

.....

CARGLASS®, 30 ANS D'UNE ENTREPRISE IRREMPLAÇABLE EN FRANCE

.....

30 ans **À VOS
CÔTÉS**



SOMMAIRE

TROIS QUESTIONS À ÉRIC GIRARD, Directeur Général de CARGLASS®	03
--------------------------------------------------------------------------------	----

1. INNOVATION ET AGILITÉ : LES DEUX PILIERS DU DÉVELOPPEMENT DE CARGLASS® DEPUIS 30 ANS

1.1. 30 ans d'innovation au service du client	04
1.2. Une notoriété hors norme	05

2. LE SERVICE, PRINCIPE FONDATEUR DE TOUTE L'ORGANISATION

2.1. À nouvelles attentes des automobilistes, nouveau réseau !	06
2.2. Pour un service client d'exception, une priorité : l'engagement des hommes	08
2.3. Une technologie de pointe pour toujours garder un temps d'avance	10
2.4. Logistique : le secret de la réactivité	13
2.5. RSE : un engagement transversal	14

TROIS QUESTIONS À...



ÉRIC GIRARD.

Directeur Général de CARGLASS®

.....

CARGLASS® fête ses 30 ans en 2016. Leader en France en matière de réparation et de remplacement de vitrage automobile, comment l'entreprise fait-elle pour maintenir son avance sur ses concurrents ?

En premier lieu en développant un service d'excellence, reconnu quasi unanimement par les automobilistes et porté par des collaborateurs particulièrement engagés. Ils bénéficient de formation (plus de 100 000 heures par an) et c'est un superbe atout dans la relation avec nos clients. Ensuite, en étant innovants dans les techniques de pose, innovants dans la construction de notre réseau de centres qui a doublé en quatre ans et qui nous permet ainsi d'être plus proches de nos clients et de les satisfaire avec cette proximité.

30 ans, qu'est-ce que cela représente pour vous en tant que Directeur Général ?

Cela représente beaucoup de fierté. De la fierté car nous avons parcouru beaucoup de chemin depuis la création du premier centre à Lille et ce malgré un environnement qui n'a pas toujours été favorable. Pour rappel, depuis 2010, le nombre de bris de glace a perdu près de 25% de son volume. Dans ces circonstances, nous avons continué à investir pour avoir aujourd'hui un réseau extrêmement dense (430 centres), un service reconnu, une notoriété inégalée dans le monde de la réparation automobile (74% de top of mind), une large palette de services pour les compagnies d'assurance et leurs assurés et des collaborateurs engagés et passionnés par leur métier. Tous ces éléments me donnent confiance en l'avenir.

Justement, à quoi ressemblera CARGLASS® demain ?

CARGLASS® ressemblera à une entreprise plus que jamais dédiée à la satisfaction de ses clients et qui saura répondre à leurs problèmes simplement. Elle continuera à cultiver sa différence, sa capacité à innover, son expertise, et entretenir la fierté d'appartenance de ses collaborateurs. C'est pourquoi nous restons un réseau intégré, le seul sur notre marché. C'est cette force, cette solidité, qui nous rendront capable d'anticiper les évolutions de notre marché et de toujours proposer le meilleur service à nos clients et partenaires.

De plus, CARGLASS® ne sera dans 10 ans que si elle est responsable. Nous continuerons donc à nous développer dans le respect de nos valeurs. Pour nous adapter et anticiper l'évolution des réglementations, et surtout l'exigence des consommateurs, notamment en matière d'éthique et de respect de l'environnement.

