



Jean-Paul Zeitline

Pourquoi la franchise est-elle adaptée au développement des sociétés du secteur des SAP ?

Depuis plusieurs années on voit fleurir des franchises dans tous les domaines du service à la personne, parfois avec une grande réussite, avec des réseaux qui dépassent les 100 agences et surtout, depuis peu, avec la multiplication de jeunes réseaux qui connaissent une croissance rapide.

Les SAP, comme beaucoup de secteurs du commerce ou de l'immobilier, semblent touchés par une frénésie de création d'enseignes en franchise. La franchise, il est vrai, ne connaît pas la crise et est un grand succès en France. Elle compte plus de 1 300 réseaux dans tous les secteurs du commerce et des services. La France est en Europe le leader de ce mode de distribution avec plus de 50 000 entreprises franchisées. En résumé, la franchise est un système de partenariat

commercial entre deux entreprises indépendantes, le franchiseur concédant sur un territoire exclusif l'exploitation de son concept à un franchisé en contrepartie du versement de redevances. Le franchiseur apporte au franchisé la notoriété de sa marque, son savoir-faire et une assistance permanente. La réussite de ces entreprises qui se lancent dans la création d'un réseau de franchise n'a rien de surprenant, car cette stratégie permet de lever les trois obstacles du développement :

JEAN-PAUL ZEITLINE

Il est depuis plusieurs années un consultant recherché pour son expérience complète de la franchise.

Il a participé à la création et au lancement de plus d'une trentaine de réseaux dans tous les secteurs du commerce et des services.

Il est intervenu dans la gestion de crise de réseaux et a permis le retournement de plusieurs franchises en difficulté. Il conseille aussi les franchiseurs dans le développement international.



Plus d'infos sur :
progressium.fr

Le financement

Créer un réseau d'agences pour une enseigne coûte cher. Selon nos études, on estime que l'ouverture d'une agence pour exploiter une ville moyenne représente un investissement de plus de 50 K€. Créer un réseau de 100 unités représente donc un investissement de 5 M€. Comment trouver ce financement ?

- **l'autofinancement** : dans les SAP, ce mode de financement demanderait plusieurs décennies pour atteindre cet objectif ;
- **le financement bancaire** est, quant à lui, limité pour une jeune entreprise qui démarre ;
- **le financement par un recours aux capitaux des fonds privés** est une opération délicate qui risque surtout pour l'entrepreneur de lui faire perdre son indépendance, voire le bénéfice de son travail.

La franchise est d'abord une solution de financement ;

le franchisé par le paiement de son droit d'entrée financera le développement et prendra en charge les frais d'installation. Pour un franchiseur, le développement est une source de revenus au lieu d'être un investissement à financer.

Le personnel

Le deuxième écueil que rencontrent toutes les entreprises qui souhaitent se développer est de trouver et de garder les bons managers. Dans tous les métiers de service, la gestion du personnel pour ces postes est particulièrement stratégique et les erreurs de recrutement se traduisent par l'échec commercial de l'unité. Le franchisé est son propre patron, pas besoin de le motiver. Toutes les études convergent pour démontrer que la qualité du service délivrée par un franchisé est

en moyenne supérieure à celle délivrée par un salarié.

La franchise est donc aussi un excellent outil de gestion des ressources humaines, car elle permet de proposer à un franchisé de prendre la véritable responsabilité de la gestion d'un point de vente, d'en assumer le risque, mais aussi d'en tirer une bonne partie des bénéfices.

La vitesse de croissance

Dans le monde moderne tout s'accélère et, comme l'expriment les Japonais du Miti, « *aujourd'hui, ce ne sont pas les gros qui mangent les petits, mais les rapides qui mangent les lents* ». La limite de la vitesse de croissance d'une franchise n'est donc pas la capacité de financement, mais bien la capacité de trouver les bons partenaires. Il n'est pas rare d'avoir plus de 15 créations d'agence par an et le rythme de développement du CA

La franchise est d'abord une solution de financement ; le franchisé par le paiement de son droit d'entrée financera le développement et prendra en charge les frais d'installation.

Pour un franchiseur, le développement est une source de revenus au lieu d'être un investissement à financer.

La réussite des franchises n'est donc pas un hasard, mais la conséquence d'un choix stratégique logique et rationnel.

de l'enseigne devient alors exponentiel. Seule la franchise permet pour une jeune entreprise d'envisager de couvrir le territoire national dans de bonnes conditions en moins de cinq ans.

La réussite des franchises n'est donc pas un hasard, mais la conséquence d'un choix stratégique logique et rationnel.

Mais tout n'est pas rose et l'on entend aussi parfois de vives critiques à l'encontre de ces franchises qui n'auraient pas la même qualité de service que les associations ou les entreprises traditionnelles. Pour éviter ce genre de dysfonctionnements parfois réels, le nouveau franchiseur doit impérativement construire un véritable système de franchise et mettre en place des outils performants.

1 Mise au point d'un partenariat gagnant-gagnant avec le franchisé :

équilibre des droits et obligations des deux parties, maillage du territoire, équilibre des redevances... Le bon contrat de franchise doit être l'aboutissement de cette réflexion.

2 La réussite du réseau dépend de la qualité du recrutement.

Les franchiseurs font souvent appel à des spécialistes pour sélectionner les profils les plus adaptés au réseau.

3 Le franchiseur doit organiser la transmission de son savoir-faire,

par la rédaction de bibles complètes des méthodes du réseau, mais aussi par la formation initiale et continue du franchisé et le contrôle quotidien du réseau.

4 Le franchiseur doit gérer la communication nationale pour le compte du réseau.

5 Le franchiseur doit enfin développer les moyens communs du réseau

(système informatique, centrale d'achat...) qui lui permettent d'atteindre les meilleurs niveaux de pratiques professionnelles de la profession. Il est fréquent de voir échouer des franchises mal préparées soit par la défaillance de franchisés soit par la multiplication des litiges : c'est normal, car la franchise est un second métier qui ne s'improvise pas.

L'accompagnement du projet par un spécialiste de la franchise permet de donner les meilleures chances de réussite. Comme beaucoup d'activités de services, la franchise est bien adaptée aux métiers des SAP, et le mouvement va s'amplifier dans les prochaines années. Il restera toujours possible de créer et de rester indépendant, mais il sera sans doute plus judicieux de profiter de la tendance et de proposer un bon partenariat aux 20000 candidats potentiels en France qui recherchent la bonne franchise.

◆ PROPOS RECUEILLIS PAR ALEXANDRA GOMEZ



Voir aussi la fiche pratique
La franchise :
choisir le bon réseau
PRO-SAP #2



Quelques sites de franchise pour en savoir plus :

franchise-fff.com
ac-franchise.com
toute-la-franchise.com
observatoiredefracnchise.fr