



CONVENTION 2016

Eléphant Bleu garde le cap

La convention 2016 qui vient de se dérouler sur l'île des Embiez (Bouches-du-Rhône) a réuni près de 200 membres du réseau Eléphant Bleu dont la moitié de franchisés.

Ces 4 jours étaient placés sous l'œil protecteur du navigateur Jean-Luc Van Den Heede, invité de la plénière. Tout un symbole pour Eléphant Bleu !

Pour maintenir le cap à l'aube de ses 30 ans, le réseau, impliqué, a reçu une vague de messages positifs : bonnes performances du réseau et de l'enseigne, arrivée de 12 nouveaux franchisés, perspectives de développement...



Eléphant Bleu a le vent en poupe

L'invité, Jean-Luc Van Den Heede

VDH, le navigateur français est recordman du Global Challenge, champion du monde IMOCA 92/96 et participant émérite du Vendée Globe, de la Route du Rhum ou encore de la Transat Jacques Vabres. Entre deux exploits, VDH est venu partager son expérience de la course au large. Un subtil parallèle entre le quotidien d'un skipper de compétition et le franchisé Eléphant Bleu.



« Comme un chef d'entreprise, notre métier est avant tout d'anticiper. Face à la page blanche, on doit lister les besoins et les moyens, les problèmes et les solutions.

Une fois en mer, il faut être en permanence à l'écoute de son bateau. A l'arrivée, il faut analyser les problèmes pour améliorer la suite et faire progresser. Et puis, il faut être constamment en alerte sur les innovations.

Enfin, faire partie d'un réseau est un atout fort. En ce sens, j'ai créé « Pole course » dont le concept est de réunir des skippers, adversaires sur l'eau, mais qui mettent, sur terre, leur savoir-faire en commun pour préparer leur bateau. Ensuite, mieux vaut partir en tête et creuser l'écart ! », Jean-Luc Van Den Heede, navigateur.

C'est exactement sur ces axes que l'enseigne a déroulé son plan d'actions pour l'année à venir. Il repose sur l'innovation, la digitalisation de l'activité, la maintenance préventive, le programme qualité et le renforcement des instances de dialogue.

La franchise, point d'ancrage

Le nombre de nouveaux franchisés, baromètre du développement et de l'attractivité de l'enseigne, envoie un signal positif.

Cette année, le réseau a accueilli **12 nouveaux franchisés**. Sur les 4 dernières années, 50 franchisés ont intégré le réseau, avec un pic de 16 nouveaux en 2015, année exceptionnelle.

En 2016, **13 nouveaux centres** ont été créés dont 70% sont issus de la transformation de centres. 40% du développement ont été réalisés par de nouveaux entrants et 60% par les franchisés du réseau. Le développement de l'enseigne reste dynamique grâce à l'engagement des franchisés qui investissent dans de nouveaux centres, qu'ils créent, transforment ou rachètent.



[Zoom] Portrait robot du franchisé

- 90% des franchisés possèdent 1 à 3 centres.
- 47% des franchisés ont fait leur activité principale.
- 12% des franchisés sont des femmes.
- 95% de taux de fidélité des franchisés

[\[Infographie\] Qui est le franchisé Eléphant Bleu ?](#)

Les figures de proue du développement

Homogénéité du réseau

La force du réseau Eléphant Bleu est l'impact de ses 470 centres sur tout le territoire. Il est le meilleur vecteur de communication et d'image. Avec le « plan d'action qualité », Eléphant Bleu renforce son engagement sur l'homogénéisation du niveau de qualité et de prestations de tous les centres.

La vocation de l'enseigne est de mettre à disposition du client un service complet de lavage dans les meilleures conditions de praticité, de confort et de plaisir avec le double objectif de satisfaire toutes les demandes de l'automobiliste et d'en donner les moyens aux franchisés.



Le portique couvre 47% du réseau

Les 6 positions de lavage HP couvrent 63% du réseau

Innovation du service

La Direction Technique d'Eléphant Bleu s'est renforcée afin d'explorer et d'exploiter tout ce que la technologie, en particulier numérique, peut apporter à l'enseigne dans le but d'améliorer le parcours et l'expérience du client laveur, d'optimiser la réussite commerciale des centres et de valoriser les atouts différenciateurs d'Eléphant Bleu (la qualité de lavage et le respect de l'environnement). Ainsi, la stratégie de développement mise aussi bien sur l'innovation technologique et technique que sur la digitalisation des outils commerciaux.

Les leviers prioritaires sont : l'évolution des **moyens de paiement**, la **connaissance client**, la **performance lavage**, la **maintenance préventive** des centres...

« Depuis maintenant plusieurs années, le réseau Eléphant Bleu est en croissance constante dû aux courants porteurs que nous suivons. Même si notre notoriété est un gage de reconnaissance, pour rester le leader sur ce segment de marché nous devons maintenir notre engagement dans la qualité d'exploitation de nos stations de lavage.

Nos perspectives sont encore nombreuses tant au niveau de l'implantation du réseau qu'en matière de service, face à l'évolution de la demande du marché et grâce à notre capacité d'innovation. Même après – presque – 30 ans d'histoire, notre avenir est toujours porteur de promesses et de nouvelles aventures passionnantes, porté notamment par l'évolution du lavage automatique ! », **Patrick Mary, Directeur du réseau.**