

Dossier réalisé par Laurent Locurcio

Le système de la franchise a le vent en poupe, dans le domaine du commerce mais également dans celui des services. D'autant que les franchiseurs se doublent de pionniers prêts à explorer de nouveaux concepts, notamment en matière de développement durable ou encore de services aux entreprises. Tour d'horizon d'une spécificité bien française.



A l'image de Mezzo di Pasta, la franchise gagne du terrain dans l'Aube et dans les services.

L'entreprise en toute franchise

La France fait plutôt figure de leader européen dans le domaine de la franchise. En 1971, seulement 34 réseaux de franchises étaient recensés. En 2009, le seuil des 1 369 réseaux nationaux a été atteint, en même temps que celui des 51 619 franchisés ! Même la crise n'a pas freiné ce développement régulier, bien au contraire. Dans un contexte où les banques ont tendance à accorder moins facilement des financements, l'adossé à un réseau de franchise est de nature rassurante. Pour un projet d'implantation, le business-plan s'appuie sur des résultats déjà constatés dans d'autres villes, et en règle générale, le franchisé a souvent un apport personnel. Autre particularité, le système de la franchise attire des candidats en situation de reconversion professionnelle ayant déjà une certaine expérience. Ils sont désireux de devenir leur propre patron dans un cadre plus sécurisé. Le franchiseur apporte son expertise sur le plan technique, mais également sur celui de la gestion et de l'aspect commercial. L'autre raison qui explique le formidable développement de la franchise depuis quelques années, c'est également l'ouverture vers de nouveaux

secteurs d'activité, avec bien souvent un côté novateur. Historiquement, la franchise s'est d'abord développée dans le domaine de l'habillement, de la coiffure ou encore de la restauration...

Au tour des villes moyennes

Encore aujourd'hui, l'équipement de la personne (24 % des enseignes de franchise) reste en tête, mais ne progresse plus autant, selon les chiffres établis par la Fédération Française de la Franchise. Si les réseaux matures restent dynamiques, un autre phénomène est observable depuis quelques années : la montée en puissance dans les services à la personne et aux entreprises, lesquels assurent désormais la croissance. Au cours des dix dernières années, le pourcentage de réseaux consacrés aux services à la personne est passé de 2,6 % à plus de 10 %, et celui portant sur les services aux entreprises dépasse désormais 5 % ! D'autre part, Troyes est parfaitement dans le profil des nouvelles cibles des franchiseurs. Selon les résultats d'une enquête récente de *Franchise.magazine.com* auprès de 462 enseignes nationales, l'intérêt pour le

Grand Est de la France, les villes moyennes et la périphérie est aujourd'hui bien visible. D'abord, parce que le taux de présence d'enseignes franchisées y est moins fort qu'ailleurs, et que les villes moyennes sont nombreuses. D'une manière générale, les franchiseurs commencent à s'implanter dans les grandes agglomérations, avant de « descendre » de taille de ville, au besoin en adaptant le concept.

« Effectivement, il n'y a pas autant de franchises qu'on ne le pense généralement rue Zola, par exemple », analyse Christophe Pereira, en charge du commerce à la CCI de Troyes. « Un certain nombre d'enseignes, qui peuvent exister ailleurs avec des franchisés, sont présentes à Troyes à travers des magasins en propre, voire du commerce affilié », explique ce spécialiste.

Des grandes enseignes testent bien souvent de cette manière leur viabilité économique avant de généraliser des implantations de franchisés dans des villes de même taille.

En tous cas, la franchise offre de belles opportunités, à condition de bien faire son choix dans une offre qui commence à devenir pléthorique. S'entourer de

Attila Système, franchisé à la hauteur

conseils, chercher des informations, prendre le temps de la réflexion est indispensable pour que le « mariage » entre franchiseur et franchisé soit placé sous le signe du meilleur et non du pire !

Pratique

Qu'est-ce que c'est ?

La franchise se définit comme une méthode de collaboration entre, d'une part, un franchiseur, et, d'autre part, une ou plusieurs entreprises, les franchisés. Son objet est d'exploiter un concept de franchise mis au point par le franchiseur. Celui-ci fournit un certain nombre de prestations au franchisé qui, en contrepartie, s'acquitte généralement d'un droit d'entrée dans le réseau, du reversement d'un pourcentage du chiffre d'affaire réalisé, et parfois de contributions au budget global de communication. Tous ces paramètres varient en fonction de la stratégie et de la spécificité de l'enseigne.

