



**VENDRE
ENTREtenir
RÉPARER**

**RÉUSSIR AVEC UNE ENSEIGNE FRANÇAISE
EN RESTANT INDÉPENDANT**

By L'Officiel de la **Franchise**

➤ LE MARCHÉ EN CHIFFRES

+24 Md Marché de l'entretien-réparation automobile en France (2025)	+0,4 % Croissance du chiffre d'affaires des ateliers de mécanique (2025)	11,9 ans Âge moyen du parc automobile des ménages (2025)	67% Automobilistes révisant leur véhicule au moins une fois par an	403 € Facture moyenne chez le garagiste (2025)
---	--	--	--	--

➤ POINT S : UN MODÈLE D'INDÉPENDANTS ORGANISÉ POUR DURER

55 ans d'existence	690 centres en France	6 955 points de vente dans 54 pays dans le monde	750 M€ de CA en France (+4%)	33 500 collaborateurs dans le monde
------------------------------	---------------------------------	--	--	---

INTERVIEW RESPONSABLE DÉVELOPPEMENT STRATÉGIQUE ET DES CONCEPTS “50 NOUVELLES OUVERTURES POUR 2026”

● QUELS SONT VOS OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT ?

Le réseau lyonnais Point S, spécialiste du pneumatique et de l'entretien automobile, programme 50 nouvelles ouvertures pour 2026.

● QUEL PROFIL DE CANDIDAT RECHERCHÉ-VOUS ?

Nos candidats ont des profils très variés, car Point S s'appuie sur plusieurs concepts. Nous sommes donc ouverts à des personnes issues de différents univers : automobile, poids lourd, génie civil, etc. Il peut s'agir d'investisseurs, de créateurs d'entreprise, de personnes en reconversion ou encore de chefs d'entreprise en activité. Le point commun attendu, c'est avant tout un tempérament entrepreneurial, avec des valeurs fortes : le sens du service, l'accueil — avec le sourire — et la

bienveillance. Nombre de candidats étaient auparavant affiliés à des acteurs du marché de l'après-vente automobile, et nous constatons une forte augmentation de ceux qui viennent de chez les constructeurs automobiles qu'ils soient français, européens ou internationaux.

● POURQUOI VOUS REJOINDRE ?

Fort de 55 ans d'existence, Point S s'appuie, selon les métiers, sur des partenaires et fournisseurs de référence. Structuré comme un groupement d'intérêt économique, le réseau poursuit sa croissance en développant de nouvelles activités destinées à accroître la fréquentation des centres, fidéliser la clientèle et augmenter le panier moyen. Chaque Adhérent peut ainsi sélectionner les activités pour lesquelles il a le plus d'appétence, puis déployer ces offres complémentaires, généralement sans investissements lourds.

« Le parc automobile français est vieillissant, avec 12 ans d'âge moyen. Si les trois premières années, les automobilistes se rendent naturellement dans les réseaux constructeurs, ils se tournent ensuite **vers des réparateurs indépendants comme Point S** »

Responsable d'Enseigne.

INTERVIEW RESPONSABLE MARKETING-COMMUNICATION & STRATÉGIE D'ENSEIGNES

“POINT S EST LE PREMIER RÉSEAU MONDIAL D'INDÉPENDANTS SUR SON MARCHÉ”

● EN QUOI CONSISTE LA VOCATION DE COOPÉRATIVE DE POINT S ?

Le réseau est né en 1971. À l'origine, Point S est issu du regroupement de négociants spécialistes indépendants, réunis pour mutualiser leurs achats et renforcer leur communication. Malgré la longévité du réseau, qui fête ses 55 ans cette année, nous avons conservé cet esprit purement coopératif. Point S est le premier réseau mondial d'indépendants sur son marché : les Adhérents sont au cœur du dispositif.

Être Adhérent Point S signifie aussi en être actionnaire : les Adhérents sont donc “propriétaires de Point S ». En France, Point S est pilotée par deux Conseils d'Administration composé exclusivement d'Adhérents, qui valide la stratégie et les investissements. C'est un modèle vertueux : les résultats sont réinvestis ou redistribués aux actionnaires, sans logique mercantile, et les décisions sont prises dans l'intérêt collectif des Adhérents.

