

## Equip Auto 2019 – Point S annonce la reprise de Pneus Pro Services (PPS)

jeudi, 24 octobre 2019

A l'occasion d'Equip Auto 2019, sur lequel il était l'un des seuls réseaux de pneumaticiens et d'entretien auto présents, Point S a officialisé la reprise de la centrale d'achat Pneus Pro Services, qui fournit à quelque 120 négociants-spécialistes indépendants et désireux de le rester des conditions d'achat solides. L'opportunité pour Point S Group de consolider sa place de leader parmi les réseaux indépendants du secteur, de proposer un nouveau concept à ses prospects et d'accroître son volume d'achat.



*Le panneau PPS a déjà été déployé auprès des adhérents de la centrale d'achat.*

Décidément, l'équipe dirigeante de Point S Group n'est jamais à court d'idée. C'est l'une des principales raisons pour laquelle ce qui n'était, il y a encore vingt ans, qu'un groupement de négociants-spécialistes indépendants essentiellement positionnés sur le marché du pneu est devenu aujourd'hui le plus gros rassemblement de professionnels indépendants du remplacement de pneumatiques et d'entretien automobile en France.

Fort de cinq concepts –Point S Entretien Rapide, Point S Centre auto, Point S City, Point S Industriel et [Point S Glass](#)– le groupe dirigé par Christophe Rollet dépasse désormais les 550 points de vente en France. Et Point S Group vient d'ajouter de nouveaux membres à son dense maillage : les 120 adhérents de Pneus Pro Services (PPS).

Cette société avait été créée en 2004 sous la forme d'une centrale d'achat de pneumatiques et de pièces de rechange par André Bourrec, le fondateur de l'ancienne enseigne Arc-en-Ciel, dont les adhérents étaient passés sous enseigne Eurotyre. PPS représente un volume de plus de 300 000 pneus TC4 (tourisme, camionnettes, 4x4), plus de 4 000 pneus PL et plus de 300 pneus agraires. Le profil des adhérents ? Essentiellement des négociants-spécialistes indépendants et des centres auto sans enseigne.

## Point S : toujours plus de puissance d'achat



*C. Rollet, DG de Point S Group.*

En reprenant PPS, Point S Group accroît ainsi son volume d'achat tout en optimisant les conditions d'achat pour le groupe dans son ensemble. Car, c'est bien connu : plus l'on pèse en nombre d'adhérents, plus on pèse sur les négociations avec les fournisseurs. Dans le même temps, l'arrivée de PPS dans le groupe permet à celui-ci d'ajouter une nouvelle marque à son portefeuille, correspondant à une typologie de chefs d'entreprise ne recherchant que des conditions d'achat tout en conservant le plus de liberté possible dans leur activité au quotidien.

*«Nous nous étions rendu compte, au fil des années, que [nos services, nos outils, nos concepts](#) touchaient une certaine catégorie d'entrepreneurs mais pas d'autres, reconnaît Christophe Rollet, directeur général de Point S Group. Ceux que nous ne touchions pas étaient ceux qui n'attendaient d'un groupement que de bonnes conditions d'achat.»* En reprenant PPS, c'est désormais chose faite.

Les regroupements d'indépendants n'étant plus si nombreux, ne pas saisir l'occasion de racheter la centrale exposait au risque de voir des groupements concurrents se rapprocher de PPS. Or, déterminé à représenter le plus d'indépendants du pneu et de l'entretien courant possible, Point S n'a pas hésité.

### **Des conditions d'adhésion simplissimes**

Il faut dire que les adhérents PPS ne croulent pas sous les conditions d'adhésion. Leur redevance annuelle ? 700 euros, *«loin d'un contrat de franchise»*, confesse Christophe Rollet, qui affirme sa volonté de fédérer davantage d'entrepreneurs au sein de PPS et d'animer le réseau avec autant de conscience et d'ambition que pour les adhérents Point S. *«Ceci nous permet aussi de recruter des adhérents différents*

sur des zones de chalandise déjà occupées par des centres Point S», ajoute-t-il, la concurrence n'étant pas frontale entre les concepts très élaborés Point S et le côté "light" du concept PPS.

«Sur les 120 adhérents points de vente PPS, une quinzaine vont certainement adopter les couleurs Point S et rejoindre notre réseau, reconnaît toutefois Christophe Rollet. De la même manière, peut-être que les quelques adhérents qui nous quittent chaque année pourraient aussi se retrouver dans la grande liberté qu'offre PPS tout en restant dans le groupe.» Selon le dirigeant, PPS pourrait, quoi qu'il en soit, doubler son maillage facilement. Et Point S Group a d'ores et déjà fourni aux adhérents des panneaux PPS pour leur permettre d'harmoniser quelque peu leurs couleurs, car tous ne l'arboraient pas jusqu'ici.

#### **Ne plus se fournir à l'import**

Jusqu'ici, les adhérents PPS, via leur centrale d'achat, se fournissaient essentiellement à l'import. Mais désormais, sous la houlette de Point S Group, «nous allons envisager de leur proposer une offre annuelle», explique Christophe Rollet. Quant au contrat d'adhésion, il restera léger, simple et clair. Et après une phase de transition pour permettre aux entrepreneurs du réseau PPS de se rapprocher le plus possible de certains standards, Point S ne s'interdit pas de baisser leur redevance.

Car qui peut le plus peut le moins : disposant déjà d'une [puissance d'achat très importante](#) en soi, le Point S Group peut se permettre d'alléger la charge de son concept le plus "light" si cela permet de fédérer encore davantage d'acteurs. Et renforcer d'autant la position de force du groupement dans le paysage des indépendants du pneu et de l'entretien auto.