



Régis Le Guellec (Groupe Casino) :
« Il reste aujourd'hui une dizaine de zones géographiques vierges. » R. Vialeron/Le Figaro



Jean-Élie Agnel (Michel Simond) :
« Il est indispensable d'avoir l'esprit réseau. » R. Vialeron/Le Figaro



Alex Bigay (Promocash) :
« Faire progressivement passer les magasins intégrés à la location-gérance. » R. Vialeron/Le Figaro



Nikolas Seferiadis (Lorenove) :
« Savoir s'intégrer dans le tissu économique régional. » DR

La franchise reste un modèle économique porteur

FOCUS

Être indépendant tout en minimisant les risques, la formule attire toujours autant de candidats. Et les enseignes poursuivent les ouvertures

EN DÉCEMBRE 2008, l'Observatoire de la franchise dénombrait 49 000 franchisés, soit 3 000 de plus qu'en 2007. Le flot de candidats ne se tarit pas, tandis que les franchiseurs poursuivent les ouvertures. Ainsi le Groupe Casino prévoit 220 nouveaux magasins de proximité (Vival, Spar, Spar Supermarché). « Cela comprend des franchisés qui cèdent leur activité, des agrandissements, des changements d'emplacements et des créations », précise Régis Le Guellec, responsable régional développement. Le groupe Michel **Simond** spécialiste en transactions de fonds de commerce et d'entreprises, compte, lui, 60 franchisés (détenant 80 cabinets). « Nous concédons des exclusivités territoriales sur un à deux départements. Il reste

aujourd'hui une dizaine de zones géographiques vierges. Cela dit nous ne faisons pas la course au développement », précise Jean-Élie Agnel.

Lorenove (fenêtres, stores, portes) est un peu plus pressé. Avec 58 agences dont 48 concessions à ce jour, l'enseigne est sur un rythme de 15 à 18 ouvertures par an pour couvrir le territoire. L'enseigne Cash & Carry du groupe Carrefour, Promocash, vient quant à elle de réaliser une véritable révolution. Elle a fait basculer la quasi-totalité de ses magasins intégrés (120 sur 129) vers la location-gérance, première étape vers la franchise. « Cette année nous reprenons le développement. Nous visons 20 nouveaux magasins en franchise d'ici à 3 ans, le double dans 5 à 6 ans », indique le DRH, Alex Bigay.

Un double avantage

La formule de la franchise offre un double avantage. Elle permet de devenir indépendant tout en minimisant les risques. « Il faut avoir l'esprit réseau, la volonté de mettre en application le

savoir-faire, les méthodes, les processus dispensés par le franchiseur », souligne Jean-Élie Agnel. Avec en parallèle des qualités d'entrepreneur et de chef d'entreprise.

Ainsi Lorenove recherche avant tout des développeurs. « Ils géreront au départ de 7 à 8 personnes puis auront plusieurs points de vente », explique Nicolas Seferiadis, directeur du réseau. Des qualités indispensables qui ne doivent pas masquer une autre priorité, estime Alex Bigay : « Être commerçant dans l'âme. Il y a un vrai rôle de proximité à jouer, il faut savoir s'intégrer dans le tissu économique régional, confie-t-il. Beaucoup de candidats viennent de la grande distribution ou de la distribution spécialisée. » Même

principe chez Spar Supermarché, alors que pour les supérettes Vival, plus petites, tous les métiers sont représentés. Les candidats chez Michel Simond peuvent être d'anciens commerçants, avec des compétences juridiques, commerciales et comptables.

Les banques en soutien

Les candidats à la franchise ne manquent pas et les banques se montrent un peu plus ouvertes à leur égard. « Aujourd'hui les établissements regardent très attentivement la part de fonds propres, 30 % minimum, reconnaît Régis Le Guellec. Mais cela se passe plutôt bien parce que le candidat est adossé à une enseigne reconnue et

que nous l'accompagnons dans son prévisionnel. » Promocash s'assure du potentiel de clientèle du projet, vérifie le business plan des futurs franchisés ; le groupe Michel Simond a tissé des partenariats avec des banques.

Restent des conditions d'accès à la franchise extrêmement variables selon les structures. L'apport initial, la redevance diffèrent d'un groupe à l'autre, certaines enseignes comme Promocash, Vival ou Lorenove ne demandent pas de droit d'entrée, à l'inverse du groupe Michel Simond. L'unanimité se retrouve dans la rentabilité. Elle intervient entre la deuxième et la troisième année assurent les enseignes.

CHRISTINE PIÉDALU

Des investissements variables selon les entreprises

Chaque enseigne fixe des frais de redevance qui lui sont propres.

QUELLE mise de fonds faut-il consentir pour se lancer dans la franchise ? Les coûts sont variables d'une enseigne à l'autre. Par exemple, chez Vival, l'installation est minime, l'apport personnel n'excédant pas environ 20 000 euros (auxquels s'ajoute le financement bancaire). Les dépenses d'installation extérieure et une partie de l'intérieur sont prises en charge par le groupe.

Budget communication

Côté redevance, les montants sont, là encore, variables d'une enseigne à l'autre. La redevance ne dépasse pas 1 % du chiffre d'affaires, plus les frais de livraison et, bien sûr, le



Chez les franchisés Vival, les dépenses d'installation extérieure sont prises en charge par le groupe. Réa

stock, chez Vival. Chez Promocash, la redevance représente 1,7 % du chiffre d'affaires ; elle n'existe pas chez Lorenove, qui considère que l'obligation d'approvisionnement suffit.

En fonction du CA réalisé l'année précédente, l'enseigne octroie un budget communication. « Cela renforce le développement de la marque locale », explique Nicolas Seferiadis.

Michel Simond demande un droit d'entrée de 80 000 euros, formation incluse. « Mais, exceptée l'assistante commerciale, il n'y a pas de salariés puisque les consultants sont des agents commerciaux, et tout franchisé a une exclusivité territoriale », rappelle Jean-Élie Agnel. Une redevance est due sur chaque affaire réalisée, en fonction du type de transaction.

C. Pi.