



La franchise progresse malgré un c

Alors que le Salon de la franchise se tiendra à Paris, porte de Versailles, du 14 au 17 mars, les réseaux de franchisés ne se sont jamais aussi bien portés. Très prisée des restaurateurs, qui voient en elle une manière de se développer sans être physiquement présent, la franchise permet aujourd'hui à tout un chacun de tenter sa chance.

« **L**e bilan du secteur de la franchise en 2009 est bon. Nous ne sommes pas dans un développement anarchique et exponentiel des réseaux de franchise, ce qui me rassure! », estime Guy Gras, président de la Fédération française de la franchise. Un bilan de bon augure, alors que l'hôtellerie et la restauration font de plus en plus appel à ce mode de développement. La Pataterie, Speed Burger, Class'Croûte, Pizza Sprint, ou encore la Boucherie sont autant d'enseignes qui ont choisi cette voie.

AVOIR LE SENS DU COMMERCE ET DU MANAGEMENT

Par le passé, la franchise a connu un certain retard par rapport à l'Angleterre ou aux États-Unis. En France, les restaurateurs désireux de s'émanciper lui préféreraient la concession. Selon la Fédération française de la

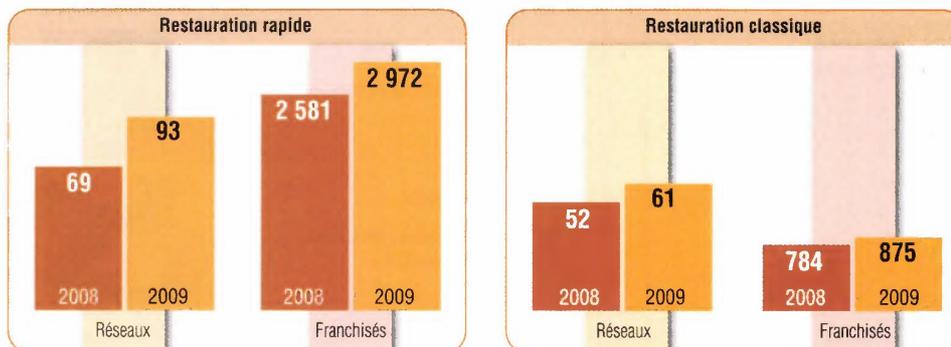
« Une franchise mobilise moins de fonds propres qu'un établissement en propre. Du coup, nous pouvons nous établir en centre-ville et en périphérie. »
Christophe Mauxion, PDG du groupe la Boucherie

franchise, on estime que le « boom », en France, remonte à une dizaine d'années. Mais qui, aujourd'hui, peut devenir franchisé? La chaîne Speed Burger, spécialisée dans la livraison de hamburgers à domicile, souhaite par exemple collaborer avec des personnes ayant le sens du commerce, mais également des aptitudes au management. Elle veut se développer avec des franchisés exploitants, des

opérationnels, des hommes de terrain. Elle ne cible pas spécialement les investisseurs ou les cadres en reconversion. Au contraire, le groupe Bars & Co, qui développe les enseignes Café Leffe, Irish Corner, Belgian Beer Café et Au bureau, annonce la couleur : « 60% de nos franchisés sont d'anciens cadres qui souhaitent se reconverter. 40% sont des professionnels. Nous recrutons des entrepreneurs, véritables patrons de PME, capables de gérer une équipe de dix à trente salariés. Les établissements sont ouverts 6 ou 7 jours sur 7, les dirigeants doivent être solides. Les franchisés disposent d'une expérience dans l'encadrement et le management. Ils sont issus de secteurs d'activité variés. Agés de 40 à 60 ans, ils s'apprentent à vivre une deuxième vie professionnelle. Certains nous rejoignent dans une vision patrimoniale de transmission d'entreprise. Chacun doit posséder un esprit commerçant, être bon gestionnaire et bon meneur d'hommes. Le métier permet aux investisseurs d'avoir une rentabilité rapide; le prix de vente est égal au chiffre d'affaires annuel hors taxes, estimé en moyenne entre 1 et 1,5 million d'euros. »

DES HAUSSES NOTABLES

Évolution du nombre de réseaux et de franchisés entre 2008 et 2009.



La multiplication des enseignes de restauration rapide est à l'origine de l'augmentation des franchisés. La restauration classique progresse elle aussi grâce au maintien des enseignes traditionnelles.

Source : Fédération française de la franchise.

INSUFFLER AUX SALARIÉS L'ESPRIT D'ENTREPRISE

De là, comment expliquer le succès grandissant de la franchise en restauration? Pourquoi attire-t-elle autant les investisseurs? Ce mode de développement est une véritable opportunité de marque, il permet de se référer à une marque connue, et de rassurer le consommateur, critère ô combien



ontexte tendu

3 exemples de conditions d'accès à la franchise



Photos DR

	LA BOUCHERIE	SPEED BURGER		SUBWAY
		Agglos de plus de 80 000 hab.	Agglos de 50 000 à 80 000 hab.	
Durée du contrat	9 ans	5 ans	5 ans	Non communiqué
Droit d'entrée HT	54 500 €	20 000 €	12 000 €	7 500 €
Implantation	Périphérie	n°1 bis ou 2 en centre-ville	n°1 bis ou 2 en centre-ville	Non communiqué
Surface souhaitée	450 m ² (150 couverts)	70 à 100 m ²	70 à 100 m ²	Non communiqué
Redevance proportionnelle d'exploitation	4 % du CA HT	4 % du CA HT	3 % du CA HT	8 % du CA HT
Redevance publicitaire	0,8 % du CA HT	1 % du CA HT	1 % du CA HT	4,5 % du CA HT
Apport personnel	23 % du budget global	50 000 à 60 000 €	35 000 à 50 000 €	100 000 €
Investissement global	Non communiqué	180 000 à 230 000 €	130 000 à 150 000 €	1 600 € le mètre carré

Sources : La Boucherie, Speed Burger, Subway.

important en restauration ! Du côté du franchisé, il offre bien des avantages. Ainsi, la Mie Câline propose une école interne. En complément de la formation initiale dispensée aux futurs franchisés et directeurs de filiales, l'enseigne porte une attention particulière à la formation continue au sein de son réseau. Chaque semestre, elle

propose des formations adaptées à chaque niveau (débutant et confirmé), métier par métier. Celles-ci peuvent être dispensées physiquement ou à distance (« téléformation » ou « e-learning »), individuellement ou de manière collective, pour permettre à chacun de composer son propre cursus d'apprentissage.