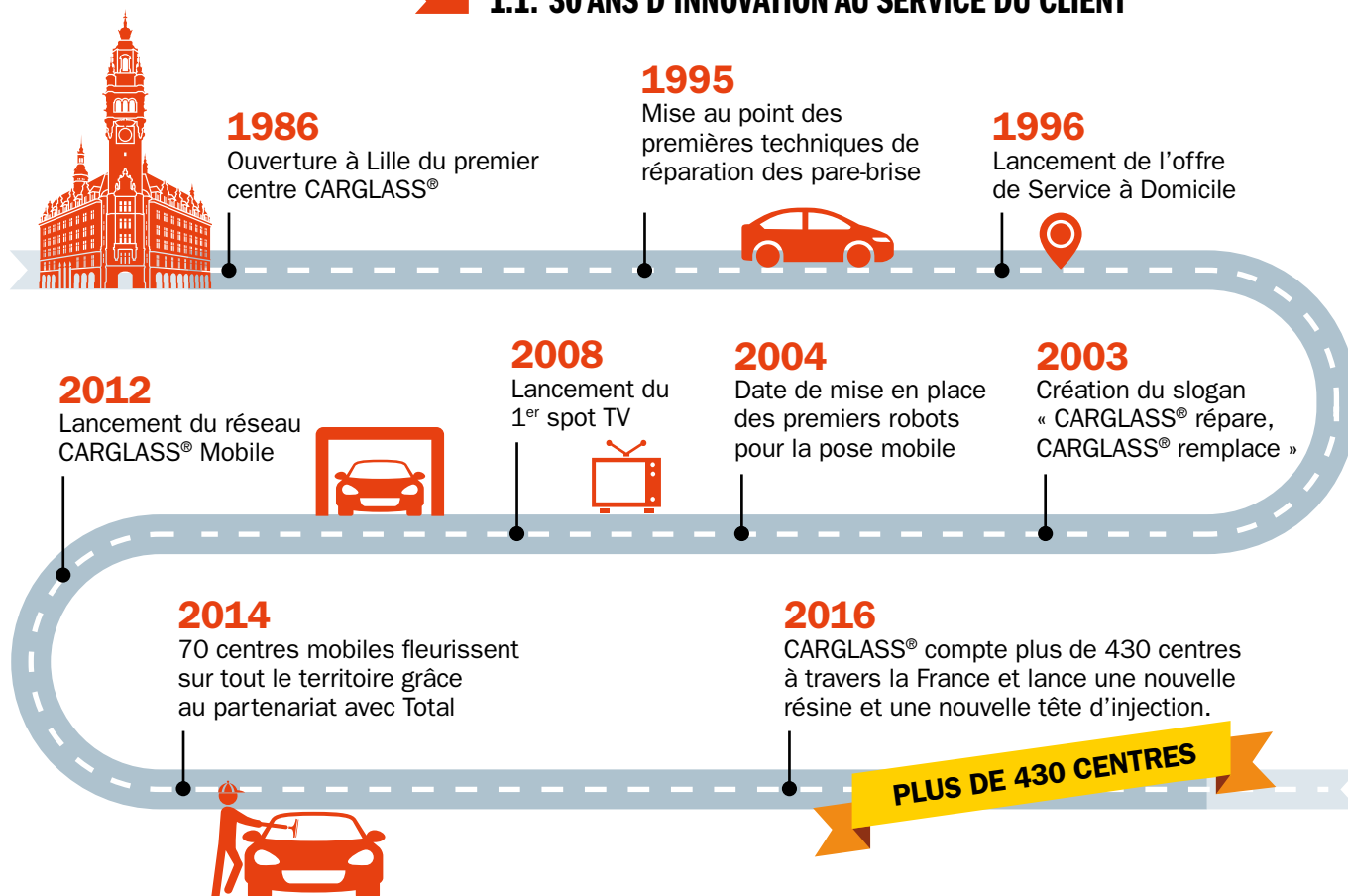


1. INNOVATION ET AGILITÉ : LES DEUX PILIERS DU DÉVELOPPEMENT DE CARGLASS® DEPUIS 30 ANS

Depuis l'ouverture du premier centre CARGLASS® en 1986, l'entreprise a su mener une croissance rapide et maîtrisée.

Rester concentrée sur son cœur de métier tout en innovant en permanence pour anticiper les évolutions du marché : voilà, en résumé, la philosophie de l'enseigne, qui satisfait aujourd'hui plus d'un million de clients par an en France.

1.1. 30 ANS D'INNOVATION AU SERVICE DU CLIENT



CARGLASS®, FILIALE DU GROUPE BELRON® : UN CENTENAIRE À LA POINTE DE L'INNOVATION !

CARGLASS® fait partie du **groupe BELRON®**, aujourd'hui leader mondial de la réparation et du remplacement de vitrages de véhicules. Créé en 1898 au Cap (Afrique du Sud), le groupe, initialement spécialisé dans les miroirs et verres décoratifs, se réoriente vers la production de pare-brise dès 1927. Producteur pendant la Seconde Guerre Mondiale de pare-brise à l'épreuve des balles, il s'étend ensuite partout dans le monde, accompagnant l'expansion de l'automobile et se lance en 1986 sur le marché français. Le groupe prend le nom de BELRON® en 1994. En 1999, D'leteren, groupe familial belge, et premier importateur de voitures en Belgique, devient actionnaire majoritaire du groupe. BELRON® est aujourd'hui présent dans **34 pays à travers le monde avec notamment les marques CARGLASS®, AUTOGLASS®(UK), SAFELITE® (USA), O'BRIEN® (Australie)...**

C'est au sein de ce groupe que CARGLASS® poursuit son développement en France avec pour principe essentiel : **innover en permanence pour anticiper les évolutions du marché.**

1.2. UNE NOTORIÉTÉ HORS NORME

Faire réparer ou remplacer son pare-brise : une démarche plutôt rare, puisqu'en moyenne elle ne revient que tous les 7 ans dans la vie d'un automobiliste ! C'est pourquoi, pour CARGLASS®, le challenge est de rester présent à l'esprit de tout un chacun, pour que, le jour où le besoin survient, le réflexe CARGLASS® soit immédiat.

