

Reportage



STARC ET SES AXES DE DÉVELOPPEMENT

« Le French Wash se vend très bien à l'international ! »

La société a 22 ans mais son essor dans le monde du lavage est récent. Starc, reprise par l'actuelle gérante il y a une dizaine d'années, est l'heureuse productrice de Diamond Net, produit de lavage sans eau n°1 à L'argus depuis 2008. Sa commercialisation porte la société, qui fête d'ailleurs le 1^{er} anniversaire de sa boutique en ligne.

Fin 1999, quand Isabelle Prieux (*photo ci-contre*) et Zarzour Zidane reprennent Starc, la société végète depuis quatre ans. L'ex-dirigeant de cette PME lyonnaise a déjà recentré son activité sur d'autres secteurs et cherche à céder l'entreprise depuis plusieurs années. Avec ses cinq

salariés et ses trois millions de francs (457 350 €) de chiffre d'affaires, l'activité est équilibrée, mais la pente descendante. « *Il n'y avait plus de stratégie de développement, il fallait à la fois remobiliser les équipes et donner une direction* », se souvient Isabelle Prieux, repreneur surprise de la société.

Les deux actionnaires de Starc n'ont alors rien à voir avec le monde du lavage dans lequel opère la société. Isabelle Prieux est gestionnaire dans une agence immobilière, Zarzour Zidane vient de la grande distribution, et c'est un ami qui travaille dans le secteur automobile qui va attirer leur attention sur le dossier. « *On y a vu du potentiel, une belle endormie qu'on pouvait réveiller, mais pas sans efforts !* », commente celle qui devient la gérante, associée à parité.



Fin 1999, lors de la reprise de la société, le secteur automobile représente un quart du chiffre d'affaires, ventilé entre industriels, transporteurs, etc. Le plan de développement mis au point par l'expert comptable qui accompagne les repreneurs est ambitieux : il prévoit de doubler l'activité en trois ans. Développements, tâtonnements, passage à l'euro en 2002, l'objectif n'est pas atteint. « *On a dû revoir la stratégie* », explique Isabelle Prieux. Et c'est à la faveur

d'une commande qu'un nouveau cap va être fixé.

Starc est choisie par l'enseigne de lavage Autobella pour fournir au réseau du produit de lavage sans eau. « *Ça a été un premier déclic, on s'est dit qu'en étant un des premiers formulateurs en France à fabriquer ce type de produit, c'était un levier de croissance possible. A l'heure où les laveurs obtenaient des concessions dans des parkings, le lavage sans eau devenait incontournable*



Starc a déménagé à Saint-Bonnet-de-Mure en 2008.



Photos X D.R.

Diamond Net (avant et après usage), produit phare de Starc, est n°1 à L'argus depuis 2008.

ble ! ». Starc met l'accent sur la production et développe sa gamme autour de l'automobile avec la marque Diamond.

Elle ne représente alors que 10 % du chiffre d'affaires, mais Isabelle Prioux et Zarzour Zidane choisissent d'en faire leur axe de développement. « Pendant cinq ans, on a progressivement conquis des marchés, sans être encore convaincus que nous tenions la bonne stratégie, reconnaît la gérante. Notre intuition n'a été confirmée qu'en 2007, avec les sollicitations de Total et le début de l'export ».

Diamond Net, sésame vers la croissance

L'année 2007 est celle du Grenelle de l'environnement, favorable à toutes les solutions de lavage sans eau. Le sujet devient central, y compris dans le secteur du lavage automobile. « On a reçu de plus en

plus de demandes d'indépendants sur la manière d'utiliser nos produits et de lancer son activité », témoigne Isabelle Prioux, qui y voit alors un terrain de prospection idéal. Solliciter le client, c'est bien, le créer, c'est mieux !

Autour de la marque e-Starc, une offre de formation gratuite voit le jour. « A l'époque, quand quelqu'un voulait se lancer dans le lavage automobile, il n'avait pas beaucoup de choix. Vu les investissements nécessaires, il allait en général frapper à la porte d'un franchiseur et s'engageait pour cinq ans à reverser des royalties, à ne pas s'écarter du cahier des charges, etc. Nous avons voulu mettre au point une alternative en proposant une formation gratuite aux indépendants soucieux de se lancer à leur compte pour qu'ils deviennent ensuite clients ».

