



TERRITOIRES

COMMENT LE PARI ECOLO DE COSMETICAR A REUSSI

LAURENCE BOTTERO



Un réseau de soixante franchises, un chiffre d'affaires de plus de 2 millions d'euros. Et une réussite somme tout discrète. Spécialisée dans le lavage sans eau pour véhicule, la PME de Fos-sur-mer compte se renforcer en France avant d'attaquer l'international.

La création d'entreprise tient souvent à une passion. Celle de Florian Benoît, c'est l'automobile. Jamais vraiment satisfait des prestations de lavage qu'il paye, ce jeune étudiant fini par le faire lui-même, de façon manuelle. Développe une technique qui fonctionne. Et décide d'en faire l'activité de sa petite entreprise. Quitte pour cela à laisser tomber ses études - il est alors en classe de terminale et nous sommes en 2003 - pour sauter dans le grand bain de la vie entrepreneuriale. S'il le démarrage de l'activité se fait plus lentement qu'espéré, il se fait néanmoins de façon structurée. Confronté aux contraintes techniques - point d'arrivée d'eau, prise de courant - sur les différents lieux où il intervient (domicile, bureau, entreprise), Florian Benoît va alors s'intéresser aux produits écologiques et surtout au lavage sans eau.



LE CHOIX DE LA FRANCHISE

Là encore, peu satisfait de la qualité de ces derniers il se rapproche d'un laboratoire basé à Cabriès dans les Bouches-du-Rhône et développe dès 2007 ses propres produits d'entretien, une particularité qu'il dit être unique dans son secteur.

"80 % de la gamme est spécifiquement mise au point par nos soins, les 20 % restants correspondent à des polish et autres produits utilisés pour des rénovations plus poussées".

Confronté à une nécessité de faire du volume, Florian Benoît sait qu'il doit accélérer le développement de son entreprise. Ce sera la formule de la franchise qui est choisie, *"un bon moyen de croître rapidement sans une mobilisation trop forte d'investissement"*, explique-t-il. Aujourd'hui ComestiCar c'est 60 franchises dans tout l'Hexagone et deux en Espagne. Une troisième ouverture est programmée à Bordeaux, une autre en Haute-Savoie, à Marseille-Aubagne, à Bône et Beauvais. *"Paradoxalement, il nous manque des implantations dans le sud, notamment vers Toulon et Nice"*, constate le dirigeant de l'entreprise basée à Fos-sur-mer, près de Marseille.

CRÉNEAU ÉLARGI

Si tout semble avoir roulé sans trop d'obstacles, pour autant la crise a obligé CosmetiCar à modifier son business modèle.

"Nous fournissions notre service uniquement aux professionnels. Mais la crise, notamment en Espagne, nous a poussé à embrayer sur d'autres axes de développement que sont les particuliers et les entreprises", détaille Florian Benoît.

Avec certaines de ces dernières, des partenariats sont passés, dont DHL, le loueur de véhicules Parcours ou encore Arval, la société appartenant au groupe BNP Paribas et spécialisée dans la location de véhicules d'entreprise longue durée.

"Notre ambition actuellement est de renforcer le maillage en France, de doubler l'existant puis de regarder vers l'international, toujours par le biais de la franchise".

C'est déjà le cas en Suisse, le Maroc où des discussions sont déjà bien engagées, devrait suivre. Puis la Belgique, l'Allemagne, la Grande-Bretagne et la poursuite du maillage en territoire espagnol. Une application, actuellement en cours de développement, sera opérationnelle dès le mois de juin prochain. CosmeticCar, qui emploie 5 salariés, a réalisé un chiffre d'affaires de 2,4 M€ en 2015. La PME, qui a réussi le pari du lavage écologique là où il avait beaucoup d'appelés et peu d'élus, espère bien *"frôler les 3 M "* cette année et continuer sur la route de la croissance.