



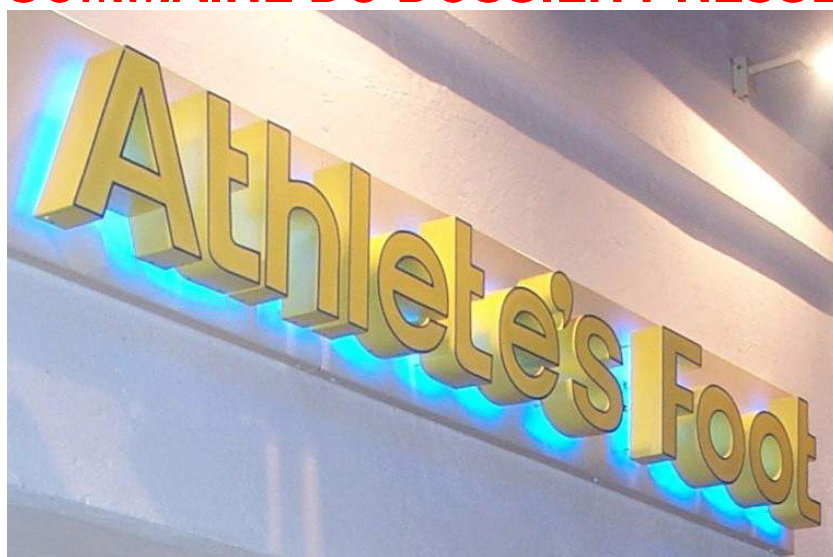
Master Franchise France 2005 :
une **étape** importante de sa **croissance**

Dossier de Presse

mars 2005

The Athlete's Foot – Erwann Neirinck : Directeur des Opérations
Tél. : 01 49 78 93 93 - Fax 01 49 78 06 68 - E-mail : info@athletesfoot.fr
46 Place de la Seine – Silic 411 - 94573 Rungis Cedex
Service Presse : Comm.lc - Catherine Lebee - Tél. : 01 34 50 22 36 - Fax : 01 34 50 01 60
68 rue d'Herblay - 95370 Montigny-Lès-Cormeilles - clebee@commhc.com

SOMMAIRE DU DOSSIER PRESSE



Master Franchise France 2005 : une **étape** importante de sa **croissance**

Développement du réseau

P. 3

- Création du réseau en propre
- Progression du réseau en franchise

Création du centre de formation

P. 4

- Création du magasin de référence
- Nouveaux locaux proches du magasin de référence

Dynamique produit & communication

P. 6

- Renforcement des relations avec les marques
- Renforcement de l'univers sportif des magasins

Les facteurs de croissance

P. 7

- Un concept différenciateur
- Un marché prospère

www.athletesfoot.fr





La Master Franchise France est issue d'un groupe américain qui compte plus de 600 magasins à travers le monde et qui vise les 1 000 points de vente d'ici à trois ans.

Pour atteindre cet objectif, le groupe américain a recentré son activité sur le développement en Master Franchise en cessant son activité d'exploitant.

La Master Franchise France, quant à elle, s'engage dans le succursalisme pour accélérer son développement au niveau national. Implantée qualitativement depuis 1997, elle a construit les bases solides de son réseau en vue d'une expansion pérenne.

Ainsi, en 2005, le réseau français est prêt à intensifier son développement, avec une moyenne de 10 ouvertures annuelles. Le concept The Athlete's Foot est parfaitement adapté aux moyennes et grandes agglomérations hexagonales et le potentiel d'implantations de l'enseigne est d'environ 150 magasins.

Création du réseau en propre



Renfort de sa structure, augmentation des investissements, maîtrise de l'ensemble des métiers de la franchise, maîtrise du concept et des produits... la Master Franchise a réuni tous les moyens pour consolider son réseau en franchise, développer les services et renforcer le développement du réseau. La création de son réseau en propre affirme sa volonté d'expansion et

d'implication, même si la franchise restera le mode de croissance prioritaire. Le réseau de succursales évoluera parallèlement à la franchise, en respectant la proportion de 10 à 15% du réseau total.

