



## LANCEMENT

# Aide au démarrage DES RÉSEAUX À VOS CÔTÉS

L'accompagnement d'une enseigne, au moment de lancer votre activité, est un des points forts de la franchise et des autres formules du commerce organisé. Pour en savoir plus sur l'assistance délivrée par la plupart des chaînes, découvrez les réponses de 500 d'entre elles.

VINCENT POMPOUGHNAC

**L**a franchise permet de lancer son activité en étant accompagné : voilà une phrase que l'on entend souvent dans la bouche des experts et des professionnels du commerce organisé, quand on leur demande les avantages de cette formule pour les créateurs d'entreprise. De fait, "l'encadrement, le suivi, l'assistance offerte par le franchiseur" restent les motivations les plus souvent citées par les candidats à la franchise.

Mais quelle assistance les têtes des réseaux délivrent-elles exactement à leurs partenaires avant, pendant et après l'ouverture de leur point de vente ? Nous leur avons posé la question et 500 d'entre elles nous ont répondu : l'aide au démarrage peut aller très loin, ou s'avérer très mince, selon la formule de développement (franchise, coopérative, concession, licence de marque, commission-affiliation, partenariat, chaîne volontaire...), le métier exercé, l'ancienneté du réseau ou encore l'ampleur des moyens dont il dispose.

### Marché local et emplacement

Nous avons d'abord demandé aux développeurs de nous indiquer la nature des documents qu'ils transmettent à leur candidat sur son futur marché local. La majorité (342 enseignes, soit 68,4 % du total) se contente de fournir "un simple état du marché", comme le prévoit la loi du 31 décembre 1989, dite "loi Doubin". A savoir, "des informations permettant d'évaluer l'état du marché national et local et ses perspectives de développement" (voir les textes officiels dans notre "cahier pratique" à la fin du magazine).

Certaines chaînes (106, soit 21,2 %) délivrent une "étude de marché complète", avec indication d'un chiffre d'affaires prévisionnel personnalisé. D'autres (21, soit 4,2 %) transmettent à la fois un état et une étude de marché.

Enfin, 25 réseaux ne donnent pas d'information sur le marché "car la loi ne les concerne pas" et laissent leur futur partenaire réaliser lui-même sa propre étude. Il s'agit de *Optic 2000*, *Jolijus*, *KC Chocolatier*, *L'Îlot Gourmand*, *Méthode Meer*, *Equivalenza*, *Eric Stipa*, *Peauздétente*, *Autour de Bébé*, *Mât de Misaine*, *Méto Kids Company*, *New Baby*, *Allô Volet Service*, *Mag Presse*, *Maison de la Presse*, *Rouge Papier*, *Un Monde Autrement*, *Bo Concept*, *France Literie*, *Affût Pro*, *Cadre Expert*, *Nousassurons.com*, *Tonavenir.net*, *AB Immobilier* et *Safti*.

Rappelons que la loi Doubin concerne "toute personne qui met à la disposition d'une autre personne un nom commercial, une marque ou une enseigne, en exigeant d'elle un engagement d'exclusivité ou de quasi-exclusivité pour l'exercice de son activité". C'est-à-dire non seulement les franchises, mais aussi la plupart des réseaux du commerce indépendant organisé développés en concession, coopérative, commission-affiliation ou partenariat.

A la question "Vous chargez-vous de la recherche du local de votre futur partenaire ?", 40,6 % des enseignes (203 sur 500 exactement) ont répondu "Parfois". 32,6 % (163) "Oui", tandis que 128 (25,6 % du total) ont répondu "Non" parmi lesquelles un certain nombre de réseaux dont l'activité ne nécessite pas de local commercial. C'est notamment le cas pour certains concepts de services.

### Elaboration des comptes prévisionnels

Afin notamment de solliciter un emprunt bancaire pour compléter le financement de son projet, le futur franchisé doit élaborer les comptes prévisionnels d'exploitation de son affaire. Nous avons demandé aux responsables d'enseignes de préciser leur degré d'intervention en la matière.