La marque investit ainsi massivement en publicité, avec le fameux « **CARGLASS® répare, CARGLASS® remplace** ». Le slogan, qui date de 2003, réussit un double exploit : répéter deux fois le nom de la marque, et résumer l'intégralité de son métier !

Résultat : CARGLASS® connaît aujourd'hui un **taux de notoriété spontanée de 74%**, à comparer par exemple, avec les 75% de l'Ipod, un objet nettement plus présent au quotidien !

En parallèle, CARGLASS® se classe à la 5^{ème} place du top des **marques perçues comme les plus « bienveillantes » par les Français⁽¹⁾**. A la base de ce succès unique : une communication qui rappelle, toujours, **l'excellence du service au client, sa proximité et sa rapidité**. Une promesse qui se vérifie dans les faits, au quotidien. La marque bénéficie **d'un fort taux de recommandation** avec un score NPS⁽²⁾ de 82 en 2015. Une variable utilisée dans toute l'entreprise pour mesurer et améliorer en permanence la satisfaction client.

CARGLASS® France en chiffres

- Plus **d'1 million d'interventions** en 2015
- **3 000 collaborateurs**
- **100 000 heures de formation dispensées en 2015**
- Plus de **430 centres** et **720 véhicules-ateliers**
- **100% du territoire français** couvert⁽³⁾
- **379 M** de chiffre d'affaires en 2014
- **330 000 pièces** de vitrages en stock⁽⁴⁾

1. Observatoire Change/ BVA de la bienveillance des marques, février 2016.

2. Net Promoter Score : enquête de satisfaction réalisée sur l'année 2015 par CARGLASS® auprès de 220 000 clients qui ont répondu 7 et plus à la question « Sur une échelle de 0 à 10, dans quelle mesure seriez-vous prêts à recommander CARGLASS® à vos proches ? »

3. Hors Corse et îles non reliées par un pont

4. Au 31/12/2015



2. LE SERVICE, PRINCIPE FONDATEUR DE TOUTE L'ORGANISATION DE CARGLASS®

2.1. À NOUVELLES ATTENTES DES AUTOMOBILISTES, NOUVEAU RÉSEAU !

Acheter sa voiture ou la louer ? Une question que se posent de plus en plus de Français, à l'heure où l'économie de partage s'impose dans bon nombre de secteurs.

La preuve : en 2015, pour la première fois, les banques ont accordé plus de leasings que de crédits pour l'achat de voitures neuves⁵.

Autre évolution : c'est aujourd'hui le marché des véhicules professionnels qui connaît la plus forte croissance. Sur 38 millions de véhicules en circulation aujourd'hui, 8 appartiennent à des flottes d'entreprise.

Résultat, **l'automobiliste devient, de plus en plus, un usager et non plus forcément le propriétaire de sa voiture.** Ce qui impacte ses attentes en matière d'entretien de son véhicule : ce sont la rapidité et la fluidité de l'intervention qui priment pour lui désormais. Sans compter que de nouvelles habitudes de consommation se généralisent : commander en ligne, se faire livrer à domicile ou près de chez soi devient un réflexe chez bon nombre de consommateurs.

Pour prendre en compte ces évolutions, CARGLASS® développe une politique de proximité toujours plus affirmée. Pour se rapprocher encore de ses clients, l'enseigne a créé, en 2012, **les centres de proximité mobiles.**

.....
5. Source ASF (Association Française des Sociétés Financières - septembre 2015)



Dédiées aux interventions à domicile ou sur le lieu de travail, ces structures peuvent être déplacées en fonction des besoins.

CARGLASS® a également signé un partenariat avec Total, lui permettant de s'implanter au sein des stations-services du pétrolier : aujourd'hui, une centaine de stations Total accueille une baie de réparation CARGLASS®, pour une proximité accrue avec l'automobiliste, **partout en France**⁽⁶⁾. CARGLASS® souhaite se positionner comme le partenaire des automobilistes **en s'inscrivant dans le quotidien de ses clients en leur facilitant l'accès à ses services, comme tout commerce de proximité**. Cette densification du réseau grâce à ces structures de proximité est essentielle au développement de l'activité : pour un automobiliste, la proximité est la 2^{ème} raison du choix d'un prestataire, juste après l'habitude. Développer ces nouveaux formats mobiles permet de multiplier les points de contact, de tester de nouvelles zones de chalandise...

