

SESSION 2017

**CAPET
CONCOURS EXTERNE
ET CAFEP**

Section : ÉCONOMIE ET GESTION

Option : MARKETING

COMPOSITION DE SCIENCES DE GESTION

Durée : 5 heures

Calculatrice électronique de poche - y compris calculatrice programmable, alphanumérique ou à écran graphique – à fonctionnement autonome, non imprimante, autorisée conformément à la circulaire n° 99-186 du 16 novembre 1999.

L'usage de tout ouvrage de référence, de tout dictionnaire et de tout autre matériel électronique est rigoureusement interdit.

Dans le cas où un(e) candidat(e) repère ce qui lui semble être une erreur d'énoncé, il (elle) le signale très lisiblement sur sa copie, propose la correction et poursuit l'épreuve en conséquence.

De même, si cela vous conduit à formuler une ou plusieurs hypothèses, il vous est demandé de la (ou les) mentionner explicitement.

NB : *La copie que vous rendrez ne devra, conformément au principe d'anonymat, comporter aucun signe distinctif, tel que nom, signature, origine, etc. Si le travail qui vous est demandé comporte notamment la rédaction d'un projet ou d'une note, vous devrez impérativement vous abstenir de signer ou de l'identifier.*

INFORMATION AUX CANDIDATS

Vous trouverez ci-après les codes nécessaires vous permettant de compléter les rubriques figurant en en-tête de votre copie.

Ces codes doivent être reportés sur chacune des copies que vous remettrez.

► **Concours externe du CAPET de l'enseignement public :**

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
EDE	8010G	101	7392

► **Concours externe du CAFEP/CAPET de l'enseignement privé :**

Concours	Section/option	Epreuve	Matière
EDF	8010G	101	7392

ECOWASH MOBILE FRANCE

Créé en mars 2004 en Australie, Écowash Mobile est un réseau dont le cœur de métier est le lavage automobile intérieur et extérieur sans eau et à la main des véhicules de ses clients. En appui de cette prestation, Écowash Mobile développe une gamme de produits biodégradables conçus par la maison mère et utilisés de manière exclusive par le réseau.

L'entreprise propose un concept innovant et différenciateur fondé sur :

- des solutions à des problématiques actuelles de développement durable ;
- un réseau de franchisés écoresponsables, formés et encadrés ;
- la maîtrise de la fabrication d'une gamme exclusive de produits biodégradables, issus de 15 ans de recherche et développement.

Le cœur de cible d'Écowash Mobile est constitué par une clientèle de professionnels.

Implantée depuis fin 2007 en France, l'entreprise est aujourd'hui présente dans près de 10 pays dont l'Arabie saoudite, les Émirats arabes unis, la Jordanie, la Grèce, la Roumanie, les États-Unis, la Russie... par l'intermédiaire de master franchises.

En 2011, Olivier Couly, actuel directeur général d'Écowash Mobile France, jusqu'alors master franchiseur, modifie le contrat qui l'unissait initialement à l'enseigne. Il est désormais en contrat de licence de marque Écowash Mobile. Il décide aussi de diversifier son offre en proposant un nouveau service - le suivi informationnel du véhicule - commercialisé sous la marque Wash & Check créée à cette occasion. Celui-ci permet d'allier au lavage le contrôle de l'état du véhicule notamment du pare-brise, des essuie-glaces, des pneus, etc. via un logiciel de collecte de données très élaboré. Chaque client peut dès lors demander un contrôle personnalisé de son ou ses véhicule(s).

Cette offre de services à forte valeur ajoutée renforce le savoir-faire du réseau et apporte une innovation en phase avec la demande du marché. Elle fournit également aux franchisés de nouvelles opportunités pour développer leur activité.

Ainsi, depuis 2012, la croissance de la tête de réseau d'Écowash Mobile France est régulière et soutenue. Le chiffre d'affaires progresse de 27 % de 2014 à 2015 et se répartit de la façon suivante :

- 90 % pour l'activité lavage ;
- 10 % pour l'activité de collecte de données.

En 2014, 70 % du chiffre d'affaires sont réalisés par des clients déjà détenus en portefeuille l'année précédente.

Aujourd'hui, Olivier Couly veut poursuivre son expansion sur le territoire national et projette aussi de se développer en Europe. Actuellement, il existe près de 170 points de service Écowash Mobile en France : 27 franchisés, 2 succursales et 140 partenaires.

L'ambition d'Olivier Couly est de faire croître son chiffre d'affaires annuel de 29 %. La réalisation de cet objectif passera par le renforcement du réseau grâce à la fois au développement du nombre de franchisés et à la montée en puissance de l'activité de collecte de données. Olivier Couly vous charge d'une mission d'analyse portant sur ces deux principaux enjeux.

DOSSIER 1

SE DÉVELOPPER SUR LES MARCHÉS FRANÇAIS ET EUROPÉEN DU LAVAGE AUTOMOBILE

Le marché du lavage automobile français, fortement concurrentiel, est marqué par l'évolution des techniques et des concepts. Écowash Mobile France doit se positionner et détecter les créneaux porteurs pour se différencier de ses concurrents.

1.1 Analysez de façon structurée le marché du lavage automobile.

1.2 Étudiez l'identité de la marque et les éléments de différenciation d'Écowash Mobile France par rapport à ses concurrents directs.

La tête de réseau d'Écowash Mobile France envisage, dans le cadre de sa stratégie de développement de s'implanter dans des pays européens pour élargir son marché. Les marchés cibles envisagés sont l'Espagne, l'Italie, l'Allemagne et le Portugal.

1.3 À l'aide d'une matrice de sélection, retenez les deux pays présentant les meilleures opportunités de développement pour Écowash Mobile France. Justifiez vos critères de choix.

1.4 Proposez des critères complémentaires pour sélectionner ces pays.

1.5 Proposez des modes d'accès pour Écowash Mobile France sur ces marchés cibles et présentez leurs avantages et inconvénients respectifs.

DOSSIER 2

LE DÉVELOPPEMENT ET L'ANIMATION DU RÉSEAU D'ÉCOWASH MOBILE FRANCE

Afin de mailler davantage le territoire national, Écowash Mobile France a pour objectif en 2016 de créer 15 franchises supplémentaires et d'atteindre, dès 2018, 64 points de vente. De nombreuses agglomérations sont encore disponibles dans toute la France, notamment à Lille, Montpellier, Tours, Brest ou encore Bayonne.

2.1. Caractérisez le plan de marchéage d'Écowash Mobile France.

2.2. Concevez un argumentaire structuré permettant de motiver les candidats à adhérer à la franchise Écowash Mobile France.

- 2.3. Déterminez les actions pouvant être menées par la tête de réseau pour susciter les nouvelles candidatures de franchisés.**

Écowash Mobile France a recruté un nouveau franchisé qui va développer son activité à Agen et dans les 151 communes environnantes. Le bassin de population est de 250 018 habitants. Dans le cadre de l'accompagnement proposé aux franchisés, le réseau met à leur disposition des outils d'aide à la gestion, notamment sous la forme d'un simulateur de revenus et d'un « *business plan* »¹ prévisionnel.

