

Congrès Point S : bilan 2009 et objectifs 2010

Le réseau spécialiste de l'entretien auto a réuni ses adhérents à Montreux début janvier : l'occasion de faire le point sur l'année passée et de présenter les perspectives pour 2010. Plus de 360 participants dont 22 partenaires étaient présents, qui ont pu constater le dynamisme, la cohésion et la bonne santé de l'enseigne.

2009 : un développement exceptionnel dans un contexte économique difficile

Malgré un marché du pneumatique en baisse d'environ 4%, l'instauration de la loi LME, une concurrence très agressive et des problèmes d'approvisionnement, Point S a maintenu son cap : l'année sera même marquée d'une pierre blanche dans l'histoire du réseau, puisque le développement de l'enseigne l'amène à **la première place** des réseaux spécialistes à la fois **en France et en Europe**.

Point S a annoncé en effet **400 points de vente en France** avec l'adhésion de 70 nouveaux centres en 2009. « *Tous secteurs confondus, nous faisons partie des enseignes qui ont présenté le plus fort développement en France cette année* » souligne Christophe Rollet, Directeur Général de Point S. « *Notre marque présente un attrait réel pour les investisseurs en recherche d'un réseau performant.* »

A l'international, Point S rayonne aujourd'hui dans **18 pays**, avec 1800 points de vente, grâce au ralliement en 2009 de la Bulgarie, de la Belgique et de la Finlande.

L'enseigne a réalisé un chiffre d'affaires en France **de 380 millions d'euros** en 2009, dont 80% sur le marché du pneumatique et 20% liés à l'activité de l'entretien automobile. Cette dernière a permis à de l'enseigne de contrer la baisse de résultats liée à l'activité pneumatique.

2010 : un nouveau plan d'action global

Point S a initié son évolution de professionnel du pneu vers l'entretien automobile en 2007. Pari tenu : Point S est aujourd'hui le challenger de ce marché. Cette activité représente aujourd'hui 20% du chiffre d'affaires de l'enseigne.

L'objectif du réseau est d'être parmi les 5 leaders du marché de l'entretien automobile. Pour cela, Point S met en place en 2010 un plan d'action global ambitieux.

Centralisation des services

En instaurant la centralisation des achats en 2008, Point S est devenu le premier réseau indépendant centralisé. En optimisant ainsi la synergie du réseau, l'enseigne a pu négocier des conditions d'achat en adéquation avec son volume global d'activité.

En 2009, le chiffre d'affaires lié à la facturation centralisée a augmenté de 130%. En 2010, de nouveaux accords partenaires et la mise en place d'achats promotionnels, aux niveaux français et européen, permettront à l'enseigne de consolider ces acquis.

Grands Comptes et Loueurs : une activité en constante augmentation

Le marché professionnel est en forte régression. Point S y a pourtant gagné des parts de marché et diversifié son activité.

Les accords Grands Comptes, gérés par le siège, ont généré une augmentation de chiffre d'affaire de 11% par rapport à 2008 (72% depuis 2005).

80% des clients professionnels de Point S sont acteurs de la Location Longue Durée.

Le réseau a annoncé de nouveaux contrats (Saur Coved, Toupargel...) qui confortent sa position de premier réseau indépendant sur le marché de la LLD.

Par ailleurs, l'enseigne se développe sur le marché des administrations et de l'industriel.

Développement de la gamme à marque d'enseigne : de nouveaux produits aux couleurs Point S

« Notre marque nous permet d'offrir une alternative de qualité aux grandes marques, et de fidéliser notre clientèle. » souligne Christophe Rollet, Directeur Général de l'enseigne. Les gammes de pneumatiques Winterstar et Summerstar seront totalement renouvelées et renforcées par de nouvelles dimensions dès cette année, en conformité avec les normes européennes qui entreront en vigueur en 2012.

Le réseau veut aller plus loin : *« Aujourd'hui, nous devons exprimer notre métier de professionnel de l'entretien auto à travers nos propres produits. »* précise Christophe Rollet. C'est pourquoi Point S proposera dès février 2010 des produits d'entretien à ses couleurs : des batteries, balais d'essuie glace, coffrets d'ampoules, huile, lave glace et liquide de refroidissement seront proposées dans les libre-service des centres Point S.

Communication : une nouvelle stratégie ambitieuse

Le réseau a vu sa notoriété en hausse de 4,5% en 2009 (69%), grâce à une campagne publicitaire pluri média qui lui a donné une visibilité tout au long de l'année.

« En 2010, nous voulons non seulement augmenter notre notoriété, mais aussi être clairement identifiés comme spécialiste de l'entretien automobile et plus seulement du pneumatique », souligne Joël Arandel, directeur Marketing & Communication. *« Point S doit être perçu comme une alternative réelle aux centres auto et aux concessionnaires. »*

Pour cela, Point S revoit sa stratégie de communication : l'enseigne s'offre un nouveau slogan « Pas de stress, il y a Point S », avec en image l'humoriste Patrick Bosso comme porte parole de la marque. Une nouvelle identité promotion et un plan de communication TV sur toute l'année, basé sur 3 spots, doivent permettre à l'enseigne d'atteindre ces objectifs. L'enseigne sera aussi le sponsor de l'émission TeleMatin de France 2.

En complément de cette campagne publicitaire, Point S a développé un nouveau site internet www.points.fr, exprimant les différents métiers de l'entretien auto, qui sera progressivement enrichi de nouveaux services.

Accompagnement des adhérents

Point S amplifie sa présence auprès de ses adhérents, avec le renfort d'un chef de région supplémentaire terrain, et remet en place son service formation.

Cette stratégie permettra au réseau d'assurer sa cohésion pour atteindre les objectifs qu'il s'est fixé. *« Assumer l'accompagnement et la formation de son réseau fait partie des fondamentaux d'une enseigne de distribution. Là aussi, nous nous devons de donner à nos adhérents des moyens à la hauteur nos ambitions »,* précise Christophe Rollet.

Nouveau Contact presse**AuGrandJour**

Estelle Bourreau

4, rue de Bezons 92000 Nanterre

T. 01 46 95 42 09

Mail estelle@augrandjour.fr

A propos de Point S

Fondée en 1971, l'enseigne Point S est l'un des 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 1800 points de vente répartis sur 18 pays (dont 400 en France).

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