● COMMENT ACCOMPAGNEZ-VOUS VOS ADHÉRENTS ?

Notre plan de communication, qui comprend également une vingtaine d'opérations promotionnelles annuelles entretient la notoriété, renforce l'appétence pour la marque et génère du trafic en point de vente. Par ailleurs, le budget communication du réseau nous permet d'être présents dans des médias premium (radio, TV, digital) tout au long de l'année. À cela s'ajoutent des actions locales ciblées selon la spécialité des centres : campagnes géolocalisées autour d'un point de vente pour développer notoriété et trafic, ainsi que des communications dédiées aux centres proposant de nouveaux services ou concepts.

Les Adhérents conservent, bien sûr, toute liberté pour mener leur propre communication locale. Lorsqu'un Adhérent ouvre un nouveau point de vente ou déploie un nouveau concept, nous proposons un pack de lancement (PLV, ILV) pour préparer l'ouverture. En option, nous pouvons aussi mettre en place un plan de communication locale adapté à la zone de chalandise.

● QUELS SONT AUJOURD'HUI LES FONDAMENTAUX QUI SÉCURISENT UN ADHÉRENT POINT S ?

En s'appuyant sur deux autres réseaux, PPS et Étape Auto, nous totalisons près de 1.000 centres automobiles en France. Historiquement positionnés sur le pneumatique, nous avons su évoluer et nous diversifier vers de nouveaux marchés — écomobilité, vitrage, vente de véhicules d'occasion — tout en nous adaptant aux besoins des clients. Nous nous sommes également développés sur des segments comme le poids lourd, les tracteurs, les engins de manutention ou encore le génie civil, en intégrant au fil du temps des prestations techniques en phase avec les évolutions du marché.

Cette dynamique est constante : nous cherchons à ouvrir de nouveaux relais de croissance pour que nos Adhérents puissent développer et pérenniser leurs entreprises.



CHOISIR UNE ACTIVITÉ QUI VOUS RESSEMBLE

L'enseigne poursuit sa stratégie de diversification. **Point S est un réseau hétéroclite qui compte sept concepts différents**, du vitrage à l'écomobilité, en passant par la vente automobile et les activités industrielles. Sur des activités telle que le vitrage, l'écomobilité ou le libre-service en centre-auto, l'investissement est minime et quelques m² de linéaire suffisent souvent.

1971

1. POINT S ENTRETIEN AUTOMOBILE

Concept historique du réseau et cœur d'activité de l'enseigne, Point S Entretien Automobile couvre principalement l'entretien et la maintenance des véhicules sur des surfaces entre 500 à 600 m².

Le concept s'adresse à une clientèle de particuliers comme de professionnels : clients locaux, flottes d'entreprises, loueurs et grands comptes auprès desquels le réseau est référencé. L'activité comprend également la vente et le montage de pneumatiques.



2012



2. POINT S CENTRE AUTO

Point S Centre Auto est le concept orienté libre-service, pensé pour développer la vente additionnelle et faciliter l'achat en autonomie. Il s'appuie sur un plan de merchandising structuré pour organiser les rayons et optimiser la visibilité des produits (produits de grandes marques et MDD).

Le concept intègre également un accompagnement par des animateurs terrain, afin de soutenir le pilotage de l'activité et la mise en place des bonnes pratiques.

2013

3. POINT S INDUSTRIEL

Point S Industriel est le concept dédié aux besoins des véhicules industriels et des flottes professionnelles. Il s'appuie sur une expertise pneumatique et propose des prestations de maintenance et entretien adaptées à des usages intensifs et à des véhicules spécialisés. Le concept couvre des univers spécifiques : agricole, poids lourds, manutention et génie civil.

L'organisation est largement tournée vers l'intervention sur site : l'activité s'appuie principalement sur des véhicules-ateliers, puisqu'environ 95 % des interventions sont réalisées directement chez le client. Le concept inclut également une assistance à la gestion de parc, adossée à un outil digital de pilotage permettant de formuler des préconisations, et propose aussi des solutions de dépannage.