- 2.4. Calculez le résultat d'exploitation prévisionnel des années 1 et 2 du nouveau franchisé pour l'activité de lavage.**
- 2.5. Calculez le point mort de l'année 1 et concluez.**
- 2.6. Proposez des indicateurs commerciaux et de gestion supplémentaires permettant au franchiseur Écowash Mobile France d'analyser la performance de l'activité de son réseau de franchisés.**

DOSSIER 3

D'ÉCOWASH MOBILE FRANCE À WASH & CHECK : DÉVELOPPER SES COMPÉTENCES ET CONQUÉRIR DE NOUVELLES CIBLES EN DIFFÉRENCIANT SES SERVICES

Dans le cadre de sa stratégie de conquête et de fidélisation, Olivier Couly, directeur général d'Écowash Mobile France, a choisi de diversifier son offre. Il a ainsi créé, en complément du service historique de lavage, une offre à forte valeur ajoutée, Wash & Check, qui allie au lavage des véhicules la collecte de données résultant de contrôles visant à en mesurer l'état. Les objectifs de croissance de l'activité de collecte de données sont ambitieux, avec une contribution prévue de ce service au chiffre d'affaires global de 25 % en 2017.

- 3.1. Présentez les objectifs du développement du service Wash & Check pour Écowash Mobile France.**
- 3.2. Montrez le rôle du service Wash & Check dans l'enrichissement du système d'information mercatique d'Écowash Mobile France.**
- 3.3. Repérez les cibles prioritaires de Wash & Check et précisez les intérêts pour celles-ci de recourir à ce service.**

¹ Business plan (terme anglo-saxon) : plan d'affaires

LISTE DES ANNEXES

N° de l'annexe	Intitulé	Pages
1	L'évolution du parc automobile des véhicules légers en France.	5
2	Le marché français des véhicules professionnels.	5
3	Les professionnels du lavage automobile et la cohabitation des systèmes de lavage.	5 à 6
4	Paroles de pros... sur les flottes automobiles.	7
5	Un marché sensible à la nouvelle donne environnementale.	7 à 8
6	Des comportements de consommation différents.	8
7	Toujours plus de services pour les clients.	9
8	Écowash Mobile France a enrichi son savoir-faire.	9 à 10
9	Le parc automobile en Europe - Nombre de véhicules.	11
10	Les Européens et la consommation responsable.	11
11	La reprise du marché automobile européen.	11
12	L'Europe est en train d'épuiser ses principales ressources en eau.	11
13	La location longue durée ne connaît pas la crise.	12
14	Les Européens et le lavage auto.	12
15	Quelques chiffres clés de l'économie de l'Union Européenne.	12
16	Le cadre réglementaire : préserver les besoins vitaux et l'environnement.	13
17	Écowash Mobile France : des services adaptés aux besoins.	13
18	Le prix du lavage intérieur et extérieur en euros chez Écowash Mobile France et quelques concurrents.	14
19	Qui parle d'Écowash Mobile France ?	15
20	Écowash Mobile France, première franchise à marier écologie et numérique avec succès !	16
21	Écowash lance un nouveau modèle de franchise : une nouvelle offre adaptée au profil des agglomérations françaises.	16
22	Le service Wash & Check.	16
23	Les conditions d'adhésion au réseau Écowash Mobile France.	17
24	Éléments chiffrés extraits du simulateur de revenus d'un franchisé Écowash Mobile France.	18
25	Extrait du business plan Écowash Mobile France – Année 1.	19
26	Des témoignages de clients... et d'autres parties prenantes.	19 à 20

NB : pour des raisons de confidentialité, certaines données ont été modifiées

Annexe 1 : L'évolution du parc automobile des véhicules légers en France.

2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
31 002 304	31 442 880	31 109 081	31 393 734	31 656 747	31 753 535	32 131 584	32 243 826

Source : Observatoire ANFA

Annexe 2 : Le marché français des véhicules professionnels.

Selon l'Observatoire des Véhicules d'Entreprise (OVE), le marché des véhicules en entreprise représente en France 44 % du marché automobile, soit 17,5 millions de véhicules.

D'après l'ANFA Automobile, sur ce marché, 54 % des lavages automobile sont faits par un professionnel du lavage, ce qui représente 9,45 millions de véhicules. La fréquence de lavage des véhicules d'entreprise est de 6 fois par an, soit 56,7 millions de lavage.

Sur le marché du lavage des véhicules professionnels, qui pèse 2,8 milliards d'euros, le lavage sans eau a une part de marché de 10 %. Le marché annuel du lavage sans eau est en effet estimé à 280 millions d'euros.

Toujours d'après l'OVE, les entreprises soutiennent la reprise du marché automobile en France en 2015. Les ventes de véhicules particuliers et utilitaires sont de 730 763 en 2015 et progressent de 6,3 %, soit le meilleur résultat depuis 2009. Le rythme de croissance n'est toutefois pas le même selon les types de véhicules. Ainsi, les ventes de véhicules particuliers ont progressé de 10,4 % par an (428 653 unités), alors que celles des véhicules utilitaires n'affichent qu'une petite croissance de 1 % (302 110 unités).

Pour ce qui est des véhicules particuliers électriques dans les entreprises, leur croissance a été de 26 % en 2015. Les ventes s'établissent à 3 247 unités.

Sur le marché hexagonal, la taille moyenne d'une flotte est de 22 véhicules, cela pouvant aller de 4 à 68 000 véhicules selon les entreprises.

En 2015, l'enseigne française de stations de lavage automobile Éléphant Bleu a lancé sa carte professionnelle afin de répondre à la demande et aux exigences des gestionnaires de flotte. En effet, ces cibles sont attachées à soigner l'image de leur entreprise et à en maîtriser les coûts.

Sources : d'après source interne, OVE, Observatoire ANFA

Annexe 3 : Les professionnels du lavage automobile et la cohabitation des systèmes de lavage.

Dynamisé par les innovations en matière d'équipement, le marché français du lavage automobile a montré un certain dynamisme en 2015. Ce marché offre de belles opportunités, notamment grâce aux réseaux de franchise, dont les parcs sont en forte croissance. Sur ce marché dynamique, le lavage écologique est une tendance à surveiller. S'il peine à décoller, il permet toutefois l'émergence de nouvelles chaînes dédiées au lavage sans eau. Qu'il s'agisse de haute pression, de lavage automatique, ou de lavage à la main, chaque type de lavage correspond à un profil de consommateurs bien spécifique.

Lavage haute pression (HP)	Plus de la moitié des automobilistes qui lavent chez un professionnel utilise la HP. Reconnue pour sa grande qualité de lavage, elle permet d'insister sur les endroits les plus sales avec un minimum de consommation d'eau. Dans ces centres de lavage, le particulier se déplace sur site et effectue lui-même le lavage. La part de marché du lavage haute pression est de 49 % en 2015, avec 3 600 centres de lavage. Ce marché se taille la part du lion, grâce à son efficacité, son bon rapport qualité-prix et aussi le maillage du territoire qui ne cesse de progresser. • Fréquence de lavage : 6,8 par an ; • Panier moyen : environ 4,5 € ; • Durée moyenne d'un lavage : 7 minutes.
-----------------------------------	---

Lavage automatique	Grâce aux nouvelles générations de portique, la qualité de lavage s'améliore (nouvelles brosses en mousse très efficaces sur les modèles haut de gamme intégrant le pré-lavage HP). Avec près de 7 000 machines, le lavage automatique obtient une part de marché de 42 % en 2015, en augmentation grâce aux progrès techniques des matériels. • Fréquence de lavage : 5,5 lavages par an ; • Panier moyen : environ 6,4 € ; • Durée moyenne d'un lavage : 3,5 minutes.
Lavage manuel	
Lavage vapeur	Procédant par projection de vapeur sèche à 170°C, à une pression de 8 bars, le lavage vapeur s'effectue sur le site du client avec une machine transportable. Ses avantages sont liés à l'absence de rejets ; ce système permet de traiter l'intérieur comme l'extérieur. • Fréquence de lavage : 4 par an ; • Panier moyen : environ 20 à 40 € ; • Durée moyenne d'un lavage : 20 à 30 minutes.
Lavage manuel sans eau	Procédant par pulvérisation d'un produit sur le véhicule puis capture des impuretés avec une lingette microfibre, ce lavage mobile est réalisé sur le site de la clientèle, grâce à des unités mobiles. Le lavage à la main est effectué par le professionnel du lavage. La part de marché du lavage « écologique » sans eau est estimée à 4 % en 2015. En intégrant des produits très techniques et spécifiques, le lavage haut de gamme est le segment en développement le plus porteur. • Fréquence de lavage : 4,5 lavages par an ; • Panier moyen : 45 à 75 € (10 fois plus élevé que les autres systèmes) ; • Durée moyenne d'un lavage : 1 à 2 h.