La contrainte pour le candidat à la formation est alors nulle : Starc parie sur

la qualité de son produit, Diamond Net, pour que le nouveau laveur reste fidèle à son premier fournisseur.

Sans l'imaginer à l'époque, Starc amorce une activité pérenne et devenue rentable. En 2008, c'est le pétrolier Total qui choisit l'entreprise lyonnaise pour les accompagner dans la création de cinq centres pilotes en région parisienne. Le contrat porte sur la formation du personnel, l'équipement des stations-service et le savoir-faire technique. Starc se voit propulsé sous les Champs-Élysées, dans le parking Georges V, où une station Total propose désormais du lavage sans eau. Un autre site, boulevard de Courcelles, a préféré conserver, parallèlement, un rouleau.

Avec Diamond Net, la société tient son sésame pour l'étranger : le produit lui ouvre les portes de l'international. « Nous avons reçu une demande

d'un client basé à Dubaï. Il avait vu une émission sur le lavage sans eau et la

Starc en cinq dates

1988 :
Création de l'activité dans la région lyonnaise.

1999 :
Reprise par Isabelle Prioux et Zarzour Zidane.

2007 :
Création des marques Diamond lavage sans eau autour du produit phare Diamond Net, et BioWash pour le Moyen-Orient.

2008 :
Déménagement à Saint-Bonnet-de-Mure et ouverture du centre de formation dédié à la préparation esthétique automobile.

2010 :
Lancement de la boutique en ligne www.lavagesanseau.com.

Reportage



STARC ET SES AXES DE DÉVELOPPEMENT

Isabelle Prioux, la gestion appliquée au lavage

Lyonnaise de souche, Isabelle Prioux n'avait pas de raison, a priori, de s'intéresser au monde du lavage. Des études de gestion la conduisent d'abord chez Comareg, éditeur de presse gratuite (69 Immobilier, 69 Affaires) pas encore racheté par les groupes Vivendi, puis Hersant.

Ensuite, c'est le virage vers l'immobilier. Isabelle Prioux travaille dix ans dans une agence et se forge une expérience solide. Quand un ami lui soumet le rachat possible de la société Starc, elle y voit « une opportunité » et, à 35 ans, se lance. Actionnaire à parité avec Zarzour Zidane, elle est la gérante de Starc depuis 1999.

France est réputée dans ce domaine. Il est tombé sur notre entreprise et nous a contactés ». L'homme est en fait un agent à l'affût de nouveaux marchés. Il fait venir un commercial Starc à l'occasion d'un salon à Dubaï et lui fait rencontrer un Saoudien, jusqu'à présent plutôt positionné sur le pétrole.

En une semaine, l'affaire est conclue : Al Barg General Trading devient le distributeur exclusif des produits Starc sur le Moyen-Orient, soit une dizaine de pays. « Il y a une vraie reconnaissance du savoir-faire français sur le lavage sans eau. Le "French Wash", comme ils disent, se vend très bien à l'international ». Al Barg commande 20 000 l chaque année.

Couronnement ultime, Diamond Net est élu n°1 par L'argus de l'automobile en 2008 (ainsi qu'en 2010, voir GL 35 p.4). C'est un

argument de plus pour développer sa commercialisation. L'accent est mis sur les professionnels mais Isabelle Prioux n'oublie pas le grand public.

Formation BtoB, distribution BtoC

L'expérience Total a conduit les deux actionnaires de Starc à professionnaliser leur approche de la formation. « Il a fallu rédiger un programme, élaborer des documents qui restent entre

les mains de l'apprenti après notre passage, etc. Et puis nous avons profité de notre déménagement, à l'automne 2008, pour nous agrandir et prévoir non seulement une salle de formation, mais surtout une aire de lavage pour les exercices pratiques ».

Le concept e-Starc devient un programme payant et le centre de Saint-Bonnet-de-Mure accueille jusqu'à 60 candidats chaque année. « Ce sont soit des laveurs qui ont obtenu un emplacement en parking et souhaitent donc se familiariser avec le lavage sans eau, soit, et c'est la très grande majorité, des indépendants mobiles qui créent leur activité de lavage sans eau ».

