

Débosselage

Dent Wizard privilégie la licence

En avril 2007, Guy Bredoux, directeur général de Dent Wizard, annonçait la création d'un réseau de débosselage sans peinture en proposant la franchise ou la licence : « Après neuf mois, notre préférence s'oriente vers la licence. Une franchise est trop longue à mettre en place pour des raisons juridiques et administratives. » À ce jour, deux sites pilotes – un par formule – sont opérationnels mais l'objectif est d'en avoir dix, d'ici à la fin de l'année, pour lancer la démarche réseau. « Ce réseau, nous souhaitons le développer avec des professionnels de la réparation, particulièrement des carrossiers, ajoute Guy Bredoux. Nous sommes ouverts à tous, concessionnaires ou indépendants, qu'ils soient dans un réseau ou non. Après les prérequis (formation, matériel dont le montant

global s'élève à 15 000 €), notre première exigence est de disposer d'une surface capable d'héberger et d'accueillir plusieurs véhicules et techniciens, en cas de grêle par exemple. Dans les accords que nous allons signer avec les donneurs d'ordres et les assurances, nous voulons offrir la garantie de traiter ces "dégâts" le plus vite possible et

avec professionnalisme. Il nous faut donc plusieurs localisations. »

Pour l'heure, aucun partenariat n'a été signé et Dent Wizard ne s'avance pas sur le montant de la redevance que devra verser le débosselleur. Mais la société annonce un chiffre d'affaires annuel moyen entre 70 000 et 100 000 €. **Martial Burat**

TÉMOIGNAGE



JÉRÔME LE PALLEC Gérant de Select Cars à Saint-Doulchard (18)

« La demande est grande »

« J'ai opté pour un contrat de licence avec Dent Wizard pour deux raisons. D'une part, se lancer dans un réseau avec la marque de cette société est pour moi une référence aussi bien sur le plan technique que sur le soutien logistique et administratif. D'autre part, appartenir à un réseau permet de bénéficier des accords-cadres que l'enseigne aura signés avec les donneurs d'ordres. Maintenant, concernant cette activité et ce service, tout est à faire. La demande est grande. »

Lavage

Un éléphant chez Carrefour

Les centres de lavage Carrefour vont progressivement hisser les couleurs de l'Éléphant Bleu après leur rachat entériné le 31 décembre. L'accord passé entre Hypromat et l'enseigne de la grande distribution prévoit également une possible augmentation du nombre de pistes. « Nous avons saisi l'opportu-

nité de consolider la position de notre réseau français. Plus encore, cette acquisition s'intègre dans la nouvelle offre commerciale d'Éléphant Bleu, avec le lancement d'un portique automatique en juin. Notre stratégie nous permet de partir à la conquête des 35 % de part de marché que représentent les laveurs utilisateurs de

systèmes automatiques, jusque-là inexistant dans notre concept », précise Yves Brouchet, directeur général du groupe Hypromat.

Ce rachat des 162 pistes vient compléter un réseau qui compte déjà 500 pistes sur l'ensemble du territoire français.

Catherine Leroy



Le véhicule aurait été conçu pour résister aux chocs frontaux latéraux tels ceux pratiqués lors des crash tests exigés sur les marchés mondiaux.

LE SPECIALISTE DES GARANTIES "PANNES MECANIQUES"

Une gamme de garanties adaptée à tout type de véhicule même kilométrés, âgés ou récents jusqu'à 10 ans ou 200 000 km

VENDEZ... NOUS GARANTISSONS

appelez au : **01 48 89 57 57**

ou contactez nous sur notre site : www.dynassur.com



DE PROFESSIONNELS A PROFESSIONNELS



EN BREF EN

INDUSTRIE

■ **RENAULT** Multiples offres en Inde. Après avoir noué un partenariat avec le constructeur indien Mahindra, avec lequel il produit désormais la Logan, Renault français va investir 700 millions d'euros dans une nouvelle usine près de la ville de Chennai, au sud du pays. Ce site pourra produire 400 000 véhicules par an pour Renault et Nissan. Mahindra participera pas à ce projet, mais distribuera dans son réseau la marque Mahindra-Renault. Les véhicules assemblés à Chennai. Par ailleurs, le groupe de Renault prendra, d'ici à cinq semaines, une décision sur le lancement d'une étude de petite voiture, un autre groupe indien, Tata. Si ce second partenariat est confirmé, il pourrait aboutir à la construction d'un véhicule à la Nano, la voiture à très faible coût (1 700 €) qui vient d'être présentée par l'indien Tata (lire ci-dessus).

STRATÉGIE

■ **TATA** La Nano sur tous les continents. Le constructeur indien qui porte son nom, a annoncé la vente de son modèle à faible coût (photo) en Europe et dans d'autres régions développées.