Sur le marché français du lavage automobile, on distingue :

1. Les spécialistes du lavage, pour lesquels le lavage automobile constitue l'activité principale. Ils se divisent en plusieurs catégories en fonction de la technologie utilisée :
 - **Les professionnels dont l'activité est le lavage haute pression.** Le chef de file et précurseur de ce système de lavage est l'enseigne **Éléphant Bleu** du groupe Hypromat, qui détient près de 500 stations de lavage (très majoritairement des franchises), et qui a réalisé en 2014 un chiffre d'affaires de 60 millions d'euros. Hydrostar, Immojet, Crocojet sont également présents sur ce marché.
 - **Les professionnels dont l'activité est le lavage « vapeur » ou le lavage sans eau.** Les enseignes telles que Cosméti'Car, Ecolave, Sineo, Écowash Mobile, Roul'Net sont spécialisées sur le créneau du lavage écologique sans eau. Ce marché est en évolution mais reste pour l'heure un marché de niche orienté vers une clientèle d'entreprises : flottes d'entreprises, loueurs, comités d'entreprise, concessionnaires, conciergeries, mais aussi activités de sous-traitance pour les professionnels de l'automobile.
 - **Les professionnels qui proposent du lavage « service rapide ».** Il s'agit d'un nouveau concept, sans rendez-vous, venu des États-Unis, en service rapide, avec des offres diverses en forfaits de lavage intérieur et extérieur (ex : American CarWash, FlashWash du Groupe Bertin). L'infrastructure « tunnel » est ici privilégiée.
2. Les entreprises pour lesquelles le lavage constitue une activité périphérique : les stations-service, les grandes surfaces et les professionnels de l'automobile.
Ils proposent le lavage automobile le plus souvent en portique ; il s'agit du lavage automatique au rouleau. Ces équipements permettent d'offrir un service complémentaire à la clientèle et d'accroître la rentabilité. [...].

Source : d'après <http://www.successfee.fr/les-autres-acteurs-de-lautomobile-les-acteurs-du-lavage-automobile/>, Jonathan Habersztrau, 19 octobre 2015.

Annexe 4 : Paroles de pros... sur les flottes automobiles.

Les flottes automobiles constituent un créneau à part dans le domaine du lavage automobile. Aller laver sa voiture ou aller la faire laver, cela prend du temps, cela peut même engendrer des risques quant au trajet à effectuer... deux choses dont les directions d'entreprises ne sont, en général, pas vraiment friandes ! Alors, pour que leurs salariés-conducteurs optimisent leur temps de travail et qu'ils ne soient exposés à aucun danger, de nombreuses entreprises privilégient le nettoyage au bureau... et donc à sec.

Le volume est souhaitable lorsqu'il s'agit du lavage au bureau pour rentabiliser le déplacement des préparateurs. En effet, le principe du lavage sans eau nécessite beaucoup d'heures de main d'œuvre, à rentabiliser au mieux. Pour cela, il faut gérer les grandes quantités de lavage à effectuer, ce qui implique que les professionnels du lavage sans eau aient une certaine envergure. Cette taille critique permet aussi de répondre à une demande des entreprises, les grands comptes surtout : que leurs employés puissent faire laver leurs voitures partout en France, mais que les gestionnaires de flottes n'aient qu'un seul interlocuteur au niveau national.

Créneau attirant...

Régularité et fidélité, voilà deux vraies raisons de développer sa clientèle « flottes automobiles ». La plupart de ces clients signent en effet des contrats relativement longs avec des prestataires choisis, « ce qui assure à ces derniers une activité sur toute la période de validité dudit contrat et une fidélité de fait bien sûr aussi », précise Jérôme Charlon directeur de Sineo, un des acteurs sur le secteur du nettoyage professionnel écologique et concurrent d'Écowash Mobile France.

Lavage version « autopartage ».

Autolib et Blablacar, entre autres : voilà des noms évocateurs d'une nouvelle façon de consommer la voiture... entre particuliers seulement, pensent ceux qui ne bénéficient pas d'un tel système au sein de leur entreprise ! Ceux qui connaissent l'autopartage version entreprise, parce que leur société en a développé un, utilisent des voitures qui ne leur appartiennent pas et qui, donc, ne sont pas l'objet de toutes leurs attentions...

Mais comme il faut bien maintenir un tant soit peu propres ces véhicules, certaines sociétés de lavage sans eau se proposent ! « Aujourd'hui nous avons, tous les mois, environ 300 véhicules à laver issus de ces flottes spécifiques... qui regroupent souvent d'ailleurs, et cela tombe plutôt bien, des véhicules électriques, à traiter justement sans eau ! » explique Olivier Couly.

Les services annexes sont aussi proposés pour ces flottes-là, qu'il s'agisse de traitement et autres contrôles complémentaires au lavage ou qu'ils s'agissent de système de remontées d'informations jusqu'au gestionnaire de flotte.

Source : d'après www.guide-lavage.com, mai/juin 2015.

Annexe 5 : Un marché sensible à la nouvelle donne environnementale.

Lavage automobile : les entreprises optent pour le lavage à sec.

De l'avis des professionnels, le nettoyage des véhicules des entreprises et des collectivités reste l'un des rares secteurs épargnés par la crise qui sévit dans l'automobile. Lavage écologique, prestation sur site mais aussi services annexes : les professionnels surfent sur la vague de l'innovation pour entretenir le dynamisme de leur marché.

Pour répondre toujours au plus près des attentes des professionnels, une première tendance se dégage dans ce secteur du nettoyage automobile : la mobilité du prestataire. Nombre d'enseignes telles qu'ALD care, par le biais de Sineo, Écolave, CosmétiCar ou encore Écowash Mobile France se sont positionnées sur ce créneau.

Principaux arguments évoqués par ces marques qui ont choisi de dispenser leurs services directement sur site : le gain de temps mais aussi de carburant pour l'entreprise cliente, en évitant de fait à ses collaborateurs d'amener leur voiture chez le prestataire. Un concept qui a séduit François Aubin, concessionnaire Mercedes à Nuits-Saint-Georges en Côte-d'Or, pour sa part client

depuis quatre ans du prestataire Écolave : « *Faire appel à une unité de service mobile simplifie grandement la gestion du lavage, avec un gain de temps considérable. Le cahier des charges prédéfini nous permet de maîtriser ce poste de dépenses, avec une fourchette de prix des prestations comprise entre 60 et 90 euros HT* », explique-t-il.

Les enseignes misent aussi sur le concept écologique pour développer encore leur activité. Avec parmi les principales motivations, une réglementation drastique. « *Pour le recyclage et le traitement de l'eau et des déchets, la loi sur l'eau se fait de plus en plus contraignante. Les stations de lavage doivent être équipées d'un système de traitement de l'eau avec séparateur des hydrocarbures. Pour les lavages sur site, il est interdit de laisser sur le sol de l'eau polluée* », illustre Jérémy Richard, fondateur du réseau Écolave.

