

# Dossier de presse

Novembre 2012



## BREVET EXCLUSIF DES PORTIQUES AUTOMATIQUES ELEPHANT BLEU

A l'heure du défi économique de la compétitivité en France,  
Eléphant Bleu tire son épingle du jeu en misant sur l'innovation.

### HYPROMAT – ELEPHANT BLEU

Emilie Watteau : 06 80 11 49 05  
emilie.watteau@hypromat.com

Alexandre Coutant : 06 70 52 40 83  
alexandre.coutant@hypromat.com

Tél : 03 88 69 23 69

ZI – 15 rue du Travail BP 47, 67723 Hoerd

[www.elephantbleu.com](http://www.elephantbleu.com)



### SERVICE PRESSE - COMMLC

Catherine Lebee : 06 07 52 13 77  
clebee@commlc.com

Marie-Laure Le Gallo : 01 34 50 22 36  
mlegallo@commlc.com

87 bis bd Clemenceau  
95240 Corneilles-en-Parisis

[www.commlc.com/elephantbleu](http://www.commlc.com/elephantbleu)

<b><u>Actualité : brevet exclusif des portiques automatiques Eléphant Bleu.....</u></b>	<b>3</b>
<b>1.1 Exclusivité brevetée .....</b>	<b>3</b>
Innovation technique.....	3
Droit d'exploitation.....	4
<b>1.2 Spécificités de la gamme .....</b>	<b>4</b>
Une offre complète.....	4
Les garanties d'un lavage respectueux de la carrosserie.....	5
Les atouts écologiques.....	5
<b>1.3 Les plus-values pour l'investisseur .....</b>	<b>6</b>
Image de spécialiste renforcée.....	6
Elargissement du profil de clientèle .....	7
Chiffre d'affaires additionnels .....	7
<b>1.4 Le déploiement du portique dans le réseau.....</b>	<b>8</b>
Les chiffres clé du portique .....	8
La progression dans le réseau .....	8
Accompagnement sur un nouveau métier.....	9
<b><u>25 ans d'Eléphant Bleu : bilan et perspectives.....</u></b>	<b>10</b>
<b>2.1 Bilan 2012 .....</b>	<b>10</b>
Développement 2012 .....	10
Eléphant Bleu au service du franchisé .....	10
Eléphant Bleu au service du consommateur.....	11
La communication 2.0.....	11
<b>2.2 Perspectives.....</b>	<b>12</b>
Conserver son leadership en France.....	12
Poursuivre le développement à l'international.....	13
Communication 2013 : lancement de la Web Serie .....	13
<b><u>Contexte : Le marché du lavage face à la crise.....</u></b>	<b>14</b>
<b>3.1 Vu du consommateur.....</b>	<b>14</b>
Moins de lavage mais plus de prestations .....	14
La météo, premier moteur de croissance .....	15
Les clés de la réussite.....	15
<b>3.2 Vu de l'investisseur .....</b>	<b>16</b>
Franchisés : 90% du portefeuille d'affaires 2012 .....	16
Investisseurs : reprise du nombre de contacts.....	16
Transformation des centres concurrents : une tendance.....	17
La franchise Eléphant Bleu : un modèle économique solide .....	17

## Actualité : brevet exclusif des portiques automatiques Eléphant Bleu

Alors que près d'un tiers des utilisateurs reprochent au lavage aux rouleaux de rayer la carrosserie des véhicules, Eléphant Bleu a trouvé la parade. Quatre ans après le lancement de son premier portique automatique, sa technologie de lavage, respectueuse de la carrosserie, est brevetée.

A l'heure du défi économique de la compétitivité en France, Eléphant Bleu tire son épingle du jeu en misant sur l'innovation.

### 1.1 EXCLUSIVITE BREVETEE

Le brevet porte sur le **nettoyage à la Haute Pression des brosses** des portiques automatiques Eléphant Bleu. La durée de validité du brevet est de 20 ans et couvre 14 pays européens dont la France.



### Innovation technique

Selon l'INPI<sup>1</sup>, au sens de la propriété industrielle, le brevet protège une innovation technique, c'est-à-dire un procédé ou un produit qui apporte une nouvelle solution à un problème technique donné.

**Problème technique des portiques** : rayures causées par le contact des brosses sur la carrosserie. Inconvénient majeur cité par les automobilistes.

