



FÉDÉRATION
NATIONALE
DE L'AUTOMOBILE

Dossier de presse

**LA FNA INAUGURE SON NOUVEAU SIÈGE
À LA DÉFENSE :
UN SIGNAL FORT POUR L'ARTISANAT
ET LA FILIÈRE AUTOMOBILE**

Paris La Défense, 2 octobre 2025

SOMMAIRE

INTRODUCTION / LE MOT DU PRÉSIDENT	p.3
RETOUR SUR L'ÉVÈNEMENT	p.4
Les entreprises de proximité et l'artisanat	p.4
L'avenir de la filière automobile et les transitions	p.5
La nouvelle identité de la FNA	p.7
UN NOUVEAU SIÈGE POUR UN NOUVEAU CYCLE	p.9
DES OUTILS AU SERVICE DES ARTISANS : LE CFPA FRANCE ET CENTARAUTO	p.10
PERSPECTIVES	p.12

INTRODUCTION

L'inauguration du nouveau siège de la FNA à La Défense intervient dans un contexte marqué par de profondes mutations nationales et européennes. La transition écologique, la révolution numérique, l'évolution des compétences et la défense des savoir-faire traditionnels redessinent aujourd'hui l'avenir de la filière automobile et de l'artisanat.

Le Plan France 2030 fixe des objectifs ambitieux : décarboner notre économie, moderniser nos filières et former aux métiers de demain. Ces défis concernent directement les 3,4 millions d'entreprises de proximité françaises. La FNA représente 173.000 entreprises et 468.000 salariés, majoritairement des TPE, implantées partout en France, qui constituent 95 % des entreprises de la filière.

Dans ce paysage en pleine transformation, la FNA entend plus que jamais affirmer sa place : défendre les artisans de l'automobile, accompagner les transitions et porter la voix des entreprises au cœur des débats économiques et politiques.

LE MOT DU PRÉSIDENT



« L'installation de la FNA à La Défense est bien plus qu'un simple déménagement. C'est un signal fort : celui d'une organisation moderne, ouverte sur son environnement, qui veut peser dans les décisions qui concernent l'avenir de notre filière, tout en restant proche de ses adhérents. Notre rôle, avant tout, est de défendre celles et ceux qui travaillent et qui font vivre nos territoires, en toutes circonstances. »

affirme Robert Bassols, Président de la FNA.

RETOUR SUR L'ÉVÈNEMENT

Le 2 octobre 2025, près de **200 partenaires, adhérents, journalistes, institutionnels et représentants politiques** ont répondu présents à l'invitation de la FNA et se sont rendus dans la Tour Kupka B, au cœur de La Défense, pour inaugurer ses nouveaux locaux.

La soirée, rythmée en trois séquences, a permis d'aborder les thématiques suivantes :

- Les entreprises de proximité et l'artisanat
- L'avenir de la filière automobile et les transitions
- Une nouvelle identité visuelle pour la FNA



1. L'importance et les enjeux des entreprises artisanales en France

La première séquence de la soirée était donc consacrée à l'artisanat et aux entreprises de proximité, véritable colonne vertébrale de l'économie française. Animée par la journaliste **Florence Duprat**, elle a réuni :

- Jean-Baptiste Lemoyne, ancien ministre des TPE-PME et Sénateur de l'Yonne,
- Michel Picon, Président de l'U2P,
- Laurent Munerot, Président de la CNAMS,
- Joël Fourny, Président de CMA France.

En France, les entreprises de proximité représentent 3,4 millions d'établissements, soit 2 entreprises sur 3, et emploient plus de 4 millions de personnes. Dans ce paysage, l'artisanat automobile pèse lourd avec ses 83.000 entreprises et ses 280.000 collaborateurs. Ces chiffres témoignent d'**un poids économique majeur, mais aussi d'un rôle social irremplaçable** : les artisans sont présents partout, dans les villes, villages et quartiers, et créent du lien social tout en répondant aux besoins quotidiens des citoyens.

