever) AGD, venus renforcer les opérations. Un travail collectif, méthodique, mené dans un esprit de coopération et de rigueur.

Quelques chiffres pour mesurer l'ampleur de l'exercice :

- 8 600 références différentes
- 90 000 pièces comptées

Derrière ces volumes, des heures de comptage, de vérification, de contrôle et de recoupement entre stock physique et stock informatique.

Pourquoi l'inventaire est un enjeu stratégique

Au-delà de son caractère obligatoire sur le plan légal et comptable, l'inventaire répond à plusieurs objectifs essentiels :

- garantir une valorisation juste de l'entreprise,
- s'assurer de la cohérence entre les stocks physiques et informatiques,
- vérifier que chaque pièce est au bon

emplacement,
- permettre aux acheteurs d'anticiper les bons niveaux de réapprovisionnement,
- et, in fine, répondre efficacement à la demande client.

Cet exercice fait pleinement partie des engagements pris par le Groupe vis-à-vis de ses clients : disponibilité, fiabilité et continuité de service.

Logistiparts, au cœur de la chaîne de valeur

En centralisant les commandes fournisseurs, la réception, le stockage, la préparation des commandes, la gestion des retours et des litiges, Logistiparts joue un rôle déterminant dans la fluidité des opérations quotidiennes.
Un travail souvent invisible, mais indispensable, qui conditionne la performance des comptoirs, des ateliers et la satisfaction client.
Cet inventaire de fin d'année en est une illustration concrète : une organisation solide, des équipes engagées et une logistique maîtrisée au service de tout l'écosystème du Groupe LORET.











BOÎTES SOLIDAIRES, UNE MOBILISATION COLLECTIVE AU CŒUR DE LA MARTINIQUE



QUAND LA SOLIDARITÉ DE FIN D'ANNÉE DEVIENT UN ENGAGEMENT CONCRET ET DURABLE.

À l'occasion de la 9e édition de l'opération Boîtes solidaires, les équipes du pôle location CGFF, Hertz et Dollar se sont pleinement mobilisées pour soutenir cette action solidaire.

Les agences **Hertz, Dollar et CGFF** ont joué un rôle clé en assurant la fonction de points relais pour la collecte des boîtes solidaires. Une implication de terrain qui a largement contribué au succès de l'opération et facilité la participation du plus grand nombre. Les équipes ont même constitué leurs propres boîtes afin de contribuer de manière plus concrète à cette belle action de soutien aux personnes en difficulté.

Cette édition a confirmé l'ancrage durable du dispositif, avec **390 participants mobilisés**, et un impact humain significatif. Grâce à la collaboration des équipes avec **l'Association Au Service du Bonheur**, près de **600 bénéficiaires** ont pu être accompagnés et soutenus : étudiants, personnes sans abri, personnes hospitalisées, familles isolées, personnes en situation de handicap, mamans mineures et leurs enfants.

L'action s'est également élargie grâce à l'implication d'établissements scolaires et de partenaires engagés, permettant la distribution de kits d'hygiène à des personnes en détention, renforçant encore la portée sociale de cette mobilisation.

Au-delà des chiffres, cette opération illustre la force d'un engagement collectif, porté par des équipes investies et solidaires. Une dynamique qui reflète pleinement les valeurs du Groupe LORET : proximité, responsabilité et attention portée aux territoires et aux personnes en difficulté qui y vivent.



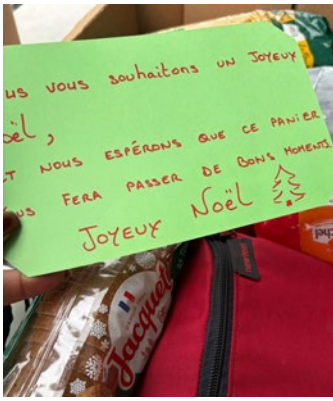







ARTIC
Payez contre ce chèque
€ 500
le 15/12/2025
à Fort-de-France
ARTIC
à CDAI972
DON POUR
CDAI972


Joyeux Noël


vous souhaitons un joyeux
Noël,
nous espérons que ce panier
vous fera passer de bons moments
Joyeux Noël







LAURE PILOT

UN COUTEAU SUISSE AU SERVICE DES MARQUES…
ET DU COLLECTIF.



Laure Pilot a rejoint le Groupe LORET en janvier 2025. Elle pilote… aujourd'hui le marketing et la communication de SACI, Feu Vert, OPAL et Renault Trucks (Guadeloupe). Un métier souvent discret, parfois méconnu, mais pourtant essentiel : donner de la visibilité, créer de la cohérence et faire circuler l'information au service des marques… et des équipes.

Un métier de l'ombre… mais jamais en retrait

Quand on croise Laure dans les couloirs, il est rare qu'elle soit "juste" en train de communiquer. Elle observe, elle connecte, elle anticipe. Son rôle va bien au-delà des affiches ou des publications : faire le lien entre les marques, les territoires et les femmes et les hommes qui les font vivre. Laure aime les sujets transversaux, ceux qui racontent quelque chose de plus grand que la somme des actions individuelles. Son moteur : donner du sens, structurer sans alourdir, et rendre lisible un groupe riche de ses métiers et de ses implantations.

