DOSSIER DE PRESSE

Février 2018

La franchise

Axe de développement prioritaire

Eléphantbleu

franchise expo Paris

Stand F37

Sommaire

1. Le recrutement de nouveaux partenaires 3
   1.1 Franchise Expo Paris : les investisseurs 3
   1.2 Les gestionnaires de centres de lavage 4
   1.3 Recruter avec les outils du Web 5
   1.4 Les valeurs ajoutées de la franchise Eléphant Bleu 6
2. Le centre Eléphant Bleu, un concept évolutif à la carte 7
   2.1 La Haute Pression, l'activité historique des centres 7
   2.2 Le lavage automatique, une offre de lavage complémentaire 7
   2.3 Un centre, plusieurs formats 9
3. L'optimisation de la gestion des centres 10
   3.1 La transition numérique des centres Eléphant Bleu 10
   3.2 L'exemple du réseau en propre avec le concept de centre connecté 11
4. Le ciment de l'enseigne Eléphant Bleu, les Hommes 12
5. Annexe : chiffres clés 13
   5.1 Chiffres marquants de l'année 2017 13
   5.2 Conditions d'accès au réseau 13

1. Le recrutement de nouveaux partenaires

A 30 ans, Eléphant Bleu, enseigne de lavage automobile leader, renforce ses points forts : le concept, la franchise et les Hommes. Elle donne la priorité aux performances commerciales, à l'optimisation de la gestion des centres, au développement des franchisés et au recrutement de partenaires.

La franchise Eléphant Bleu s'adresse à un large profil d'investisseurs qui veulent entreprendre et disposer des moyens de se développer :

- Les candidats qui ont un projet en franchise à fort potentiel
- Les professionnels de l'automobile qui cherchent à optimiser leur surface foncière et diversifier leur offre de service
- Les gestionnaires de centre de lavage qui veulent booster leur chiffre d'affaires en adoptant l'enseigne

1.1 Franchise Expo Paris : les investisseurs

Eléphant Bleu fait son retour sur le salon de la Franchise avec un concept éprouvé, évolutif et pérenne. Ses valeurs ajoutées sont la notoriété, un marché porteur, l'expertise sur les métiers du lavage et celui de franchiseur, les perspectives de développement du franchisé et la solidité du réseau. Les enquêtes d'opinion définissent Eléphant Bleu comme une enseigne de référence.

stand F37

Parmi la trentaine d'exposants sur le secteur de l'automobile, Eléphant Bleu, seule enseigne spécialisée dans le lavage sur le salon, apporte aux visiteurs une offre unique.

Création de centres ou rachat de stations Eléphant Bleu existantes, les points d'entrée sont multiples pour rejoindre le réseau.

L'offre de lavage automobile s'adapte aux différents profils, aux capacités d'investissement et se décline selon les configurations et le potentiel du marché local[1].
L'enseigne développe des centres sur mesure pouvant intégrer toutes les options de lavage : lavage haute pression (5 positions + lave-jantes) et/ou lavage automatique, nettoyage intérieur avec options complémentaires (périphérique de gonflage de pneus, nettoyeur de siège et moquette, lave-tapis, parfumeur, distributeur de chiffonnettes...).

Investisseurs, professionnels de l'automobile en quête d'optimisation foncière, de diversification et de rentabilité, actifs en reconversion ou en recherche d'activité complémentaire... Eléphant Bleu intéresse les candidats à la franchise entreprenants et motivés par l'exploitation d'un commerce de proximité et de services à temps plein ou partiel.

Consulter les conditions d'accès au réseau (page 13).

[1] Voir charpitre 2.

« *Notre présence à Franchise Expo est stratégique. Notre potentiel de développement est important, même si la disponibilité foncière est une ressource rare. Nous avons fait évoluer nos centres pour répondre à toutes les configurations locales et ainsi maintenir notre rythme de croissance. Nous apportons une solution complète de lavage automobile avec des performances haut de gamme. Pour exploiter ce potentiel, nous souhaitons travailler avec des partenaires franchisés ambitieux. Ce salon d'envergure va nous permettre d'établir de nouveaux contacts* », **Jean-Christophe Rogez**, Responsable du Développement Commercial d'Eléphant Bleu.

