

La création d'une station de lavage

Description

Une station de lavage est une infrastructure conçue pour laver les voitures. Elle est également appelée lave-auto ou car wash. D'après les statistiques récemment récoltées par l'IFOP, dans plus de 80 % des cas, les voitures en France fréquentent au moins deux fois par an cet endroit. Ce dernier est actuellement considéré comme un marché porteur, avec une rentabilité accrue. Les [auto-entrepreneurs](#) sont nombreux à vouloir se lancer dans le domaine.

[Créer votre entreprise en ligne](#)

Quelles sont les étapes de création d'une station de lavage ?

Pour ouvrir une station de lavage, **plusieurs étapes doivent être respectées**. Il s'agit d'étudier le marché, avant de mettre en place un concept à la fois technique et marketing personnalisé suivant le projet.

Réalisation d'une étude de marché

L'[étude de marché](#) sert à **s'assurer de la viabilité commerciale du projet de création d'entreprise**. Dans le cadre de cette analyse entrepreneuriale, les attentes de la clientèle seront mises en avant afin de mettre en place une stratégie marketing personnalisée y afférente.

Pour ce faire, l'étude sera **orientée sur les tendances actuelles du secteur**, avant d'opérer une analyse concurrentielle. La première étape dans sa réalisation est l'analyse sectorielle. Elle permet de prendre connaissance, de manière globale, des habitudes du secteur et de son fonctionnement actuel. Il sera alors pris en compte :

- La conjoncture du marché (croissance ou décroissance) ;
- Les éventuelles difficultés auxquelles font face les entrepreneurs ;
- Les concepts les plus pratiques et les mieux acceptés par la clientèle (système automatique, semi-automatique, avec ou sans eau, etc.) ;
- La cible (groupe d'individu fréquentant les stations de lavage de la région) ;
- Le tarif moyen accepté par la clientèle ;

- Le chiffre d'affaires d'une station de lavage de la région.

La seconde étape est liée à l'**évaluation de la demande dans le secteur pour la zone d'implantation prévue**. Il s'agit surtout d'étudier le potentiel commercial du projet dans une région donnée. Elle permet de déterminer la taille du marché. Les questions à se poser tournent autour de :

- La taille du parc automobile ;
- Les lieux les plus attractifs de la zone.

Ensuite, il est nécessaire d'**effectuer une analyse concurrentielle**. Il est important de prendre connaissance des offres déjà proposées, surtout :

- Le nombre de stations de lavage déjà présentes sur la zone ;
- La localisation ;
- Le statut (indépendant ou franchisé) ;
- Les politiques de prix pratiquées ;
- Les chiffres d'affaires réalisés.

Après avoir franchi toutes ces étapes, il sera facile de **déterminer si la taille du marché est apte à accueillir le projet**. Si c'est le cas, il ne restera plus qu'à réfléchir au lieu d'implantation et au concept à mettre en place.

Élaboration d'un budget prévisionnel

Le budget prévisionnel est un **document de synthèse du projet**, qui donne la possibilité d'en vérifier la viabilité. Lorsque celle-ci est prouvée, un [business plan efficace](#) sera présenté aux éventuels partenaires financiers.

Le budget prévisionnel d'une station de lavage **comprend deux volets**, dont une partie :

- Rédigée pour présenter le projet, annoncer le contexte pour sa concrétisation et avancer ses atouts ;
- Financière qui est chiffrée.

Cette dernière constitue la **partie prévisionnelle du projet**, où sont expliqués :

- Le besoin de financement ;
- L'étude de rentabilité du secteur.

En principe, il n'y a pas besoin d'être un expert-comptable pour réaliser un budget

prévisionnel. Néanmoins, pour ceux qui ne sont pas à l'aise dans la rédaction financière, il est désormais **possible de procéder en ligne à travers un logiciel**. Dans ce cas, tous les calculs s'effectueront facilement. Même chose pour la création des états financiers prévisionnels, dont le :

- Compte rendu ;
- [Bilan](#);
- Tableau des flux.

Pour la rédaction, un guide sera proposé par le logiciel. Des instructions précises sont déjà préparées à chaque étape, **avec des modèles déjà pré-rédigés**. Le document est mis en forme et prêt à être envoyé.