"On appartient à un grand Groupe. Mon rôle, c'est aussi d'aider chacun à le percevoir, sans jamais effacer l'identité des marques."

Un parcours éclectique, une vraie culture projet

Avant de rejoindre le Groupe LORET, Laure a construit un parcours volontairement pluriel. Elle débute en agence, évolue ensuite dans l'univers des spiritueux (avec un portefeuille d'une dizaine de marques et une coordination internationale), avant de rejoindre le secteur du BTP au sein du groupe Bolton, sur la marque Griffon (colles, silicones, étanchéité). Ce fil rouge se dessine rapidement : polyvalence, capacité d'adaptation, culture du résultat. Venue en Guadeloupe pour des raisons familiales, elle postule au Groupe LORET. Le poste qu'elle occupe aujourd'hui a



été pensé en réponse à un besoin réel.
"Ça a fait bouger les lignes, et c'est aussi ça que j'ai trouvé très stimulant."

Un quotidien aux multiples facettes
Décrire une "journée type" de Laure relève presque de l'exercice impossible. Campagnes commerciales, communication interne, événements, affichage, covering, goodies, radio, réseaux sociaux… et parfois même messages d'accueil téléphonique conçus à l'aide de l'intelligence artificielle.

"Ce que j'aime, c'est qu'aucune journée ne se ressemble. Et si, à un moment donné, je peux aller donner un coup de main sur un sujet très concret, je le fais."

Cette proximité avec le terrain nourrit sa vision, une communication utile, compréhensible, au service des équipes autant que des clients.

La communication comme levier de cohésion
Laure assume une communication accessible, parfois fun, toujours respectueuse des codes quand il le faut. Son objectif n'est pas de multiplier les prises de parole, mais de créer des dispositifs qui mobilisent réellement.

"Si on crée une dynamique positive en interne, elle se ressent naturellement à l'extérieur."

Pour elle, la communication est un sport collectif.
Elle s'appuie sur les compétences existantes, valorise les relais locaux et cherche à simplifier le quotidien de chacun grâce à des outils concrets : calendriers partagés, kits prêts à l'emploi, templates adaptables.
Son approche reste pragmatique : plus de coordination, plus d'anticipation, et surtout plus de lisibilité. L'objectif est de faire gagner du temps, éviter les doublons et permettre à chacun de se concentrer sur son cœur de métier.

LAURE EN 3 QUESTIONS

L&N : À quoi ressemble "ta" communication idéale au quotidien ?

Laure : Simple, claire, activable. Un bon brief, un message compréhensible, un call-to-action évident. Et surtout, quelque chose qui donne envie de s'approprier le projet.

L&N : Gérer quatre marques, c'est un défi ?

Laure : Oui, mais un défi passionnant. Chaque marque a son histoire, son ton, ses enjeux. Mon rôle, c'est de les faire cohabiter harmonieusement, dans le cadre du Groupe LORET, sans jamais les uniformiser.

L&N : Un souhait pour la suite ?

Laure : Continuer à structurer les échanges, recréer des réflexes de partage entre nos sociétés et territoires et avancer sur un livret d'accueil pour mieux accueillir les nouveaux collaborateurs.

CGFF SOUTIENT LE DÉFI DES SAPINS ÉCO-CRÉATIFS



QUAND CRÉATIVITÉ, INCLUSION ET ÉCOLOGIE SE RENCONTRENT EN GUADELOUPE

CGFF a récemment soutenu le Défi des Sapins éco-créatifs, un événement porté en partenariat avec la Maison d'Accueil Spécialisée Le Champfleury (Association AGIPSAH). Une initiative originale et profondément humaine, qui illustre concrètement les valeurs de solidarité et de vivre-ensemble défendues par le Groupe Loret.

Ce défi a rassemblé cinq structures médico-sociales de Guadeloupe autour d'un projet à la fois créatif, inclusif et écologique : Personnes en situation de handicap, personnes âgées et professionnels ont conçu ensemble des sapins de Noël à partir de matériaux recyclés et de récupération, transformant l'exercice artistique en véritable projet collectif.

Au-delà de la création, l'événement poursuivait plusieurs objectifs forts :

- promouvoir des valeurs de bienveillance et d'inclusion,
- valoriser les talents des personnes accompagnées,
- contribuer à changer le regard porté sur le handicap et le grand âge,
- encourager la coopération entre établissements médico-sociaux.

La cérémonie de remise des prix a constitué un temps fort de l'événement.

Enthousiasme, émotion et fierté collective étaient au rendez-vous, dans une atmosphère marquée par le partage, la créativité et le lyannaj.

CGFF salue tout particulièrement l'engagement de Béatrice Guillaume, à l'initiative du projet et investie tout au long de l'événement, notamment en tant que membre du jury.
Cette première édition du Défi des Sapins éco-créatifs a pleinement





atteint ses objectifs, en créant une synergie durable entre les structures ESMS et en mettant en lumière des talents souvent trop peu visibles.

Par sa présence et son soutien, CGFF réaffirme son engagement responsable, au service d'initiatives locales porteuses de sens, qui renforcent le lien social et contribuent à un territoire plus inclusif.