2016



4. POINT S CITY

Point S City est le concept pensé pour la proximité, adapté aux hypercentres comme aux zones rurales, avec un format volontairement allégé. Il permet de déployer l'enseigne dans des environnements où la surface, l'accessibilité ou le niveau d'activité imposent un modèle plus souple. Le concept vise aussi la diversification d'une activité existante (station-service, carrosserie, vente auto, distributeur de pièces, etc.) en y ajoutant une offre Point S. Les droits d'entrée et d'enseigne y sont réduits, afin de faciliter l'implantation et l'intégration au tissu local.

2019

5. POINT S GLASS

Point S Glass regroupe les prestations dédiées au vitrage : réparation d'impacts et remplacement de vitrages. Le concept s'appuie sur une équipe spécialisée, qui accompagne les centres dans le déploiement de l'activité et la prise en charge des interventions. Point S Glass s'étend également au vitrage industriel, afin de répondre à des besoins au-delà de l'automobile.

Le réseau a développé des outils digitaux pour aider les Adhérents à piloter l'ensemble du parcours, de la déclaration de sinistre jusqu'à l'obtention de l'accord de l'assureur. Un site dédié permet également aux clients de prendre rendez-vous en ligne.



2021



6. POINT S ÉCOMOBILITÉ

Point S Ecomobilité est le concept dédié à la mobilité électrique et aux nouvelles mobilités multimodales. Il couvre la vente, l'entretien et la réparation des deux-roues électriques, ainsi qu'une offre élargie aux vélos et trottinettes. Le concept s'appuie sur une approche hybride : une plateforme BtoC d'achat en ligne dédiée, proposant plus de 3.000 références – vélos et trottinettes électriques, et accessoires –, avec commande en ligne, livraison en centre Point S Ecomobilité et accompagnement sur place (mise en service, entretien, réparation).

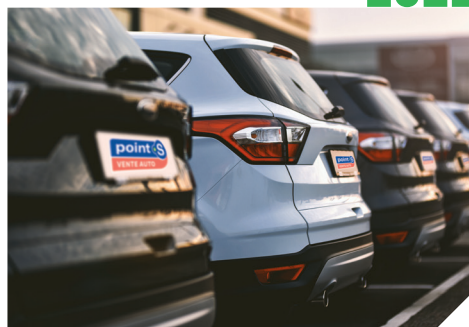
L'accès à Point S Ecomobilité est intégré au droit d'entrée du concept Point S Centre Auto, sans coût additionnel. L'objectif est de répondre à l'essor des mobilités douces.

2022

7. POINT S VENTE AUTO

Dernier-né du réseau, Point S Vente Auto propose la vente et la location de véhicules d'occasion, des formules de financement type LOA et LLD et toutes les prestations d'entretien qui vont avec le leasing. Cette activité est conçue comme un complément à l'entretien automobile, pour élargir l'offre du centre et augmenter sa rentabilité.

Le concept s'appuie sur des outils digitaux dédiés (CRM, gestion des véhicules, site internet) et intègre un service global : reprise, solutions de financement, extension de garantie, entretien et révision.



INTÉGRER, PERFORMER, ÉVOLUER

➤ LE PARCOURS D'UN NOUVEL ADHÉRENT

1. Demande de contact

3. Réalisation d'un budget prévisionnel à partir d'une étude géomarketing

5. 4 journées d'intégration

Chaque nouvel Adhèrent est accueilli au siège de Point S à Lyon pour un parcours d'intégration organisé chaque mois, du mardi au vendredi midi. Ces journées permettent de découvrir le modèle coopératif et l'ensemble des services du réseau.

L'Adhèrent y rencontre les chefs de service, qui présentent leurs missions et les différents concepts de l'enseigne. L'objectif est de lui donner une vision claire de Point S : son identité, son fonctionnement, son histoire et sa stratégie.

