

France Pare-Brise veut élargir ses partenariats

mardi, 12 octobre 2021

Présent une nouvelle sur Franchise Expo en septembre dernier, le réseau de vitrage du groupe Saint-Gobain y avait pour objectif de séduire des prospects, mais aussi de rencontrer de futurs partenaires éventuels. Après une bonne année 2020 en dépit de la crise sanitaire, avec 25 ouvertures de plus que prévu initialement, France Pare-Brise affiche une belle solidité et une attractivité préservée.



Laurent Colin, directeur du réseau France Pare-Brise

«Nous pensions perdre certains prospects rencontrés avant le premier confinement mais ça n'a pas été le cas et davantage de candidats à l'entrée dans le réseau nous ont contacté au deuxième semestre 2020», se félicite Laurent Colin, le directeur du réseau, qui vise les 500 points de vente d'ici 2023, répartis idéalement de façon suivante : 400 centres et une centaine de corners installés dans d'autres enseignes, comme France Pare-Brise le fait déjà avec First Stop.

Vitreurs et entrepreneurs visés

Lesdits prospects correspondaient en majorité à deux types de profil. D'abord, les vitreurs venus d'autres réseaux, bâtis sur des business models différents. *«Ceux-ci sont venus trouver chez nous les agréments d'assurance qui leur manquaient»*, explique le dirigeant. Ensuite, les entrepreneurs venus d'autres activités professionnelles, en quête de reconversion, et qui ont vu dans France Pare-Brise une enseigne séduisante. *«Nous sommes vus comme un réseau 'bankable'»*, sourit Laurent Colin. L'appui du puissant groupe Saint-Gobain fait d'ailleurs figure d'atout pour cette dernière catégorie de candidats. *«Nous recherchons chez ces entrepreneurs des profils de cadres en reconversion, notamment, avec un sens de la gestion et une capacité à analyser des KPI (NdlR : indicateurs de performances clefs)»*, précise le directeur du réseau.

France Pare-Brise est aussi très concentré sur les dossiers de transmission d'entreprise et la reprise de centres, car certains de ses adhérents sont des historiques et participent à l'aventure depuis la naissance de l'enseigne, il y a 28 ans. Des reprises qui peuvent aussi être réalisées par d'autres adhérents, l'enseigne encourageant les patrons à devenir multisites. De manière générale, l'ouverture d'un centre demande un investissement estimé entre 80 et 100 000 €, banc de recalibration ADAS inclus.

A noter enfin : le réseau a augmenté le droit d'entrée dans le réseau suite à la mise en place de FPB Formation, son organisme certifié Qualiopi, qui propose un vrai parcours d'intégration aux nouvelles recrues et de la formation continue sur les fondamentaux du bris de glace mais aussi sur le management, le commerce et la relation client.

Développer grands comptes et partenariats

Sur un marché 2021 qui confirme la fin de la saisonnalité du bris de glace - *«l'été n'est plus le pic d'activité de l'année»* selon Laurent Colin - prévoir l'activité est devenu plus difficile. Même si certains phénomènes sont de retour avec la fin des mesures de confinement et de télétravail, comme le vandalisme qui pèse davantage sur le remplacement des vitres latérales. Et sur un parc où les véhicules récents sont de plus en plus équipés d'ADAS et où la location et le leasing sont rois, ferrer les véritables détenteurs de ces véhicules est un enjeu majeur. *«Nous souhaitons vivement développer notre activité grands comptes et augmenter notre nombre de flottes partenaires. Nous avons passé du temps à nouer des liens avec les assureurs et il nous faut désormais varier l'apport d'affaires, d'où l'embauche d'un responsable grands comptes cet été»*, précise Laurent Colin. Autre forme de partenariats visés : ceux noués avec d'autres enseignes, à l'image de celui existant avec First Stop.