Toujours plus vert : le lavage (presque) sans eau.

Ce type de prestations épargne un volume d'eau considérable : « *Un lavage en station haute pression, selon le CNPA, nécessite environ 55 litres d'eau, contre 300 litres pour un lavage domestique au tuyau d'arrosage. Le nettoyage sans eau emploie moins de 5 litres, une quantité incluant l'eau contenue dans les produits et celle nécessaire au lavage des lingettes* », détaille Laurent Corbellini, directeur marketing d'ALD Automotive France.

Le recours à des produits biodégradables et écologiques constitue également l'une des pistes explorées par les prestataires pour rendre l'étape du lavage des véhicules toujours plus respectueuse de l'environnement. À titre d'exemple, CosmétiCar crée ses propres produits de lavage et d'entretien dans son laboratoire. « *Tous nos produits sont biodégradables. Nos lingettes en microfibre se réutilisent et n'engendrent aucun rejet dans l'environnement* », argumente Florian Benoit, directeur de la marque en France.

Source : www.flotauto.com, juillet 2013

Flotte auto : passez à une conduite verte.

C'est bon pour la planète, c'est bon pour vos salariés, c'est bon pour votre image... et peut être même pour votre portefeuille : voitures électriques, formation à l'éco-conduite, lavage sans eau...

Quand la RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) s'en mêle.

Depuis le début de ce siècle, une révolution s'est opérée : la RSE n'est plus subie ni plaquée dans la stratégie de l'entreprise, mais au centre des nouveaux business modèles.

La gestion d'entreprise doit être repensée et tant les ONG (organisations non gouvernementales) que les lanceurs d'alerte ont largement contribué à initier cette démarche.

En cela, la COP 21 représente une opportunité pour ces entreprises et suscite des attentes très fortes.

Source : d'après www.lesechos.fr, 10 novembre 2015

Annexe 6 : Des comportements de consommation différents.

En 8 ans, la répartition entre le lavage à domicile et chez un professionnel s'est inversée. En 2000, 54 % des automobilistes lavaient à domicile ; actuellement, ils sont 55 % à se rendre chez un professionnel pour le lavage de leur véhicule. D'après une étude réalisée par l'enseigne Eléphant Bleu, 40,5 % des automobilistes se rendant chez un professionnel sont des consommateurs exclusifs du lavage haute pression, 26,7 % consommateurs exclusifs du lavage brosse et seulement 1,1 % du lavage à la main fait par un professionnel. 31,7 % des consommateurs sont des clients fluctuant entre les différents modes de lavage.

La fréquence de lavage est de 6,2. Au vu des tarifs pratiqués par les professionnels du lavage sans eau, à partir de 15 € pour la carrosserie, la clientèle particulière sur cette niche est naturellement aisée. « *On vient nous voir pour vendre sa voiture* » indique Corinne Desurmont, responsable communication de Sineo.

Sources : d'après sites automobiles et www.succesfee.fr

Annexe 7 : Toujours plus de services pour les clients.

L'offre de services s'est de fait étendue : les professionnels du secteur misent sur le nettoyage intérieur des véhicules, la rénovation des optiques de phare, celle des plastiques, ainsi que sur le polissage et le lustrage des carrosseries. Et tandis que les centres de lavage classique se dotent d'aspirateurs ou de bornes de gonflage de pneumatiques, les centres mobiles forment leurs équipes à fournir des prestations de contrôle des pneumatiques, des niveaux d'huile, de lave-glace ou encore de liquide de refroidissement.

« Toutes ces prestations vont aujourd'hui de pair avec le lavage. L'idée est de toujours faciliter la gestion du parc du client avec un seul interlocuteur pour le plus grand nombre de prestations », résume Jérémie Richard, pour Écolave. Par le biais de ces services annexes, les enseignes ont aussi su, au fil des années, accroître le montant du panier moyen de dépenses qui s'établit à environ 70 euros HT par véhicule – un chiffre qui fait l'unanimité chez les prestataires.

Si ces services présentent un coût indéniable, ils contribueraient aussi à limiter les frais de remise en état d'un véhicule lors de sa restitution ou de sa revente. Ce que souligne Laurent Corbellini pour ALD Automotive : *« Prendre soin de son véhicule a automatiquement un impact sur son coût d'utilisation. Toutes ces prestations concourent à une augmentation de la valeur marchande d'un véhicule d'occasion, mais aussi à une optimisation des frais de restitution, une somme qui peut être parfois importante ».* *« Depuis que nous faisons appel aux services d'Écolave, nous avons constaté que le stock de véhicules d'occasion s'écoule plus rapidement »,* confirme François Aubin, concessionnaire Mercedes.

Source : www.flotauto.com, juillet 2013

Annexe 8 : Écowash Mobile France a enrichi son savoir-faire.

Le concept d'Écowash Mobile France est unique : le lavage sans eau à la main du véhicule est aussi l'occasion de rencontrer le client et de lui offrir des services.

Le lavage du véhicule sans eau permet d'économiser à chaque lavage 200 litres d'eau et 3,5 kg de CO₂ (95 % des prestations sont directement réalisées sur le site des entreprises). Au total, en 2014, ce sont 12 millions de litres d'eau potables qui ont été économisés.

Cette technique utilise un composé de polymère exclusif qui soulève la saleté en surface sur la peinture et l'encapsule dans un lubrifiant. La saleté est alors enlevée à l'aide d'un tissu doux, sans une seule goutte d'eau et sans la moindre rayure. Les produits utilisés sont issus de 17 années de recherche et développement et sont biodégradables.

La voiture est nettoyée et lustrée par une couche polymère enlevée avec un tissu propre pour révéler une surface brillante, protégée. La voiture nettoyée bénéficiera pendant 4 à 6 semaines d'une couche protectrice la préservant des effets néfastes de l'environnement.

Écowash Mobile France a su faire évoluer son concept de lavage écologique de véhicules vers un nouveau concept tout à fait ancré dans le contexte actuel. Il s'agit de « Wash & Check », une offre qui allie au lavage le contrôle de l'état du véhicule via un logiciel de collecte de données très élaboré. Écowash Mobile France est le seul acteur du marché à proposer ce service.

À chaque lavage, ce sont au minimum 25 données qui sont collectées. Ce procédé a rapidement rencontré le succès, car il permet à la fois de personnaliser le traitement de données – un tronc commun de données est contrôlé, tels que l'état du pare-brise, des essuie-glaces, etc. auxquels s'ajoutent tous les indicateurs souhaités par le client, comme le suivi de son assurance par exemple – et de prévenir le client à distance, via un système d'alertes. Cette prestation correspond parfaitement à la clientèle professionnelle, qui a besoin d'avoir rapidement et régulièrement une bonne vision de l'ensemble de son parc de véhicules.

En effet, une entreprise devant gérer une flotte de véhicules sur plusieurs sites peut en perdre la visibilité. Elle s'expose ainsi à trois problématiques : un véhicule est source de coût (par exemple, un choc non traité peut entraîner le changement total du pare-brise et ainsi des surcoûts qui

auraient pu être évités avec une intervention en amont), source de risque pour le conducteur et vecteur de l'image de l'entreprise.

« Pour certaines entreprises clientes, connaître au mieux son parc de véhicules, c'est optimiser sa gestion. Par exemple, les pneus de telle voiture sont sous-gonflés et entraînent une surconsommation de carburant par le conducteur... Ou encore telle vignette d'assurance n'a pas été changée... Ce sont autant d'informations que nous pouvons faire remonter au gestionnaire ou au chef d'entreprise », détaille Olivier Couly, le directeur général d'Écowash Mobile France.