7. Ouverture physique

Elle est programmée entre 6 et 8 semaines après les journées d'intégration. Le jour de l'ouverture, l'Adhèrent est accompagné par son Responsable Régional.

2. RDV avec le Chargé de Développement du territoire

4. Signature du contrat d'adhésion

1 à 4 mois après la rencontre avec le service développement.

6. Accompagnement à l'ouverture

Nos Responsables Régionaux se déplacent chez l'Adhèrent pour vérifier que tout est prêt avant l'ouverture : précommandes, matériel informatique, intégration des prix de vente dans le système, organisation du magasin et mise en place des opérations commerciales.

L'objectif est qu'au moment d'accueillir ses premiers clients, l'Adhèrent dispose de tous les outils nécessaires pour déployer sa politique commerciale.

➤ LA VIE DES ADHÉRENTS

● UN ACCOMPAGNEMENT TERRAIN, CONTINU

Pendant toute la durée du contrat, le Responsable Régional est l'interlocuteur privilégié des Adhérents. Il répond à leurs questions, les aide à piloter leur activité et assure un suivi régulier sur le terrain. Des visites périodiques permettent de passer en revue les principaux ratios d'exploitation, complétées par des audits ainsi que des visites et appels mystères.

« Un Adhérent Point S n'est jamais seul. Les Responsables Régionaux sont des facilitateurs entre les Adhérents, le Siège et les services supports », explique le Directeur d'Enseigne. Le réseau revendique par ailleurs une forte proximité : « Nous jouons beaucoup sur la proximité et voyons tous les Adhérents au moins une fois par mois. Nous sommes là pour veiller sur eux et être réactifs en cas de problèmes », précise-t-il.

● DES RENDEZ-VOUS RÉGULIERS POUR INFORMER, PARTAGER, ACHETER

La vie du réseau est rythmée par plusieurs temps forts, avec six à huit rencontres physiques par an. En mars et septembre, les tournées régionales voient le Comité de Direction se déplacer dans les régions pour présenter, sur une journée, les nouveautés, les chiffres du marché, les opérations commerciales et le bilan des actions précédentes.

En juin, le Forum de Lyon réunit sur une journée les Adhérents, les fournisseurs référencés, le Comité de Direction et les équipes du Siège. Conçu comme une « marketplace », il permet de rencontrer les

partenaires et de réaliser des achats dans des conditions dédiées. En 2025, le réseau a enregistré 9 M€ d'achats sur une seule journée.

Enfin, une fois par an en janvier, le Congrès Point S se déroule en France ou à l'étranger sur trois à quatre jours pour lancer l'année : stratégie, vision, marketplace et temps de cohésion. En 2026, il s'est tenu au Sri Lanka pendant cinq jours avec 620 participants réunis pour l'occasion.

● DES OUTILS ET DISPOSITIFS POUR SOUTENIR LA PERFORMANCE

Point S s'appuie sur l'accompagnement du réseau et sur une palette d'outils pour renforcer la compétitivité des centres. Pour l'entretien et la réparation, l'enseigne met à disposition une « palette d'outils d'aide à la vente » : book entretien auto, fiche diagnostic expert, outil de veille tarifaire et logiciel de devis rapide.

Sur la chaîne d'approvisionnement, le réseau s'appuie sur la centrale d'achat Viasso, qui référence plus de 200 fournisseurs, et sur un outil de commande intégré. Pour certaines activités et clientèles, notamment les flottes et grands comptes, Point S propose une gestion centralisée intégrant facturation et conditions commerciales, avec une équipe dédiée. Côté montée en compétences, Point S met en avant un service formation avec 31 modules, un plan personnalisé et des formateurs/experts métiers et un accompagnement sur site pour l'ouverture. Les formations, certifiées Qualiopi permettent à nos Adhérents de mobiliser des financements via leur Opco. Au-delà du socle, plusieurs formations sont rattachées à des prestations ou concepts.