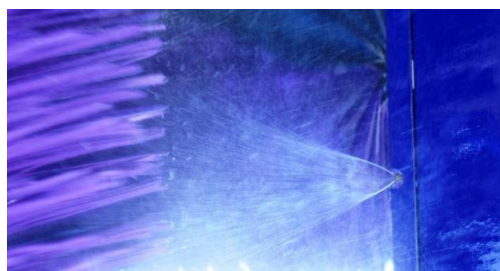
**Solution technique** : désincruster les saletés dans les brosses.

**Technique brevetée** : nettoyage des brosses à la Haute Pression selon un procédé spécifique.



<sup>1</sup> L'Institut National de la Protection Intellectuelle est un organisme public placé sous la tutelle du Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie qui a pour missions de protéger et valoriser l'innovation ; d'accompagner les déposants dans leurs démarches.

Le dispositif breveté est un procédé prenant en compte différents paramètres : l'orientation des buses par rapport aux brosses, la vitesse et le sens de rotation des brosses, la pression et la durée du lavage.



De nombreux essais ont permis de définir précisément ces paramètres pour évacuer les saletés par centrifugation. Ils garantissent une efficacité optimale du nettoyage des brosses et, combinés à l'utilisation de brosses en mousse émulsifiée, préservent la carrosserie des risques de rayures.

Le portique Eléphant Bleu est un système de lavage mixte qui associe à la fois le lavage à la haute pression (prélavage des brosses et de la carrosserie) et lavage automatique. Ce double processus en fait sa spécificité.

## Droit d'exploitation

En déposant le brevet à l'INPI, Eléphant Bleu bénéficie d'un **monopole d'exploitation de 20 ans**, durant lesquels l'enseigne jouit de l'utilisation exclusive du système de nettoyage des brosses à la Haute Pression.

**Cette technologie est disponible uniquement et exclusivement sur les centres de l'enseigne muni d'un portique automatique, en France et 13 pays européens.**

Plus qu'un indicateur de performance, ce brevet confirme la compétence technique de l'enseigne en matière d'innovation et sa capacité d'adaptation. Il répond aux attentes des clients en matière de qualité de service. Il apporte aux partenaires franchisés un atout concurrentiel avec un service exclusif.

## 1.2 SPECIFICITES DE LA GAMME

### Une offre complète

Eléphant Bleu propose 5 modèles de portique automatique à capacité variable permettant d'adapter l'investissement au potentiel de l'implantation. Les tarifs proposés vont de 40 000 à 110 000 €.

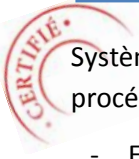
	
Modèle BORA 800 à 1200 lavages/mois	Modèle SOUPLE 700 à 900 lavages/mois
	
Modèle OCEO 600 à 800 lavages/mois	Modèle COMPACT 400 à 600
Modèle RECONDITIONNE - 400 à 500 lavages/mois	

#### Les 4 programmes de lavage des portiques automatiques

- Programme 1 : Lavage, rinçage, finition
- Programme 2 : Programme 1 + séchage
- Programme 3 : Programme 2 + pré-lavage moussé
- Programme 4 : Programme 3 + polish brossé



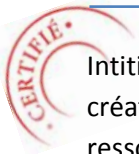
## Les garanties d'un lavage respectueux de la carrosserie



Système mixte, entre Haute Pression et brosses, le portique automatique Eléphant Bleu est un procédé unique qui offre les garanties d'un lavage respectueux de la carrosserie :

- Elimination du risque de rayures → Utilisation de brosses en mousse émulsifiée, prélavées à la Haute Pression
- Optimisation du lavage → Prélavage de la carrosserie à la Haute Pression
- Suppression des traces de calcaire ( finition anti-traces) → Déminéralisation de l'eau de rinçage combinée à une puissante soufflerie

## Les atouts écologiques



Intitiateur du lavage citoyen, Eléphant Bleu est engagé en faveur de l'environnement depuis sa création en 1987. L'enseigne s'efforce de limiter les impacts de son activité et de préserver la ressource en eau. L'offre de lavage automatique a été conçu dans la même logique.