Les plus-values du réseau en propre :

- La garantie du développement de l'enseigne
- Une puissance de négociation auprès des marques
- Une garantie de fiabilité pour les investisseurs
- Un centre de test des nouveaux services

Progression du réseau en franchise

7 ouvertures en 2004 ; une trentaine d'ouvertures d'ici à fin 2007

Montauban (82), Ales (30), Le Perreux-sur-Marne (94), Compiègne (60), Poitiers (86), Bordeaux-Lormont (33), Villejuif (94)... en 2004, The Athlete's Foot a ouvert 7 nouveaux magasins.

En renforçant son équipe, l'enseigne rehausse ses ambitions en se fixant un objectif d'une trentaine d'ouvertures d'ici à fin 2007.

Les performances et l'évolution de la distribution spécialisée dans les articles de sport, que dévoilent notamment une étude de la Fédération Professionnelle des entreprises du Sport et des loisirs, laissent présager de belles perspectives à l'enseigne.

Le franchisé The Athlete's Foot : passionné de sport et entrepreneur

Le franchisé The Athlete's Foot est un passionné de sport, sensible à la mode et un entrepreneur averti. Il est entré dans la sphère des meilleures marques de sport, il s'est assuré l'encadrement d'un franchiseur fiable avec l'assistance permanente de spécialistes et... Il a préservé son indépendance de chef d'entreprise.



Imprégné de la culture du sport, The Athlete's Foot accompagne son réseau comme le ferait un entraîneur avec ses sportifs. Tout au long de son parcours, le franchiseur accompagne le franchisé en lui apportant conseil et assistance, outils d'analyse et services expérimentés.

A partir de 2005, la Master Franchise France complète sa prestation en assurant également la formation technique et terrain de ses franchisés dans les nouveaux locaux du siège The Athlete's Foot à Vincennes et dans son magasin de référence, situé à proximité, représentatif de toutes les variantes du concept.

Création du magasin de référence

En reprenant le magasin de Vincennes, représentatif du magasin type The Athlete's Foot en terme de superficie et d'environnement, le franchiseur crée son magasin de référence, vitrine du réseau, et son site de formation, pour assurer la formation terrain des franchisés et de leurs équipes.

Modèle du concept Millenium



Le magasin de Vincennes décline le concept Millenium qui se prête à tous les scénarii en créant des univers clairement positionnés et visuellement esthétiques : mode, technique, outdoor, sport thématique. Les modèles phares sont mis en scène par thème dans une harmonie de couleur et une ambiance chaleureuse :

- **Transparence** : aucun obstacle n'existe entre les clients et les espaces « produits ».



- **Vie** : l'animation vidéo sur écran LCD produit une attraction irrésistible qui attire les chalands depuis l'extérieur.
- **Clarté** : les murs lumineux valorisent le produit ; parquet et moquette bleu-roi créent un cadre haut de gamme ; le mobilier métallique micro-perforé présente les textiles et accessoires.
- **Détente** : tout le design s'accorde pour transformer la visite du client en un moment de plaisir.
- **Facilité** : la signalétique positionne clairement les différents univers.

Centre de formation

Après la formation théorique au siège, le magasin de Vincennes reçoit les futurs franchisés qui s'immergent dans la réalité de leur futur commerce aux côtés du responsable de magasin. Ils mettent ainsi en application et affinent les règles de merchandising, la gestion des stocks, la prise de commande, l'utilisation du dispositif informatique, les techniques de vente, l'accueil du client...

A l'issue de son stage, le franchisé sera véritablement préparé et doté d'une réelle expérience avant l'ouverture de son magasin car le site de référence est représentatif du concept et de la moyenne des points de vente du réseau :

- **Dans la forme** : surface de vente, environnement local, population, déclinaison des univers...
- **Dans le fond** : gestion, organisation des stocks, informatique...

Test des nouveautés et des partenariats

Vitrine de l'enseigne et modèle du réseau, le magasin de référence aura pour troisième fonction de tester les nouveautés et démontrer leurs plus-values. Ces phases d'expérimentation viendront en amont de celles traditionnellement mises en place dans quelques magasins franchisés. Elles valideront les résultats avant l'application sur l'ensemble du réseau :

- Evolutions du concept
- Nouveaux produits
- Nouveaux partenariats...