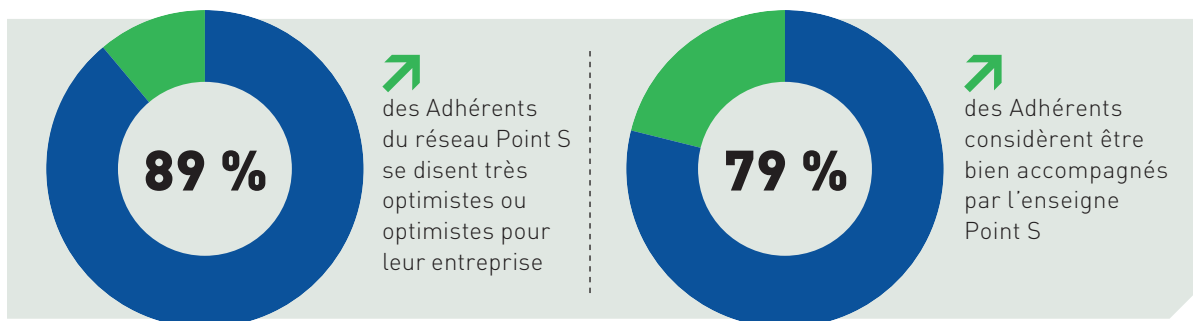


CHIFFRES CLÉS

➔ DROITS D'ENTRÉE	12 190 € HT pour Centre Entretien, Industriel, Centre Auto. À partir de 6 095 € pour Centre City et concepts dédiés
➔ INVESTISSEMENT GLOBAL POUR UNE CRÉATION	100 à 250K €
➔ APPORT PERSONNEL	Minimum 20K €
➔ REDEVANCES ENSEIGNE	À partir de 9 960 € HT pour Centre Entretien, Industriel, Centre Auto. À partir de 4 880 € HT pour Centre City
➔ REDEVANCES PUBLICITAIRES	Variable selon le concept - situé entre 2 580 € HT et 5 160 € HT (hors opérations)
➔ CA MOYEN	A minima entre 750K € et 1M €
➔ DURÉE DU CONTRAT	5 ans minimum
➔ SURFACE MOYENNE	400 m ²
➔ TYPE DE CONTRAT	Contrat d'adhésion



POURQUOI INTÉGRER POINT S ?



LES BONNES RAISONS DE REJOINDRE UN RÉSEAU AUSSI PUISSANT QU'INDÉPENDANT ! REJOINDRE POINT S C'EST...

- **78 % de notoriété** (source IPSOS).
- 70 % savent que Point S réalise **tous types d'entretien**.
- Top 1 sur le ratio de **confiance** (97 %) dans la profession.
- Une **étude géomarketing** et un business plan adaptés.
- La possibilité de **diversifier** son activité.
- Un **accompagnement** constant par nos équipes.
- Des **conditions d'achat** négociées et optimales.
- Une vingtaine **d'opérations commerciales** par an.
- Une **facturation centralisée** via la centrale d'achat (Viasso).
- Un accès à une activité **"flottes / grands comptes"** via des accords-cadre.
- Des nouveautés de la gamme Point S chaque année.
- L'accompagnement des Adhérents sur le **recrutement** des métiers en forte tension.



*Enquête réalisée du 22 avril au 30 avril 2024 auprès de 460 Adhérents du réseau Point S

« **On négocie, au nom de nos Adhérents**, des conditions d'achat auprès des fournisseurs. Cela leur enlève la charge de la négociation et de la mise en concurrence, et leur permet de rester concentrés sur leur activité et le développement de leur centre »

Responsable d'Enseigne

ILS TÉMOIGNENT

➔ **Nicolas Dupuy,**
Adhérent à
Béziers, Lodève et
Mèze (34)



Je suis à mon compte depuis plus de vingt ans et j'ai ouvert mon premier centre Point S le 1^{er} avril 2019, en reprenant un site déjà à l'enseigne. Je viens du terrain : j'ai commencé par un apprentissage en mécanique et j'ai construit mon parcours dans l'automobile.

