

**CHAMPIONNAT DU MONDE DE REMPLACEMENT  
DE PARE-BRISE 2016  
GRANDE FINALE FRANCE LE 3 FÉVRIER**

SAVE  
THE DATE  
LE 3  
FÉVRIER



Le 3 février prochain, CARGLASS® organise son 10<sup>ème</sup> Championnat de France de remplacement de pare-brise : le Best of BELRON®<sup>1</sup> (le BoB). Cette compétition consacre tous les deux ans, parmi les collaborateurs de l'entreprise, le Champion de France de la discipline.

Cette année, 10 candidats ont été sélectionnés lors des demi-finales qui se sont déroulées début décembre à Rouen, Perpignan et Lyon. Il leur reste désormais quelques semaines pour s'entraîner avant la finale France.

### PROMOUVOIR L'EXCELLENCE DES ÉQUIPES CARGLASS®

Le BoB se déroule dans les 35 pays où le groupe BELRON® est présent. Son objectif, en France : valoriser le savoir-faire, l'expertise et la qualité de service des techniciens CARGLASS®. Chacun a suivi, tout au long de son parcours dans l'entreprise, une formation spécifique.

Pour assurer la meilleure intégration de ses collaborateurs et leur donner une vraie compétence métier, CARGLASS® a en effet créé un centre de formation intégré, doté d'une équipe d'une vingtaine de formateurs. En 2014, plus de 100 000 heures de formation ont ainsi été dispensées. Les 400 techniciens vitrage que CARGLASS® prévoit de recruter en 2016 bénéficieront eux aussi de ce dispositif, dès leur entrée en fonction.

Et l'entreprise va encore plus loin : aujourd'hui, CARGLASS® est le seul organisme à pouvoir décerner le Certificat de Qualification Professionnelle (CQP) d'Opérateur Vitrage. Créé en 2014, ce certificat est reconnu par les professionnels de l'automobile, notamment le CNPA.

<sup>1</sup> CARGLASS® est une filiale du Groupe BELRON®

## FÉDÉRER LES ÉQUIPES À TRAVERS UN ÉVÉNEMENT D'EXCEPTION

Outre les aspects compétition, dépassement de soi et challenge, le Best of BELRON® est aussi un véritable moment de cohésion et d'entraide entre équipes.

**Jugés sur plus de 100 critères au total – dont les méthodes de travail, l'utilisation des outils BELRON®, la vitesse et la qualité d'intervention – les candidats s'affronteront au cours de 5 épreuves vitrage (dont un quizz ADAS) pour déterminer qui sera le Champion de France 2016.**

Ce dernier remportera un chèque de 1500€ et défendra les couleurs de la France aux Championnats du Monde, les 18 et 19 mai à Lisbonne.

D'autres métiers seront également représentés lors de la finale du 3 février : distribution, centre d'appels et accueil client.

**VENEZ ASSISTER À LA FINALE FRANCE,  
LE 3 FÉVRIER 2016 À COURBEVOIE, ET DÉCOUVRIR  
UNE COMPÉTITION FESTIVE ET UNIQUE EN SON GENRE !**

**INSCRIPTION AUPRÈS DE FLEUR DE ROQUEFEUIL -  
THE DESK F.DEROQUEFEUIL@THEDESK.FR**

### À PROPOS DE CARGLASS®

Créé en 1986, CARGLASS® est le spécialiste de la réparation et du remplacement de vitrage de véhicules. CARGLASS® compte près de 3 000 collaborateurs, plus de 420 centres et 720 véhicules-ateliers en France. Depuis plus de 20 ans, les particuliers, les compagnies d'assurance et mutuelles ainsi que les flottes automobiles et loueurs font confiance à CARGLASS®. CARGLASS® couvre 100% du territoire français\* et gère plus d'1 million de clients par an. CARGLASS® connaît un chiffre d'affaires de 379 M€ en 2014. CARGLASS® est signataire de la charte de la diversité depuis 2007, et figure en 2010 à la 5e place du palmarès « Best Workplaces » des entreprises de plus de 500 salariés. CARGLASS® est une filiale du groupe BELRON®, présent dans 35 pays. Site Internet [www.carglass.fr](http://www.carglass.fr). \*Hors Corse et îles non reliées par un pont

### LE DÉVELOPPEMENT RESPONSABLE CHEZ CARGLASS®

CARGLASS®, tout juste certifiée ISO 14001 a décidé, en 2014, de renforcer sa Démarche Développement Responsable initiée en 2010. Intitulé IMPACT+, le programme mis en place vise à consolider les engagements initiés et à innover sur ce sujet auprès des différentes parties prenantes de l'entreprise.

Ainsi, 4 volets sont mobilisés à horizon 2016 :

- « l'environnement », placer l'environnement au cœur de ses pratiques avec ambition et pragmatisme.
- « les territoires », illustrer ses valeurs dans des actions de proximité.
- « les équipes », investir dans une politique Ressources Humaines encore plus engagée.
- « les clients et partenaires », proposer des services responsables et fiables.