



Eléphantbleu

Convention 2025

Au bilan, 15 créations de station, des avantages exclusifs en franchise

Le réseau Eléphant Bleu vient de se réunir à Stuttgart pour faire le bilan 2025 qui place l'enseigne parmi les franchises les plus performantes dans leur développement. Les perspectives 2026 s'inscrivent dans la continuité. Transparence, audace, performances éprouvées, partage et confiance, dotent l'enseigne d'avantages exclusifs portés par l'envie collective de réussir durablement.



Musée Mercedes

« La vraie force de l'enseigne est son réseau de franchisees, qui s'est massivement mobilisé pour notre convention annuelle à Stuttgart. A nous de mériter sa confiance et d'être à la hauteur des engagements de chacun envers la marque Eléphant Bleu, notre bien le plus précieux », Jean-Christophe Rogez, Directeur Général Hypromat.

Dans un contexte de croissance laborieuse pour le

commerce et la franchise, Eléphant Bleu sort son épingle du jeu. Son réseau grandit et l'enseigne voit toujours son pouvoir d'attachement et d'attractivité œuvrer.

Création de 15 stations de lavage en 2025

Avec l'arrivée de 14 nouveaux franchisees, 15 nouvelles stations de lavage et 16 cessions qui ont gardé le panneau Eléphant Bleu, le réseau est dans une phase de croissance dynamique pour la période. Elle s'appuie également sur un socle de franchisees fidèles dont 25% ont plus 10 années d'ancienneté, 13% sont franchisees depuis plus de 20 ans, parmi lesquels le doyen, entré dans le réseau en 1989.

D'autres franchisees ont saisi les coups de pouce de l'enseigne pour investir sur l'avenir et reconstruire leur centre dans un objectif de modernisation et d'intégration des dernières technologies développées. D'autres encore exploitent tous les outils digitaux et leviers mis à leur disposition pour dynamiser leur activité et ancrer le leadership de l'enseigne dans leur territoire. Au niveau national, Eléphant Bleu est l'enseigne la plus connue (9 Français sur 10 connaissent la marque), dotée de la meilleure image de marque du marché (les clients Eléphant Bleu lui attribuent une note de 8/10), la plus fréquentée avec le taux de confiance le plus élevé (étude Capital Marque CSA, avril 2024).

Un plan boussole pour garder le cap

Comme annoncé lors de la convention 2024, le franchiseur fait reposer sa stratégie sur son cœur de métier, l'exploitation de centres de lavage. Le cap de sa boussole reste pointé sur 4 leviers :

1. **Diriger les consommateurs vers les centres** : l'animation commerciale, la présence média, TV et digitale, l'influence, ont donné à Eléphant Bleu l'occasion d'être vu 126 millions de fois dans l'année. Dans ce même objectif, le récent partenariat avec le Racing Club de Strasbourg, augure d'une visibilité nationale encore accrue pour l'enseigne ces deux prochaines années.
2. **Développer le chiffre d'affaires des stations en optimisant l'expérience de lavage** : l'enseigne y parvient en répondant efficacement aux nouvelles habitudes de consommation et aux attentes de simplicité du parcours client.
 - a. La généralisation des moyens de paiement dématérialisés s'avère un vecteur de croissance. Après le jeton, le paiement en CB sans contact est dorénavant le 2^e moyen de paiement sur le marché du lavage automobile, selon l'étude Parc Auto de septembre 2025 d'OpinionWay pour Eléphant Bleu.
 - b. Le lancement récent du pré-lavage mousse active sur la Haute Pression est un succès.
 - c. La Carte Pro et les partenariats établis avec des cartes carburant (Edenred, Bump, Shell), montent en puissance. Plus de 200 000 sont activées et de nouveaux partenariats sont à venir début 2026.
3. **Améliorer le compte d'exploitation et l'empreinte environnementale des centres** en baissant les consommations de ressources (eau, gaz et électricité) ; avec une politique d'achat des meilleurs équipements et consommables aux meilleurs prix, sélectionnés et négociés par Eléphant Bleu.
4. **Anticiper et sécuriser l'exploitation** en préparant l'avenir de façon avertie, lucide et opérationnelle. Pour donner le cap à son réseau, le franchiseur poursuit son implication dans la filière du lavage, aux côtés de Mobilians, et défend la profession, sa valeur territoriale, économique et environnementale. Enfin, l'innovation reste au cœur des enjeux de développement de l'enseigne avec des tests menés comme l'abonnement illimité aux portiques, une première en France ([communiqué de presse](#)).

« Notre objectif n°1 est d'être toujours bon afin de rester une référence dans notre secteur. Cette approche implique d'être en veille permanente, de s'entourer des experts métier pour nous concentrer sur notre cœur d'activité, l'exploitation de centres de lavage et la franchise. Elle implique d'être à l'écoute du marché et des franchisés, d'innover, de tester et de roder avant de lancer pour apporter au réseau des solutions fiables, adaptées et évolutives. Nous sommes dans une démarche de transparence, de partage, pour avancer collectivement et donner à nos franchisés une vision et des perspectives », Jean-Christophe Rogez, Directeur Général Hypromat.

Transparence, audace, performances éprouvées et partage, ont établi un lien de confiance entre franchiseur et franchisés et dotent l'enseigne d'avantages exclusifs : la force d'un réseau établi, la capacité à fédérer les meilleurs, l'attractivité d'une marque patrimoniale, les moyens d'innover, les leviers pour développer l'activité des centres et du réseau.

A PROPOS de Eléphant Bleu

Depuis plus de 30 ans, Eléphant Bleu construit son modèle de réussite sur un triple savoir-faire, le lavage, la franchise et la distribution. L'enseigne est membre de la Fédération Française de la Franchise et de Mobilians.

Avec 480 centres (430 en France et 50 en Suisse) répartis sur toute la France, Eléphant Bleu propose une [solution de lavage écocitoyenne](#) (haute pression, lavage automatique, tunnel et nettoyage intérieur). Elle lui donne une fonction de dépollueur de la mobilité qu'elle exerce en respectant les règles d'une gestion durable de l'eau.

www.elephantbleu.com