En savoir plus :

www.observatoiredefracnchise.fr

www.franchise-fff.com

www.franchise-magazine.com



Un salon pour tout savoir

Chaque année, la CCI de Troyes organise un déplacement collectif au salon Franchise Expo. Le prochain aura lieu du 20 au 23 mars 2011 à Paris, Porte de Versailles. Une occasion unique de rencontrer sur un même lieu les représentants de plus de 400 enseignes françaises et internationales souhaitant rencontrer de futurs franchisés. Un rendez-vous à ne pas manquer pour tous ceux qui souhaitent se lancer dans le cadre d'une franchise, d'autant que le déplacement organisé par la CCI leur permet également de visiter en même temps de nouveaux concepts commerciaux.

www.franchiseparis.com



Pour Julien Durieux, la décision de créer sa propre entreprise dans un réseau de franchise a été mûrement réfléchi. « *En fait, j'ai choisi un secteur d'activité particulier, celui de la couverture que je connaissais déjà un peu, puis j'ai opté pour le concept qui me paraissait le plus original et porteur de potentiel de développement* » explique cet ancien sapeur-pompier professionnel. Aujourd'hui, à 28 ans, il démarre une nouvelle carrière de chef d'entreprise, après être devenu le franchisé aubois du réseau Attila Système. Spécialiste du diagnostic, de la réparation et de l'entretien de toiture, ce réseau se développe rapidement. D'ici la fin de l'année, une vingtaine d'agences fonctionnent déjà, et le réseau devrait doubler en 2011, prouvant ainsi que cette activité répondait bien à un besoin. « *Nous sommes en fait une entreprise de service dans le bâtiment, puisque notre force c'est la réactivité* » souligne Julien Durieux.

Ses couvreurs interviennent rapidement pour réparer des fuites, mais également dans le cadre d'opérations d'entretien ou de réfection. Même le matériel est adapté à cette réactivité, avec l'utilisation de nacelles au lieu du monter des échafaudages.

« *Le franchiseur apporte son savoir-faire non seulement sur le plan technique en cas*

de besoin, mais aussi sur celui de la gestion, de la commercialisation ou encore de la communication, sans oublier les aspects de formation », explique-t-il. Et à cela s'ajoutent des conditions préférentielles pour l'achat et la location d'équipements, ainsi qu'auprès des fournisseurs. L'effet réseau commence à jouer pleinement, le franchiseur Attila Système pouvant ainsi proposer des prestations à de grands comptes nationaux, et confier ce travail aux agences locales !

Un cadre rassurant

« *Enfin, l'existence d'un réseau inspire confiance à la clientèle professionnelle ou encore aux partenaires bancaires* », ajoute Julien. De multiples avantages pour lesquels il verse en contrepartie une redevance sur son chiffre d'affaires. « *C'est un bon investissement car il permet de gagner beaucoup de temps et d'apprendre son métier de chef d'entreprise sans commettre d'erreurs, notamment en bénéficiant des conseils des franchisés les plus expérimentés* » poursuit-il.

Cerise sur le gâteau, ou plutôt robot sur le toit, il bénéficie également d'un équipement exclusif et ingénieux, révolutionnant le nettoyage de toitures. Ce robot, primé par le concours Lépine, est capable de nettoyer des toitures de toute nature, en étant simplement téléguidé au sol après avoir été hissé par une nacelle. Rapidité garantie pour risques inexistant, puisqu'il n'y a plus d'intervention humaine sur le toit.

Le nettoyage reste une partie des activités des couvreurs qui se consacrent avant tout à la réparation et à la réfection. Julien a lancé son activité dans l'agglomération troyenne, en 2009, et son entreprise compte déjà sept personnes. Il a déjà programmé l'ouverture d'une agence à Bar-sur-Seine début 2011, avec une équipe de trois à quatre collaborateurs, et souhaite en faire de même à Nogent-sur-Seine, dans moins de deux ans. Un développement qui lui a valu d'être l'un des lauréats du concours de la création d'entreprise d'Aube Initiative. Julien va aussi prendre du galon au sein de la franchise, en devant le référent en matière de sécurité, l'ancien pompier professionnel étant évidemment un spécialiste de ces questions !