### **Limitation de la consommation d'eau**

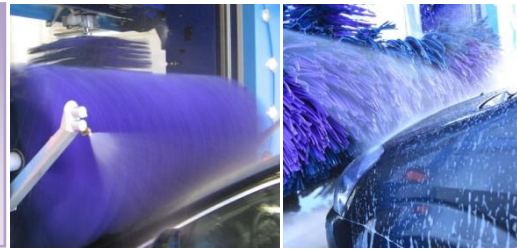
→ Placement, orientation et ouverture des buses

### **Suppression de détergent**

→ Lavage par pression de l'eau (action mécanique)

### **Limitation de la consommation d'énergie**

→ Utilisation d'eau froide



*Le lavage à domicile, pratiqué par près de la moitié des automobilistes (tendance à la baisse), est une activité très polluante : consommation d'eau excessive (2 à 10 fois supérieure à celle d'un système professionnel) et rejets sans traitement préalable des particules de pollution et d'hydrocarbures. La Haute Pression reste le système de lavage le plus économe en eau (30 à 60 litres par lavage).*

### 1.3 LES PLUS-VALUES POUR L'INVESTISSEUR

L'innovation technique est un levier de croissance, d'autant plus sur le marché du lavage automobile. Elle est à l'origine du développement de l'enseigne qui a créé un nouveau service en lançant le lavage automobile haute pression. Elle maintient la place de leadership de l'enseigne depuis 25 ans. Elle a conditionné le succès du lancement de la nouvelle activité de lavage automatique. Aujourd'hui, elle consolide la position de l'enseigne sur ce segment de marché.

Résultat d'un investissement en recherche et développement sur le long terme, le brevet est un nouveau gage de compétitivité et d'avance technologique.

#### Image de spécialiste renforcée

---

En 25 ans, Eléphant Bleu a ouvert et développé le marché du lavage Haute Pression, fait évoluer son concept vers de véritables centres de services et a diversifié son offre en intégrant le lavage automatique. Avec Eléphant Bleu, le franchisé se positionne comme un spécialiste reconnu du lavage automobile.

Cette image de spécialiste est renforcée par le brevet validant l'exclusivité du portique mixte. Pour le franchisé, il représente :

- un gage de pérennité de l'enseigne
- un gage de qualité des services
- un atout différenciateur
- un gage de fiabilité
- un levier de croissance pour l'activité

Après 3 ans d'expérience sur l'activité lavage automatique, Eléphant Bleu valide la pertinence de l'évolution du concept vers un nouveau segment de marché. Le portique conquiert une nouvelle clientèle, il stimule l'activité Haute Pression, diversifie la fréquentation du centre, augmente le panier moyen et renforce l'image de spécialiste. La cohabitation des deux systèmes de lavage s'avère complémentaire et stimulante, d'autant plus avec une exclusivité technique brevetée.



## Elargissement du profil de clientèle

---

En associant le lavage automatique au lavage Haute Pression en 2008, Eléphant Bleu s'adresse aux irréductibles utilisateurs de portiques à brosses (39% des automobilistes qui lavent leur véhicule chez un professionnel utilisent les portiques à rouleaux<sup>2</sup>).

L'enseigne répond également à l'exigence de cette clientèle qui reproche au lavage automatique de rayer la carrosserie des véhicules. En combinant haute pression / système automatique et en utilisant des brosses en mousse émulsifiée, elle garantit un lavage optimal et respectueux de la carrosserie.

### Lavage automatique

**Part du lavage automatique :** 39%  
**Fréquence de lavage :** 5,5 lavages / an  
**Panier moyen :** ~ 6 €  
**Durée moyenne sans option :** 3,5 min  
**Avantages pour les utilisateurs :** automatisation, rapidité, pratique



### Lavage Haute Pression

**Part du lavage HP :** 52 %  
**Fréquence de lavage :** 6,8 lavages / an  
**Panier moyen :** ~ 5 €  
**Durée moyenne d'un lavage :** 7 min  
**Avantages pour les utilisateurs :** qualité de lavage, rapidité, pas de contact avec la carrosserie



Avec 91% de notoriété assistée, 74% de notoriété spontanée et les meilleurs indices de qualité mesurés par MKO, Eléphant Bleu bénéficie de la confiance des consommateurs qui lui donnent une légitimité sur l'ensemble du marché du lavage automobile. En déposant son brevet, l'enseigne entend conserver cette avance et renforcer son image de spécialiste qui lui vaut la confiance de clients fidèles.

## Chiffre d'affaires additionnels

---

Pour l'investisseur, installer un portique Eléphant Bleu sur son centre est un choix stratégique rentable et générateur de trafic :

- Rentabilité en hausse de 20 à 40 %
- Conquête de 39 % de part de marché
- Clientèle en hausse de 20 %
- Potentiel de 50 à 80 K€ de chiffre d'affaires supplémentaire / an / portique
- Opportunité d'augmenter le panier moyen (HP : 5 € ; portique : 6 €)
- Réponse à toutes les demandes du marché avec des offres bien ciblées

---

<sup>2</sup> Source TNS Sofres 2009

## 1.4 LE DEPLOIEMENT DU PORTIQUE DANS LE RESEAU

La progression du lavage automatique dans le réseau Eléphant Bleu, plus soutenu depuis 2011, est portée par l'accueil favorable des franchisés, convaincus par les bilans d'activité.

