



CONVENTION 2018 • PARIS

Feuille de route 2019-2020

Grand rendez-vous annuel du réseau Eléphant Bleu, la convention 2018 s'est déroulée à Paris fin octobre. Preuve de l'unité et de la cohésion du réseau, la majorité des franchisés se sont déplacés pour assister à la plénière, aux ateliers et partager des moments festifs et d'échange.

Après une convention 2017 anniversaire, qui a mis en avant les piliers de la réussite d'Eléphant Bleu ([le concept](#), [la franchise](#), [les Hommes](#)), le franchiseur a donné le cap à l'horizon 2020.

Sur fond d'innovation digitale et de services, il a livré sa feuille de route. Elle s'oriente sur la performance des stations de lavage, l'autonomie de gestion et la relation client en s'adaptant aux nouveaux modes de consommation.

[Vidéo Best-of Plénière Convention 2018](#)



La croissance du réseau

En 2018, le réseau s'est agrandi de 15 nouveaux centres et a accueilli 8 nouveaux franchisés.

Parmi eux, Christophe Demoulinger, exploitant d'un supermarché, qui possédait une station de lavage sans marque sur le parking de son magasin. En accrochant l'enseigne Eléphant Bleu, il a rempli son objectif de développer son chiffre d'affaires.

[Interview vidéo](#)

Olivier De Montjoye, implanté en Belgique, était également présent à la convention pour échanger avec ses pairs, l'une des raisons de son choix pour la franchise. Consultant, il voulait développer une activité complémentaire dans le lavage et avait besoin de s'entourer du savoir-faire métier.

[Interview vidéo](#)

La croissance du réseau se mesure par le nombre d'ouvertures mais aussi par l'évolution des centres existants et du concept.

Le succès des portiques qui équipent la moitié du réseau et l'évolution de la clientèle vers les solutions de lavage automatisées ont créé un nouveau standard du centre de lavage Eléphant Bleu.

Au-delà des pistes de lavage haute pression, le concept comprend désormais obligatoirement une zone de lavage automatique. Il est devenu un élément central du modèle économique de l'enseigne.

« Eléphant Bleu maintient sa stratégie offensive dans l'achat de terrain et la transformation de centres concurrents. L'enseigne est à l'affût des opportunités foncières pour développer des formats de centres sur-mesure adaptés aux moyens de l'investisseur, à la surface disponible, mais aussi aux attentes des consommateurs », Jean-Christophe Rogez, Responsable du Développement Commercial Eléphant Bleu.

Eléphant Bleu conjugue au présent la station du futur

L'innovation technologique, la digitalisation, la qualité de maintenance, sont les leviers qu'exploite Eléphant Bleu pour faire évoluer son offre de lavage, la relation client, la performance et la gestion des centres, son modèle économique.

Pour les franchisés, de nouveaux outils et services sont proposés pour améliorer la maintenance préventive des centres. L'objectif est de rendre le franchisé autonome sur les opérations de maintenance simple, c'est-à-dire réalisables sans outillage particulier. Aujourd'hui, 50% du réseau Eléphant Bleu est autonome sur la maintenance simple. L'objectif est d'atteindre les 90% d'ici un an.

[Interview vidéo](#)

Après de l'automobiliste, les projets d'innovation répondent à la volonté de diversifier les services de lavage et la digitalisation à celle d'optimiser la relation client :

- **Le paiement sans contact**
- **L'application Eléphant Bleu**
- **Le tunnel** de lavage dont deux sites pilotes ouvriront en 2019

« La vocation d'Eléphant Bleu 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 réseau progresse vite car partage la même volonté de suivre les évolutions du marché et des attentes du consommateurs », Patrick Mary, Directeur du réseau Eléphant Bleu.

Salle de presse Eléphant Bleu