Les professionnels constituent le cœur de cible d'Écowash Mobile France qui est le seul prestataire de service de nettoyage automobile à prendre en charge des flottes de plus de 5 000 véhicules.

Les informations recueillies sur le véhicule traité sont mises à disposition des clients sur un extranet dédié personnalisé. Ainsi, les clients ont accès en ligne et en temps réel à l'état de celui-ci. Cette collecte de données est transformée en service à forte valeur ajoutée pour le client final car elle fournit de précieuses informations sur :

- l'état du véhicule : bosses, rayures, impacts vitrages, kilométrage, état des logos, etc. ;
- la sécurité du véhicule : état et pression des pneus, état des essuie-glaces, niveau du liquide de lavage des glaces, état du kit de sécurité, etc. ;
- les coûts d'entretien : état du carnet d'entretien, anomalies sur les voyants, les niveaux, etc. ;
- d'autres informations diverses sur les échéances d'assurance par exemple.

D'autre part, ce service permet d'augmenter la valeur de revente des véhicules.

À chaque lavage, ces données sont rafraichies et enrichies. Le nombre de véhicules « wash & checkés » était de 41 220 en 2014, soit une progression de 26 % par rapport à 2013.

En 2014, le chiffre d'affaires de l'entreprise se répartissait de la façon suivante : 90 % pour l'activité de lavage et 10 % pour le service de « data ». Le panier moyen était de 50 €. En 2017, la data devrait contribuer à 25 % du chiffre d'affaires et le panier moyen attendu est de 80 € selon les prévisions.

Écowash Mobile France continue à faire évoluer son offre en proposant en 2015 un nouveau service innovant destiné aux gestionnaires de flottes automobiles : la carte Wash & Check. Assignée à une immatriculation, elle permet d'assurer le suivi des contrôles et l'évolution de l'état du véhicule. Cette carte propose entre 4 à 12 lavages et contrôles d'état sur un an. « D'ordinaire, les salariés-conducteurs ne font pas attention à leur voiture, ce qui peut stresser le gestionnaire de flotte ou du moins compliquer son travail. Nous vendons donc à ce dernier un nombre de cartes précis chargé de 10, 12... lavages par an, qu'il confie lui-même à son personnel roulant » précise Olivier Couly, directeur général d'Écowash Mobile France.

Enfin, Écowash Mobile France a obtenu la certification qualité « Qualicert » établie par la société SGS, leader mondial dans l'industrie de l'inspection, la vérification, le test et la certification. Écowash Mobile s'est montré à la hauteur des engagements du référentiel de certification, notamment au niveau de la protection de l'environnement, de la prise en compte des attentes clients, de la qualité du service rendu.

Source interne

Annexe 9 : Le parc automobile (Nombre de véhicules) et les immatriculations en Europe.

	Parc automobile 2013	Parc automobile 2014
Europe des 28	295 552 000	299 354 000
Belgique	6 241 000	6 328 000
France	38 200 000	38 408 000
Allemagne	47 015 000	47 648 000
Royaume-Uni	36 468 000	37 114 000
Espagne	27 155 000	27 115 000
Italie	41 830 000	41 946 000
Portugal	5 753 000	5 695 000
Luxembourg	405 000	416 000
Pologne	22 850 000	23 671 000

Source : OICA (Organisation internationale des constructeurs automobiles)

Immatriculations		
8 mois Août 15	8 mois Août 16	Variation (en %)
9 056 366	9 787 760	8,1
355 797	382 634	7,5
1 256 666	1 333 630	6,1
2 135 459	2 257 781	5,7
1 634 369	1 680 799	2,8
714 066	794 629	11,3
1 066 454	1 251 806	17,4
125 643	144 907	15,3
32 651	35 815	9,7
230 985	270 313	17

Source : Comité des constructeurs français d'automobiles, septembre 2016

Annexe 10 : Les Européens et la consommation responsable.

D'après un sondage réalisé par l'Observatoire Cetelem en 2013 auprès d'un échantillon de 6 500 personnes interrogées par Internet dans 12 pays européens, il apparaît que 55 % des Européens affirment avoir une conduite éthique et être préoccupés par les questions environnementales. Plus précisément, 54 % des Italiens, 53 % des Français, 47 % des Espagnols, 45 % des Anglais, 54 % des Portugais et 55 % des Allemands sont prêts à payer plus cher des produits et marques, soucieux de l'éthique et du développement durable. 93 % des Européens veillent à limiter sa consommation d'eau, d'électricité et de carburants.

Source : l'Observatoire Cetelem, 2013

Annexe 11 : La reprise du marché automobile européen.

En mars 2015, les immatriculations européennes ont augmenté de 10,6 % par rapport à mars 2014, selon les données publiées par l'Association des constructeurs européens d'automobiles, le 16 avril 2015. Tous les pays européens participent à la reprise du marché, même l'Europe du Sud qui a été plus marquée par la crise économique. Ainsi, les marchés espagnol et portugais de l'automobile ont connu une croissance de plus de 40 %, l'Italie 15 %, l'Allemagne et la France 9 %. Le Royaume-Uni enregistre depuis 37 mois consécutifs une progression des immatriculations. La plupart des marchés européens sont en train de rebondir par rapport à 2014 qui a été une mauvaise année, notamment dans les pays du Sud (Espagne, Italie, Portugal...). L'amélioration des perspectives économiques a aussi provoqué une reprise des ventes de véhicules aux entreprises. En France et en Allemagne, ce segment a porté la croissance du marché automobile. De même, en Allemagne, en France, en Italie et en Espagne, les ventes aux loueurs de courte durée, aux garages et aux concessions restent fortes.

Source : le Monde Économie, 16 avril 2015

Annexe 12 : L'Europe est en train d'épuiser ses principales ressources en eau.

Bien que l'Europe ne soit pas un continent aride, l'approvisionnement en eau est désormais un problème pour presque la moitié de la population de l'Union européenne (UE). La Bulgarie, la Belgique, l'Espagne, l'Italie, Chypre et Malte exploitent aujourd'hui plus de 20 % de leurs ressources à long terme par an, et Chypre, qui a connu une période de grande sécheresse, a utilisé bien plus de 40 % de ses ressources renouvelables.

Source : www.ec.europa.eu/environment/water/quantity/, commission européenne, Union Européenne, 2011

Annexe 13 : La location longue durée ne connaît pas la crise.

La flotte automobile gérée par les loueurs longue durée, tels que les filiales des banques, les acteurs indépendants et les départements spécialisés des constructeurs automobiles a connu une croissance en 2014 de plus de 4 %. Les loueurs longue durée contribuent ainsi à dynamiser le marché de l'automobile. En France, ils représentent 62 % des achats de véhicules pour le compte des entreprises. La location longue durée constitue un mode de financement et de gestion très appréciée des entreprises. D'un point de vue comptable tout d'abord, car les véhicules ne figurent pas à l'actif de leur bilan et les loyers comptabilisés dans leurs dépenses permettent de réduire l'assiette imposable. De plus, ce mode de financement permet de changer fréquemment de voitures et de bénéficier ainsi des dernières nouveautés des constructeurs automobiles. N'étant pas propriétaires des véhicules, les entreprises ne supportent pas le risque d'une forte dépréciation du véhicule à la revente. Enfin, elles profitent de leur fort pouvoir de négociations compte tenu de leur puissance d'achat pour obtenir des conditions commerciales privilégiées auprès des loueurs.