Le Directeur de l'enseigne, le Responsable du Développement Commercial, entourés des Développeurs et Animateurs du réseau seront présents sur le **stand F37**. Les 45 m² du stand seront dédiés à l'échange avec les visiteurs et à l'étude personnalisée de leur projet.

[Témoignage de franchisé] Reconversion d'activité

« *J'ai choisi la franchise Eléphant Bleu pour deux raisons. La première est liée aux horaires plus souples et au travail à l'extérieur, des critères que je recherchais en quittant mon bureau de tabac. La seconde est liée à l'image de l'enseigne portée par sa notoriété, son savoir-faire et son vécu* », **Hervé Mahé**, franchisé à Saint-Doulchard, depuis 2015.

1.2 Les gestionnaires de centres de lavage

En plus des investisseurs, candidats à la franchise, l'offre Eléphant Bleu s'adresse également aux professionnels du lavage. Les indépendants qui souhaitent intégrer un réseau, trouveront dans la franchise Eléphant Bleu une solution clé en main pour transformer leur station existante.

Les avantages de la transformation de centre :

- Niveau d'investissement réduit (coût moyen de transformation : 30 K€/piste)
- Accélération du délai d'installation (50% par rapport à un centre neuf)
- Démarrage avec un CA déjà existant
- Augmentation du CA jusqu'à 80% constaté

Avec 50 réalisations ces 5 dernières années, la transformation de centres concurrents indépendants a prouvé sa rentabilité et donne les moyens à l'enseigne d'apporter des solutions d'implantation aux investisseurs. Près de 100 centres Eléphant Bleu sont issus de transformations sur les 470 que compte le réseau.

EQUIP AUTO 2017

« Sur notre stand à EQUIP AUTO en octobre dernier, nous avons rencontré plus de 120 professionnels. Deux tendances expliquent l'intérêt suscité par notre offre. Face aux évolutions techniques, de la relation client et du marché, les exploitants indépendants cherchent à consolider leur activité. La complexité et l'instabilité du marché de l'après vente orientent de plus en plus les réflexions des professionnels vers la diversification », **Patrick Mary**, Directeur de l'enseigne Eléphant Bleu.

[Témoignage de franchisé] Transformation d'un centre indépendant

« Depuis la transformation de la station existante en centre Eléphant Bleu, le chiffre d'affaires a bondi de 20%. Les remarques élogieuses des clients laveurs me confortent dans le choix d'Eléphant Bleu », **William Boubault**, franchisé à Saint-Genis-Pouilly depuis 2016.

1.3 Recruter avec les outils du Web

NOUVEAU

Internet est devenu la première source de contacts pour la franchise Eléphant Bleu.

En 2015, Eléphant Bleu endossait sa posture de leader du lavage automobile et de poids lourd de la franchise en étant l'une des rares enseignes à proposer un site exclusivement BtoB et dissocié de l'offre grand public.

En 2018, Eléphant Bleu poursuit sa stratégie Web, son engagement auprès des partenaires et sa prise de parole directe vers les candidats en ouvrant un compte LinkedIn dédié à la franchise.

Sur la page, les abonnés peuvent suivre les actualités de l'enseigne et du réseau (ouverture de centres, participation à des salons professionnels...), les offres d'emplois, les ventes de centres, des témoignages de franchisés...

Eléphant Bleu Web

Pour les clients laveurs : www.elephantbleu.fr ; Facebook - Eléphant Bleu officiel
Pour les professionnels : franchise.elephantbleu.com ; LinkedIn Eléphant Bleu - Franchise

1.4 Les valeurs ajoutées de la franchise Eléphant Bleu

La franchise est l'un des principaux piliers de la réussite de l'enseigne. Eléphant Bleu bénéficie d'une renommée solide et est la seule enseigne à concentrer tous les savoir-faire, autant sur la franchise que sur son cœur de métier, le lavage automobile.