Un développement réalisé en conservant un réseau 100% intégré, afin de maintenir une qualité de service irréprochable.



.....
6. Hors Corse et îles non reliées par un pont



2.2. POUR UN SERVICE CLIENT D'EXCEPTION, UNE PRIORITÉ : L'ENGAGEMENT DES HOMMES ET DES FEMMES.

Pour CARGLASS®, la relation client s'affirme comme essentielle. Une qualité de service qui passe aussi par l'engagement de tous ses collaborateurs, leur implication, et leur attachement à l'entreprise.

• LA CULTURE DU SERVICE :

La culture du service est un critère de recrutement essentiel chez CARGLASS®. L'entreprise, qui a recruté 900 personnes en 2015, choisit avant tout des collaborateurs animés d'un fort esprit client - interne et externe -, et des valeurs de loyauté, d'intégrité, de solidarité. Cette approche très ouverte permet à CARGLASS® de développer une vraie politique de diversité et de fierté d'appartenance. Ce sont ces mêmes valeurs qui sont véhiculées auprès des clients.

• FORMATION ET PROMOTION INTERNE :

CARGLASS® investit massivement en la matière, puisque l'ensemble des collaborateurs bénéficie au total de plus de 100 000 heures de formation par an. Les Techniciens Vitrage peuvent notamment suivre une formation permettant l'obtention d'un Certificat de Qualification Professionnelle (CQP), que seul CARGLASS® est habilité à dispenser. Aujourd'hui, plus de 170 collaborateurs ont obtenu le CQP d'Opérateur Vitrage, une qualification reconnue par les professionnels de l'automobile. En 2015, plus de 140 collaborateurs ont bénéficié de promotions internes.

De nombreuses **possibilités d'évolutions transversales** leur sont également proposées. Un Technicien Vitrage peut devenir à terme Chef de Centre, Formateur, Responsable Technique Régional, Auditeur... Pour faciliter cette mobilité, un processus spécifique a été développé, donnant la possibilité à un Technicien Vitrage, par exemple, de tester un autre métier dans un autre centre durant quelques mois, en gardant la possibilité de revenir en arrière.

Pour CARGLASS®, une philosophie forte fonde l'ensemble de ces actions : « les collaborateurs sont co-acteurs de leur développement ».

CARGLASS® propose également à ses collaborateurs deux programmes originaux.

• CARRÉ D'AS :

Ce programme, ouvert à tous les collaborateurs de l'entreprise, valorise une initiative extraordinaire menée au cours de l'année. Chaque année, 18 personnes sont nommées « AS » et gagnent ainsi un voyage exceptionnel pour deux. Le portrait des gagnants est affiché au siège social.

• **PROGRAMME SMILE :**

CARGLASS® a reçu le prix innovation RH du Cercle Humania en 2012 pour son projet Smile. Il s'agit d'un module de formation original lancé en 2009, dans le but de valoriser l'attitude positive des collaborateurs. Cette formation, dispensée de manière créative grâce à des jeux de rôles, des vidéos et des accessoires, participe au bien-être des collaborateurs.

.....

LE BEST OF BELRON®



CARGLASS® organise tous les deux ans le **Championnat de France de remplacement de pare-brise** : le Best of BELRON®. Une compétition organisée par chaque filiale (34 pays) du groupe BELRON® pour élire son champion national. Les lauréats se retrouvent ensuite lors d'un championnat mondial. Les candidats s'affrontent au cours de 5 épreuves vitrage et sont 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.

Le Champion de France remporte un chèque de 1500€.

Le Champion du Monde, remporte, quant à lui, un an de salaire.

La France est le seul pays à représenter également trois autres métiers lors de ce championnat : les métiers de la distribution, du centre d'appels et de l'accueil clients. Outre les aspects compétition, dépassement de soi et challenge, le Best of BELRON® est un véritable moment de cohésion et d'entraide entre équipes car toute l'entreprise soutient son champion pour la grande finale mondiale. C'est aussi une source d'inspiration pour les jeunes recrutés qui souhaitent s'inscrire aux éditions suivantes.



VALENTIN LAINÉ

« L'entreprise m'a fait confiance »

.....

