

## La franchise ouverte à tous les profils

Auteur : Samuel Burner, Rédacteur en chef Observatoire de la Franchise

[www.observatoiredefracnchise.fr](http://www.observatoiredefracnchise.fr)



La franchise reste un formidable dynamiseur du commerce local. En 2010, elle a maintenu sa courbe de croissance, avec 1 472 réseaux et 55 871 chefs d'entreprise franchisés, soit respectivement 103 enseignes et plus de 4200 franchisés supplémentaires en un an. Depuis 6 ans, le modèle de la franchise connaît une progression régulière pouvant

atteindre les 10% en nombre de franchiseurs et nombre de franchisés. La franchise permet ainsi à de plus en plus de personnes de se lancer et de venir dynamiser l'offre commerciale du centre-ville et des nouvelles zones d'activité de périphérie, comme les retail parks.

Son autre gros point fort est d'être ouvert à tous les profils de candidats : salariés ou cadres en reconversion mais aussi de plus en plus aux commerçants déjà installés. Tout futur entrepreneur pourra venir le vérifier en se rendant sur le salon Franchise Expo Paris, qui se déroule du 20 au 23 mars 2011 à la Porte de Versailles.

### La franchise attire les commerçants déjà installés

Si la franchise séduit chaque année de plus en plus de Français souhaitant créer leur propre entreprise, c'est que ce modèle de commerce a fait ses preuves. Evènement phare de la profession, le salon Franchise Expo Paris fêtera d'ailleurs ses 30 ans d'existence du 20 au 23 mars 2011, en accueillant plus de 450 marques.

Vecteur majeur de la création d'entreprises et d'emplois en France, le modèle économique de la franchise pèse lourd, avec un chiffre d'affaires qui a dépassé les 47 milliards d'euros (chiffres d'affaires 2009). Couvrant tous les secteurs et offrant un large éventail en termes de capacité d'investissement, il s'adresse à tous les profils de porteurs de projet. C'est là une de ses principales forces.

La franchise était historiquement considérée comme une réelle solution de reconversion professionnelle aux actifs en quête de changement (cadres de la distribution, salariés). Cela reste vrai mais plus seulement. On y retrouve aussi de plus en plus d'anciens commerçants ou chefs d'entreprise qui voient dans la franchise un moyen de soutenir leur activité. En 2010, un quart des franchisés étaient à leur compte (chef d'entreprise, commerçant ou travailleur indépendant) avant de se lancer en franchise, contre 16,7% en 2009.

Dans un contexte extrêmement concurrentiel, rallier à une enseigne est un facteur supplémentaire de succès, sans être pour autant une « assurance tous risques ».

### Les enseignes aiment le centre-ville

Alors qui sont ces 1 472 réseaux ? A quoi ressemblent-ils ? Pour la septième année consécutive, en décembre 2010 le Groupe Banque Populaire et la Fédération française de la franchise ont fait mener par l'institut CSA leur Enquête annuelle sur la

franchise. D'après cette enquête, la franchise serait constituée de réseaux dont le capital est détenu par les dirigeants eux-mêmes dans 2 cas sur 3. Avec des réseaux qui comptent 48 points de vente franchisés en moyenne.

Les têtes de réseau sont de grosses PME (59 % ont un CA inférieur à 10 M euros, le nombre moyen de salarié est de 218 personnes) détenues par leurs dirigeants d'origine dans 84 % des cas. Ces dirigeants ont choisi la franchise pour accélérer leur développement. 76 % des réseaux ne développent qu'une seule enseigne et 8 points de vente sont créés par réseau et par an.

Si les points de vente sont très majoritairement implantés dans des villes de 40 000 à 100 000 habitants (78 %), faisant de la franchise un trait commercial marquant de la ville moyenne, ils ne sont pas totalement absents du milieu rural (-5 000 habitants) avec 14 % et des villes de plus de 100 000 habitants (15 %). Les enseignes continuent d'aimer les rues n° 1 ou 1 bis de nos centres-villes. Elles contribuent à ce titre au renouveau de certaines agglomérations et y insufflent une nouvelle dynamique. Les locaux commerciaux avec pignon sur rue notamment en centre-ville continuent d'être largement recherchés pour des implantations en propre ou en franchise.

### **Portrait robot du franchisé**

Malgré une telle diversité d'enseignes (1472 à fin 2010 il faut le rappeler) et de secteurs d'activité représentés, il est néanmoins possible de dresser un portrait robot du franchisé français en 2011. C'est avant tout un homme (60% des franchisés sont des hommes), qui se trouve dans la fourchette d'âge comprise entre 35 et 49 ans, donc en phase de reconversion professionnelle.

Quand on les interroge sur leur propre situation, les franchisés s'estiment mieux lotis que les commerçants isolés (c'est-à-dire sans enseigne). Leur chiffre d'affaires serait reparti à la hausse en 2010 (avec un CA médian de 510 000 euros) avec un revenu net moyen de 33 200 euros annuels nets moyens, « *soit un revenu supérieur de 20% à celui d'un commerçant indépendant qui ne travaille pas pour une enseigne* », selon Guy Gras, directeur juridique Yves Rocher et Président de la Fédération Française de la Franchise

Véritables entrepreneurs investis sur leur territoire, les franchisés s'impliquent au niveau local pour 63 % d'entre eux. Il n'est ainsi pas rare de les retrouver en tant que membre d'une association, élu local ou dirigeant d'un club sportif. Les franchisés sont donc au cœur de la politique de la ville. A ce titre, ils en sont des acteurs de taille d'un point de vue économique. Ayons bien à l'esprit que l'ouverture d'un point de vente franchisé crée en général plus de 7 emplois en vitesse de croisière. Qui peut prétendre faire mieux en cette période ?