Mise en place d'un plan marketing

Le plan marketing sert à **attirer les cibles pour les convertir en clients, et ensuite les fidéliser**. Il est admis que pour les acquérir, il faut trouver le bon rapport qualité-prix : une prestation satisfaisante, proposée à un prix correct. L'idée est que la nouvelle station de lavage soit connue des clients potentiels, et se démarque surtout des autres services.

D'autre part, le plan marketing doit intervenir **avant la mise en place du projet**. Il mettra en évidence les différentes actions à mener pour faire la publicité de la station de lavage auprès du grand public et garantir par la suite la fidélité des clients.

La première approche la plus souvent adoptée est la **distribution de flyers**. Ils seront directement déposés dans les boîtes aux lettres des occupants de la zone de chalandise. Ils vont présenter les services proposés en détail, ainsi que les produits.

Lorsque la publicité du lancement de l'activité est faite, il faudra **passer au concept de fidélisation**. Dans la pratique, le service est limité dans le temps, c'est-à-dire qu'il ne dure qu'un moment. Il revient ainsi à l'entrepreneur de faire en sorte que les clients reviennent. La carte de fidélité est la technique classique utilisée pour ce faire. Mais, il en existe également d'autres, telles que :

- La pratique de tarifs professionnels pour certains types de clients (auto-école, chauffeurs professionnels ou encore sociétés de location de voiture) ;
- Des offres promotionnelles ;
- Des codes promo.

Pour la publicité du lancement de l'activité, **la création d'un site web est également envisageable**.

La plateforme servira non seulement à informer la clientèle sur les services proposés, mais également à communiquer avec elle. Elle doit être bien référencée sur Google, et mise à jour régulièrement par rapport aux activités de la station de lavage.

Recherche de financement

Les investissements pour la création d'une station de lavage sont plus ou moins importants. D'après les enquêtes menées auprès des entrepreneurs, il faut réunir **en moyenne 320 000 euros pour ouvrir un car wash à quatre pistes**. Les 120 000 euros seront destinés aux travaux, tandis que 200 000 euros seront dépensés pour le matériel. En revanche, lorsque l'activité est lancée, les frais de fonctionnement sont beaucoup moins conséquents. La mise de départ peut être récupérée durant les premiers mois.

Pour réunir le montant nécessaire au départ, il existe différents types de solutions de financement. Dans un premier temps, **l'entrepreneur puisera bien entendu dans ses fonds propres**. Le plus souvent, il s'agira des épargnes immédiatement disponibles, et qui pourront servir de fonds pour l'activité future. Le principe est le suivant : plus les fonds propres destinés à financer le projet sont importants, plus il sera facile de convaincre des investisseurs extérieurs d'en injecter davantage dans le projet.

Ensuite, il est possible de **recourir à des prêts bancaires**. Dans ce cas, il s'agit de souscrire ce que l'on appelle un crédit professionnel. Il faut formuler des demandes auprès de toutes les banques possibles, afin de pouvoir comparer ensuite les taux d'intérêt et d'en dégager le plus avantageux.

Et enfin, la dernière solution consiste à **faire appel à des investisseurs privés** :

- Particuliers ;
- Réseaux de business angels.

Par ailleurs, il existe également des **aides proposées par le pouvoir public**, qui sont destinées aux créateurs et repreneurs d'entreprises. Souvent, elles permettent de s'exonérer ou de réduire les charges sociales.

Démarche administrative

Nombreuses sont les réglementations qui régissent la création d'une station de lavage. Certaines sont applicables à l'échelle nationale. En revanche, d'autres sont locales (personnalisées suivant la région d'implantation du projet de création). La

plupart des démarches sont **à accomplir en amont de la mise en place.**

À titre d'exemple, une fois que le terrain où sera installée la nouvelle station de lavage sera défini, avant de lancer le chantier pour les travaux, il est **obligatoire d'en vérifier la constructibilité.** Cette démarche de vérification se fait auprès de la mairie. Ensuite, si elle est confirmée, une déclaration de travaux doit être faite. Ce faisant, les conditions locales concernant le chantier et les travaux seront énumérées, surtout celles relatives à l'évacuation d'eau. Si et seulement si toutes ces opérations ont été réalisées, il est possible de demander un permis de construire.