Les intervenants ont rappelé que ces entreprises, souvent de petites structures, sont confrontées à des mutations profondes : transition écologique, révolution numérique, évolution démographique et complexité réglementaire.



Jean-Baptiste Lemoyne a rappelé que les artisans doivent être davantage reconnus dans les politiques publiques, au même titre que l'industrie. Leur rôle dans la transition écologique et la création de richesse locale en fait des acteurs incontournables du développement durable et de la résilience économique.



Michel Picon a souligné que le dynamisme du pays repose largement sur ces entreprises, qui continuent de se créer et de se renouveler.



Laurent Munerot a insisté sur l'importance d'accompagner les artisans face aux transformations (numérique, IA, nouvelles réglementations) et sur le rôle structurant des fédérations professionnelles.



Enfin, **Joël Fourny** a mis l'accent sur la formation et l'apprentissage : selon une étude des CMA, 70 % des artisans considèrent le numérique comme une opportunité mais seuls 30 % se sentent suffisamment armés pour l'utiliser. Attirer les jeunes vers ces métiers et leur transmettre les savoir-faire est donc un enjeu vital.

Cette séquence a mis en lumière un message central : les entreprises de proximité, et en particulier **les artisans de l'automobile, sont au cœur des transitions de demain**. Elles ont les atouts pour réussir, à condition d'être mieux accompagnées et reconnues à leur juste valeur.

2. Filière automobile : un fleuron à la croisée des chemins !

La deuxième séquence de la soirée était quant à elle consacrée à l'avenir d'un secteur stratégique, mais en pleine mutation.

Autour de Robert Bassols et de Claude Cham, fondateur de la PFA, Président d'honneur de la FIEV et Président de la société Equip Auto, les échanges ont porté sur **les défis économiques, technologiques et environnementaux que doit relever la filière automobile**.

- Une crise de confiance des consommateurs

Robert Bassols a dressé un constat sans détour : **les ventes de véhicules neufs en France connaissent une chute inédite, avec une baisse de 22 % entre 2019 et 2024**. Sur la seule année 2024, on constate un recul de 500.000 véhicules vendus par rapport à 2019, ce qui a entraîné une perte estimée à 3 milliards d'euros de recettes fiscales annuelles pour l'État.

Deux raisons principales expliquent cette désaffection :

- Une hausse des prix de 24 % en 4 ans, alors que le revenu des ménages n'a pas suivi,
- Une fiscalité punitive et instable, marquée par la multiplication des malus (CO₂ et poids), qui crée confusion et incertitude.

- **Une réforme fiscale indispensable**

Face à cette situation, **la FNA plaide pour une fiscalité plus simple, stable et incitative**, fondée sur un système de TVA écologique tenant compte à la fois du niveau d'émissions de CO₂ (classé en trois tranches) et du prix du véhicule. Une telle réforme permettrait de redonner confiance aux acheteurs, de relancer les ventes et de sécuriser l'activité des professionnels de l'automobile.

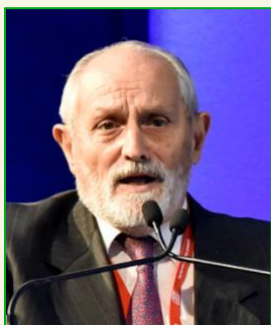
- **Neutralité énergétique et transition pragmatique**

Au-delà du marché, **Robert Bassols a défendu le principe de neutralité énergétique et technologique** : les pouvoirs publics doivent fixer des objectifs mais laisser aux acteurs le soin de proposer les solutions. L'électrique n'est pas une fin en soi mais une énergie parmi d'autres, aux côtés des hybrides, du GNV, des biocarburants ou encore des carburants de synthèse. Cette approche pragmatique permet de ne pas abandonner des savoir-faire centenaires et de diversifier les compétences des ateliers.

- **Agir concrètement sur le parc roulant**

La FNA rappelle qu'une véritable action en faveur de la qualité de l'air passe par une intervention directe sur le parc existant, dont l'âge moyen est aujourd'hui proche de 12 ans. **L'outil clé proposé par la Fédération est le contrôle 5 gaz**, un dispositif permettant de mesurer précisément les émissions réelles à l'échappement.

