

DATE : 3 octobre 2012

MEDIA : www.observatoiredelafranchise.fr

Lien : <http://www.observatoiredelafranchise.fr/interviews-wall-street-institute/wall-street-institute-s-associe-au-developpement-de-ses-franchises-96-1518.htm>

«Wall Street Institute s'associe au développement de ses franchisés»

Natanaël Wright, Président de Wall Street Institute France
Rédigé le 03.10.2012 à 12h21

Racheté en 2010 par le leader mondial de l'édition universitaire Pearson, Wall Street Institute, spécialiste de la formation à l'anglais pour les particuliers et les professionnels, aligne désormais 442 centres dans 27 pays. En France, il regroupe 65 centres, dont 18 succursales et 18 franchises participatives. C'est désormais avec ce contrat que le réseau ambitionne de grandir en France. Son objectif : ouvrir 100 unités supplémentaires dans les dix prochaines années.

Mélanie Kessous : *En France, Wall Street Institute propose désormais à ses partenaires un contrat de franchise participative, quelles en sont les grandes lignes ?*



Natanaël Wright : Nous proposons à nos franchisés un véritable partenariat en investissant à hauteur de 20% de leur capital. Ce nouveau contrat a réellement modifié notre relation avec nos franchisés. Ils sont conscients que notre réussite passe désormais par la leur, c'est une relation saine avec une prise de risque commune. Nos intérêts sont partagés, ce qui n'est pas forcément le cas dans le cadre d'un contrat de franchise classique. La moitié de nos franchisés a d'ores et déjà signé ce nouveau contrat à durée indéterminée. Et chaque franchisé ayant signé ce contrat en a profité pour

s'implanter sur une nouvelle zone. C'est très positif. Dans une période économique compliquée, ce contrat de franchise participative rassure également les banques.

M.K. : *Quelles sont vos ambitions sur le territoire national ?*

N.W. : Wall Street Institute compte actuellement 65 centres en France. Nous ambitionnons d'ouvrir 100 unités supplémentaires dans les 10 prochaines années. Nous avons identifié quelques zones d'implantation prioritaires, dont certaines belles villes à l'instar de Brest, Angers, Rouen, Montpellier ou encore Perpignan. Nous visons également des villes de taille plus modeste comme Pau, Laval, Saint-Nazaire, Chartres ou encore Troyes. Au total, nous avons identifié une cinquantaine de villes de taille moyenne sur lesquelles nous sommes susceptibles de nous implanter.

M.K. : *Vos partenaires, qui signeront donc désormais un contrat de franchise participative, doivent-ils avoir une expérience dans le domaine de la formation ?*

N.W. : Nous apprécions bien évidemment les candidats à la franchise ayant déjà géré un centre d'apprentissage de langue. Quand ils nous rencontrent, ils peuvent d'emblée découvrir les avantages de notre méthode. Mais plus globalement, nous recrutons de véritables entrepreneurs. Ces profils cernent rapidement tous les enjeux d'une création dans le domaine de la formation. Nous ne sommes pas fermés aux cadres en reconversion, même si nous pensons que leur intégration est plus difficile.

M.K. : *Quel est l'investissement à prévoir pour ouvrir une unité Wall Street Institute ?*

N.W. : Le montant d'investissement peut varier en fonction du local et de la ville mais, en moyenne, une création nécessite un investissement de 200 à 250 000 euros, dont 80 000 euros d'apport personnel.

M.K. : *Quelle formation apportez-vous à vos franchisés ?*

N.W. : La formation est structurée en trois piliers obligatoires et deux piliers optionnels. Les trois piliers obligatoires sont la formation initiale, les formations annuelles de rappel et les formations des nouveaux cadres de chaque centre. Ces dernières sont obligatoires car elles sont garantes de la bonne réitération de notre concept. Nous formons donc le franchisé/directeur de centre et son responsable académique (le n°2 du centre) en formation initiale puis, tous les ans, en formation de rappel. Ce sont eux, en revanche, qui forment leur personnel local. Si le franchisé embauche un nouveau directeur de centre ou un responsable académique, ce qui peut arriver lorsqu'il ouvre une seconde unité, ces derniers doivent obligatoirement être reformés par le franchiseur.

Nous proposons également en option la formation des autres membres du personnel du franchisé. Même si le principe veut que nous ne formions que le franchisé/directeur de centre et le responsable académique, nous proposons également des formations pour toutes les catégories de personnel d'un centre. Le franchisé peut donc préférer pour ses équipes une formation effectuée par le franchiseur s'il juge que cela est plus bénéfique qu'une formation en interne.

Pour assurer notre programme de formation, nous avons lancé en 2011 la Wall Street Academy. Le franchisé peut à tout moment inscrire les salariés à former et les envoyer en formation. Outre la qualité de la formation reçue, notre centre de formation induit une dynamique de groupe. Les salariés sont formés avec d'autres salariés du réseau, ce qui est très bénéfique pour tout le monde.

M.K. : *Vous vous adressez aux particuliers et aux professionnels avec une méthode exclusive. Est-ce cette méthode qui a fait votre succès dans le monde ?*

N.W. : Notre méthode WSI Flex est une combinaison de cours en face à face et de préparations sur multimédia. Nos élèves apprennent l'anglais de la même manière qu'ils ont appris leur langue maternelle, c'est-à-dire en parlant dans un premier temps. Une fois que les sons sont maîtrisés, ils écrivent et, enfin, ils étudient la grammaire. Ce cycle d'apprentissage permet d'arriver à communiquer dans un anglais pratique, usuel et courant. Nos élèves sont regroupés par niveau et progressent

individuellement. Ils suivent donc en permanence des cours adaptés à leur niveau.

Cette méthode est tout aussi efficace en entreprise que dans nos centres. Nous avons d'ailleurs un avantage conséquent sur nos concurrents : notre clientèle est composée à la fois d'entreprises et de particuliers (répartis en moyenne à 50/50). Ainsi, là où nos concurrents se battent sur un seul marché, nous, nous en avons deux. Ce qui explique pourquoi nous sommes deux fois plus gros, en France, que le numéro deux du secteur.

