

Édito

La carrosserie, ça ne s'invente pas.

Notre métier a sa part de technicité, de précision et de difficultés. Ceci n'empêche pas le marché de se fragmenter, au point que certaines de nos compétences nous échappent peu à peu.

Aujourd'hui, il est devenu naturel de faire réparer son pare-brise dans une entreprise plus ou moins spécialisée. Pourtant, ce type d'intervention relève à l'origine de notre travail.

Les questions de qualité et de sécurité s'effacent derrière de solides politiques de marque. C'est pour cela que nous avons créé Interparebrise, un label pour fédérer tous les indépendants. Plus forts, car plus nombreux, nous pourrions lancer une communication efficace et résister face à la concurrence.

Alors, n'hésitez pas ;
vous avez un savoir-faire, faites-le savoir !

Interparebrise, un concept Clés en main

qui s'adresse

aux carrossiers professionnels et indépendants, qui souhaitent valoriser leur savoir-faire et développer leurs interventions sur le marché du vitrage.

qui concerne :

- la pose de pare-brise, toutes marques
- la réparation d'impacts
- les glaces latérales
- la lunette arrière
- les optiques / feux
- les vitrages utilitaires
- les vitrages travaux publics
- les vitrages engins agricoles
- le tatouage anti-vo
- les glaces de toit ouvrant
- les essuie-glaces, ...

qui a pour objectif

de créer une valeur ajoutée à votre cœur de métier, grâce à laquelle vous pourrez accroître, diversifier et fidéliser votre clientèle. C'est aussi un moyen efficace pour contrer la forte concurrence du marché.

Un dispositif de valorisation

Le marché du vitrage échappe peu à peu à ses professionnels. Face à la montée d'une concurrence très médiatisée, la marque Interparebrise est née pour fédérer les spécialistes de cette activité. Il ne s'agit pas de s'inventer un nouveau métier, mais au contraire d'enclencher la formation d'un réseau de compétences réelles et évolutives.



La notoriété, ça se mérite

Interparebrise, c'est l'idée de Jean-Pierre Carrot, un passionné dont le but est clair : pouvoir reconquérir le marché du vitrage.

Il nous résume, en trois points, toute la philosophie de sa démarche.

Page 4

Rencontre avec Alain Fusil, pionnier d'Interparebrise

En 1971, Alain Fusil reprend les rennes de l'entreprise familiale, située à St Maurice-lès-Châteauneuf.

Sous son impulsion, la carrosserie adopte en 1995 un second site, à Chauffailles.

Aujourd'hui, M. Fusil se lance dans l'aventure d'Interparebrise, "parce que je me sens proche de ce concept".





4 actions pour réussir

- **LA CRÉATION D'UN LABEL-CONCEPT**, appelé à devenir une marque de référence

- la mise en place **D'UNE POLITIQUE DE COMMUNICATION ET DE MARKETING NATIONALE**

- **UNE FORMATION** au Centre de formation du vitrage, pour s'adapter aux nouvelles méthodes

- **UN SERVICE D'ASSISTANCE** fiable et performant



Des objectifs réalistes

- Renforcer la confiance de votre clientèle, avec une stricte démarche de qualité
- Amener de nouveaux clients à pousser votre porte, grâce à une communication efficace
- Optimiser vos compétences et asseoir votre légitimité

Les avantages d'Interparebrise

- Une nouvelle valeur ajoutée à votre métier
- Un label distinctif pour votre établissement
- Votre liberté d'action inchangée



Rencontre avec Alain FUSIL, l'un des 4 pionniers d'Interparebrise.

Carrosserie Fusil, Chauffailles (Saône et Loire).

En 1971, Alain Fusil reprend les rennes de l'entreprise familiale, située à St Maurice-lès-Châteauneuf. Sous son impulsion, la carrosserie adopte en 1995 un second site, à Chauffailles. Aujourd'hui, M. Fusil se lance dans l'aventure d'Interparebrise, "parce que je me sens proche de ce concept".



avec le bon matériel. C'est logique ! Si l'on veut garantir le même savoir-faire partout en France, on se doit de travailler dans des conditions identiques.

Pourquoi insister sur le vitrage automobile ?

Le parebrise constitue un élément de carrosserie à part entière. Son travail revient de droit aux carrossiers, plus qu'à d'autres enseignes non spécialisées.

Nous exerçons un métier des compagnons du devoir, un métier qui doit suivre les règles de l'art ! Nous ne pouvons pas laisser filer un tel problème de sécurité.

Concrètement, qu'est-ce que change Interparebrise dans votre organisation ?

