



ECF lance « une action offensive de développement » de son réseau



Interview de Bruno Garancher, Président de l'ECF :



Quel regard portez-vous sur l'avenir de la profession, et surtout sur le réseau ECF dans les 5 prochaines années ?

Bruno Garancher : C'est vrai que l'avenir peut parfois paraître incertain, notamment face à l'émergence des plateformes en ligne.

Mais le réseau ECF a de grandes ambitions pour les années à venir, et grâce à l'engagement de ses adhérents et à la volonté commune de s'engager pleinement dans le numérique, il s'est donné les moyens de ses ambitions.

Ces deux dernières années, le Groupe ECF les a consacrées à préparer l'avenir. Une refonte complète des logiciels de gestion de nos écoles (qui d'ailleurs, sont conformes aux prescriptions de Bercy sur les logiciels de caisse), un système de suivi des élèves intégré permettant aussi bien aux formateurs, au personnel administratif et commercial, au dirigeant, et même aux parents d'avoir toute l'information sur le déroulement de la formation... Bref, notre informatique est à la pointe et nous assure une gestion optimale des différents aspects du métier. Ajoutez à cela des sites internet dédiés à nos différents métiers, un site de e-commerce, un système de gestion de la e-réputation (suivi des avis clients) et vous avez une idée des services performants mettons désormais à disposition de nos adhérents.

Vous avez développé avec l'aide d'une Startup The Good Drive, un simulateur de conduite en ligne inspiré des jeux vidéo, dont les médias ont beaucoup parlé. Un an après le lancement de The Good Drive, comment jugez-vous les retombées pour le réseau ECF ?

BG : Essentielles ! Tout d'abord, pour quelques euros par élève, nous avons pu généraliser l'implantation d'un outil performant de simulation, utilisable aussi bien à l'école qu'à la maison. Axé sur la prise d'information et de décision, il ne vise pas la mécanisation dont chacun s'accorde à penser qu'elle prendra de moins en moins de place dans nos formations. Il fait le pont entre théorie et pratique, et enfin, permet d'aborder des contenus de formation sur lesquels on n'insiste pas assez en formation.

Le développement d'une évaluation initiale permet également d'avoir un outil fiable, et déconnecté des aléas de la circulation, des horaires de réalisation... et aussi, des biais générés par les formateurs en charge de l'évaluation.

Cet outil et son développement dans le réseau ne sont d'ailleurs pas étrangers à la capacité que nous avons eue de récupérer de beaux marchés nationaux...

Ce marché du B-to-B-to-C semble prendre de l'ampleur au sein du réseau ECF, pouvez-vous nous en dire plus ?

BG : Derrière cet acronyme barbare (B-to-B-to-C) se cache une vraie réalité. La part de nos élèves qui financent en totalité leur formation au permis de conduire va se réduire de plus en plus. Ce n'est pas étonnant. Qu'il s'agisse d'organismes sociaux, d'employeurs, ou comme plus récemment, des OPCA qui interviennent désormais au titre du Compte Personnel de Formation, les financements externes deviennent de plus en plus nombreux... et complexes. Nous avons effectivement fait un très gros effort de formation interne et nous avons donné les moyens à nos adhérents de s'adapter à cette mutation de marché. Nous les avons ainsi assistés pour leur permettre d'obtenir leur référencement DataDock, ce qui est désormais le cas de la quasi-totalité d'entre eux.

Mais surtout, nous avons pu également signer dernièrement des accords avec de grands OPCA tels que l'AGEFOS-PME, et de belles entreprises nationales pour qu'ils nous confient la formation de leurs salariés au permis de conduire de catégorie B. Et nous n'avons pu nous faire ces belles réussites que parce que nous étions en réseau.

ECF relance en 2017 une stratégie de développement de son réseau d'écoles de conduite. Pourquoi la période est-elle particulièrement propice ?

BG : Pour les raisons que nous venons d'exposer. S'affilier à un réseau, c'est jouer la stratégie du gagnant-gagnant. Plus un réseau est représentatif, plus il est apte à gagner des marchés. Plus il gagne de marchés, plus ses adhérents se développent, et plus ils se développent plus le réseau est à même de leur apporter des services qui leur permettent d'être performants sur le marché.

Dès lors, l'appartenance à un réseau est primordiale. Pour les adhérents de l'ECF qui souhaitent voir le réseau se renforcer, mais aussi pour les dirigeants d'écoles de conduite qui s'interrogent sur l'avenir de leur entreprise et sa place sur ces nouveaux marchés prometteurs. Et un réseau tel que l'ECF, qui regroupe des entreprises indépendantes propriétaires de leur réseau et de leur enseigne, c'est l'assurance de maîtriser son avenir et celui de son entreprise en maîtrisant les orientations stratégiques du réseau.

2017 est donc effectivement une année qui marque le début d'une action offensive de recrutement. Nous l'avons baptisée « 100 cibles », qui sont autant de villes dans lesquelles nous souhaitons implanter la marque, et dans lesquelles nous adressons directement aux dirigeants d'écoles de conduite que nous avons pu repérer.