### Les chiffres clé du portique

2008 : lancement du portique mixte dans le réseau

84 portiques dans le réseau France Eléphant Bleu en 2012

102 portiques dans le réseau européen Eléphant Bleu en 2012

20 nouveaux portiques installés/an en moyenne

80 centres équipés

4 centres équipés de 2 portiques

50 000 € à 80 000 € : CA annuel moyen / centre

100 000 € : CA annuel maximal / centre

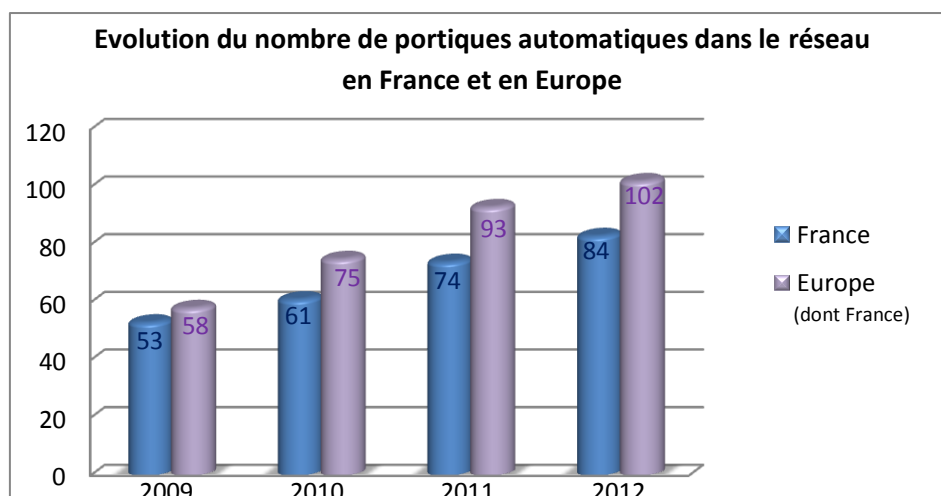
30% à 50% : CA généré par le portique automatique / centre de lavage

16% : part des consommables du portique dans le CA (identique au lavage Haute Pression)



### La progression dans le réseau

Depuis le lancement de l'activité lavage automatique, la vente de portiques a démarré doucement et évolué progressivement pour aujourd'hui atteindre en moyenne 20 à 30 installations par an.





Au démarrage, le principal frein était d'intégrer une nouvelle activité, jusque-là considérée pour beaucoup comme concurrente. Aujourd'hui, la preuve est donnée qu'elle est complémentaire à l'activité historique de l'enseigne, le lavage Haute Pression.

**La courbe des ventes atteste que le réseau est convaincu de l'intérêt de développer cette nouvelle activité.** Affichant des progressions du chiffre d'affaires de 30 à 50%, les franchisés équipés sont les ambassadeurs les plus fervents.

## Accompagnement sur un nouveau métier

---

L'intégration du lavage automobile implique un nouveau métier. L'enseigne a mis en place un suivi personnalisé et permanent pour garantir la réussite du lancement de l'activité et optimiser son exploitation :

- Etude de marché pour déterminer la pertinence de l'activité lavage automatique et identifier le modèle de la gamme le plus adapté au potentiel de la zone.
- Soutien technique de l'enseigne et des partenaires fournisseurs (installation, tests avant mise en route, recommandations techniques)
- Contrat de maintenance
- Hotline dédiée
- Campagne de lancement et opérations commerciales : signalétique, inauguration, actions promotionnelles, relations presse



### 2.1 BILAN 2012

En 25 ans, Eléphant Bleu a évolué en s'adaptant aux évolutions techniques et commerciales tout en veillant au respect de l'environnement. L'enseigne est aujourd'hui un modèle de réussite plurielle : elle est devenue une référence dans son secteur, voire un terme générique, elle a contribué au développement de centaines de franchisés et lave près de 30 000 000 de véhicules par an.

#### Développement 2012

---

En 2012, en France :

- 4 créations de centre
- 2 extensions de centre
- 24 portiques installés
- 6 transformations de centres concurrents



Le réseau Eléphant Bleu compte ainsi en France 460 centres de lavage dont 74 en propre et 386 en franchise pour 208 franchisés :

- 1 961 pistes de lavage Haute Pression
- 84 portiques

#### Eléphant Bleu au service du franchisé

---

L'enseigne a une approche personnalisée sur chaque projet. Elle propose à ses partenaires une offre qualitative adaptée, leur fournit des services performants dans toute la France et tout au long de l'activité pour optimiser l'exploitation du centre.