www.attila-systeme.fr

Hippo-Ecolo Services : un franchiseur qui monte en puissance

S'il y a un franchiseur aubois qui mérite le prix de l'originalité, c'est bien Hippo-Ecolo Services. D'une part, parce que son activité est assez insolite, et carrément unique dans le système de la franchise, puisqu'il s'agit d'organisation de transport hippomobile, notamment dans le cadre de collecte de déchets ou encore de déplacements urbains. D'autre part, parce que ce franchiseur fournit à ses franchisés formation, conseils et matériel et, en prime, le marché ! « *C'est vrai que c'est assez sécurisant pour le franchisé qui pourra obtenir plus facilement un financement bancaire puisqu'il aura déjà devant lui un marché conclu pour plusieurs années* », explique Sandra Coillot, directrice générale de Hippo-Ecolo Services. « *En même temps, nous sommes assez sélectifs quant à nos futurs franchisés, notre priorité étant véritablement de professionnaliser le transport hippomobile en milieu urbain notamment* » poursuit Sandra Coillot. Cette entreprise, basée aux Loges-Margueron, a été lancée au printemps 2009. Dans l'Aube, elle est déjà connue pour organiser, à Pont Sainte-Marie, la collecte du tri sélectif grâce à un cheval de trait sillonnant les rues de la commune avec un véhicule hippomobile spécialement adapté. Dans ce cas, Hippo-Ecolo Services intervient dans le cadre d'un partenariat avec Sita-Dectra. Pour d'autres collectivités qui collectent les déchets en régie directe, la société auboise intervient en formant du personnel municipal et les chevaux, en organisant les tournées et en fournissant du matériel adapté.

Développement national

En tous cas, les mairies sont très intéressées par le retour du cheval dans les rues. « *Ce n'est pas forcément possible partout, mais là où ça l'est, les résultats sont positifs, non seulement sur le plan environnemental bien entendu, mais aussi en matière économique* » précise Sandra Coillot. D'ailleurs, Hippo-Ecolo Services vient de participer, pour la première fois, au Salon des maires à Paris, où elle a été très remarquée. Autant dire que la demande devient nationale, et le système de la franchise est un bon moyen de couvrir rapidement le territoire, tout en gardant l'esprit de professionnalisation qui caractérise Hippo-Ecolo Services.



Démonstration du savoir-faire d'Hippo-Ecolo lors de la dernière Journée de l'Environnement.

« *Nos franchisés s'engagent dans le cadre d'une charte de qualité qui reprend tous les aspects, depuis la sécurité à la formation, en passant par la conformité du matériel, sans oublier bien entendu les conditions de travail et l'hébergement du cheval* » poursuit Sandra Coillot, très attentive au bien-être du cheval puisqu'elle est vétérinaire équin de profession. En tous cas, les projets ne manquent pas, avec la conception de voitures hippomobiles modernes et originales, comme l'Ecobus pour le transport urbain ou encore le Fun Beach

pour la collecte des déchets sur les plages ou encore le Trottibus pour le transport des scolaires ! « *Nous avons constitué un pool d'experts capable d'intervenir dans tous les domaines concernés et de proposer des solutions adaptées et innovantes* », conclut Sandra Coillot. Une démarche professionnelle qui rassure les maires, tant sur la qualité de la prestation que sur le respect de la réglementation. Autant dire que les chevaux de trait vont réaliser un retour en force dans nos rues !

www.hippoecolo.fr

Mezzo di Pasta : droit au but

Rafik Mezriche était promis à un bel avenir lorsqu'une vilaine blessure l'a contraint – à 25 ans – à renoncer à sa carrière de footballeur professionnel. Né à Troyes, il a joué en Ligue 1 à Strasbourg, remporté une coupe de France et porté le maillot de l'équipe d'Algérie. Désormais, il endosse avec succès l'habit de chef d'entreprise. « *En 2008, j'ai ouvert la franchise Mezzo di Pasta au centre McArthurGlen de Pont-Sainte-Marie* », explique-t-il. « *Je connaissais cette enseigne, née à Strasbourg et ses fondateurs ont bien voulu me faire confiance* » poursuit-il. S'il a choisi de s'implanter d'abord dans un centre de marques, c'est parce qu'une bonne partie

de la clientèle connaît déjà Mezzo di Pasta. En moins de 10 ans, cette enseigne originale est devenue le leader français de restauration rapide de pâtes fraîches, avec déjà plus de 115 points de vente. Rafik s'est vu confier la franchise pour le département de l'Aube, et va de l'avant. Il cherche actuellement un local d'environ 80 m² au centre-ville de Troyes pour implanter un second établissement. « *J'ai déjà une clientèle auboise qui vient à Pont-Sainte-Marie et la notoriété de l'enseigne est suffisamment forte pour ouvrir un second Mezzo di Pasta à Troyes* » conclut-il.