VALENTIN LAINÉ, téléconseiller devenu Responsable Grands comptes

« Je suis arrivé chez CARGLASS® en 2002, au poste de téléconseiller et avec une expérience en hôtellerie donc très éloignée de l'univers automobile. Depuis, j'ai eu l'opportunité d'occuper 8 postes différents. L'entreprise m'a fait confiance, en me donnant progressivement plus de responsabilités. Grâce à des formations, j'ai pu développer mes compétences durant ma carrière. L'engagement des hommes et des femmes de CARGLASS®, et ce goût de la réussite qui nous anime tous, est un véritable atout pour l'entreprise. Lors de mon entretien d'embauche on m'avait dit « des évolutions sont possibles »... 14 ans plus tard, je ne peux que confirmer que c'est une réalité. »

2.3. UNE TECHNOLOGIE DE POINTE POUR GARDER TOUJOURS UN TEMPS D'AVANCE



Réparer plutôt que remplacer, élément-clé de la stratégie de CARGLASS®

- pour **réduire les coûts du bris de glace**
- pour limiter les déchets : réparer **génère 7000 fois moins de déchets que remplacer⁽⁷⁾**
- pour **diminuer les émissions de CO₂** (gain de 78% par rapport au remplacement)⁽⁸⁾.

Le «Glass Medic», premier outil de réparation d'impact



• CARGLASS®, PIONNIER DE LA RÉPARATION D'IMPACT

C'est avec l'apparition des pare-brise en verre feuilleté que naît le service de réparation : c'est parce que le pare-brise est composé de plusieurs « couches » qu'il devient possible de réparer un impact en y injectant de la résine - tant qu'il n'atteint pas la feuille intermédiaire. Une opportunité rapidement saisie par le groupe Belron®, qui dès le début des années 1980, développe le **premier outil de réparation d'impact : le « Glass Medic »**, une pompe à vide électrique permettant d'injecter la résine à l'intérieur de la fêlure. CARGLASS® est la première enseigne française à utiliser cet outil, qui va par la suite être amélioré en continu. Des têtes d'injection de plus en plus performantes et précises sont régulièrement mises au point, pour des réparations toujours plus solides et durables. De leur côté, les résines font l'objet d'une amélioration continue, permettant de remplir plus complètement l'impact et de mieux résister au vieillissement.

LE PARE-BRISE, UN CONCENTRÉ DE TECHNOLOGIE !

1. PARE-BRISE

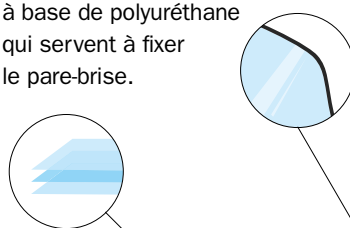
Le pare-brise, avant les années 60, était constitué de verre trempé : un matériau très résistant, mais qui se brise en mille morceaux en cas d'impact et ne peut donc pas se réparer.

Aujourd'hui, les pare-brise sont composés de verre feuilleté, qui est obtenu par empilage alterné de feuilles de verres et de films plastiques (PVB ou EVA). Ces films intercalaires ont pour rôle de maintenir le vitrage en place après qu'un choc ait brisé le verre lui-même.

Résultat : sur du verre feuilleté, il est possible de réparer un impact par injection de résine, tant que cet impact ne dépasse pas une certaine taille, et que la feuille intercalaire n'est pas atteinte.

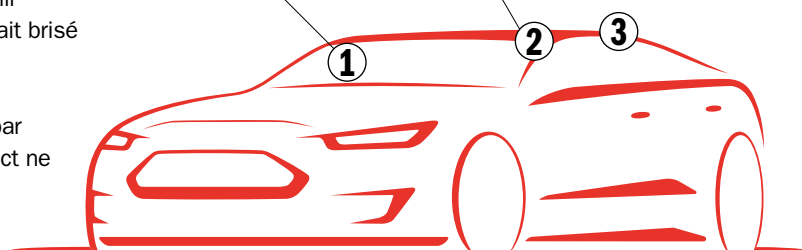
2. COLLE

Depuis la fin des années 1970, ce sont des colles à base de polyuréthane qui servent à fixer le pare-brise.



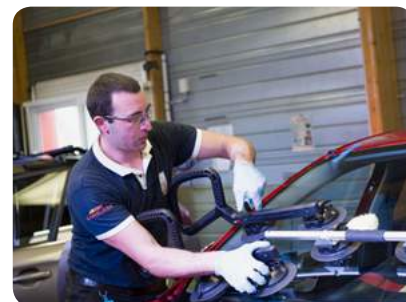
3. STRUCTURE

La solidité du verre associée à ces colles PU rend le pare-brise responsable de près de 30% de la rigidité du véhicule. Un rôle essentiel en cas de retournement ou de déclenchement d'airbag : c'est sur le pare-brise que l'airbag passager s'appuie pour amortir le choc et les vitrages participent, comme le reste de la structure du véhicule, à la protection des occupants en cas de retournement.



