

Point S sur une belle dynamique commerciale et internationale

vendredi, 02 février 2018

Après un exercice 2017 record tant en termes de performances commerciales que de maillage, l'enseigne Point S souhaite capitaliser sur cette dynamique en apportant toujours plus de services à ses adhérents et aux clients automobilistes...



La traditionnelle conférence de presse de début d'année du réseau Point S a permis à l'enseigne de tirer un bilan de l'exercice 2017 et de présenter ses axes de développement pour 2018.

Pour le bilan de l'année écoulée, il s'avère particulièrement positif pour l'enseigne : quel que soit le segment, le réseau est en effet au-dessus des tendances du marché. Sur le marché TC4, Point S revendique ainsi une croissance de 3,6% dans un marché en légère baisse (-1%). Sur son activité pneus industriels, le dynamisme de l'enseigne est encore plus marqué puisque Point S affiche un bond de 19% de ses ventes dans un marché estimé à +2,5. L'activité PL représente désormais quelque 34% de son CA global. Quant aux pneus agricoles, là encore, la croissance est supérieure au marché avec une hausse de 17% contre 6% pour la tendance marché.

La part de l'entretien continue en outre de progresser dans le CA du réseau et en représente aujourd'hui 30%. En 2017, cette activité a connu une hausse de 9% dans un marché pourtant en berne (-2%). Les ventes de pièces se sont montrées en effet particulièrement dynamiques, avec une hausse de 12% par rapport à l'exercice précédent, de même que la vente de lubrifiants, avec +16%.

Fin de l'alliance avec Mobivia

2017 aura également été la première année d'existence [Viasso](#), structure née de l'association avec le réseau Siligom et dédiée aux clients grands comptes. *«Avec la signature d'accords cadres importants (Saint-Gobain, Vinci, Altead, etc.), Viasso a édité 64 000 factures au travers de ses 670 points de vente»*, annonce Christophe Rollet, directeur général de Point S. Et d'ajouter que la structure est d'ores et déjà rentable pour sa première année.

En revanche, [la structure née du rapprochement avec Mobivia Group](#) pour dégager des synergies sur les achats et officialisée sur le salon Equip Auto 2015, a été abandonnée. *«Des divergences sont apparues avec Mobivia sur la stratégie à adopter en matière d'achat, explique le directeur général de Point S. Nous nous sommes aussi aperçu qu'en la matière, 1+1 ne faisait pas forcément deux...»* Comprendre : l'association de deux mastodontes de l'entretien-réparation ne permettait pas *in fine* de peser significativement dans les négociations avec les fournisseurs.*

Cartons pleins en France

Point S aura passé un cap en 2017 en termes de maillage : le réseau a profité du salon Equip Auto en octobre dernier pour annoncer avoir dépassé les 500 points de vente en France (Métropole et DOM-TOM). A fin 2017, il en recensait 520, avec l'arrivée durant l'année de 46 nouveaux points de vente dont 4 Point S Centre Auto, 9 Point S City, 4 Point S Industriel et 29 Point S Entretien Auto. *«2017 a été une année record en termes d'adhésions, complète Christophe Rollet, mais il convient de souligner l'excellente dynamique interne au réseau : 13 adhérents de l'enseigne ont en effet ouvert un nouveau centre l'année dernière lorsque la moyenne était plutôt de 4 ou 5 les années précédentes.»*

Et les objectifs de maillage se veulent ambitieux pour 2018. Christophe Rollet déclare souhaiter atteindre les 550 centres en France avec 20 nouveaux Point S Entretien Auto, 5 Point S Industriel, 10 Point S Centre Auto et enfin 15 Point S City.

«Premier réseau indépendant à l'international»

Même dynamique de recrutement à l'international, avec l'ouverture de quelque 200 points de vente en 2017. Point S s'est ainsi implanté en Asie, avec ses deux premiers centres en Inde, ainsi qu'en Malaisie, avec trois points de vente ouverts en 2017. En Amérique du Nord, le réseau compte désormais 420 centres, pour moitié aux Etats-Unis et l'autre moitié au Canada. Sur ce dernier pays, l'enseigne a récemment annoncé un partenariat avec North Country Tire, pour s'implanter davantage dans l'Ouest du pays.

Enfin, Point S n'en oublie pas le continent africain. Ainsi après l'ouverture de 60 points de vente sur ces 5 dernières années en Afrique du Sud, ou encore l'implantation de 12 centres en 24 mois au Maroc, Point S a ouvert son premier centre à Djibouti, dans l'Est du continent. Un "méga centre" de 3 000 m² et disposant de 26 baies de montage... A la fin de l'année dernière, le groupe, désormais présent dans 33 pays, comptait au total 3 600 points de vente. Soit *«le premier réseau d'indépendants à l'international»*, selon le directeur général de l'enseigne.

Plus récemment, en Europe, Point S a frappé un grand coup en Allemagne avec l'entrée dans le réseau de l'enseigne Pit Stop et ses 300 points de ventes. Au travers de ses désormais trois enseignes Point S (480 centres), AutoMeister (90 ateliers) et Pit Stop (300 ateliers), le groupe affiche 870 centres outre-Rhin !

Le développement du nombre de centres à l'international va donc se poursuivre, notamment sur les deux marchés asiatiques avec 25 centres prévus en 2018 en Inde (et une centaine à moyen terme) et 12 ouvertures en Malaisie (et une trentaine à terme). «*L'objectif de Point S est de parvenir d'ici 5 ans à 5 000 centres sur 50 pays*», déclare Christophe Rollet.

Qualité, service et nouvelles prestations en 2018

Si le réseau a été élu meilleure enseigne 2017 pour sa qualité de service par le magazine Capital, il n'entend pas se reposer sur ses lauriers. Pour 2018, divers nouveaux outils à destination des adhérents ont ainsi été présentés. Concernant la qualité de service, la tête de réseau a annoncé la mise en place d'une Charte de Service, déployée en local par les équipes de formation, ainsi qu'un module de formation Vente-Accueil-Réception. Par ailleurs, le partenariat avec le GNFA est renforcé afin que l'organisme puisse proposer encore davantage de modules de formation aux adhérents du réseau.

S doc est le nouveau catalogue électronique "maison". Disposant d'une base de données techniques et d'outils commerciaux plus riches que l'outil précédemment référencé, il permettra par exemple aux professionnels d'effectuer une recherche de pièce par l'immatriculation du véhicule et d'établir rapidement et précisément un devis pour leurs clients. En parallèle, un outil de géomarketing fait son apparition afin de leur permettre de se positionner de façon optimale vis-à-vis de la concurrence et d'exploiter au mieux le potentiel commercial de leur zone de chalandise.

En matière de communication, un accent particulier sera mis sur le digital avec, pour chaque centre, la possibilité de personnaliser le contenu de Point S TV (jusqu'ici intégralement géré en centrale) avec des informations locales. Ce nouvel outil de communication, présenté aux adhérents en mai 2017, équipe d'ores et déjà 200 points de vente.

Les nouveaux services concernent aussi les clients finaux. A ce titre, Point S va lancer cette année S Eco, un service d'entretien des systèmes de pré et post-combustion des moteurs articulé autour de trois prestations : un entretien préventif avec un nettoyage par pulsion d'hydrogène, un entretien curatif par le biais d'additifs chimiques ou encore un autre par le biais d'une station chimique (en partenariat avec Walker).

Et parce que la législation sur le contrôle technique va évoluer en mai prochain, le réseau va proposer, dans la droite lignée de S Eco, une prestation de pré-contrôle technique...