Plutôt que de sanctionner les automobilistes, la FNA défend une logique incitative, qui récompense éco entretien des véhicules et incite à faire des réparations ciblées. Cette approche permettrait d'améliorer la qualité de l'air tout en préservant le pouvoir d'achat.



- **Les enjeux industriels et technologiques**

De son côté, Claude Cham a souligné que **l'industrie automobile**, qui représente 400.000 emplois directs en France, **doit relever le défi de la compétitivité face à l'Asie**. Les équipementiers, qui conçoivent 85 % des pièces d'un véhicule, sont au cœur de cette bataille industrielle.

3. La nouvelle identité visuelle de la FNA



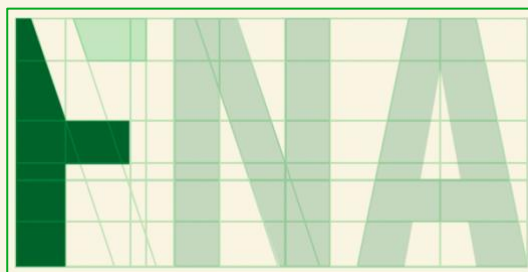
Matthieu Loko-Bille, Chargé de communication à la FNA, a ensuite dévoilé la nouvelle identité visuelle de la fédération. Ce changement marque une étape importante dans l'histoire de la Fédération : il traduit la volonté d'**incarner une organisation plus moderne, plus lisible et plus statutaire, tournée vers l'avenir mais fidèle à ses valeurs fondatrices**. La révélation s'est faite à travers une [vidéo de présentation](#), qui met en avant les valeurs portées par cette nouvelle identité : **dynamisme, modernité, et proximité avec les artisans**.

- **Un logo repensé**

Ce travail de création a été confié à l'agence Camden, acteur international de la communication intégrée, dont l'approche stratégique et pluridisciplinaire a permis de traduire l'ADN de la FNA dans une identité visuelle forte, lisible et tournée vers l'avenir.

Le nouveau logo est vertical, stable et immédiatement identifiable. La forme du « F » évoque subtilement l'univers automobile, tandis que l'économie de lignes le rend plus lisible et mémorable.

Il symbolise la solidité institutionnelle de la Fédération tout en affirmant une image contemporaine et accessible.



- **Une typographie sur mesure**

La nouvelle identité repose sur une hiérarchie typographique claire, combinant sobriété et accessibilité, au travers de :

- Une typographie principale, sobre et affirmée, qui incarne l'autorité et la modernité.
- Une typographie secondaire, souple et lisible, pour assurer clarté et rythme dans l'ensemble des communications, qu'elles soient institutionnelles, digitales ou événementielles.

- **Une palette de couleurs porteuse de sens**

La charte graphique, quant à elle, repose sur une palette végétale qui traduit la proximité et la transition :

- Le vert Sapin renvoie une image institutionnelle ; profond et rassurant, il symbolise la stabilité et la confiance.
- Le vert Fougère, couleur vive et dynamique, est porteuse d'élan et de modernité.

- Le gris, symbole de rigueur et d'équilibre, permet de structurer les compositions graphiques.
- Enfin, le beige en arrière-plan apporte douceur et clarté.
- **Une identité pensée pour le quotidien**
Plus qu'un logo, cette nouvelle charte est une vision : celle d'une fédération en mouvement, capable de se projeter dans l'avenir tout en restant proche de ses adhérents. Elle se déclinera au quotidien dans toutes les communications de la FNA : campagnes nationales, événements, supports digitaux, réseaux sociaux et actions de proximité menées avec les groupements régionaux.
- **Une nouvelle campagne de marque**
Dans la continuité de ce nouveau logo, la FNA lance une campagne de marque pour incarner cette nouvelle charte graphique. Intitulée « **Inventer la route de demain** », celle-ci s'articulera autour d'un [film promotionnel](#) et d'outils de communication déclinés, visant à valoriser l'action de la fédération et des artisans, qui ont su s'adapter et répondre aux enjeux d'aujourd'hui et de demain.