**L'offre :** Eléphant Bleu a développé une gamme de centres de lavage évolutive. Elle s'adapte aux différents profils d'investisseur et aux capacités d'investissement ; elle se décline selon les configurations de terrain et le potentiel du marché local.

**Les services :** Eléphant Bleu assiste le franchisé à l'ouverture et durant toute la durée de son activité (étude de faisabilité, accompagnement dans la recherche de financements, préconisation technique personnalisée, veille à la conformité au PLU, formation technique et commerciale), accompagnement sur le terrain, service marketing & communication.

## Eléphant Bleu au service du consommateur

---

Depuis sa création en 1987, la stratégie de développement de l'enseigne passe, entre autres, par la multiplication des services annexes, en réponse à une forte demande des consommateurs en quête d'assistance et de proximité. Les centres de lavage Eléphant Bleu sont devenus de véritables centres de services capables d'évoluer au rythme de la technologie et des attentes du marché.

**Nouveautés** : borne de gonflage de pneumatiques, distributeur de lingettes, nouvelle gamme d'aspirateurs, 6 positions de lavage dont le lave-jantes...

**Déploiement du portique** : 1/3 des utilisateurs de portiques automatiques reprochent à ce système d'endommager la carrosserie de leur véhicule. Face à ce constat, Eléphant Bleu a, dès la conception de son portique, intégré des brosses en mousse émulsifiée et le pré-lavage. Par centrifugation, le nettoyage des brosses à la Haute Pression permet d'éliminer les résidus et ainsi de laver son véhicule en toute sécurité. Cette technique est aujourd'hui brevetée.

**Développement de différents modes de paiement** : monnaie, carte bleue, jeton, clé de lavage, distributeurs automatiques et bientôt bornes monétiques nouvelle génération aux fonctionnalités multiples.

## La communication 2.0

---

L'enseigne a toujours privilégié la communication de proximité et un message axé sur le service et le respect de l'environnement, valeurs fondamentales. Ce choix a nourri un capital image hors du commun pour une PME : la notoriété assistée atteint aujourd'hui 91% et Eléphant Bleu draine la moitié des usagers des centres de lavage avec un fort attachement à la marque.

Son besoin de proximité et sa volonté d'intégrer le quotidien des automobilistes l'ont amenée naturellement à faire un lien du terrain à Internet en intensifiant sa présence virtuelle. A 25 ans, Eléphant Bleu utilise les codes et les pratiques de son âge :

- Orientation vers la « pub réalité » avec des minis clips en catch up (diffusés sur M6 Replay en juin)
- Multiplication des « bons plans internautes »
- Création d'une chaîne Youtube : [www.youtube.com/elephantbleuhypromat](http://www.youtube.com/elephantbleuhypromat)
- Lancement en juin d'une campagne anniversaire avec un jeu concours. Sur cette opération, plus de 4 500 participants ont joué, 154 ont gagné 100 € de lavage et 1 personne a remporté un séjour safari en Afrique. 16 450 jetons ont été offerts soit 8 225 lavages sur 154 centres.



## 2.2 PERSPECTIVES

Le chiffre d'affaires du groupe Hypromat est estimé à 45 M€ dont plus de la moitié est réalisée par la zone France. Ce CA est stimulé par les performances du développement du réseau et l'activité des centres en propre renouvelés.

Le groupe compte garder le cap de la croissance en plaçant dans ses objectifs prioritaires : le déploiement des services de lavage dans tous les centres, l'optimisation de la rentabilité des centres et le recrutement de nouveaux franchisés en France, en Europe et à l'international.

### Conserver son leadership en France

---

A maturité mais en pleine évolution, le marché du lavage automobile reste attractif. Pour conserver son leadership et étendre son réseau dans un contexte tendu, Eléphant Bleu renforce sa visibilité, déploie ses innovations et resserre son maillage territorial.

- **Renforcer la présence sur les salons**

Cette année, Eléphant Bleu renforce sa présence sur les salons régionaux et professionnels. En franchise, l'enseigne a déjà participé à 2 salons régionaux, le Salon Top Franchise Méditerranée et le Salon des Entrepreneurs de Nantes Grand Ouest.