7. Étude KPMG réalisée pour BELRON® en 2007

8. Étude réalisée par le cabinet Sustain pour CARGLASS® et datée du 12 juin 2014, selon le protocole GHG www.ghgprotocol.org/standards/product-standard



• LE REMPLACEMENT DE PARE-BRISE, UN MÉTIER D'EXPERT EN TROIS ÉTAPES-CLÉS

Avec l'apparition des colles à base de polyuréthane, remplacer un pare-brise devient un métier d'expert. Consciente de cet enjeu, CARGLASS® innove en permanence, sur chaque étape du remplacement. Avec le support du département de recherche et de développement du groupe BELRON®, l'enseigne a mis au point des techniques qui sont désormais des références du métier.

La dépose du pare-brise : lorsque sont apparus les pare-brise collés (et non plus maintenus par un joint) des techniques spécifiques pour les déposer ont dû être mises au point. Le découpage du cordon de colle s'est d'abord réalisé à l'aide de couteaux à froid et de cordes en métal, un procédé délicat et physique. En 2003, CARGLASS® et le groupe Belron® mettent au point un outil révolutionnaire : **l'Ezi-Wire**, qui utilise un système de poulies, de manivelles et une corde en métal qui découpe le cordon de colle. Avantage : minimiser les efforts et le risque de casse du pare-brise lors de la découpe, donc celui d'endommager le véhicule ou de blesser le Technicien Vitrage.

La préparation du pare-brise : après un nettoyage minutieux, le technicien doit appliquer la colle, de manière très précise : c'est de la qualité du cordon de colle (épaisseur, continuité) que dépend la tenue du pare-brise. Sur les 20 dernières années, plus de 6 types de colles et plus de 5 types de pistolets ont été utilisés. Des pistolets toujours plus maniables, silencieux et précis, limitant la consommation de colle. Des colles qui évoluent elles aussi en permanence, grâce aux partages d'expériences avec les fournisseurs, permettant notamment un séchage de plus en plus rapide, et donc un temps d'immobilisation du véhicule réduit pour le client.

La pose du pare-brise : un système de ventouses a d'abord été utilisé. Dès 2003, cette technique laisse sa place à un bras robotisé, pour jouer le rôle de deuxième homme lors de la pose. C'est ce même type de système qui a régulièrement été amélioré depuis, jusqu'au **1-Tek**, version optimisée utilisée aujourd'hui par les Techniciens Vitrage CARGLASS®.

