

## Glastint à Franchise Expo 2017 : la conquête après la tempête

vendredi, 24 mars 2017

La tempête de la réglementation sur le taux de TLV des films pour vitrage auto est passée. Maintenant que les craintes qui pesaient depuis deux ans sur le secteur d'activité sont derrière lui, le réseau Glastint est reparti à la conquête de nouveaux adhérents sur Franchise Expo, dopé par la nouvelle technologie de films adaptés aux normes en vigueur. Et par le lancement de l'activité réparation et changement de vitrages.



*Glastint était bien placé à proximité de l'entrée du salon Franchise Expo 2017.*

L'interdiction de poser des films teintés sur les vitres avant des véhicules, d'abord envisagée, a été remplacée par une [simple réglementation](#). Qui n'a fait que limiter à [70% minimum](#) le taux de transmission de lumière visible (TLV) autorisé. [Glastint](#) a donc eu tôt fait de communiquer sur les films teintés de nouvelle génération, conformes aux nouvelles normes, qui lui ont permis de reprendre le développement de son activité première.

**Un retour attendu**

Mais le réseau numéro 1 du marché de la pose de film pour vitrages, auto et bâtiment, avait su prévoir le pire en diversifiant l'activité et en l'étendant à la réparation et au remplacement de pare-brise. Une activité qui lui sert aujourd'hui d'argument de conquête pour séduire de nouveaux franchisés. Présent sur l'édition 2017 de Franchise Expo, événement où il ne s'était pas rendu depuis au moins six ans, Glastint s'est donc affiché confiant.

*«Nous avons arrêté de venir sur Franchise Expo car le salon avait montré ses limites pour le recrutement de nouveaux adhérents, rappelle Laurent Nogrette, administrateur délégué et directeur général associé de Glastint. Et nous ne sommes pas revenus ces trois dernières années car les menaces qui pesaient sur le secteur mettaient un frein au recrutement.»* 2017 est donc l'heure de la relance du développement. *«Nous avons sûrement dépassé les 60 prospects qualifiés sur le salon, des personnes avec des projets déjà réfléchis.»* Une perspective intéressante pour un réseau qui compte 65 centres en France et table sur 100 centres supplémentaires dans les 5 ans à venir.

### **Réparation et remplacement de vitrage : un moteur**

*«La [réparation de pare-brise](#) nous permet d'attaquer des villes plus petites que le seul film pour vitrage. Nous avons la chance d'avoir le préfixe glass dans notre nom : la réparation et le remplacement de pare-brise s'est donc imposée naturellement comme activité de diversification, souligne Laurent Nogrette. C'est une véritable opportunité de développement de chiffre d'affaires complémentaire, voire supplémentaire.»* D'autant que l'équipement -dont l'acquisition est en partie prise en charge par le réseau- et la formation qualifiante des équipes ne représentent pas un gros investissement, aux alentours de 5 000 euros au total.

Cette diversification renforce en tout cas l'attractivité de l'enseigne. *«Le marché du vitrage est très important et rémunérateur : si nous ne prenions qu'1% de part de marché, nous doublerions le chiffre d'affaires du réseau, confesse Laurent Nogrette. Mais notre but n'est pas de concurrencer les grosses enseignes du marché. Il s'agit surtout de proposer un service supplémentaire à notre clientèle, fidèle et plutôt haut de gamme. 99% de nos clients se déclarent satisfaits de l'accueil et du conseil fournis dans nos centres et 96% d'entre eux nous recommandent. Ne négligeons pas non plus les flottes d'entreprises situées autour de nos centres, d'où nos encouragements envers nos franchisés pour démarcher au niveau local, y compris les concessionnaires pour lesquels nous sous-traitons.»*

### **Des profils commerciaux**

D'une manière générale, c'est ce qu'attend Glastint de ses prospects : des professionnels avec un profil commercial. *«C'est fini l'époque où il suffisait de lever le rideau de fer et d'attendre le client dans sa boutique pour faire son business»,* professe Laurent Nogrette. Aujourd'hui, la relation client est primordiale et Glastint passe notamment par le web : son site génère chaque année, depuis quatre ans, quelque 30 000 demandes de devis.