Pour Arval, filiale de BNP Paribas, ALD Automotive, filiale de la Société Générale, le Royaume-Uni et l'Italie constituent les deux plus gros marchés après la France. L'Allemagne complète ce trio pour Ald Automobile.

Source : www.lemonde.fr, 7 avril 2015

Annexe 14 : Les Européens et le lavage auto.

L'Allemand aime laver sa voiture, tout comme le Suisse, alors que le Français est moins préoccupé par cette activité. L'Espagnol aime que sa voiture brille et l'Italien en prend très régulièrement soin.

En Allemagne, « le lavage automobile à domicile est tout simplement interdit, pour des raisons environnementales. En conséquence, la fréquence d'utilisation de stations de lavage automatiques est deux fois plus élevée qu'en France, dépassant les 13 passages par an, là où on atteint 6,2 passages annuels dans l'Hexagone » indique Marc David, journaliste spécialisé au *Journal de l'Automobile*.

Source : *Equip auto*, juin 2011

Annexe 15 : Quelques chiffres clés de l'économie de l'Union Européenne (extrait).

Pays	Taux de croissance du PIB réel (en %)		PIB par habitant (en € PPA ²)		Taux de chômage standardisé (en %)	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
France	0,7	1,2	29 380	30 300	10,3	10,4
Allemagne	1,6	1,5	34 000	35 820	5	4,6
Belgique	1,3	1,4	32 380	33 730	8,5	8,5
Espagne	1,4	3,2	25 070	26 570	24,5	22,1
Italie	0,2	0,6	26 460	27 320	12,7	11,9
Portugal	0,9	1,6	21 450	22 420	14,1	12,6
Royaume-Uni	3,1	2,2	30 010	31 240	6,1	5,3
Union Européenne	1,6	2,1	27 390	28 720	10,2	9,4

Source : Eurostat in « Zone euro : Principaux indicateurs économiques et financiers », Banque de France, 31 octobre 2016

² Les données du PIB sont converties en euros à l'aide des parités de pouvoir d'achat (PPA), afin d'éliminer les différences de niveaux de prix nationaux.

Annexe 16 : Le cadre réglementaire : préserver les besoins vitaux et l'environnement.

Au niveau européen, deux directives concernent la préservation de l'eau dans son milieu naturel :

- La directive cadre sur l'eau de 2000, modifiée en 2008, impose aux États membres de l'UE de veiller à la non-dégradation de la qualité des eaux et d'atteindre d'ici à 2015 un bon état général des eaux, notamment souterraines.
- La directive 2006/118/CE, adoptée par le Parlement européen et le Conseil, vise à protéger les eaux souterraines de tous types de pollution ou détérioration.

Source : *Lavage automobile responsable* – CNPA.

Annexe 17 : Écowash Mobile France : des services adaptés aux besoins.

Choisissez la formule qui vous convient !

« Mobile et flexible, nous assurons la prestation qui vous convient : Wash & Check (lavage + contrôle d'état du véhicule), audit de parc de véhicules, extranet, désinfection de véhicule, sécurisation..., et ce, quel que soit l'endroit où se trouve votre véhicule. »

- **Wash** : Vous choisissez votre formule selon vos besoins : Écowash intérieur, Écowash premium (intérieur & extérieur), préparation véhicule occasion, revente, restitution...
- **Wash & Check** : C'est l'association du lavage auto et du contrôle d'état du véhicule. Notre contact privilégié avec le véhicule nous permet de relever pour vous des anomalies, sources de risques, de coûts et d'usages biaisés : pneus blessés, impact pare-brise, kilométrage, voyants... La liste est personnalisable. Vous allez enfin rouler avec un véhicule propre et sûr !
- **Options** : Désinfection de l'habitacle du véhicule, des conduites de climatisation, convoyage, démoustiquage, traitement cuirs, polissage pour effacer les rayures, destruction d'odeurs... Choisissez les options nécessaires et confiez vos véhicules aux mains de nos experts.
- **Extranet Client** : Nous serons vos yeux à la place de vos yeux. Nous créons à votre demande un extranet vous permettant d'accéder en quelques clics et en temps réel au suivi des interventions, à l'état précis de vos véhicules. Vous avez une vision centralisée de votre parc et détaillée par véhicule. Vous gagnez en temps, en visibilité et faites des économies.
- **Audit d'état – Pré-diagnostic** : Que vous soyez gestionnaire de flottes de véhicules, responsable de parc, loueur, TPE, PME, grand compte, assureur, réparateur, nous assurons un contrôle d'état du véhicule à chaque prestation et nous vous informons d'une anomalie, d'un besoin, d'une action préconisée.

La carte Wash & Check

La carte Wash & Check 4 4 lavages / an de 60 min chacun	• Pression des pneus, niveau du lave glace ajusté, vérification du niveau d'huile ; • 10 points de contrôle, relevé du kilométrage ; • Rapport par e-mail.
La carte Wash & Check 6 / 8 / 10 / 12 lavages / an de 60 min chacun	• Tous les services de la carte 4 ; • Rapport par Excel ; • Accès extranet.
La carte Wash & Check + sur mesure	• Tous les services de la carte 4 ; • Nombre de lavages adaptés à vos besoins ; • Définissez vos points de contrôle ; • Accès extranet.

Annexe 18 : Le prix du lavage intérieur et extérieur en euros chez Écowash Mobile France et quelques concurrents.

Écowash Mobile France ⁽¹⁾

Wash 30'	Wash 60'	Wash 90'	Wash + options
Intérieur ou extérieur 25 € TTC	Intérieur et extérieur 45 € TTC	Intérieur et extérieur 65 € TTC	Démoustiquage, dégoudronage, soin cuir, etc. 1 € TTC la minute

(1) Prix publics proposés sans déplacement, sur site fixe (centre commercial par exemple)

Cosmeticar

Catégorie A : citadines (Clio, 206, Mini ...)	Catégorie B : berlines (Mégane, 307, C4...)	Catégorie C : routières (Laguna, 607...)	Spéciale : 4x4, breaks, monospaces, supercars...
50 € TTC	60 € TTC	70 € TTC	80 € TTC

Clean & Bio

Compactes	Routières	Grandes routières	Routières XXL / luxe
50 € TTC	60 € TTC	70 € TTC	80 € TTC

Mister Clean Cars

	Citadines	Berlines	4x4, monospaces, breaks
Forfait premium	50 € TTC	55 € TTC	60 € TTC
Forfait excellence + rénovation esthétique et polish	125 € TTC	145 € TTC	165 € TTC

Catégories A, B, C, D, berline, break, véhicule utilitaire, avec ou sans option comment s'y retrouver dans la jungle des prix des services de lavage sans eau ?

Parce qu'il est difficile de comprendre les bases d'un tarif d'une prestation réalisée sans eau Écowash Mobile France a inventé le lavage sur forfait de temps, et en a déposé son concept pour le protéger. Ainsi un Wash30 correspond à 30 minutes d'intervention, un Wash60 correspond à 60 minutes d'intervention, etc.

Finis les conflits sur le type de véhicule, finie l'interprétation de l'utilité ou non d'une option, finies les attentes à la reprise du véhicule. Avec cette offre, le client fait son choix de forfait en fonction de l'état de son véhicule et de la qualité de finition qu'il souhaite et ceci quel que soit le véhicule. Pour les professionnels, c'est aussi une facilité de planification de la prestation dans leur agenda, une maîtrise des budgets facilitée. Pour les partenaires revendeurs c'est également un service très facile à proposer à leurs clients.

Sources : d'après sites des différents concurrents

Annexe 19 : Qui parle d'Écowash Mobile France ?

