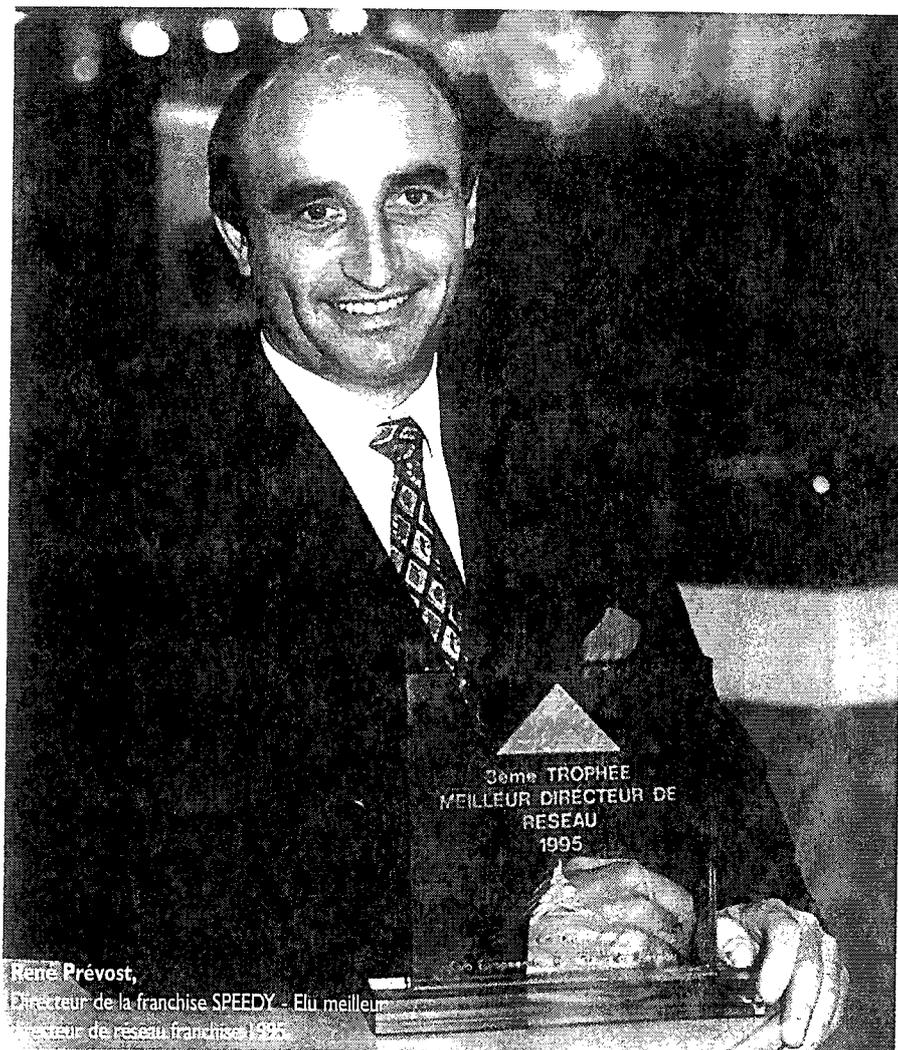


Speedy : l'Europe à plein pot

"Va donc chez Speedy!" un slogan qui colle à l'enseigne d'entretien et de réparation automobile. Et pourtant, le directeur Franchise Europe de Speedy, René Prévost, préfère que l'on identifie différemment son entreprise : "Lorsqu'un client vient chez l'un de nos franchisés, il est préférable qu'il dise "je vais chez Monsieur Untel"; car c'est un signe très positif de personnalisation et d'intégration dans une ville". Les dirigeants de la société veulent en effet renforcer l'image de la société à travers une stratégie de proximité. Une façon de bien se différencier de la concurrence.

Une politique marketing qui est aussi symptomatique : le secteur de la réparation automobile pâtit d'une mauvaise réputation qui rejaillit sur l'ensemble de la profession. Et tout automobiliste qui a pu comparer les écarts souvent incompréhensibles entre deux factures ou devis établis par des garagistes différents peut justifier du fondement de cette défiance à l'égard des réparateurs automobiles. Même s'il est vrai que ce sentiment résulte dans beaucoup de cas d'un manque de communication de la part des professionnels. L'une des priorités définies par Speedy dans le choix de ses franchisés concerne donc la qualité de service, et tout particulièrement l'accueil des clients. "Nous recherchons avant tout des personnes qui soient des commerçants dans l'âme, insiste René Prévost, c'est-à-dire qui



René Prévost,
Directeur de la franchise SPEEDY - Eli meilleur
directeur de réseau franchise 1995

soient également capables non seulement d'assurer un accueil de qualité, mais également de diriger une petite équipe". Le management étant d'ailleurs prévu dans le cadre de la formation préliminaire dispensée par l'enseigne à tous

ses franchisés. La porte reste ouverte à de nouveaux partenaires, puisque le responsable du réseau Franchise souhaite développer de façon significative le nombre des implantations.

Et pas seulement en France, où une quinzaine de nouveaux points de réparation sont envisagés au cours des prochains mois, mais aussi à travers l'Europe. Deux nouveaux points de vente viennent ainsi d'ouvrir en Espagne et en Suisse (l'enseigne mise d'ailleurs beaucoup sur un développement rapide dans toute la partie francophone du territoire helvétique), et 5 franchisés devraient en faire de même dès le début de l'année prochaine en Belgique. L'ambition des dirigeants de l'enseigne ne se limite d'ailleurs pas au Vieux Continent, puisque Speedy s'implantera également en Corée d'ici deux à trois mois. Avis aux franchisés voyageurs. ■

Francis Matéo

Le profil du franchisé

Les 61 franchisés français Speedy, qui représentent un ensemble de 75 points de réparation, réalisent au total 191 millions de francs de chiffre d'affaires par an. Chacun versant une redevance de 5% du CA, auquel s'ajoute un montant de 5% HT consacré au budget communication de l'enseigne. Les droits

d'entrée s'élèvent à 100.000 francs par franchisé; mais attention : cet investissement de départ sera porté à 130.000 francs à partir du 1er janvier prochain. Même si la société assure une formation interne à ses nouveaux partenaires, les responsables du réseau Franchise exigent un minimum de connais-

sances techniques en matière de réparation automobile, soit un niveau de qualification correspondant au CAP ou au BEP. Un minimum de savoir-faire est également souhaitable dans les domaines administratifs, gestion et marketing, pour espérer devenir l'un des futurs franchisés de l'enseigne.