

## LE COIN DES EXPERTS

VOTRE  
JOB

# La franchise, un bon tremplin pour se mettre à son compte

**Créer son entreprise en limitant les risques, c'est ce que permet la franchise. Les réseaux sont de plus en plus nombreux, et beaucoup intéressent particulièrement les femmes.**

**F**in 2009, la France comptait près de 52 000 franchisés, affiliés à l'une des 1 300 enseignes existantes. 40 % des nouveaux franchisés en 2009 sont des femmes. Bénéficiaire du savoir-faire et de l'appui d'un réseau est un plus, à condition d'en maîtriser les règles.

### Trouver le réseau qui convient

Commencez par choisir un secteur qui vous correspond : les services aux entreprises ou la vente demandent des qualités commerciales, les services à la personne, de recruter et manager à distance... Identifiez ensuite le réseau adapté à votre projet. Consultez la presse et les sites spécialisés, notamment celui de la Fédération française de la franchise ([www.franchise-fff.com](http://www.franchise-fff.com)). Vous y trouverez des fiches sur les entreprises adhérentes, avec un historique, les points de vente, les conditions d'accès... Si vous vous intéressez à une entreprise non-adhérente, recherchez le plus de renseignements possibles, et vérifiez sa solidité financière sur [www.sirene.fr](http://www.sirene.fr). Dans un deuxième temps, rien ne remplace le rencontre avec les franchiseurs, sur les salons (comme Franchise expo, du 20 au 23 mars, à Paris) pour vous assurer que le courant passe.

### Bien étudier l'aspect financier

Les redevances (droits d'entrée et royalties) demandées par le réseau sont un critère

de choix primordial. La mise initiale minimum est de 20 000 € et peut grimper jusqu'à 300 000 € selon l'activité, voire au-delà, notamment pour l'hôtellerie. Sur un même secteur d'activité, le ticket d'entrée est similaire. En moyenne, l'investissement de départ avoisine les 180 000 €, dont 30 % d'apport personnel. « Il faut savoir que les banques prêtent plus facilement lors d'une création en franchise, précise Chantal Zimmer, déléguée général de la FFF. Le prêt accordé varie en fonction de l'activité. » Vous pourrez vous contenter de 25 à 30 % d'apport personnel pour une activité qui exige des immobilisations, comme le commerce. Pour les services, c'est plutôt autour de 40 à 45%. Quant aux royalties – la part de votre chiffre d'affaires à reverser régulièrement au franchiseur – leur montant varie selon les enseignes. Certains réseaux n'en demandent pas, et prennent une marge sur les marchandises fournies. Un



Certains réseaux, comme Happy (boutiques de fleurs), recherchent des candidats sur tout le territoire.

point à vérifier, afin de s'assurer que le modèle économique du franchiseur est viable.

### S'informer sur l'accompagnement

Les redevances versées à l'enseigne supposent des contreparties. La réussite d'un réseau est notamment liée à ses capacités à transmettre son savoir-faire aux franchisés. Au moment de choisir, privilégiez

les enseignes qui vous donnent accès à une formation, voire à une aide juridique et à des moyens de communication. Assurez-vous également que cet accompagnement continuera tout au long de votre collaboration. Cependant, tous les réseaux ne couchent pas le détail de ces services par écrit. N'hésitez pas à prendre contact avec des franchisés pour évaluer l'apport réel du franchiseur au quotidien.

vous convaincre, il est important de faire votre propre analyse. En rencontrant d'autres franchisés, vous aurez un retour de terrain. La durée du contrat doit être au moins équivalente à celle de votre remboursement de prêt, car il n'est pas soumis à reconduction automatique.

### Evaluer la marge de manœuvre

Il est tout aussi important de mesurer vos obligations envers l'enseigne. Vous êtes tenue d'appliquer le concept selon les normes du franchiseur. Il peut ainsi vous obliger à prendre un certain type d'emplacement, avec un nombre précis de mètres carrés, et décider de l'aménagement des locaux, des techniques de vente... Soyez aussi vigilante sur la sortie de contrat : attention à la clause de non-concurrence, qui vous interdirait d'exercer une activité similaire, ou de vous affilier à un réseau concurrent ! ■

### Des enseignes qui marchent

- **Alimentaire et restauration rapide** : Cremeria Vienna (glaces artisanales), La Compagnie de glaces, Planet Sushi, La Potata...
- **Bien-être** : Boutique Nature (compléments alimentaires, produits de beauté bio) + Curves (salles de fitness).
- **Services à la personne** : Senior Compagnie (services aux personnes âgées), Domidom (aide à domicile, travaux ménagers, bricolage-jardinage et garde d'enfants), Sineo, EcoWash Mobile, Augias Environnement (sociétés de « nettoyage durable »...)
- **Low cost** : Happy (fleurs), Bazarland (grand bazar), Ski Republic (location de skis).