Communiqué de presse

Février 2016

BILAN 2015 – PERSPECTIVES 2016

2015, une année de référence

Un chiffre d'affaires en hausse, des franchisés plus nombreux, le succès renouvelé du portique, le lancement de la Carte Pro Eléphant Bleu, une convention fédératrice… 2015 a été dense et positive.

Les bonnes performances du réseau en 2015

16 nouveaux franchisés
16 ouvertures de centres (dont 11 transformations de centres concurrents)
53 nouveaux portiques installés
3 nouveaux sites Internet (grand public, investisseur et intranet)
1 nouveau service dédié aux flottes avec la Carte Pro Eléphant Bleu

Au total,
215 franchisés
470 centres
200 portiques (40% du réseau)
66M€ CA HT pour le réseau

Les indicateurs favorables au développement du réseau Eléphant Bleu

+95% de taux de fidélité des franchisés en 2015
62,5% des créations de centres réalisées par des franchisés existants en 2015

Les perspectives de développement

La stratégie de développement Eléphant Bleu se base sur la consolidation de ses points forts : la sélection des sites et leur évolution, le développement soutenu du portique mixte (prélavage des brosses du rouleau / brevet exclusif) tout en capitalisant sur le métier historique de l'enseigne avec l'évolution de la gamme de lavage haute pression, la veille technologique…
La maîtrise des solutions commerciales et techniques renforce la rentabilité des investissements, anime et fidélise le réseau et assoie la notoriété de l'enseigne, notoriété qui est un réel levier de différenciation (92% de notoriété auprès des automobilistes).

L'objectif à court terme est de dépasser les 500 stations Eléphant Bleu équipées avec 300 portiques.

D'un point de vue marché, l'enseigne accorde une importance toute particulière à mieux connaître le client laveur pour lui apporter le service personnalisé qu'il attend et faciliter au maximum son parcours de lavage. Pour remplir ces objectifs, Eléphant Bleu travaille sur des services répondant à l'exigence toujours plus forte du consommateur et sa volonté de disposer dans l'immédiat d'un service de haute qualité.

L'objectif est d'atteindre un taux de disponibilité de 100% sur les équipements en station.

« La stratégie de l'enseigne Eléphant Bleu est de mettre à disposition des clients laveurs un service complet de lavage dans les meilleures conditions de praticité, de confort et de plaisir. Pour cela, nous capitalisons sur notre savoir-faire en matière de lavage ainsi que sur le service et la satisfaction client », **Patrick Mary, Directeur du réseau Eléphant Bleu.**