Le bilan de ces salons est très satisfaisant : beaucoup d'échanges, des contacts de qualité et des prises de rendez-vous pour des visites de terrain. Au vu de cette réussite, Eléphant Bleu envisage pour les prochains salons d'agrandir la taille de son stand.

En 2013, Eléphant Bleu investira le salon des entrepreneurs de Paris et Equip'Auto, salon international et biennal de tous les services et équipements automobiles. L'enseigne présentera son service clé en main pour diversifier l'activité des professionnels de l'auto.



- **Déployer les innovations**

Piliers du développement Eléphant Bleu, les franchisés jouent la carte de l'enseigne en représentant 90% du portefeuille d'activité 2011. L'un des objectifs prioritaires de 2013 est d'entretenir cette dynamique. Elle participe à la réussite commerciale et au développement individuel des franchisés, elle favorise, au profit des consommateurs, l'homogénéité du réseau en matière de qualité et de services.

- **Resserrer le maillage territorial**

L'axe technico-commercial de l'enseigne est de se donner les moyens de saisir toutes les opportunités de développement et d'optimiser les coûts d'investissement. Pour cela, Eléphant Bleu poursuit sa double stratégie.

**La transformation de centres concurrents** : méthode offensive adaptée aux réalités de la conjoncture où le foncier est le principal frein au développement.

**L'installation de centres compacts** : outil de conquête qui s'adapte aux réalités régionales (rurales et semi-rurales) et aux attentes des professionnels en quête de diversification.

## Poursuivre le développement à l'international

---

Après avoir consolidé son réseau en France, l'enseigne a exporté son savoir-faire en Europe puis au Maghreb. 20 ans après l'exportation du premier centre, le déploiement international reste l'un de ses leviers de croissance.

Première enseigne de lavage d'envergure européenne, Eléphant Bleu compte 739 centres dont 540 en franchise dans 11 pays européens. Pour renforcer sa présence à l'étranger, elle mise sur le développement mixte de son réseau en propre et en franchise.

- **Les atouts à l'export**

En France, en Espagne, au Portugal et en Suisse, l'enseigne s'est imposée comme leader du lavage Haute Pression. L'une de ses forces est sa capacité d'adaptation à tel point qu'elle est bien souvent assimilée à une enseigne nationale : déclinaison de la marque dans la langue nationale, adaptation des centres et techniques de lavage aux habitudes locales, prise en compte des enjeux environnementaux et économique nationaux.

L'exportation est assurée par l'ouverture de centres en propre et les partenariats commerciaux sous différentes formes : franchise directe ou licence de marque (*Ex. la Pologne développée par José Lelièvre et Paul-Jacques Lamprière, franchisés Eléphant Bleu en France*).



- **Stratégie internationale**

Si la crise a un impact limité en France, elle modifie les prévisions de développement en Europe. Pour la zone ibérique, le développement est mis au ralenti, contrairement à la France et à la Suisse où les perspectives sont encourageantes.

L'Europe Centrale et Orientale est identifiée comme potentiellement porteuse à l'exportation. Des études de marché sont en cours, plus particulièrement en Pologne et en Roumanie.

Les pays du Maghreb restent des zones à fort potentiel où l'enseigne compte renforcer sa présence. Le Maroc compte actuellement 6 centres, l'Algérie et la Tunisie sont en cours de développement et la Turquie est activement prospectée.

## Communication 2013 : lancement de la Web Serie

---

D'après une enquête menée par Eléphant Bleu auprès de ses clients, les consommateurs pensent qu'ils n'ont pas besoin de conseils pour laver leur voiture... et pourtant ! L'enseigne a donc privilégié un nouveau format vidéo et une approche décalée pour faire passer ses messages : le mockumentary. Cette parodie de documentaire donne une grande liberté de ton tout en passant de l'information utile et pédagogique.

*Lave-story*, web série pédagogique et décapante d'Eléphant Bleu, met en scène à travers des personnages caricaturaux, les services de l'enseigne. La première saison de 9 épisodes sera diffusée à partir de 2013 sur le Web.

L'automobile est l'un des marchés les plus symptomatiques des effets de la crise, qu'elle soit industrielle, économique ou sociale.

Pourtant, le marché du lavage, dynamique et positif, apparaît comme préservé économiquement. Le consommateur n'a pas fondamentalement modifié ses habitudes et l'investissement reste sûr et prometteur.

L'enseigne Eléphant Bleu présente le triple avantage d'être sur un marché épargné, de se développer en franchise, modèle rassurant pour les investisseurs et les organismes financiers, de garder sa longueur d'avance. Elle est entretenue par le développement de ses franchisés, l'innovation, la capacité d'adaptation, la qualité et la diversité de service.