En conclusion, la nouvelle identité graphique est le reflet d'une FNA qui assume son rôle statutaire, revendique sa modernité et réaffirme sa mission d'accompagnement des artisans de l'automobile partout en France.



UN NOUVEAU SIÈGE POUR UN NOUVEAU CYCLE

Le choix de la FNA de venir à La Défense n'est pas anodin. Premier quartier d'affaires européen, il est le symbole de la puissance économique française et un lieu stratégique où se côtoient grandes entreprises, décideurs et institutions. En y installant son siège, la FNA envoie un signal fort : celui d'**une fédération qui veut peser davantage dans les grands débats nationaux et être visible là où se dessinent les politiques publiques et les choix économiques structurants.**

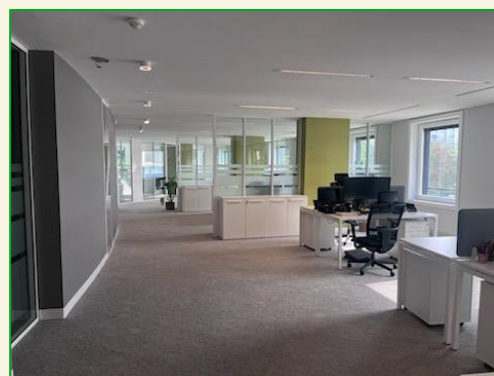
La Défense offre aussi une proximité directe avec les centres de décision : ministères, partenaires sociaux, acteurs économiques majeurs. Être au cœur de cet écosystème permet à la FNA de **porter plus efficacement la voix des artisans de l'automobile**, souvent sous-représentés face aux grands groupes et aux fédérations industrielles. C'est une manière de rappeler que **ces entreprises de proximité représentent 95 % de la branche des services de l'automobile et constituent le socle de l'économie réelle.**

Ce déménagement illustre enfin la volonté d'**inscrire la Fédération dans une dynamique d'avenir.** Ces nouveaux locaux modernes, adaptés aux besoins actuels de collaboration et de communication, offrent un cadre de travail propice à l'innovation et à la concertation.

Mais si l'adresse change, la mission demeure. La FNA reste avant tout une fédération de terrain, proche de ses adhérents, à travers un réseau de 60 groupements régionaux et départementaux qui maillent l'ensemble du territoire. Son rôle reste clair :

- **Défendre les intérêts des artisans de l'automobile** auprès des pouvoirs publics et des acteurs institutionnels.
- **Accompagner les entreprises face aux mutations** technologiques (électrification, connectivité), économiques (fiscalité, pouvoir d'achat) et sociales (formation, emploi).
- **Valoriser l'artisanat et les petites entreprises qui**, partout en France, entretiennent, dépannent, contrôlent et réparent le parc roulant, contribuant ainsi à la mobilité quotidienne de millions de Français.

L'installation à La Défense marque donc une nouvelle étape : allier visibilité nationale et proximité locale, ainsi que modernité et fidélité aux valeurs historiques de l'artisanat.



DES OUTILS AU SERVICE DES ARTISANS : LE CFPA FRANCE ET CENTARAUTO

Le Centre de Formation Professionnelle de l'Automobile (CFPA France) et Centarauto se sont également installés dans les nouveaux locaux de La Défense. Cette implantation illustre la volonté de **rassembler, au même endroit, la défense des intérêts de la profession et le soutien pratique aux entreprises.**

1. Le CFPA France, former aux compétences de demain

Organisme de formation de la Fédération, le CFPA France a déjà formé plus de 100.000 stagiaires depuis sa création. Il propose chaque année plus de 900 jours de formation, avec un catalogue de près de 250 modules couvrant tous les enjeux de la filière :

- **Énergies nouvelles** : véhicules électriques, hybrides rechargeables, hydrogène, motorisations alternatives (GNV, biocarburants).
- **Sécurité** : interventions sur véhicules haute tension nécessitant des habilitations spécifiques.
- **Compétences numériques** : diagnostic électronique, reprogrammation des calculateurs, exploitation des données pour la maintenance prédictive.