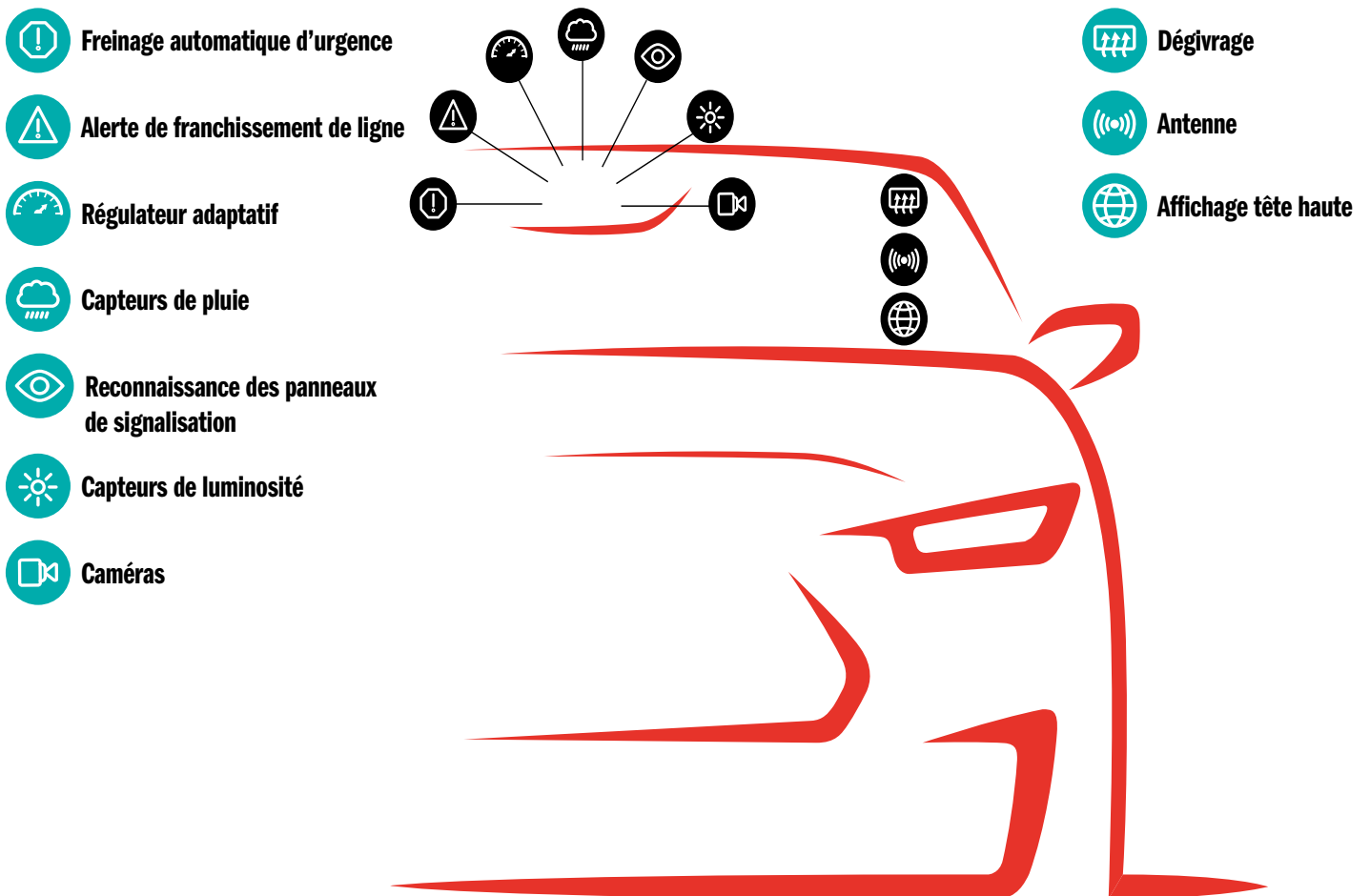


• AU SERVICE DU VÉHICULE DE DEMAIN

Les véhicules commencent à être équipés de technologies de type ADAS (Advanced Driver Assistance Systems) qui peuvent, en plus des alertes faites au conducteur, intervenir de manière autonome sur les commandes du véhicule (frein, accélérateur, volant...). Ces technologies utilisent souvent une caméra placée au niveau du pare-brise et nécessitent pour la plupart un recalibrage en cas de remplacement.

Dès 2015, CARGLASS® s'est doté d'outils de recalibrage spécialement développés avec le spécialiste du diagnostic auto Hella Gutmann, et a formé l'ensemble de ses équipes pour être capable d'intervenir sur près de 98% du parc automobile et couvrir l'ensemble du territoire.

LE PARE-BRISE DEVIENT INTELLIGENT : PLUS DE 10 TECHNOLOGIES EMBARQUÉES, QUI DÉSORMAIS SE GÉNÉRALISENT SUR L'ENSEMBLE DES VÉHICULES.





2.4. LOGISTIQUE : LE SECRET DE LA RÉACTIVITÉ

Comment approvisionner au plus juste 430 centres répartis dans toute la France ? Comment s'assurer que chaque client disposera en temps et en heure du vitrage ou des pièces qui correspondent spécifiquement à son besoin ? Pour répondre à cette question-clé, CARGLASS® a mis en place une organisation logistique unique, qui évolue en permanence pour répondre aux nouvelles attentes des automobilistes. Et gère aujourd'hui 330 000 pièces de vitrages en stock⁽⁹⁾ et 15 000 références⁽¹⁰⁾ vitrages.

En 2016, l'entreprise met en place un nouveau dispositif d'approvisionnement des centres qui consiste à **repenser les fréquences de livraison** et à **mutualiser les moyens de transports** : il n'est plus nécessaire de livrer systématiquement tous les centres quotidiennement et il est possible de lancer une livraison pour une seule unité à une date donnée si cela répond aux attentes du client.

Résultat : les centres de pose peuvent désormais **être livrés dès le lendemain de la prise de rendez-vous. Une rapidité inégalée sur ce marché !**

Pour assurer l'excellence de ce service, CARGLASS® a également fortement investi dans la dimension humaine de la logistique.