- **De facebook à twitter, les réseaux se mobilisent.**

Publications partagées entre franchisés des régions et Écowash Mobile France, vidéos présentant le concept et les services de la marque, l'actualité du réseau est commentée et largement diffusée. Les vidéos de Youtube sont par ailleurs partagées.

Un exemple sur facebook Écowash Mobile France :

« Le lavage auto à l'ère du digital ! Écowash Mobile France, startup française, révolutionne le marché du lavage auto grâce à des tablettes connectées en 4G !

Au travers de son service Wash & Check, elle déplace l'entretien écologique des véhicules chez les clients et utilise les nouvelles technologies pour effectuer des diagnostics sur leur parc automobile.

Un acteur majeur de la location longue durée utilise Wash & Check dans son service « Auto Partage » et nous montre que cette transformation digitale est en marche. »

Sur tweeter, la presse et/ou les sites spécialisés voient leur messages « retweetés » comme par exemple, ceux des sites suivants : Les échos automobiles, L'automobile propre, Entreprendre, etc. L'actualité du marché du lavage écologique a toute sa place via des articles partagés : une communauté émerge autour de la problématique « Automobile et protection de la planète ».

Sources : d'après réseaux facebook et tweeter

- **La presse locale... se fait l'écho de l'offre d'Écowash Mobile France**

« Écowash, le partenaire de votre mobilité »

Migennes ville touristique, Migennes et sa gare, Migennes et son port. Maintenant Migennes et son service de location de voitures sur votre point d'arrivée avec CarGo³. Des véhicules impeccables dédiés aux touristes et aux Icaunais⁴ dans une gamme de prix concurrentielle.

Depuis cet automne, Écowash est aussi votre interlocuteur en matière de location de véhicules avec CarGo, un réseau national au service du Centre-Yonne. En contribuant activement à l'implantation de cette entreprise sur son territoire sans dépenser quelques millions d'euros, le maire de Migennes offre de la mobilité à sa ville... Un bel exemple d'entreprise intégrée dans la vie locale.

Source : www.yonne-media.fr, 13/10/2015

- **D'heureux partenariats.**

Écowash Mobile s'associe à Natureo pour le Téléthon

Le réseau Écowash Mobile France sera partenaire du magasin Natureo de Corbeil-Essonnes ce week-end afin de récolter des fonds en faveur du Téléthon.

Le spécialiste du nettoyage écologique de véhicules proposera ses prestations tout au long de la journée du 8 décembre, de 8 h à 19 h, sur le parking du supermarché bio. Pour chaque lavage, 5 € seront reversés au Téléthon.

Heureux de cette association de deux enseignes œuvrant pour l'écologie, Olivier Couly, directeur Général d'Écowash Mobile France souhaite voir se « multiplier les actions qui favorisent l'insertion, l'intégration sociale des personnes en difficulté ou que parfois la maladie écarte d'une vie normale » dans son réseau.

Source : <http://www.toute-la-franchise.com>.

³ CarGo : loueur de voitures, d'utilitaires et de camions.

⁴ Habitants du département de l'Yonne

Annexe 20 : Écowash Mobile France, première franchise à marier écologie et numérique avec succès !

L'innovation et le développement de nos services en réponse aux besoins du marché sont les fers de lance d'Écowash Mobile France. Nous prenons en compte l'évolution des nouvelles technologies et les intégrons dans l'ensemble de notre processus : une application smartphone, une utilisation de tablettes par nos franchisés, un back office performant, etc. Devenir franchisé Écowash Mobile France, c'est intégrer une grande famille, apprendre un métier, devenir entrepreneur tout en bénéficiant de l'appui constant de notre tête de réseau : formations, développements, apport de contrats nationaux, apport d'outils marketing etc.

Dans une interview accordée aux Échos de la franchise, Olivier Couly précise que « l'accompagnement apporté aux adhérents s'incarne tout au long de la durée du contrat de franchise, et est particulièrement soutenu lors de la phase de démarrage. Écowash Mobile France est un organisme de formation agréé. Aussi, la formation dispensée à chaque nouveau franchisé est complète et se compose de 15 jours de formation initiale ainsi que de « deux universités » d'une durée de deux jours chacune organisées lors de la première année. Le réseau met également à la disposition de tous un extranet dédié à l'accompagnement du candidat, sur lequel se trouvent plusieurs documents pour aider notamment à l'élaboration du business plan ou au montage du dossier financier. Sur ce dernier point, Écowash Mobile France est allé plus loin et propose aux nouveaux franchisés un « coaching banque ». Aujourd'hui, l'approche a changé et nous avons conscience qu'il est essentiel de rassurer le banquier. Nous anticipons donc les questions qu'il posera au futur franchisé lors de l'entretien et ainsi préparons ce dernier à y répondre efficacement. »

Source : franchise-ecowash.fr

Annexe 21 : Écowash Mobile France lance un nouveau modèle de franchise : une nouvelle offre adaptée au profil des agglomérations françaises.

« En complément du modèle de franchise actuel, Écowash Mobile France lance une franchise adaptée aux agglomérations de 50 000 habitants. Ce modèle conserve les mêmes atouts, outils, supports que la franchise régionale, mais avec un droit d'entrée à 9 800 € à comparer aux 19 500 € pour une zone de 250 000 habitants. Certains candidats à la franchise peuvent donc accéder plus facilement à notre enseigne, ou construire leur zone avec plus de souplesse sur plusieurs agglomérations.

L'apport minimum requis est seulement de 4 000 €, une belle opportunité à saisir ! »

Source : franchise-ecowash.fr octobre 2015

Annexe 22 : Le service Wash & Check.

Ce service supplémentaire permet aux adhérents de dégager une marge forte et d'accroître leur chiffre d'affaires, pour l'instant généré à 90 % par le lavage automobile.

Pour la collecte de données, le service est facturé en moyenne 11,25 € par véhicule et le temps de collecte ne prend que 3 minutes. De plus, il sera aussi facturé au client 135 € par mois d'accès à l'extranet.

Source interne

Annexe 23 : Les conditions d'adhésion au réseau Écowash Mobile France.

Type de contrat : Franchise.

Durée de contrat : 5 ans, renouvelable

Licence exclusive (droit d'entrée) :

- 9 800 € pour les zones de 50 000 habitants
- 19 500 € pour les zones de 250 000 habitants

Commentaire sur la licence exclusive :

Elle correspond à un actif incorporel amortissable sur la durée initiale du contrat selon un mode linéaire.

Le droit d'entrée comprend : une exclusivité de zone, la préparation de la voiture, une formation sur 11 mois, un manuel d'expert de 300 pages, un Ipad, une campagne de prise de rendez-vous auprès des concessionnaires automobile et des grandes entreprises de votre zone, des partenariats avec des prescripteurs, un abonnement d'un an au magazine flotte auto, contrats nationaux, une aide à la construction du projet.

Le pack assistance offre, pour 100 € HT par mois la première année : l'accès au logiciel de suivi clients, les tableaux de bord, le call center du 0800, un abonnement 4G (Ipad) et un lecteur code barre pour suivre vos marges

Redevance d'exploitation :

- 350 € par mois

Commentaire sur la redevance d'exploitation :

Elle est perçue à partir du 4^{ème} mois d'exploitation de la première année.

Redevance publicitaire :

- 2 % du chiffre d'affaires annuel.

Formation à la charge du franchisé :

- 6 000 € HT la première année.

Apport personnel minimum

- 4 000 € pour les zones de 50 000 habitants
- 8 000 € pour les zones de 250 000 habitants

Type d'emplacement : Concept avec unités mobiles (Aucun besoin de local pour démarrer).