Grâce à sa grande salle de formation intégrée dans les nouveaux locaux, le CFPA peut accueillir les stagiaires dans des conditions optimales, en complément des sessions organisées en régions et à distance.



2. Centarauto, l'information technique au service de l'efficacité

Depuis plus de 40 ans, Centarauto fournit aux réparateurs et distributeurs les données indispensables à leur activité, en France et en Europe.

Parmi ses solutions phares :

- **FNA Carte Grise**, qui permet l'identification précise de véhicules parmi près de 80 millions de références dans 14 pays européens,
- **Car CD « Touch »**, qui propose une base de données de maintenance couvrant plus de 200 marques (VL, PL, deux-roues), et intègre également les tarifs constructeurs en France et en Europe.

Facturés à l'usage, ces services offrent un accès simple, fiable et économique à l'information technique, permettant aux réparateurs de gagner du temps et d'améliorer leur efficacité dès l'accueil du client et jusqu'à la prochaine visite.

3. Deux leviers complémentaires

Formation, expertise, information technique : le CFPA France et Centarauto constituent deux leviers essentiels pour aider les artisans de l'automobile à rester compétitifs face aux transitions technologiques, environnementales et économiques. Leur présence aux côtés de la FNA à La Défense symbolise leur volonté commune d'associer représentation, formation et innovation pour accompagner durablement les entreprises de la filière.

En s'installant au cœur de La Défense, le CFPA France et Centarauto bénéficient d'une visibilité accrue et d'un ancrage symbolique fort : celui d'une filière qui associe formation, expertise et représentation pour accompagner ses entreprises dans la durée.

PERSPECTIVES

L'inauguration du siège à La Défense marque une étape, mais elle s'inscrit surtout dans une dynamique de long terme. Face aux mutations déjà à l'œuvre (transition écologique, révolution numérique, montée en compétences, ...) la FNA se fixe un cap clair à l'horizon 2030 :

- **Accompagner la transition écologique et énergétique** en plaidant pour une réalité technologique et une fiscalité automobile stable, prévisible et incitative, afin de relancer le marché des véhicules neufs, tout en encourageant l'entretien et le renouvellement du parc existant.
- **Préparer massivement les compétences de demain**, grâce au CFPA et à ses partenaires, pour former aux nouvelles motorisations, aux technologies connectées et à la maintenance prédictive, afin de maintenir la compétitivité des ateliers.
- **Renforcer la place des artisans et TPE dans le débat public**, en rappelant qu'ils constituent le socle de la vitalité économique et sociale de nos territoires.
- **Poursuivre la modernisation de la Fédération**, avec une identité visuelle plus lisible, des modes de communication adaptés et des services accessibles, au service de tous ses adhérents.

En conclusion de la soirée, Robert Bassols a résumé cette ambition en une phrase :

« Ce que nous pouvons souhaiter d'ici 2030, c'est d'avoir collectivement réussi à accompagner les professionnels de l'automobile dans toutes leurs transitions, et de faire partie d'une fédération forte, reconnue et toujours fidèle à ses valeurs d'indépendance, de confiance et de proximité »

FNA FNA FNA FNA FNA FNA

FNA FNA FNA FNA FNA

FNA FNA FNA FNA FNA FNA

FNA FNA FNA FNA FNA

FNA FNA FNA FNA FNA FNA

FNA FNA FNA FNA FNA

FNA FNA FNA FNA FNA FNA

FNA FNA FNA FNA FNA

FNA FNA FNA FNA FNA FNA

FNA FNA FNA FNA FNA

FNA FNA FNA FNA FNA FNA

FNA FNA FNA FNA FNA

FNA FNA FNA FNA FNA FNA

FNA FNA FNA FNA FNA

FNA FNA FNA FNA FNA FNA