### 3.1 VU DU CONSOMMATEUR

Le marché de la vente des véhicules est en première ligne face à la baisse du pouvoir d'achat et la concurrence mondiale.

L'après-vente résiste mieux car la baisse des ventes de véhicules neufs induit le vieillissement du parc donc plus d'entretien mais l'automobiliste se restreint à l'essentiel. Pour économiser le carburant, il limite l'utilisation de son véhicule, donc les risques de dommage, et la fiabilité technique des voitures espace les visites à l'atelier. La situation économique de l'après-vente est fragile.

Reste le marché du lavage qui, finalement, est plus dépendant de la crise « météo » que de la crise économique.

#### Moins de lavage mais plus de prestations

Contrairement à l'ensemble de la filière de l'automobile, le lavage ne subit pas directement les effets de la crise. Ils sont plutôt collatéraux et ne sont pas forcément négatifs.

Incertain du contexte économique présent et à venir, l'automobiliste va plutôt jouer les conservateurs avec son véhicule. L'acte de lavage est alors déclenché par l'envie de préserver son capital auto et de soigner l'aspect de son véhicule.

Ainsi, les centres enregistrent une légère diminution du taux de fréquentation mais constatent une stabilité, voire une augmentation du panier moyen (autour de 5 € pour le lavage Haute Pression et 6 € pour le lavage automatique). Il est conditionné par l'évolution et la diversité des prestations.

Par ailleurs, la mise en place des portiques mixtes Eléphant Bleu permet à chacun des centres concernés de capter 20 à 25% de clients supplémentaires.



Globalement, la perte éventuelle de clients liée à la crise est compensée par la hausse du panier moyen et la conquête d'un nouveau profil de clientèle.

## La météo, premier moteur de croissance

---

La météo reste et restera le 1<sup>er</sup> facteur de fréquentation des centres de lavage. C'est bien elle qui fait la pluie et le beau temps de l'activité. La pluie dissuade de laver la voiture tandis que le soleil l'encourage. C'est une donnée constante, contrairement à la météo.

Pour cette raison, 2012 ne restera pas dans les annales du lavage, avec une baisse moyenne cumulée de 6% du chiffre d'affaires des centres par rapport à 2011. Cependant, ce bilan est à relativiser sachant que 2011 fut une année particulièrement bonne pour le lavage.

## Les clés de la réussite

---

Leur évolution le montre, la fréquentation des centres et des habitudes de lavage restent conditionnées par l'attrait de l'offre.

Eléphant Bleu peut témoigner que l'innovation est le moteur de l'activité lavage. Malgré le contexte de crise, s'ils consomment différemment, les clients continuent de privilégier la qualité de service avant de se



soumettre à une logique de prix, en ce qui concerne les dépenses en dessous de 10 €.

**Avec le déploiement d'une offre diversifiée (lavage Haute Pression, lavage automatique et services additionnels) soutenu par les franchisés, des atouts différenciateurs et une expertise technique validée par le brevet, le réseau Eléphant Bleu tire son épingle du jeu.**

*« Réussite et pérennité de l'entreprise dépendent en grande partie de sa capacité à innover. L'innovation, et d'autant plus si elle est brevetée, c'est un facteur-clé de compétitivité : elle évite la concurrence par les prix, relance la demande, stimule le renouvellement des équipements, change les termes de l'échange par de nouveaux modèles économiques, valorise l'innovation organisationnelle comme source d'évolution des emplois, renouvelle l'image de l'entreprise et prépare la sortie de crise ». Source : Rapport Morand, Ministère de l'Industrie, 2009.*

## 3.2 VU DE L'INVESTISSEUR

La franchise résiste bien. L'appartenance à un réseau rassure les investisseurs face à l'insécurité économique ambiante. La crise a un « effet bénéfique » sur les franchisés qui prennent conscience de la force de leur réseau par rapport aux indépendants. En dupliquant un modèle de réussite, en mutualisant les compétences et les moyens, la franchise rassure les investisseurs, encourage la création d'entreprise et les franchisés à développer leur activité.

Dans le cas d'Eléphant Bleu, ce constat se mesure par le niveau de fidélité (95%) et d'investissement des franchisés du réseau, le taux de transformation des centres concurrents indépendants et le potentiel du portefeuille des candidats à la franchise.