La majorité (258 enseignes, soit 51,6 % du total) transmet au candidat les éléments nécessaires pour





© Robert Hyron/Thinkstock

qu'il s'en charge lui-même: par exemple, les bilans d'unités pilotes ou d'unités franchisées implantées sur des sites comparables.

D'autres (86, soit 17,2 %) procèdent à une confrontation entre leurs prévisions et celles du candidat. Cette méthode a les faveurs de bon nombre de spécialistes de la franchise, car elle permet au futur franchisé de s'impliquer davantage dans son projet. Pour leur part, 68 chaînes (13,6 %) transmettent des éléments et procèdent à une confrontation.

Mais quarante-neuf réseaux (9,8 %) vont plus loin et se chargent intégralement de l'élaboration des prévisionnels. Parmi eux (liste non exhaustive) figurent *Sherpa Alimentation*, *Midas*, *Optical Center*, *Tchip Coiffure*, *Vog Coiffure*, *Yves Rocher*, *Vertikal*, *L'Orange Bleue*, *Maxiliterie*, *Planet Cash*, *La Pataterie*, *Aquablue*, *Demanagerseul.com*, *Wash'n Dry* ou encore *Elyse Avenue*. Ces réseaux prennent le risque de voir leur partenaire se retourner contre eux si son activité n'atteint pas les prévisionnels en question.

C'est sans doute la raison pour laquelle 31 de leurs confrères considèrent que c'est au candidat de s'en charger entièrement. En conformité avec la loi Doubin, qui ne leur impose pas d'obligation particulière dans ce domaine. C'est le cas (liste non exhaustive) de *Optic 2000*, *A Plus Glass*, *Autour de Bébé*, *Devred 1902*, *Mondial Piscines*, *Terres de Fenêtre*, *Best Western*, *Mag Presse*, *Maison de la Presse*, *Cuisinella*, *La Compagnie du Lit*, *Schmidt*, *Brioche Dorée* et *Safti*.

### Dossier financier et recherche du banquier

Le compte prévisionnel d'exploitation n'est qu'un des éléments du dossier financier qu'un franchisé doit constituer et présenter à la banque. Ce dossier doit également comporter un plan de financement,

un prévisionnel de trésorerie sur 2 à 3 ans, une présentation du réseau, le Document d'information précontractuel (DIP) défini par la loi Doubin, une étude de marché ou encore le bail du local commercial visé.

A la question "Vous chargez-vous complètement du montage du dossier financier de votre futur partenaire?", 246 réseaux sur 500 (49,2 %) ont répondu: "Nous proposons nos services au candidat qui choisit". Au contraire, 169 enseignes (33,8 %) laissent le candidat s'en charger seul. Tandis que 46 chaînes (9,2 %) s'en chargent entièrement.

Nous avons aussi demandé aux responsables des enseignes s'ils accompagnaient leur candidat chez >

## METHODE

### Pour bien lire nos tableaux

Nous publions dans les pages qui suivent les réponses de 500 réseaux à notre questionnaire sur l'assistance au démarrage, présentées sous forme de tableaux et classées par secteur. Voici quelques abréviations utilisées dans les tableaux :

#### Dans la colonne « FORMULE »

C.affiliation ou c-a = Commission-affiliation  
Ch.volontaire ou Ch.v. = Chaîne volontaire – Fr = Franchise  
Lic. de marque ou Lm = Licence de marque

#### Dans la colonne « COMPTES PREVISIONNELS »

Eléments + C. = Eléments + Confrontation

#### Dans la colonne « ASSISTANCE A L'OUVERTURE »

1 pers/variable = 1 personne à durée variable – 1 anim = 1 animateur

Des compléments d'informations sont consultables sur notre site Internet [www.franchise-magazine.com](http://www.franchise-magazine.com), rubrique "Franchise : Mode d'emploi", "L'aide au démarrage".