Source interne

Annexe 24 : Éléments chiffrés extraits du simulateur de revenus d'un franchisé Écowash

Éléments liés à l'équipement		
		Commentaires
1 véhicule		Mode de financement : crédit-bail
Achat d'une machine à laver	400 € HT	« Les entreprises sont autorisées à comprendre parmi leurs charges immédiatement déductibles le prix d'acquisition des matériels et outillages d'une valeur unitaire hors taxes n'excédant pas 500 €. » source : impot.gouv.fr
Achat d'un sèche-linge	400 € HT	
Achat d'un injecteur-extracteur karcher puzzi100	400 € HT	
Achat d'un aspirateur karcher	250 € HT	
Éléments liés à l'activité		
		Commentaires
2 techniciens		Le franchisé et un employé. L'employé est embauché à partir du septième mois de l'année 1.
Salaire brut mensuel de l'employé	1 466,62 €	Le franchisé n'est pas salarié.
Charges sociales patronales	10 % du montant du salaire brut	
Taux horaire moyen facturé par technicien (HT)	45 €	
Temps moyen d'une prestation	90 minutes	
Nombre moyen d'heures facturées par mois la première année	131 h	La première année d'activité, il est nécessaire de tenir compte du temps nécessaire passé en prospection commerciale. Mais à partir de l'année 2, on peut estimer qu'en moyenne chaque technicien réalisera 121,5 heures par mois pour « Écowasher ».
Nombre moyen d'heures facturées par mois et par technicien la deuxième année	121,5 h	
Frais annuels liés au véhicule (montant HT)	5 520 €	Ces frais comprennent la redevance de crédit-bail, le forfait entretien, le changement des pneus, l'assistance et le forfait carburant.
Documentation et outils marketing (montant annuel HT)	1 485 €	
Prix d'achat HT d'un flacon de produit de lavage Écowash	8,78 €	1 flacon permet de laver en moyenne 5 voitures.
Coûts annuels liés à l'assurance, téléphone, internet (montant HT)	3 460 €	
Frais annuels de gestion (montant HT)	2 880 €	
Frais annuels divers (montant HT)	1 800 €	
Variation de stock de produits de lavage Écowash		Impact négligeable sur le résultat d'exploitation.

Source interne

Annexe 25 : Extrait du business plan Écowash Mobile France - Année 1.

Ces revenus sont établis sur une moyenne obtenue dans d'autres pays et adaptée à une structure de coûts français.

Cette estimation dépend de nombreux facteurs et ne représente en aucune manière un engagement de la part d'Écowash Mobile.

Il est de la responsabilité de chaque candidat d'établir ses propres estimations avant de conclure un contrat de franchise.

Taux horaire moyen facturé par technicien
--

45,00 € HT

Mois	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
Heures facturées	25	100	100	115	115	131	131	152	152	175	175	201	1 572

Source interne

Annexe 26 : Des témoignages de clients...

Un agent de voyage : « Donner ses clés sur son lieu de travail et retrouver son véhicule lavé 30 minutes plus tard est un atout majeur : le résultat est impeccable et le temps gagné n'a pas de prix. »

Une cliente heureuse : « Tout est parti d'un contact avec le centre d'appels. J'ai demandé un lavage de mon automobile car je rentrais de vacances et n'avais pas le temps de le faire moi-même. Ils sont intervenus sur mon lieu de travail. Le résultat a dépassé mes attentes avec un temps précieux gagné, une remise en état des points de sécurité, un rappel sur ma vignette d'assurance à changer, une révision prochaine à ne pas rater, etc. »

Un concessionnaire : « Notre métier vit une véritable mutation. Les concessions se regroupent, les ventes sont variables et les coûts fixes deviennent une charge qui ne suit pas les ventes. C'est notamment le cas de la préparation auto, que ce soit celle des véhicules d'occasion ou des véhicules neufs. Ce qui m'a attiré avec Wash & Check c'est la qualité de leur prestation, ils sont d'ailleurs les seuls à avoir une certification qualité, mais aussi leur flexibilité, leur capacité à être mobile pour aller d'une concession à une autre, et leurs outils de suivi que j'ai sur mon PC. »

Une conciergerie : « QVST, c'est la Qualité de Vie et Santé au Travail, et c'est une bonne façon de fidéliser nos employés et d'améliorer notre productivité. C'est lors du déménagement de nos locaux que nous avons réfléchi à la mise en place de services aux employés au sein de l'entreprise. Après une petite enquête interne, nous avons noté que le lavage de véhicules était un service très attendu. Nous avons sollicité Écowash qui a pris en charge la mise en place du service. »

Des loueurs longue durée : « Nous louons des véhicules sur des moyennes et longues durées. Le loyer prend en compte une hypothèse de VR (valeur de revente) à la fin du contrat de location longue durée. Les clients sont difficiles et coûteux à acquérir. Aussi, nous souhaitons installer une relation durable lors du renouvellement de véhicule. Grâce aux services Wash & Check, nous avons pu enrichir notre offre de services destinée à nos clients. Nous avons une meilleure connaissance de l'usage des véhicules, de l'évolution de leur état et nous suivons la fiabilité de notre hypothèse de VR de départ. La certification qualité et la couverture nationale d'Écowash ont été déterminants dans le choix de notre partenaire. »

Une copropriété : « C'est tous les samedis que l'expert Écowash vient assurer une présence sur le parking de notre résidence. Ce rituel fait maintenant partie de la vie de notre copropriété et a un vif succès. Un espace est réservé à cette prestation le samedi. Que ce soit pour un nettoyage simple, un nettoyage avant revente de sa voiture, un lavage avant un événement de famille, un retour de vacances, les occasions de solliciter un « Wash & Check » sont nombreuses et récurrentes. Certains sont également covoitureurs et profitent de ce service pour assurer un vrai service de covoiturage en toute confiance. »

Un gestionnaire de flotte : « C'est un article dans la presse qui a attiré notre attention. Il était présenté la possibilité d'un contrôle d'état du véhicule réalisé lors des lavages de véhicules. C'est justement un sujet qui nous préoccupait et nous avons demandé il y a un an à notre chef des ventes de faire le contrôle des véhicules de leurs commerciaux. En effet, nous avons 42 véhicules et il est difficile de suivre l'état des véhicules et l'usage du crédit lavage sur la carte essence, ceci ayant des conséquences sur le TCO (coût d'usage du véhicule) et le coût de la restitution au loueur qui est souvent une surprise désagréable. Le service Wash & Check que nous avons souscrit a résolu tous nos problèmes. Les services Wash & Check intègrent la planification des prestations en phase avec notre budget, le suivi des véhicules et nous avons déjà profité d'alertes sur l'état des pneus notamment, qui ont probablement évité des sinistres. Et tout ceci avec un suivi en ligne. C'est le lavage connecté ! »

... et d'autres parties prenantes.

Les assureurs : La loi sur la consommation, dite « loi Hamon », a instauré de nouvelles règles qui assouplissent la procédure de résiliation d'un contrat d'assurance. L'objectif : permettre à l'assuré de mieux faire jouer la concurrence en vue de faire baisser les prix du marché. Il devient donc essentiel de fidéliser leur client et de se différencier. Proposer les services Wash & Check leur permet de répondre à ces enjeux.

Les sites de covoiturage : Mise en place d'un label Écowash Mobile destiné aux personnes qui proposent du covoiturage. Ce label leur permet d'assurer une meilleure fiabilité aux yeux des covoiturés (véhicule vérifié donc plus de sécurité).

Source : d'après Wash & Check.fr et des extraits de vidéos de www.e-vest.fr et de www.toute-la-franchise.com