Un franchiseur mature

- Accompagnement des franchisés tout au long de l'activité (suivi technique et commercial)
- Relation équilibrée franchiseur/franchisé où tous les partenaires sont gagnants
- Solidité et rentabilité financière, un atout auprès des partenaires financiers
- Puissance de marque : 95% de notoriété globale de l'enseigne[2]
- Solidité du réseau : 95% de taux de fidélité des franchisés
- Stabilité de l'actionnariat familial

Convention 2017 : un attachement confirmé

La convention anniversaire de l'enseigne en octobre dernier, qui a enregistré un record de participation, a montré l'attachement des franchisés à leur réseau.

« La fidélité des franchisés, la valeur patrimoniale des centres, la participation massive à nos conventions, sont des signes forts, extrêmement gratifiants et motivants pour nos équipes et tous les membres du réseau. L'état d'esprit, la bonne ambiance, la convivialité de la convention a donné le sentiment de faire partie d'un réseau soudé », **Patrick Mary**, Directeur de l'enseigne Eléphant Bleu.

Un concept durable

- Business modèle éprouvé grâce à la pérennité du marché, la simplicité du concept, la capacité de le moduler et de le dupliquer sur différents sites
- Cycle de vie de l'activité, durable et pérenne : centres évolutifs à l'écoute des clients et des nouvelles pratiques de consommation
- Stratégie tournée vers les innovations technologiques et numériques à valeur ajoutée pour la qualité de lavage, la relation client et la gestion des centres
- Gestion prédictive et préventive des centres
- Sensibilité éthique : enseigne éco-citoyenne (système de lavage économiseur d'eau et traitement des eaux usées dans tous les centres ; système individuel d'économie d'énergie...)

[2] Etude CSA, 2017

2. Le centre Eléphant Bleu, un concept évolutif à la carte

Second pilier de l'enseigne, son concept. En suivant le fil rouge « pratique, confort, plaisant », le concept Eléphant Bleu a évolué pour se moderniser, suivre les attentes du consommateur, s'adapter aux différentes configurations d'implantation, voire même déployer les prestations en les dissociant.

A l'écoute de son marché, le franchiseur mise sur l'innovation et l'audace pour proposer à ses partenaires investisseurs des solutions sources de business complémentaires.

2.1 La Haute Pression, l'activité historique des centres

De 1987 à 2008, le cœur de l'activité des centres Eléphant Bleu du groupe Hypromat est le lavage automobile Haute Pression grand public.

L'invention du système par le fondateur d'Hypromat devient un concept de centre de lavage, puis un modèle de réussite économique qui se duplique, prend de l'ampleur avec la franchise et sa notoriété grimpe.

En 2008, l'enseigne est assez mature, son savoir reconnu et les technologies de lavage suffisamment avancées pour faire évoluer le concept vers un centre de service ouvert à la diversité de l'offre. Elle commence avec de nouvelles options de lavage haute pression et, tournant significatif pour l'enseigne et le marché, elle intègre le lavage automatique.

« Le concept Evolution lancé en 2008 a établi une identification claire de l'offre. Couleurs, pictogrammes, totems, y facilitent la circulation et l'orientation. La charte graphique offre une vraie cohérence au concept de centre de services. C'est elle qui identifie notre marque, non pas la structure ou l'architecture », **Stéphanie Meder,** Responsable Animation Réseau Eléphant Bleu.

2.2 Le lavage automatique, une offre de lavage complémentaire

Avec le portique et la conquête d'un nouveau marché, Eléphant Bleu franchit une étape significative de son histoire et renforce les performances de son business model. 10 ans de recul permettent de constater une progression rapide et constante de l'activité qui intervient en parfaite complémentarité avec le lavage haute pression.

En associant le lavage Automatique au lavage Haute Pression, l'enseigne satisfait :

- L'automobiliste, adepte, soit de la haute pression, soit du portique, qui trouve une réponse adaptée à ses besoins. La cohabitation des deux solutions a même fait émerger de nouvelles pratiques de lavage qui conjuguent l'utilisation des deux systèmes selon le niveau de saleté du véhicule.
- Le franchisé, qui consolide son image de spécialiste du lavage, élargit sa cible de clientèle, augmente le panier moyen et la satisfaction du client.