L'activité est hébergée au sein

de la holding. « A structure juridique différente, facturation différente ! Ça évite tout marchandage du type : formation gratuite contre l'achat de tes produits ! »

Cet effort de professionnalisation est allé jusqu'à la création d'un club des anciens de Saint-Bonnet-de-Mure. Lancé en novembre 2009, le réseau LSE est un label auquel peuvent adhérer les laveurs passés par le centre de formation Starc, moyennant 10 € HT par mois. « Ils s'engagent à utiliser nos produits et nous les favorisons : ils sont inscrits sur notre annuaire et peuvent se revendiquer du réseau LSE. C'est un moyen pour de nombreux indépendants de mieux se vendre ».

Le Diamond Net, notamment grâce à L'argus, est très populaire.



Isabelle Prioux (en rouge) et Zarzour Zidane (tout à droite), les deux repreneurs de Starc, entourés de leur équipe.



Un des prochains défis de l'entreprise consiste à placer ses autres produits de lavage dans le sillon du succès de Diamond Net.



En choquant les indépendants, Isabelle Prioux voit plus loin : le grand public ! Les produits Starc sont accessibles depuis mars 2010 sur le site www.lavagesanseau.com, qui permet d'acheter directement auprès de l'entreprise. Pour la gérante, il s'agit essentiellement « de rendre anonyme la commande, parce que de nombreux laveurs veulent tester le produit sans avoir à contacter l'entreprise, sans être relancés par un commercial. D'ailleurs, 60 % des commandes qui passent par la boutique

en ligne se transforment en ouvertures de comptes professionnels ».

Mais Isabelle Prioux imagine également ses produits en vente directe sur le lieu de lavage. Jusqu'à court-circuiter les laveurs ? Elle s'en défend. « Prenez le marché de la coiffure. Vous trouvez les produits L'Oréal partout, mais ce n'est pas parce que vous pouvez les acheter directement que vous n'irez plus chez le coiffeur. Parce que vous savez qu'une couleur ne sera jamais mieux faite que chez lui ! ». Dont acte.

La société a fini l'année 2010 sur un chiffre d'affaires de 750 000 €, soit le doublement espéré par les repreneurs lors du rachat de la société fin 1999. Et Isabelle Prioux estime que le marché français constitue encore un potentiel intéressant pour la société.

A l'international, les opportunités sont infinies... Mais « les journées ne font que 24 heures ! On commence par répondre aux besoins de nos clients avant de prospecter », conclut la gérante. ♦

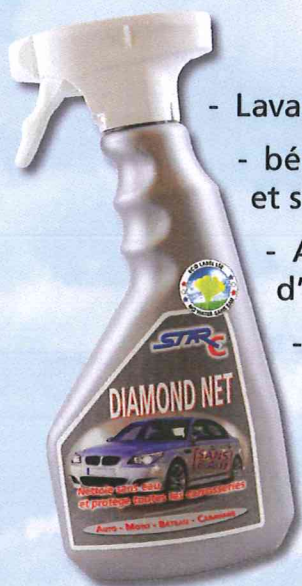
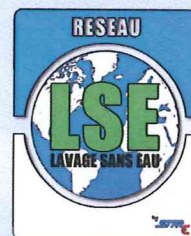
Mathilde CHOMEL

STARC®

Des produits innovants,
des solutions efficaces.

Rejoignez le réseau LSE
by STARC

le réseau des indépendants
du lavage sans eau



- Lavage sans eau mobile ou fixe
- bénéficiez des packs d'installation sans franchise et sans droit d'entrée
- Appui d'un réseau national et conseil d'un leader du marché
- Formation en préparation esthétique et smart repair

Pour tous renseignements
contactez-nous
par mail : Stephane.ortega@starc.fr
Tél : 04.72.93.92.95.
ou sur notre site www.reseaulse.fr

Nos formations sont assurées par LRMC
Centre de formation, déclaration d'activité N° 82 69 10178 69

le réseau L S E est animé par STARC EUROPE
STARC EUROPE – 210 route Nationale 6 – 69720 ST BONNET DE MURE – France
Tél : 04 72 93 92 94 – Fax : 04 78 49 43 72 – www.starc.fr