En 2009, près de 2 000 heures de formation ont été dispensées à quelque 650 collaborateurs, avec trois objectifs : offrir à chaque salarié les moyens d'évoluer professionnellement, donner un sens à son travail et lui insuffler l'esprit d'entreprise. La Mie Câline capitalise en priorité sur la cohésion du groupe, l'auto-enri- ➤



chissement et le potentiel existant en interne pour sa croissance. Aujourd'hui, 16% des franchisés sont des anciens salariés de l'enseigne.

Autre exemple avec Quick, qui, en partenariat avec l'IGS, propose aux directeurs de restaurants (en compagnie et en franchise), quel que soit leur niveau de qualification initiale, une formation de dix-huit mois destinée à approfondir et à valoriser leurs compétences. À l'issue de celle-ci, les candidats qui le souhaitent peuvent, au moyen de la validation des acquis de l'expérience (VAE), obtenir un diplôme en administration et gestion des entreprises (niveau Bac + 4). En parallèle, les franchisés se voient proposer des modules spécifiques pour les accompagner dans leur métier de chef d'entreprise : stratégie marketing, analyse financière, ou encore gestion de trésorerie.

« UN PARTAGE D'EXPÉRIENCE AUPRÈS D'INDÉPENDANTS »

L'investissement personnel du franchisé est essentiel dans le succès que rencontrent les enseignes. Comme l'explique Christophe Mauxion, PDG du groupe la Boucherie : « *Nous exploitons actuellement 80% de nos unités en franchise et 20% en propre. La franchise nous permet d'avoir un partage d'expérience auprès d'indépendants. Ce retour d'expérience permet de faire avancer le concept au travers des éléments constitutifs de l'enseigne. Par ailleurs, une franchise mobilise moins de fonds propres qu'un établissement en propre. Du coup, nous pouvons nous établir en centre-ville et en périphérie. Aujourd'hui, un restaurant n'est jamais aussi bien tenu que par un franchisé qui met son âme et ses forces dans l'affaire.* »

Depuis 1999, la Boucherie a ouvert 60 unités, dont 50 en franchise et 10 en succursale. « *Nous allons conti-*

3 QUESTIONS À...



Jean-Philippe Deltour, associé fondateur de Créditrelax et membre du collège des experts de la Fédération française de la franchise

« Nous mettons en œuvre une approche commerciale au résultat »

Il y a cinq ans, Jean-Philippe Deltour a créé Creditrelax, société spécialisée dans l'accompagnement financier de projets de franchise. Il accompagne notamment KFC, Quick, Groupe Flo...

NÉO - Comment aidez-vous les porteurs de projet en recherche de financement ?

J.-P. D. - Notre métier est de nous assurer que le financement d'un projet va s'effectuer dans les meilleures conditions. Nous accompagnons les porteurs de projet dès la phase de recherche d'affaire, afin de définir avec eux le montant d'endettement auquel ils peuvent prétendre. Nous les assistons jusqu'à la signature du contrat de prêt, et les conseillons sur l'ensemble de la relation bancaire (frais de tenue de compte, commissions carte bleue). Dans le cas de la franchise - 40% de notre activité - les choses sont bien balisées, car c'est le franchiseur qui définit avec le client le montant du projet. Dans ce cas, nous intervenons dès signature du compromis de vente.

NÉO - Comment entrez-vous en relation avec les franchiseurs et les futurs franchisés ?

J.-P. D. - Essentiellement grâce aux réseaux. Nous sommes présents sur de nombreux salons tels que Franchise Expo. Nous entretenons des liens privilégiés avec bon nombre de franchiseurs, avec qui nous sommes parfois rentrés en contact grâce à un franchisé financé par notre intermédiaire. Nous mettons en œuvre une approche commerciale au résultat, ce qui fait que nous sommes très sélectifs sur les dossiers que nous prenons en charge. C'est un argument rassurant pour le client et nos partenaires bancaires. Nos honoraires dépendent de la complexité du dossier et des exigences du client.

NÉO - Comment voyez-vous 2010 ?

J.-P. D. - Nous nous sommes aperçus qu'en 2009 les crédits étaient plus difficiles à obtenir, et que les délais de décision se trouvaient rallongés, car les banques font de plus en plus appel à des organismes de contre-garantie tels qu'Oseo ou SIAGI. Pour 2010, le contexte général du marché du crédit aux professionnels est toujours difficile. L'appartenance à un réseau de franchises facilite les choses.

nuer à nous développer, promet Christophe Mauxion. Idéalement, nous souhaiterions exploiter 40% de succursales et 60% de franchises. Nous recherchons des personnes qui ont déjà une expérience de management réussie. Car une unité de restaurant se gère comme une petite PME, qui génère environ 1,5 mil-

lion d'euros de chiffre d'affaires et emploie une quinzaine de salariés. »

La franchise a de belles années devant elle. En parallèle du développement des réseaux, elle a permis à de nombreux indépendants, créateurs de concepts, de multiplier leurs points de vente et de développer leur activité. ●