La formation initiale du franchisé est l'un des aspects essentiels de l'assistance au démarrage. Elle dure 20 jours en moyenne : de 11 jours dans l'habillement/prêt-à-porter à 33 dans la restauration à thème.

le(s) banquier(s). Cet accompagnement intervient "à la demande" pour 169 enseignes (33,8 %) et au "cas par cas" pour 109 autres (21,8 %). Soixante-cinq s'y refusent dans tous les cas (13 %) tandis qu'à l'inverse, 43 (8,6 %) accompagnent systématiquement leur candidat pour rencontrer le ou les banquiers. Ces derniers n'apprécient pas forcément cette pratique, et insistent pour que le créateur d'entreprise franchisé défende lui-même sa demande de financement, que sa tête de réseau soit représentée lors de l'entretien ou pas.

### Formation initiale: 20 jours en moyenne

La formation initiale permet au franchisé de s'approprier le savoir-faire du franchiseur et, souvent, de se lancer dans un métier nouveau pour lui. Elle représente donc l'un des aspects essentiels de l'assistance au démarrage. Nous avons demandé aux développeurs si cette formation était délivrée "avant" ou "après" la signature du contrat (de franchise, concession) définitif et quelle était sa durée globale. La majorité (346 enseignes, soit 69,2 % du total) délivre la formation initiale après engagement, tandis que 136 chaînes débutent cette transmission du savoir-faire avant signature. C'est parfois une façon pour elles de tester les aptitudes de leur candidat, avec la possibilité de mettre fin à la relation si ce dernier ne fait pas l'affaire.

La durée moyenne de la formation initiale s'établit à 20 jours – toutes formules du commerce indépendant organisés et tous secteurs d'activité confondus. La restauration arrive en tête avec 33 jours en moyenne dans la restauration à thème et 30 dans la restauration rapide suivie par les services immobiliers (30), l'amélioration de l'habitat (26 jours) et l'alimentaire (25 jours).

Dans la moyenne : l'automobile et l'équipement de la maison affichent respectivement 22 et 24 jours (avec des pointes à 36 dans les centres auto et 49

dans l'achat-vente), les services aux particuliers étant pointés à 17 jours et les services à la personne à 16 jours. En queue de peloton : les loisirs avec 15 jours les accessoires/mode et les services aux entreprises (14), la beauté/bien-être (12) et enfin l'habillement/prêt-à-porter (11), qui ferme la marche.

### Assistance à l'ouverture et au recrutement du personnel

Nous avons voulu savoir si la chaîne mettait à la disposition des nouveaux franchisés lors du démarrage de leur entreprise un "animateur réseau" et éventuellement d'autres personnels, et si oui, pendant combien de temps.

A la question "Lors de l'ouverture assistez-vous votre franchisé?" aucun réseau n'a répondu "Non" (mais 28, toutefois, n'ont pas répondu). Les réponses sont très variables d'une enseigne à l'autre. La plus fréquente, fournie par 115 chaînes, mentionne la présence d'un animateur, sans préciser la durée de son intervention. Trente-cinq développeurs ont indiqué que l'animateur accompagne le franchisé pendant 2 jours, contre 3 jours pour 27 autres chaînes et 5 jours pour 42 têtes de réseau. L'effectif dépêché sur le terrain peut atteindre 6 à 8 personnes, et la période d'accompagnement 30 jours et plus (jusqu'à 90). A la question : "Assistez-vous votre franchisé dans le recrutement de son personnel?" 331 enseignes, enfin, ont répondu "à la demande" (66,2 %), 66 "systématiquement" (13,2 %), 96 "Non" (19,2 %) et 7 n'ont pas répondu (1,4 %). Attention : le franchiseur peut vous assister en vous fournissant le descriptif des postes à pourvoir et le profil des salariés à recruter, mais la décision d'embaucher et le niveau de salaire doivent rester de votre ressort de chef d'entreprise indépendant. Cette assistance est cependant bienvenue dans certains métiers, notamment dans l'immobilier, où le recrutement des négociateurs n'est pas toujours facile. ■



Moins de 10 % des réseaux déclarent se charger complètement de l'élaboration des comptes prévisionnels. Parmi eux, Sherpa Alimentation, Midas (photo), Yves Rocher ou encore La Pataterie.