www.mezzodipasta.fr

Clikeco, des déchets traités en toute franchise

Après une carrière d'une vingtaine d'années au sein de la grande distribution, qui lui a permis d'évoluer jusqu'à l'encadrement, Gilles Meynet a décidé de changer de vie en devenant son propre patron. Un virage professionnel qu'il a pris soin de bien préparer. « J'ai fait le tour de la question en sélectionnant les domaines qui m'intéressaient et dans lesquels il y avait des besoins, ce qui était le cas du développement durable », explique-t-il. Dès le départ, Gilles avait opté soit pour une reprise d'entreprise, soit pour une création dans le cadre d'une franchise. Mais dans un secteur aussi neuf que le service aux entreprises en matière de développement durable, les possibilités de reprises sont rares. « La franchise était une bonne solution, apportant un cadre plus sécurisant et facilitant le développement de son activité », poursuit-il. Après s'être renseigné sur internet, dans la presse spécialisée, ou encore auprès du service commerce de la CCI, il a opté pour une franchise jeune mais ambitieuse, Clikeco. Sa spécialité : proposer des solutions simples et efficaces pour la gestion des déchets dangereux et diffus dans les PME et les TPE. Ses prestations clés en main sont très appréciées des entreprises qui ne savent pas toujours comment éliminer des déchets aussi divers que des pots de peinture, des solvants ou encore des chiffons, tout en respectant une réglementation en perpétuelle évolution. C'est ainsi que Clikeco met à disposition des conteneurs et des dessertes sur roulettes permettant de stocker au mieux tous les déchets dangereux. Un fourgon passe, selon les besoins, pour récupérer les produits et les emporter dans des centres de traitement agréés. Tout le suivi administratif des déchets, comme leur marquage, est assuré par la prestation de Clikeco et le client dispose d'un suivi sur le site internet de la franchise.

Traçabilité assurée

« Nous assurons ce respect de la réglementation en organisant la gestion des déchets au sein de l'entreprise en allant jusqu'à leur élimination », explique Gilles Meynet qui a lancé son activité début 2010. Bien entendu, ce genre de service étant relativement nouveau, il lui a fallu dans un premier temps faire beaucoup de pédagogie auprès des entreprises aubois.

« C'est là que l'effet réseau peut jouer, puisque je peux faire état des références de mes collègues franchisés déjà présents sur d'autres départements », poursuit Gilles Meynet. D'ici la fin de l'année, le réseau national de Clikeco comptera



près d'une trentaine d'implantations dans toute la France. Le développement est rapide certes, mais autorise encore des perspectives à ceux qui se sont lancés dans l'aventure. « L'intérêt de se lancer avec une franchise jeune est de pouvoir choisir son lieu d'implantation et bénéficier d'une zone plus large », poursuit le franchisé aubois de Clikeco. Le réseau lui a attribué l'ensemble du département de l'Aube, mais les entreprises des départements limitrophes peuvent également faire appel aux services de Gilles puisqu'il n'y a pas encore d'agences installées à proximité.

www.clikeco.com

Extension de la Zone commerciale LECLERC de ROMILLY (10) Construction du PARC DE L'AERODROME de l'autre côté du rond-point sur le CD 619 (10100) ROMILLY/MAIZIERES-LA-GRANDE-PAROISSE

Zone de chalandise : 70 000 habitants

Existant

Hypermarché (8 000 m²) ; Galerie commerciale de 21 boutiques
MR BRICOLAGE, GITEM, Jardinerie (5 000m²), GIF, GEMO,
JOUETLAND, LECLERC SPORT
Parking de 1700 places

Projet en cours de construction, 29 000 m² de surfaces commerciales, ouverture MAI 2011

5 zones à thèmes : Concessionnaires automobiles, GEDIMAT,
Prêt-à-Porter (« 3 250m² »), Cinéma (4/5 Salles), Restaurants,
Bowling, Hôtel 2 étoiles.

Reste à louer : Bâtiment B équipement de la maison (5 500 m²) MEUBLE, DECORATION, TISSUS, REVELLEMENTS DE SOL, CUISINISTE...

Cellule 1 : 503 m²

Cellule 2 : 448 m²

Cellule 3 : 1 183 m²

Cellule 4 : 831 m²

Cellule 5 : 1 103 m²

Cellule 6 : 831 m²

Cellule 7 : 1 266 m²

Contactez : **Danielle LOMBART** - Tél. : 01.47.61.95.86/06.15.27.79.11

Email : dlimmobilier@orange.fr