Vincennes, nouveau pôle de formation et de référencement



Centre de formation, centrale de référencement, show room, proximité avec le magasin de référence, les nouveaux locaux du siège The Athlete's Foot seront le point d'ancrage du réseau.

Centre de formation technique

Des salles de formation seront aménagées pour recevoir et former les futurs franchisés. Pendant une semaine, sur fond d'esprit d'équipe, une formation technique sera délivrée autour :

- **Du positionnement du point de vente** et de la déclinaison de l'offre produit adaptée à l'environnement local du point de vente
- **Des technologies des produits** pour développer un argumentaire technique et conseiller les clients selon les pratiques sportives
- **Des techniques de vente** The Athlete's Foot qui mettent l'accent sur l'écoute, la proximité et le conseil
- **Du positionnement de l'enseigne** sur le marché actuel de la chaussure de sport, de mode et de loisir
- **Des outils de gestion**, informatique et de communication locale

Centrale de référencement

Pour élaborer les premières collections, le chef produit apporte son assistance et met en scène ses préconisations dans le show room. Il veillera :

- A la cohérence avec le positionnement du magasin et l'environnement
- A la création d'univers selon le savoir-faire de l'enseigne

Assistance permanente de l'équipe

Avec ses nouveaux locaux et ses nouveaux outils, l'équipe du franchiseur est d'autant mieux armé pour renforcer son assistance dans l'accompagnement du franchisé sur les différentes étapes à suivre jusqu'à l'ouverture du magasin :

En amont du projet :

- Expertise du local commercial ou recherche d'un emplacement stratégique avec une assistance à la négociation...
- Analyse du marché et du potentiel de la zone de chalandise
- L'aménagement du magasin, fourni clé en main avec l'intervention d'un architecte agréé
- Un programme complet de formation technique, terrain et informatique
- Conseil et assistance dans le choix du positionnement du magasin
- Conseil et assistance à la première commande
- Assistance au recrutement
- Accompagnement dans le merchandising du point de vente

A l'ouverture du magasin

- Conseil et assistance sur la communication d'ouverture
- Présence à l'ouverture du magasin

Après l'ouverture : outils, échanges et concertation

Apporter des réponses aux besoins spécifiques du réseau, développer des outils d'analyse, favoriser l'échange des expériences, fournir conseil et assistance, sont les engagements du franchiseur qui améliorent le quotidien et la prospérité des franchisés.

- Des outils de gestion informatique
- Outils d'aide à la vente et à la communication
- Communication interne soutenue et rencontres régulières assurant un lien permanent entre le réseau et le franchiseur : magazine interne ; convention ; réunions régionales ; site Internet



Dans la volonté de simplifier les prises de commande et de faire jouer la puissance d'achat, tout en préservant l'avantage des franchisés de ne subir aucune contrainte de volume, le siège The Athlete's Foot devient centre de référencement.

Les commandes sont centralisées et la présentation des nouveaux produits en est ainsi grandement facilitée. C'est autant un avantage pour les franchisés que pour les marques. Cette centralisation des achats est l'occasion de rencontres régulières et permet de consolider les liens entre franchisés, franchiseur et fournisseurs.

Renforcement des relations avec les marques

Création des journées d'achats groupés

The Athlete's Foot France est un réseau de choix pour les grandes marques. Distributeur prestigieux, services hauts de gamme, l'enseigne valorise les produits qu'elle propose. Les fournisseurs apprécient le concept des magasins The Athlete's Foot pour sa capacité à mettre en valeur leurs chaussures de sport.

Avec la maîtrise de tous les métiers du franchiseur, la Master Franchise France veut atteindre une qualité de prestation unique et dépasse son rôle de simple distributeur par la mise en scène des produits de marque. En mettant sur pied une nouvelle infrastructure permettant d'accueillir les marques sur un Show-Room et en organisant des journées d'achats groupés, elle se positionne en tant que partenaire incontournable, désireux de créer des synergies, car l'intérêt de tous est un intérêt commun.

Intensification des partenariats avec les marques

Univers futuristes, plexiglas translucides, espaces lumineux et colorés, les magasins The Athlete's Foot procurent aux grandes marques (Nike, Adidas, Puma, Asics, Timberland...) un cadre idéal pour retranscrire la part de rêves et d'évasion qu'elles véhiculent.