Quel statut juridique choisir ?

Une fois que les questions de concept, d'implantation et de stratégies marketing ont été réglées, il est temps de penser à la [forme juridique de l'entreprise](#). Son importance réside dans le :

- Mode d'imposition ;
- Régime social de l'entreprise (notamment des dirigeants) ;
- Système de responsabilité (limitée ou non aux apports).

Le plus souvent, afin de faciliter les procédures administratives, les entrepreneurs choisissent la micro-entreprise. **Les démarches administratives sont simplifiées** et la comptabilité allégée. Les charges sociales sont également faibles. Cependant, le chiffre d'affaires imposé par ce régime reste limité. Si l'entreprise connaît un grand succès, la modification de son statut en plein milieu de l'activité est obligatoire.

Il est également possible d'opter pour une [entreprise individuelle](#), **si l'entrepreneur décide de créer une station de lavage seul.** Dans ce cas, il aura le choix entre une :

- EURL ou Entreprise unipersonnelle à responsabilité limitée ;
- L'entreprise individuelle ;
- Société par action simplifiée unipersonnelle ou SASU.

En revanche, si la création d'une station de lavage relève de plusieurs associés, **d'autres formes juridiques sont envisageables.**

SARL

La [SARL](#) est la forme la plus courante choisie par les entrepreneurs pour la création d'une société. Le statut est **adapté plus particulièrement aux petites et moyennes entreprises.** Par définition, il s'agit d'une société commerciale (dotée de la

personnalité morale), dans laquelle la responsabilité des associés est limitée. Cela signifie que le patrimoine professionnel de l'entreprise est dissocié de celui personnel des associés.

Parmi les **avantages du statut de SARL**, on citera la :

- Limitation des risques financiers pour les associés en cas de difficulté de la société ;
- Flexibilité du statut social du gérant ;
- Sécurité juridique offerte par le statut.

Pour mettre en place une SARL, **il faut au moins deux associés** dans la société. Le [capital social](#) est formé par des apports en :

- [Nature](#);
- Industrie ;
- Numéraire.

Ces apports sont fixés librement et ils reçoivent en contrepartie des parts sociales. Les associés bénéficient d'une sécurité particulièrement intéressante dans le cadre d'une SARL. En effet, il s'agit d'une **société encadrée par la loi dans son fonctionnement et sa constitution**. Les associés ne disposent pas d'une liberté statutaire.

Au sujet du mode d'imposition, la SARL est **assujettie à l'impôt sur les sociétés**. Elle est imposée uniquement sur les bénéfices réalisés par l'entreprise. Le taux de base est de 33,33 %, mais il peut évoluer en fonction du régime fiscal choisi.

SAS

Dans une [SAS](#), contrairement au statut de SARL, **les actionnaires peuvent librement déterminer l'organisation et la structure de l'entreprise**. Ils profitent d'une large flexibilité dans la rédaction des clauses statutaires. En guise d'exemple, il est possible de mettre dans le statut une clause d'inaliénabilité qui interdit à certains actionnaires la vente de leurs actions.

Le plus souvent, **un pacte d'actionnaire sera établi afin d'aménager les relations entre les actionnaires**. Il énumérera les règles applicables entre eux et servira de complément au statut. L'objectif est de simplifier les rapports entre eux.

Contrairement à la [modification du statut](#), celle du pacte d'actionnaire requiert moins de formalités. Les actionnaires d'une SAS sont responsables à hauteur du montant de

leurs apports. À propos du régime fiscal de la société, elle est soumise à l'impôt sur les sociétés également. Cependant, à la demande, il est **possible d'opter pour l'impôt sur le revenu**.

Par ailleurs, qu'il s'agisse d'une SARL ou d'une SAS, la [création de la société](#) implique l'accomplissement de diverses étapes en amont, surtout **la rédaction du statut de la future entreprise ainsi que la signature**. Ce dernier détermine la forme juridique, l'organisation et la structure de la société. Les procédures peuvent être différentes suivant le statut choisi.

Quels investissements sont nécessaires à la création d'une station de lavage ?

Avant d'ouvrir une station de lavage, une estimation des biens doit être effectuée que ce soit pour les besoins :

- Humains ;
- Matériels.