*Les franchises de services automobiles s'en sortent bien face à la crise. Le secteur a enregistré un nombre record d'ouvertures d'unités franchisées en 2011 : 1 180. Le parc automobile vieillissant, l'automobiliste s'attache à entretenir sa voiture plus longtemps et recherche pour cela les meilleurs tarifs de services. Source : Article de Jacques Gautrand, l'Express, février 2012.*

### Franchisés : 90% du portefeuille d'affaires 2012

---

Face à la crise, les franchisés Eléphant Bleu prennent conscience de la force de leur réseau par rapport aux indépendants. 2012 affiche un niveau record de l'investissement des franchisés dans leur activité.

L'insécurité ambiante renforce le sentiment de sécurité procuré par leur appartenance au réseau. Elle conditionne leur implication dans le développement de leur activité. Parmi les indicateurs probants :

- La dynamique positive du réseau avec un fort taux de satisfaction
- 90% du portefeuille d'affaires 2012 réalisé avec le réseau
- Le déploiement du portique et des nouvelles options de lavage haute pression dans le réseau
- Le taux record de participation à la convention 2013 (à ce jour, plus de 50% des franchisés sont inscrits)

### Investisseurs : reprise du nombre de contacts

---

La franchise apparaît plutôt comme un rempart à la crise plus qu'un frein à l'investissement car, suivant l'adage « l'union fait la force », l'investisseur se sent sécurisé en s'associant à une enseigne. Elle apporte par ailleurs des garanties supplémentaires dans la recherche de financement et les banques accordent plus facilement des prêts, d'autant plus si l'enseigne, comme Eléphant Bleu, est reconnue.

En 2012, le nombre de contacts candidats à la franchise Eléphant Bleu a baissé de près de 5%. Mais les prévisions 2013 ramènent au niveau de 2011 et le dernier trimestre 2012 est plutôt encourageant. Cette reprise est sans doute en partie liée au marché du lavage, l'un des rares à montrer une certaine stabilité, sécurisante pour les investissements.

On ne perçoit pas de disparité régionale de la demande mais sans doute que les développements en 2013 seront plus marqués dans les secteurs Sud et Ouest, suite à la participation de l'enseigne à des salons régionaux à Marseille et Nantes.

En matière de capacité d'investissement, les candidats intéressés par l'enseigne ont le niveau pour obtenir une aide au financement mais les garanties demandées par les banques sont plus importantes.



## Transformation des centres concurrents : une tendance

---

En marge de la pénurie foncière et d'une offensive commerciale de l'enseigne, le taux de transformation des centres concurrents indépendants augmente ces dernières années. En 3 ans, Eléphant Bleu a réalisé 30 transformations, ce qui représente environ 50% des ouvertures sur la période.

Cette tendance reflète la difficulté du commerce indépendant à s'adapter aux exigences du marché et à investir pour faire évoluer leurs prestations. Parallèlement, elle crée des opportunités en facilitant l'accès à l'investissement aux franchisés ou aux candidats :

- Réduction du niveau d'investissement avec un coût moyen de transformation de 30 K€ par piste
- Accélération du délai d'installation avec une durée moyenne de transformation de 4 mois au lieu d'un an pour un centre neuf
- Démarrage avec un CA déjà existant
- Augmentation du CA de 83% en moyenne la première année
- Augmentation du CA de plus de 100% après 3 ans d'activité



## La franchise Eléphant Bleu : un modèle économique solide

---

Précurseur d'un mode de consommation devenu le 1<sup>er</sup> système professionnel de lavage automobile, Eléphant Bleu figure au 12<sup>e</sup> rang des enseignes les plus rentables. Elle bénéficie d'une renommée unique et est la seule enseigne à concentrer tous les savoir-faire, autant sur l'activité lavage que sur la franchise.

Lors de la conférence de presse sur les 25 ans de l'enseigne (mai 2012), Nathalie Dubiez, Responsable Marché de la Franchise et du Commerce Associé à HSBC, a souligné que « la renommée d'Eléphant Bleu auprès du grand public et sa solidité financière sont des atouts précieux pour bénéficier de la confiance des banques ».

L'enseigne peut se prévaloir de n'avoir enregistré aucun dépôt de bilan de centre. La solidité et la rentabilité de son modèle économique en font une caution de poids pour l'investisseur et ses partenaires financiers.

**En investissant avec succès sur un nouveau marché, en créant un nouveau métier dans le réseau avec un service qualitatif et le brevet des portiques mixtes, Eléphant Bleu démontre que l'audace et l'innovation sont facteurs de croissance et un remède anti-crise.**