

FRANCHISE EXPO PARIS 2011
20 au 23 mars 2011, Porte de Versailles
stand Point S : **B12- C11**

Dossier de presse

- **Point S sur Franchise Expo Paris**
Le réseau spécialiste de l'entretien automobile présente ses nouveaux concepts de points de vente.
- **Objectif 2010 atteint**
Point S est aujourd'hui l'un des 4 leaders de l'entretien automobile. L'enseigne poursuit son développement et confirme son dynamisme.
- **Nomination**
Jean-Pierre Lenhof est nommé Président de Point S Development.

Contact presse
AuGrandJour - Estelle Bourreau
T. : 06 60 92 43 24
Mail : estelle@augrandjour.fr

Point S sur Franchise Expo Paris Le réseau spécialiste de l'entretien automobile présente ses nouveaux concepts de points de vente

Franchise Expo Paris, 20 au 23 mars 2011, Porte de Versailles, stand B12- C11

Franchise Expo Paris est devenu un lieu privilégié par Point S pour rencontrer ses futurs adhérents. Cette année, le réseau présente l'évolution du centre Point S ... et fête ses 40 ans.

L'année 2010 a vu la notoriété de Point S se hisser au 4^{ème} rang des réseaux spécialistes de l'entretien automobile* : le résultat d'une stratégie ambitieuse menée par le réseau.

Pour l'année de ses 40 ans, Point S maintient et amplifie sa dynamique : l'enseigne présente sur Franchise Expo Paris les nouveaux concepts commerciaux qui accompagnent son développement.

Répondant aux nouvelles attentes en terme d'entretien automobile, trois concepts complémentaires ont été définis par le réseau. Les nouveaux adhérents pourront ainsi bénéficier de concepts normalisés selon trois activités distinctes :

- « **l'entretien rapide** », avec une surface réduite, est adapté à la clientèle des centres-villes et des stations-service,
- « **le centre auto** », implanté en zone commerciale, propose une surface libre-service,
- « **l'industriel** », destiné à la clientèle professionnelle, est installé en zone d'activité ou industrielle.

Le programme de recrutement du réseau va ainsi privilégier ces trois modèles et prévoit ensuite un accompagnement et des formations spécifiques.

Avec à ce jour **plus de 420 points de ventes** et le plus fort taux de développement du marché, Point S vise les 450 unités en France d'ici la fin de l'année.

** selon une étude Ipsos effectuée en novembre 2010, Point S se place en 4ème position (notoriété spontanée) du classement des spécialistes de l'entretien automobile.*

Objectif 2010 atteint :
Point S est aujourd'hui l'un des 4 leaders de l'entretien automobile.
L'enseigne poursuit son développement et confirme son dynamisme.

Le plan d'actions mis en place par l'enseigne en 2010 a atteint son objectif : une étude Ipsos place Point S parmi les 4 premiers réseaux spécialistes de l'entretien automobile. L'enseigne prévoit de nouvelles actions en 2011 pour conforter sa position.

2010 : Point S, acteur reconnu du marché de l'entretien auto et du pneumatique

Début 2010, Christophe Rollet, Directeur Général de Point S, annonçait l'objectif de l'enseigne : faire partie des 5 leaders du marché de l'entretien automobile. Seulement 11 mois plus tard, l'étude Ipsos réalisée en novembre dernier place Point S en 4^{ème} position en notoriété spontanée et enregistre une **notoriété assistée historique de 78 %**.

En 4 ans, la notoriété du réseau a augmenté de 34%.

La nouvelle image de l'enseigne, portée à la télévision par l'humoriste Patrick Bosso et le slogan « Pas de stress, il y a Point S », a été clairement identifiée : 3 personnes sur 4 connaissant la marque se souviennent de la publicité, et plus d'une sur deux en connaît le slogan.

Un réseau en progression

Point S France atteint aujourd'hui 415 **points de vente**, avec un chiffre d'affaires en progression (**405 millions d'euros**), en partie grâce à l'augmentation du CA pneus tourisme (+7%) et pneus agricoles (+22%).

Le chiffre d'affaires lié à l'entretien automobile est également en augmentation (plus de 20%).

A l'international, Point S continue son expansion avec l'arrivée en 2010 des Pays-Bas et de l'Angleterre. Cette dernière affichait déjà 70 points de vente à la fin de l'année. Point S est aujourd'hui présent dans 20 pays, avec un chiffre d'affaires de 1.8 milliards d'euros, pour un volume de 12 millions de pneumatiques.

Les accords Grands Comptes ont généré une augmentation de chiffre d'affaires de plus de 40% par rapport à 2009. Les clients professionnels de Point S sont pour 72% acteurs de la Location Longue Durée. L'enseigne augmente sa présence sur le marché des administrations (13% de son CA Grands Comptes) et de l'industriel (11%). Point S a en particulier conclu en 2010 des accords avec le Ministère de l'Intérieur, RTE et Lease Plan.

2011 : priorité au développement

L'enseigne a identifié 3 modèles économiques complémentaires qui vont être conceptualisés en 2011 : « l'entretien rapide » sur des formats réduits, « le centre auto » avec une implantation en zone commerciale et une surface libre service, et « l'industriel » avec des centres en ZI / ZA. Le programme de recrutement du réseau privilégie ces trois modèles pour les 5 années à venir.