Performances de l'activité portique :

- Positionnement sur un service qui représente 39% du marché du lavage
- Rentabilité en hausse de 20 à 40 %
- Clientèle en hausse de 20 %
- Potentiel CA supplémentaire : de 50 à 80 K€/an/portique
- Opportunité d'augmenter le panier moyen (HP : 5 € ; portique : 6 €)

10 ans après son lancement, le réseau compte plus de 270 portiques, 30 centres ont doublé leur parc de portiques et près d'une dizaine de centres ont investi dans l'aménagement de la zone, en la couvrant notamment.

« Alors que les laveurs à la haute pression étaient majoritaires et les adeptes du portique minoritaires, les tendances s'inversent. Nous sommes aujourd'hui au croisement de la courbe. Il ne faut pas oublier les clients définis comme volatiles, c'est-à-dire sans préférence particulière. La cohabitation des 2 systèmes de lavage a toujours été positive pour un centre », **Marie Mennel**, Responsable marketing Eléphant Bleu.

Zoom sur le portique couvert

La couverture totale d'un portique intégrée au concept Eléphant Bleu permet aux franchisés de capitaliser sur l'équipement et d'en assurer une utilisation optimale (par tous les temps et jusqu'à -20°C). Pour les clients laveurs, le portique couvert offre un confort d'utilisation et réduit les nuisances sonores.

NOUVEAU

[Témoignage de franchisé] La couverture du portique

« Au-delà du confort proposé à l'automobiliste, la couverture de portique est un moyen de nous démarquer de la concurrence. Cette concurrence est bénéfique car elle permet de nous réinventer », **Victor Bouvet,** franchisé à Besançon qui a repris le flambeau de son père, franchisé Eléphant Bleu depuis 27 ans.

2 concepts Eléphant Bleu : lavage mixte et lavage automatique

La réussite du portique mixte breveté et son identification à l'enseigne Eléphant Bleu a conditionné sa progression au sein du réseau et encouragé sa « prise d'autonomie ».

Un premier pas a été franchi lorsque certains franchisés ont installé un portique à proximité immédiate de leur centre Haute Pression Eléphant Bleu.

Ces expériences réussies ont fait évoluer l'offre Eléphant Bleu. Le candidat à la franchise peut désormais choisir d'ouvrir un centre Haute pression et lavage automatique ou un centre de lavage automatique seul.

[Témoignage de franchisé] Diversification d'activité avec le portique autonome

« En complément de mes activités en franchise dans le secteur auto, j'ai choisi d'installer un centre de lavage automatique. Mon objectif était avant tout d'apporter un nouveau service à mes clients. Par souci d'efficacité, j'ai visé l'enseigne la plus connue et la plus réputée pour la qualité de lavage et c'est Eléphant Bleu qui est ressorti. J'ai non seulement amélioré la satisfaction de mes clients mais aussi découvert une activité rentable », **José De Sousa**, franchisé à Anet depuis 2017.

2.3 Un centre, plusieurs formats

Le centre Evolution est la version la plus aboutie des stations Eléphant Bleu. A partir de ce concept, l'enseigne a développé différents modèles de centres de services pour répondre aux attentes des franchisés en terme d'opportunité foncière et de coût d'investissement.

Pour s'installer sur ce marché mature qu'est le lavage automobile, ou transformer une station existante, Eléphant Bleu propose des solutions allant du format 2 à 8 pistes, pouvant intégrer toutes les options de lavage :

- Le centre modulable « à la carte » permet à l'investisseur de concevoir sa station par module
- Le centre compact, plus petit, est particulièrement adapté aux petites zones de chalandise et petites surfaces.
- Le centre de lavage automatique, en complément ou indépendant d'un centre Haute Pression

Quel que soit le modèle choisi, tous proposent un service complet avec la garantie d'une qualité de lavage optimale et homogène, le respect de l'environnement et de la carrosserie.

[Témoignage de franchisé] Diversification d'activité avec le centre compact

« L'activité lavage est complémentaire à mon activité principale, la concession auto. La synergie se fait dans les 2 sens. Eléphant Bleu est de loin la marque la plus connue du lavage. Cela s'est vérifié par une activité lavage qui a augmenté de 50% par rapport à la précédente station », **Frédéric Menjucq**, franchisé à Massy depuis 2011.