En rejoignant le label, il faut donc s'adapter, suivre une formation et s'équiper

À part ces quelques points, je suis resté maître chez moi, en toute indépendance.

Et comment avez-vous pu adapter cette marque nationale au niveau de votre entreprise ?

Il y a une charte graphique à respecter et diffuser. Pour ma part, j'ai installé des panneaux enseignes, sur les bâtiments et les parkings.

Le réseau Interparebrise prête des véhicules de remplacement à ses clients. Tous sont récents, voire neufs, et arborent les couleurs de la marque et son logo. Je trouve la charte très bien conçue, bien calculée.

Et vous avez senti des retombées ?

Oui ! J'ai accueilli de nouveaux clients. La publicité, très forte, très colorée attire les regards. Je m'en rends compte lorsque je conduis nos voitures décorées.

Deux semaines après l'installation de mes enseignes, un client est passé me voir. Il ne connaissait pas la marque, mais avait très bien compris ce dont il s'agissait. On a réparé son véhicule sans aucun problème.

Quel est l'intérêt de la formation ?

Interparebrise a créé un ensemble d'outils, avec une certaine méthode. Nous devons tous adopter le même coup de main, pour garantir une qualité de service.

Et puis, avec la multiplication des modèles, on voit apparaître de nouvelles techniques. Interparebrise nous fournit par e-mail des fiches sur tous

les modèles, avec l'évolution des produits.

Aujourd'hui, les pare-brise ont de nombreuses fonctionnalités (capteurs de pluie, allumage des feux, bientôt GPS). Il ne faut pas tout casser, d'où l'utilité d'une formation.

D'autres services se révèlent importants : la fourniture du matériel, vraiment efficace, et le service d'assistance qui m'a déjà renseigné sur une référence.

LES 4 PIONNIERS...

**Interparebrise
Chauffailles,
carrosserie
Alain Fusil
(71)**

**Interparebrise
Montereau,
carrosserie
Varennoise
Frédéric
Dupuids
(77)**

**Interparebrise
Pont de Beauvoisin,
carrosserie
Jean-Yves
Millard
(73)**

**Interparebrise
Pontivy,
carrosserie
Alain
Kerbellec
(56)**

**Interparebrise
Saint-Etienne,
carrosserie
Jean-Pierre
Carrot
(42)**





Interparebrise, c'est l'idée de Jean-Pierre Carrot, un passionné dont le but est clair : pouvoir reconquérir le marché du vitrage. Il nous résume, en trois points, toute la philosophie de sa démarche.

Indépendance Qualité

La carrosserie Carrot a traversé 3 siècles. Au départ spécialisée dans la forge, l'entreprise a évolué vers le charronnage, puis les véhicules carrossés et enfin l'automobile grand public.

La quatrième génération, que j'incarne, s'est résolument tournée vers le service client. Nous apportons donc une solution globale : dépannage (24h/24, 7 jours/7), prise de contact avec l'assurance et prêt d'un véhicule neuf de remplacement.

Nous voulons libérer la personne de ses soucis, d'où notre slogan : "Avec Carrot, gardez le sourire". Cette démarche nous a permis d'avoir le leadership sur la région stéphanoise pour les réparations collision.

En 1993, nous avons rejoint le réseau Five Star, avec qui nous partageons des valeurs essentielles :

- la qualité du service
- le professionnalisme
- le respect du client

Aujourd'hui, nous sommes 850 carrossiers, dans toute l'Europe, convaincus que la performance se construit tous les jours.

Nous nous efforçons d'entretenir une relation personnalisée avec nos clients. Ce sont leurs exigences qui nous poussent à avancer. Les 20 personnes de la carrosserie Carrot savent que la fidélité des automobilistes n'est jamais acquise, et qu'il n'y a pas meilleur ambassadeur qu'un client satisfait.

Expertise

Le label Interparebrise n'est pas né sur un coup de tête. Il hérite de 30 années d'expérience dans le vitrage. Il répond d'abord à la demande de la clientèle, et propose ensuite une alternative aux nouvelles enseignes néo-spécialistes du pare-brise.

Notre valeur ajoutée, c'est la prise en charge du client. Même si la marque Interparebrise est diffusée à grande échelle, nous entretenons toujours une relation de proximité avec nos clients. Nous voulons devenir LE professionnel référent en cas de problème de voiture. Notre logo illustre d'ailleurs cette ambition : le personnage rappelle la disponibilité de l'interlocuteur. Sa posture, en train de poser un pare-brise, insiste sur le maître mot de nos innovations ; LE DYNAMISME.



www.interparebrise.com