Dans un esprit renforcé de partenariat, le franchiseur va développer des actions commerciales et promotionnelles avec les marques et marquer davantage la différenciation des magasins The Athlete's Foot.

Déclinaison de l'univers sportif dans les magasins

Partenariat de distribution

Résolument tourné vers une logique d'univers, The Athlete's Foot fait évoluer les magasins en déclinant une offre et des services variés où les passionnés de sport se retrouvent. Aujourd'hui, un premier partenariat de distribution avec le magazine Sport est l'illustration de cette tendance qualitative qui encourage le client à s'approprier l'espace comme un lieu de reconnaissance auquel il devient fidèle.

Animation et action commerciale



Parallèlement aux partenariats, l'enseigne multiplie, tout au long de l'année, actions et animations pour créer l'événement et un environnement dynamique :

- Ecrans LCD : créateur d'ambiance, ils diffusent des images et des programmes proches des clients
- Campagnes d'affichage pour rythmer et dynamiser les différentes saisons d'achat et mettre en avant les partenariats avec les marques
- Relations presse nationales pour asseoir l'image de marque de l'enseigne
- Soutien des franchisés dans leur communication locale
- Site Internet



La capacité de l'enseigne à mettre les produits en valeur nourrit une relation privilégiée avec les marques, les plus grandes comme les plus pointues, basée sur la confiance et la fidélité. Avec ses spécificités, l'enseigne dispose de tous les atouts pour bénéficier de la prospérité du marché du commerce spécialisé et affiche les meilleurs résultats de son secteur.

Un concept différenciateur Créateur d'univers



En jouant sur la transparence et la couleur, le concept Millenium illustre la part de rêve portée par le marketing des marques de chaussures de sport. La lumière, le bois, le métal et la couleur bleu roi créent un environnement haut de gamme où les modèles phares sont mis en scène par thème. Mode, technique, outdoor, sport thématique, hommes, femmes, cadets, bébés, le concept se prête à tous les scénarii en créant des univers clairement positionnés et esthétiques. Par sa force de différenciation, il est le seul en France à pouvoir s'adapter à une demande locale et à exploiter

des segments élargis du sport, de la mode et des loisirs.

Pouvoir de différenciation



A partir de différents scénarii proposés et avec l'assistance de l'équipe du franchiseur, chaque franchisé met au point une offre construite et personnalisée, élément fort de différenciation. Il évite ainsi les créneaux saturés dans son environnement concurrentiel. Foot Rue, Foot Technique, Basket Rue Rétro, Produits Bruns, Running, Femmes, Cadets, Bébés... le franchisé crée des univers en déclinant le créneau mode et le créneau technique. Dégagé de toutes contraintes de volume, The Athlete's Foot est le seul réseau actuellement sur le marché pouvant se permettre cette souplesse de positionnement et ce jeu de différenciation. Des segments inexploités autour du marché du sport

s'ouvrent alors pour assurer rentabilité et pérennité aux magasins de l'enseigne.

La liberté d'action

La force des franchisés de l'enseigne est de ne pas dépendre d'une centrale d'achats, donc de ne subir aucune pression sur les achats, sans perdre pour autant l'avantage des achats groupés.

Un marché prospère*

Franchise spécialisée dans la chaussure de sport, mode et loisirs avec un concept créateur d'univers, The Athlete's Foot est au cœur de l'une des deux tendances fortes du marché, décrites dans les études marketing : l'hyper-spécialisation autour de marques, d'univers produits et de cibles de clientèle urbaine à fort pouvoir d'achat et/ou à forte sensibilité mode.

Dans un marché plutôt déprimé où le commerce de détail progresse peu (+0,8%), le commerce des articles de sport est à +5,2% ; +7% pour les commerces spécialisés ; +8,7% pour les commerces associés et franchisés. Quant au marché de la chaussure de sport, détenu à 75% par les spécialistes, il pèse 1,6 Md€ et affiche une progression de +5,6%.

* Etude de marché 2004 de la Fédération Professionnelle des entreprises du Sport et des loisirs.