Les nouveaux adhérents seront sélectionnés selon des critères normés toujours plus rigoureux. Point S France prévoit 450 points de vente d'ici fin 2011.

Pour atteindre ses objectifs, Point S donne de nouveaux moyens à ses adhérents :

- L'enseigne a embauché un responsable Libre-Service et prévoit celle d'un responsable de la branche industrielle, qui ont pour mission d'aider les adhérents à mettre en place ces concepts.
- En annonçant la gamme de produits d'entretien à la marque Point S, Christophe Rollet précisait début 2010 : « *Nous devons exprimer notre métier de professionnel de l'entretien auto à travers nos propres produits.* » Les centres ont adhéré. L'offre MDD sera étendue à de nouveaux produits au premier trimestre 2011, avec le lancement de la gamme de pièces techniques (plaquettes et disques de freins), et de nouveaux produits d'entretien.

Evolution de la politique achat

En instaurant une centralisation des achats en 2008, Point S est devenu le premier réseau indépendant centralisé. Aujourd'hui, la stratégie achat évolue vers une rationalisation des marques, avec le choix de partenaires Premium, dont Goodyear et Bridgestone pour les pneumatiques. En contrepartie, Point S s'engage sur des volumes annuels dès le début d'année.

« Nous avons été les premiers à opter pour la centralisation des achats. Cela nous a donné une crédibilité vis-à-vis de nos fournisseurs. » précise Christophe Rollet. *« Nous devons faire évoluer cette stratégie en fonction des réalités économiques pour proposer à nos adhérents un fonctionnement efficace, quitte à imposer de nouvelles règles au marché ».*

De plus, Point S s'est doté d'une plateforme européenne, EIOS, pour permettre à tous les adhérents européens de commander en ligne des pneus en stock.

Communication

Le plan de communication 2011 met en place les outils répondant à l'objectif global de Point S : maintenir la dynamique de l'enseigne, en particulier en termes de développement.

Pour cela, Point S prolonge la communication 2010 avec les mêmes bases : Patrick Bosso, « Pas de stress, il y a Point S », en TV - et lui donne une nouvelle ampleur en s'installant sur le web ainsi qu'en radio (RMC et NRJ).

Développement international

L'objectif de l'enseigne est de conforter sa présence dans les 20 pays membres du réseau, avec une marque et une logique d'achat unifiées, pour atteindre 2200 points de vente d'ici 3 ans. Point S prévoit également de se déployer sur les autres continents.

Communiqué de presse
Lyon, le 9 mars 2011

Nomination

Jean-Pierre Lenhof est nommé Président de Point S Development

Point S France annonce la nomination de Jean-Pierre Lenhof, actuel Président de Point S France, au poste de Président de Point S Development,

La société Point S Development, en tant que siège européen, a pour mission d'assurer le développement international du réseau Point S et de coordonner les politiques internationales de l'enseigne.

Basée à Lyon, cette société est détenue à parts égales par Point S France et Point S Allemagne. Sa présidence est assurée alternativement par les deux pays, pour une période de 2 ans. Jean-Pierre Lenhof succède ainsi au président de Point S Allemagne, M. Pischinger.

Agé de 63 ans, Jean-Pierre Lenhof est Président de Point S France depuis juin 2006. Travaillant au sein du réseau depuis toujours – son père en était l'un des membres fondateurs-, il gère aujourd'hui deux points de vente dans la Loire (Saint-Etienne) et en Haute-Loire (Brives Charensac).

Jean-Pierre Lenhof commente: « *Je suis particulièrement fier de participer activement au développement international de Point S. Nos objectifs sont ambitieux : renforcer notre présence dans les 20 pays membres du réseau, avec une marque et une politique commerciale unifiée. Et ensuite, nous déployer sur les autres continents pour atteindre 2 200 points de vente d'ici 3 ans.* »

Point S regroupe près de 2 000 points de vente à travers 20 pays : la France, l'Allemagne, l'Italie, le Luxembourg, l'Autriche, la Belgique, l'Espagne, le Danemark, la Pologne, la Hongrie, la République Tchèque, la Russie, la Suisse, la Roumanie, le Monténégro, le Portugal, la Bulgarie, la Finlande, le Royaume-Uni et les Pays-Bas.

Point S a réalisé un chiffre d'affaires 2010 de 1.8 milliards d'euros en Europe, pour un volume de 12 millions de pneumatiques, représentant 6 % de part de marché en Europe pour les pneus voitures, 4x4, véhicules utilitaires légers et poids lourds.

A propos de Point S

Fondée en 1971, l'enseigne Point S est l'un des 4 spécialistes du marché de l'entretien auto et leader du marché du pneumatique. Le groupe poursuit sa croissance rapide en France, ainsi qu'à l'étranger sous l'enseigne Point S Development. Il compte à ce jour 2 000 points de vente répartis sur 20 pays (dont plus de 420 en France).

Retrouvez l'actualité de Point S sur le site www.points.fr