Elle sera **utilisée dans le cadre du budget prévisionnel**.

Le matériel

Deux options s'ouvrent à l'entrepreneur :

- Reprendre une station de lavage déjà existante ;
- Acheter un emplacement pour une nouvelle installation.

Dans ce dernier cas, il faut prévoir plusieurs travaux pour la mise en place de la piste. **De nombreux matériels seront également nécessaires**, tels que :

- Les rouleaux ;
- Le jet haute pression ;
- Le système vapeur ;
- Le système de recyclage des eaux usées (imposé par la loi).

Il faudra également **anticiper l'achat des produits d'entretien**. Il s'agit des :

- Produits nettoyants ;
- Éponges ;
- Lave-glaces.

Les besoins humains

Si l'on décide de mettre en place une station de lavage automatique, le besoin en personnel reste faible. C'est le cas, même si la station n'est qu'en partie automatique. L'objectif est de proposer un service de la qualité optimale. Une présence physique est alors obligatoire pour servir les clients.

Elle servira également à s'assurer du bon fonctionnement du matériel et à assurer la maintenance. Si le service propose également le nettoyage intérieur des véhicules, le lavage à la main est recommandé. Dans ce cas, il sera nécessaire de **recruter du personnel**.

Les services annexes

Les services externalisés nécessaires à l'ouverture de la station de lavage **doivent également être listés dans le budget prévisionnel**. Il s'agit surtout de :

- L'assurance professionnelle imposée par la loi ;
- Les services non obligatoires (recours à un cabinet d'expertise en comptabilité, à un cabinet de gestion ou encore à une agence de communication).

Une demande de devis sera déposée auprès de chaque prestataire pour **déterminer les coûts des services annexes**. Il serait plus intéressant de prendre contact auprès de différents professionnels, afin de faire une comparaison des tarifs.

Pourquoi faire le choix de la franchise ?

La question peut également se poser de savoir si l'entrepreneur veut se lancer en tant qu'indépendant, ou ouvrir une station de lavage en franchise. Dans ce dernier cas, il disposera de **moins de latitude**. Faisant partie d'une franchise, l'entreprise devra s'aligner par rapport au positionnement commercial de l'enseigne principale.

En revanche, **cette approche offre également un certain nombre d'avantages**. De nombreuses aides sont déployées à l'ouverture de la station parmi lesquelles on peut citer :

- La formation pour le lancement et la gestion de l'activité ;
- L'aide à la logistique.

Qui plus est, une enseigne de franchise est une entreprise professionnelle déjà connue de la clientèle. La station de lavage pourra ainsi profiter de la popularité de la marque, déjà reconnue par les consommateurs. L'expérience de la franchise garantit celle de la nouvelle entreprise auprès de sa clientèle. **La notoriété est déjà forgée**, et le concept acquis par les clients.

Il est également bon de noter que l'apport personnel requis dans le cadre d'une franchise est beaucoup moins élevé, par rapport à celui nécessaire pour créer une entreprise indépendante. Il se situe **entre 3 000 euros et 15 000 euros pour une franchise de station de lavage**. Le tarif est différent suivant l'enseigne.

FAQ

Quelle est la rentabilité d'une station de lavage ?

La création d'une station de lavage est un projet rapidement rentable. Il convient de savoir que la voiture constitue le second budget des ménages. Cependant, contrairement aux idées reçues, ce n'est pas un secteur qui tourne seul. En effet, même dans les concepts automatisés à 100 %, une présence physique d'au moins 3 à 4 heures par jour est requise.

À la reprise, combien coûte une station de lavage ?

Le prix dépend de l'infrastructure, surtout de l'état des pistes et des matériels qui y sont proposés. Mais, le prix se situe généralement entre 30 000 euros et 200 000 euros. Des frais annexes sont aussi à prévoir, tels que :

- Les frais de travaux ;
- L'ouverture des compteurs.

Quel endroit choisir pour implanter une station de lavage ?

La recherche du terrain est une étape primordiale dans la création d'une station de lavage. Il faut préalablement se renseigner auprès de la mairie, pour avoir une liste des zones d'urbanismes où il est possible d'implanter une telle activité. Le positionnement géographique doit être stratégique, mais il est tout aussi important de prendre en compte les caractéristiques propres au terrain.