D'abord à travers la formation : en 2015, **plus de 5 500 heures de formation ont été dispensées aux collaborateurs concernés**, tous métiers confondus. Les conditions de travail font également l'objet d'une attention particulière : dans les plus gros entrepôts, les collaborateurs disposent de chariots préparateurs de commandes autoportés, afin de réduire la pénibilité de leur travail.

Enfin, cette chaîne logistique inversée est également utilisée pour répondre aux engagements de CARGLASS® en matière de développement responsable. **Un système de Reverse Logistique (logique inversée) a été mis en place** : les mêmes véhicules et les mêmes contenants que ceux du circuit de livraison sont utilisés pour récupérer les déchets liés au remplacement et à la réparation de vitrages. Un système plus performant que celui qui consiste à organiser une collecte séparée : **plus d'un million de kilomètres ont ainsi été économisés en 2014.**

9. au 31/12/2015.

10. au 31/12/2015.

2.5. UNE POLITIQUE RSE QUI IMPACTE TOUS LES MÉTIERS

Certifiée ISO 14001⁽¹¹⁾ depuis 2014, CARGLASS® a, cette même année, décidé de renforcer sa démarche Développement Responsable avec un programme baptisé IMPACT+. Il se décline à travers 4 volets :

L'ENVIRONNEMENT :

L'effort a notamment porté sur la réduction de l'empreinte carbone.

Par exemple, **en encourageant les clients à réparer leur pare-brise plutôt que de le remplacer**, ce qui représente un gain de 78% de CO₂.

Autre axe de progression, **l'optimisation des tournées** : 89% des camions sont équipés d'un outil de géolocalisation, permettant de mieux organiser les déplacements. Objectif 2016 : réduire de 15 % la consommation de carburant et les émissions CO₂, utiliser d'avantage de véhicules électriques et **recycler 100% des déchets générés**.

À l'occasion de la COP21, CARGLASS® a participé à l'exposition Solutions COP21 aux côtés du Club Génération Responsable pour mettre en avant ses engagements.

LES TERRITOIRES :

Présente à travers toute la France, l'entreprise encourage ses collaborateurs à développer des actions de solidarité locales, en partenariat avec des associations. Autre axe fort : les collectes de fonds organisées pour l'Association Petits Princes, qui réalise les rêves d'enfants gravement malades.

LES ÉQUIPES :

Pour favoriser le bien-être au travail, la possibilité de progresser et de développer ses compétences, CARGLASS® propose en moyenne **26 heures de formation par an** à chaque collaborateur. Autre sujet essentiel, la diversité : l'objectif 2016 est ainsi de compter **3% de personnes en situation de handicap sur l'ensemble de la masse salariale**. Sans oublier le challenge 2016 : se placer dans le top 5 du palmarès Great Place to Work.

LES CLIENTS ET PARTENAIRES :

CARGLASS® propose, avec ses partenaires, une série d'opérations de sensibilisation à destination des automobilistes ; par exemple, **les opérations Parés Pour les Vacances ou le Défi de la Route** menées avec l'association **Prévention Routière et Allianz**, proposant de tester ses connaissances en matière de signalisation routière. Ou encore, les semaines « Lumière & Vision », avec l'association Prévention Routière l'AsnaV et le CNPA, rappelant l'importance de la vision et de la visibilité au volant.



40 ambassadeurs Développement Responsable répartis sur toute la France pour relayer la démarche DR de CARGLASS®

ECOVADIS



Pour son engagement en matière de Développement Responsable, CARGLASS® a été évaluée en 2014 par EcoVadis, organisme indépendant qui audite et évalue 15 000 sociétés à travers le monde et a obtenu un niveau de performance « **Très avancé** » avec une note globale de **76/100**. CARGLASS® se place ainsi parmi les 2% des meilleures entreprises sur l'ensemble des entreprises, dans sa catégorie, évaluées par EcoVadis®.

11. Cette certification définit une série d'exigences spécifiques à la mise en place d'un système de management environnemental.



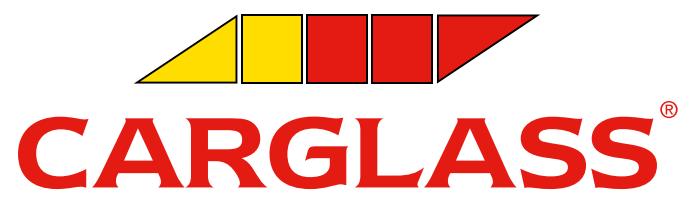
À PROPOS DE CARGLASS®

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 430 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 34 pays.

**hors Corse et îles reliées par un pont*



www.carglass.fr

Retrouvez aussi CARGLASS® sur les réseaux sociaux :

