



Aix-en-Provence. Cosmeticar vise les cent agences d'ici à deux an

Le réseau Cosmeticar, basée aux Milles, près d'Aix-en-Provence, compte aujourd'hui une soixantaine d'agences en France. Il vise les cent implantations d'ici à 2018.

C'est en 2003 que Florient Benoît, âgé d'à peine 18 ans, imagine le concept Cosmeticar (80 salariés – CA : 2,4 M d'euros). *«J'avais envie de travailler dans le commerce et je lavais déjà mes premières voitures. Comme je travaillais avec soin, des amis m'ont demandé de le faire pour leurs véhicules. Je me suis alors intéressé à ce marché et j'ai constaté qu'il n'existait pas de solution où un professionnel vient à domicile nettoyer une voiture»*, rappelle-t-il. Mais comment rendre propre une voiture, sur un parking, sans eau, sans électricité ? *«De 2003 à 2005, j'ai cherché les solutions techniques afin de pouvoir laver et faire briller sans eau»*. La société voit alors le jour en 2005. *«Nous avons fait formuler un produit spécialement pour nous. 80% de notre gamme est développée sur mesure»*. De 2007 à 2008, son activité ne cesse de se développer. Il crée un site internet et reçoit beaucoup de demandes de personnes qui souhaitent, soit acheter ses produits, soit suivre une formation au lavage de véhicules. *«J'ai alors décidé de créer une franchise et nous avons fait notre premier contrat de licence de marque en 2009»*, précise le dirigeant, dont l'entreprise compte aujourd'hui une soixantaine d'agences, réparties sur l'ensemble du territoire national.

«Nous sommes plutôt bien positionnés en Ile-de-France dans le Nord, dans l'Ouest et le Sud-Ouest». Dans les Bouches-du-Rhône, Cosmeticar compte quatre agences: deux à Marseille, une à Aix-en-Provence et une à Saint-Maximin. L'entreprise souhaite s'étendre dans le Var et les Alpes Maritimes. *«D'ici à deux ans, nous souhaiterions que le réseau compte une centaine de sites. Actuellement, nous ouvrons en moyenne deux agences par mois»*. Cosmeticar s'est principalement positionnée auprès des professionnels (80% de la clientèle). *«Nous faisons ainsi de la préparation auto pour les garages, pour les loueurs, ou tout simplement pour les entreprises qui souhaitent prendre soin de leur flotte... Nous restons en moyenne une heure sur un véhicule. L'idée est donc d'optimiser les déplacements pour traiter plusieurs voitures»*. Arval (BNP Paribas), La Poste, Geodis, font ainsi partie des clients de Cosmeticar. *«Nous souhaitons développer nos prestations avec les loueurs de véhicules. Nous pouvons intervenir sur des services de remise en état de véhicule avant que les entreprises ne les rendent afin de réduire les surprises et les litiges»*. Afin d'optimiser les interventions, Cosmeticar va lancer en septembre prochain une application, destinée aux particuliers, qui permettra d'avoir accès aux positions et aux emplois du temps des laveurs près de chez soi.