

Le Lézard Créatif

Soixante-cinq points de vente d'ici 2015

Après huit ans de développement discret, Le Lézard Créatif entend passer à la vitesse supérieure grâce au financement externe du fonds d'investissement Finaréa.

Ambitieux et... créatif, le lézard entend désormais jouer dans la cour des grands. Le concept des clubs de fitness version ateliers d'arts plastiques séduit. Mais, en matière de commerce, la pertinence du concept n'est pas toujours suffisante... En novembre dernier, après neuf mois de

Le Lézard Créatif lancera prochainement sa propre marque de distributeur.



Chiffres clés

- **Date de création :** 2002
- **Lancement de la franchise :** 2005
- **Zone de chalandise :** 30 000 habitants
- **Surface :** 120 à 200 m²
- **Investissement (hors pas de porte) :** 120 à 150 000 euros
- **Droits d'entrée :** 10 000 euros
- **Formation au démarrage :** 3 semaines
- **Redevances franchise :** 5 % ; **publicitaire :** 2 %
- **Durée du contrat :** 6 ans renouvelable tous les 3 ans
- **CA prévisionnel du réseau en 2010 :** 300 000 euros ; **2015 :** 1 million d'euros
- **Offre :** 50 % ateliers, 50 % produits

gestion, Mickaël Rousseau, fondateur de l'enseigne **Le Lézard Créatif**, s'adosse donc au groupe Finaréa. Fort de ses mille cinq cents adhérents, ce fonds d'investissement d'envergure nationale met

550 000 euros sur la table et prend 40 % du capital de Loisirs Colorés. La structure franchiseur abandonne pour l'occasion le statut de SARL au profit de celui de SAS. Son capital est porté à 217 000 euros. Mickaël Rousseau et ses associés historiques conservent la majorité du capital. « Pour accélérer notre développement, nous avons besoin d'investir en direct, commente Mickaël Rousseau. C'est un retour à notre politique d'origine, mais avec des moyens décuplés ! Ne se reposer que sur la franchise prendrait beaucoup de temps. La prédominance d'unités en propre est un gage de sérieux pour nos futurs franchisés. »

En conquête

Des emplacements sont actuellement recherchés dans les dix plus grandes villes de France, dont Paris. Pour 2010, deux unités en propre seront ouvertes et trois nouveaux franchisés devraient être recrutés. Pour 2015, terme du contrat avec Finaréa, l'enseigne entend regrouper soixante-cinq points de vente dont vingt-cinq



Le concept prévoit un pack merchandising et communication.



L'enseigne recherche actuellement des emplacements dans les dix plus grandes villes de France.

en nom propre. Compte tenu de la nouvelle donne, la structure centrale sera prochainement renforcée et un animateur de réseau devrait rapidement rejoind-

« de A à Z ». « Nous bénéficions d'accords privilégiés avec Oséo et plusieurs autres partenaires. Le franchisé bénéficie d'une formation interne et de diffé-

une communication nationale devrait voir le jour afin de faire gagner l'enseigne en notoriété. Le profil des futurs franchisés évolue lui aussi. « Nous privilégions désormais les partenaires capables de gérer deux ou trois magasins dans une même région. » Les femmes attirées par ce secteur d'activité sont toujours recherchées. Mais le montant de l'apport personnel (50 000 euros) ouvre grand la porte aux investisseurs et gestionnaires. Et puisqu'une innovation ne vient jamais seule, Le Lézard Créatif lancera prochainement sa

première ligne en MDD sous forme de coffrets de customisation, beaux-arts et décoration. L'offre sera également renforcée avec la sortie des ateliers « com-