Avec un réseau, on devient encore plus entrepreneur : **on porte une enseigne et une image à défendre.** L'objectif, c'est qu'un client retrouve le même niveau de qualité dans n'importe quel centre Point S, partout en France. Je me développe au gré des opportunités. Mon premier centre, à Lodève, je l'ai repris à la barre du tribunal de commerce et ouvert en un mois. Le second, à Mèze, a suivi un départ à la retraite. Ce ne sont pas toujours des projets planifiés longtemps à l'avance : ce sont des occasions qu'il faut savoir saisir — et dans ce contexte, l'appui du réseau fait la différence.

Le gain de temps au quotidien est réel : auparavant, je devais appeler plusieurs fournisseurs pour comparer ; aujourd'hui, je m'appuie sur des tarifs et conditions négociés par le réseau. Et développer plusieurs sites ne signifie pas forcément travailler davantage : quand on peut s'appuyer sur une équipe solide et déléguer, on se donne une vraie perspective d'évolution.

➔ **Choukri Belkitare,**
Adhérent au Coudray
Montceaux (91)



Je dirige une société de transport de marchandises, avec une soixantaine de camions. En parallèle, je pilote un Point S Industriel. Nous connaissons déjà ce centre, que nous avons sollicité pour des prestations sur nos poids lourds. Au fil des interventions, nous avons constaté un vrai problème de gestion et l'idée de reprendre le site a alors fait son chemin.

Nous avons contacté les équipes Point S, les avons rencontrées au Salon de la Franchise. Le courant est tout de suite passé : deux à trois mois plus tard, nous reprenons la gestion de ce centre. Nous l'avons rééquipé, remis aux normes, et aujourd'hui l'activité se stabilise. Le service développement nous a accompagnés dès l'amont, notamment sur l'achat du fonds de commerce : visite du site, analyse des bilans transmis, puis construction d'une stratégie de démarrage.

Au quotidien, l'appui reste très concret : en cas de doute, nous pouvons appeler, obtenir une réponse, et souvent une solution. C'est aussi pour cela que j'ai choisi Point S : **on se sent soutenu, et avec le recul, je suis satisfait de ce choix.** Pour la suite, le centre doit intégrer, entre février et mars un concept supplémentaire, celui de l'écomobilité. Et à terme, j'aimerais ouvrir un deuxième centre : ce serait l'idéal, même si cela demande encore un peu de temps.

➔ Axel Reichart, Adhérent à Chanas (38)



J'ai toujours été attiré par les voitures : j'aime les bricoler. C'est ce qui m'a conduit vers l'automobile — puis, quand j'ai voulu entreprendre, vers Point S. Être franchisé Point S, pour moi, c'est d'abord ne pas être seul.

Dès le départ, ce qui a fait la différence, c'est ce fonctionnement où les adhérents sont aussi actionnaires : on achète des parts, on participe à la vie du réseau. On n'a pas le sentiment d'adhérer à une enseigne "descendante" : notre voix est écoutée, et on garde une vraie latitude, notamment sur les achats. C'était un critère décisif : être accompagné, sans être "menotté".

Au quotidien, le réseau est très présent. On a un responsable de secteur qui passe régulièrement, et lorsque l'on a une question, on sait que l'on peut appeler. Cette réactivité compte, surtout quand on ouvre et qu'on doit prendre des décisions vite. Point S m'a notamment aidé à prendre en main la partie grands comptes, plus cadrée (prise en charge, facturation), que lorsque l'on est dans un garage indépendant. Être dans un réseau permet aussi d'accéder à des conditions d'achat plus intéressantes : au final, ça permet de gagner quelques points de marge, et ce n'est pas négligeable.

Et puis il y a l'effet enseigne : **Point S apporte une visibilité réelle.** Des clients franchissent la porte parce qu'ils connaissent le nom. Au final, la coopérative, c'est de l'autonomie, mais avec une structure qui sécurise et accélère.



CRÉATION DU LIVRE BLANC : JÉRÉMIE HEYLEN / CDI MÉDIAS & SERVICES



Point S France

9, rue Curie - 69006 LYON - France

Tél. : 04 37 48 84 84

contact@points.fr - www.points.fr