3. L'optimisation de la gestion des centres

Tournée vers l'amélioration des services et de l'exploitation des centres, Eléphant Bleu opère sa transition numérique au service de la gestion des centres et de la relation client.

Automatisation, partage d'informations, gestion à distance, favorisent la maintenance prédictive et viennent libérer de certaines tâches les franchisés qui peuvent se consacrer davantage à l'activité commerciale. L'exploitation de la base de données client permet de cibler les actions commerciales et d'améliorer la qualité de service. La digitalisation des moyens de paiement optimise l'expérience de lavage et répond aux attentes des nouveaux comportements d'achat.

3.1 La transition numérique des centres Eléphant Bleu

Au départ, l'Intranet et l'outil emailing

Exclusivement dédiée au réseau, l'enseigne a mis en place une plateforme Intranet qui délivre aux franchisés tout le savoir-faire de leur franchiseur et les outils mis à leur disposition.

Il intervient dans le quotidien du franchisé tel un coach avec une série d'outils commerciaux, marketing et techniques pour l'assister sur tous les aspects de son activité et le tenir au fait des dernières actualités :

- Boutique en ligne
- Informations du franchiseur
- Informations réseau : compte rendu des Comité d'Enseigne et Réunions Régionales, vente de centres ou de pièces d'occasion, trombinoscope...
- Fiches techniques
- Supports marketing et publicitaires clés en main et personnalisables
- Outil emailing pour lancer des opérations commerciales ciblées
- Outil

L'évolution numérique des centres Eléphant Bleu

La stratégie numérique engagée par Eléphant Bleu est portée par une volonté commune franchiseur/franchisés, une vision à court et moyen terme et l'association de compétences diverses. Une dizaine de projets est en cours d'études pour répondre à un double objectif.

Vis-à-vis du franchisé, les outils numériques doivent faciliter la gestion des centres, sur site et à distance. L'interaction des outils et les nouvelles fonctionnalités disponibles viennent optimiser la maintenance prédictive et préventive des centres en anticipant les besoins d'approvisionnement et les risques de dysfonctionnement.
Vis-à-vis de l'automobiliste, la stratégie doit permettre de fluidifier le parcours client et enrichir son expérience lavage, via la facilité d'utilisation des équipements, la souplesse des moyens de paiement et la qualité de service.

« *Les innovations du numérique nous permettent aujourd'hui d'intégrer plus d'intelligence dans l'utilisation et la transmission des données, plus de fonctionnalités donc plus de services digitaux, et plus d'automatisme pour réduire les tâches répétitives et sans valeur. Notre approche est pragmatique, constructive et dynamique car elle implique toute l'entreprise et met en relation la technique, l'opérationnel et les réalités du terrain* », **Laurent Sifferlé**, Directeur Organisation, Système d'Information et Supply Chain d'Eléphant Bleu.

La digitalisation de l'information n'a pas vocation à remplacer le contact humain. Mais, libéré de certaines tâches répétitives, comme la prise de commande, le franchisé est plus disponible pour le client. La révolution numérique sert l'ère du service et la philosophie d'Eléphant Bleu basée sur la qualité, la proximité et la disponibilité.

3.2 L'exemple du réseau en propre avec le concept de centre connecté

Le centre connecté n'est pas virtuel, il est déjà bien réel. Laboratoire d'innovation, le réseau en propre, constitué de plus de 50 centres, en a testé de multiples fonctionnalités et identifié les bénéfices à 4 niveaux :

- La connexion des centres : gestion multi-sites sous forme de tableaux de bord
- La gestion des centres : récolte et analyse des informations
- L'outil Intranet : management collaboratif
- La connaissance client : informations sur les habitudes de consommation

« *La transition numérique est essentielle pour nos centres de lavage, tant pour leur exploitation que pour leur développement. Ce nouveau bouquet de services et d'usages se révèle un précieux outil de management et booste l'activité commerciale en améliorant notre connaissance et nos échanges avec les clients* », **Valérie Laugel**, Directrice du Réseau en propre Eléphant Bleu.

Les leviers d'innovation technologique d'Eléphant Bleu remplissent les objectifs fondateurs du concept de centre de lavage : la qualité de service, la satisfaction des clients, la facilité de gestion des centres.

4. Le ciment de l'enseigne Eléphant Bleu, les Hommes

Après le concept et la franchise, le troisième pilier, ou plutôt le ciment des deux premiers piliers, sont les hommes, le réseau, les équipes, sur lesquels Eléphant Bleu continue de miser.

30 ans plus tard, on retrouve encore des franchisés actifs ou qui transmettent leur patrimoine. Et l'arrivée de toute une nouvelle génération ne dément pas le pouvoir de séduction de l'Eléphant. Le réseau Eléphant Bleu est constitué de centaines de belles histoires qui font partie de son ADN.

Stabilité de l'actionnariat

Depuis 1995, la stabilité de l'actionnariat du groupe Hypromat consolide son développement et donne une vision d'avenir à long terme. Il privilégie la proximité et les échanges avec le réseau, les ressources qui apportent aux franchisés les moyens de réussir, la continuité par la transmission familiale.

Fidélité des franchisés

Autour de l'Eléphant Bleu, femmes et hommes ont créé et entretiennent un véritable esprit réseau qui se transmet de génération en génération.

[Témoignages de franchisé] Transmission familiale

« Je suis fier de reprendre l'activité familiale. Et j'ai à cœur de pérenniser ce que mon père a mis en place depuis 20 ans », **Jean-Rémi Bez**, franchisé à Itteville.

« On se retrouve aujourd'hui dans une grande famille où tout le monde se connaît à peu près et c'est vraiment une chose qui me convient parfaitement », **Gaston Bittmann**, franchisé depuis 28 ans en Alsace.

En interne, des records d'ancienneté traduisent l'attachement des salariés à l'entreprise. Les franchisés précurseurs ont cru au concept, alors que l'enseigne se lançait, le système de la franchise naissait et le marché du lavage Haute Pression n'existait pas encore. Des dizaines de franchisés de tous âges et tous horizons arrivent chaque année.

La PME alsacienne est devenue un groupe qui maîtrise tous les domaines de l'activité lavage en franchise, progresse et emmène dans son sillage des centaines d'entrepreneurs indépendants vers la réussite et l'épanouissement d'un métier en perpétuelle évolution.

5. Annexe : chiffres clés

5.1 Chiffres marquants de l'année 2017

30 ans : en 2017 l'enseigne Eléphant Bleu souffle ses 30 bougies

95% de notoriété globale (+ 3 points) (*Etudes CSA 2017)*

470 centres Eléphant Bleu en France dont 50 en propre

220 franchisés Eléphant Bleu

270 portiques installés dans le réseau (plus de 50% des centres)

30 centres ont doublé l'offre de lavage automatique

1er centre de portique autonome ouvert à Anet (28) en 2017

75% des centres sont équipés des 6 positions de lavage Haute Pression

20 000 fans sur la page Facebook Eléphant Bleu en 2017 (2 100 en 2016)

823 650 vues de la vidéo du poisson d'avril Constifiente (3 240 réactions avec 3 posts)

5.2 Conditions d'accès au réseau

Investissement total : entre **140 000 €** et **420 000 €** (hors foncier) y compris génie civil et VRD

Apport personnel : **30%** de l'investissement total (de 70 000 € à 150 000 €)

Droits d'entrée :

- A partir de **7 000 €** et plafonné à 16 000 € pour un nouvel entrant, selon la taille du centre
- A partir de **3 500 €** et plafonné à 8 000 € pour un 2e centre.

Location d'enseigne : forfait de **3 000 €** pour 5 ans

Redevance franchise (contribution publicitaire incluse) :

- **140,92 €** HT mensuel/piste haute pression
- **211,37 €** HT mensuel/piste automatique

Retour sur investissement : **4** à **5** ans

Rentabilité : **25%** à partir de la 3e année (ratio cash flow sur apport personnel)

Capacité d'autofinancement : **40** à **45%** du CA HT du franchisé après 5 ans