

**NOUVELLE RUBRIQUE !
REPRISE & FRANCHISE****Des solutions pour faire la courte échelle aux futurs franchisés****AVEC FL EXPANSION,
LES ENSEIGNES LA BOÎTE À PIZZA ET ESTHETIC CENTER DONNENT UN COUP
DE POUCE À LEURS FUTURES RECRUES**

Crédibiliser les dossiers de ses porteurs de projet vis-à-vis des banques, telle est la mission de FL Expansion, la nouvelle filiale de FL Finance, groupe gestionnaire des réseaux La Boîte à Pizza et Esthetic Center. Pour rejoindre ces enseignes, les candidats à la franchise doivent aujourd'hui présenter au moins 30% d'apport personnel pour espérer voir leur projet se concrétiser. Dans ce contexte, la structure dirigée par Eric Villedieu propose aux entrepreneurs en devenir de crédibiliser leur dossier en allouant une participation de 10 à 35% de l'apport nécessaire au projet. « Nous avons voulu aller plus loin que le système de location-gérance pour investir aux côtés des franchisés et leur permettre d'accéder à la propriété. Nous restons dans une logique de participation minoritaire pour que le franchisé reste maître de son projet et puisse construire son patrimoine. C'est aussi un gage de sécurité pour lui. Nous lui donnons par ailleurs la possibilité de racheter la totalité des parts s'il le souhaite à partir de la 2^{ème} ou de la 3^{ème} année » indique le directeur exécutif de FL Expansion. Avec l'objectif de financer 5 à 10 dossiers sur l'année sur chacune de ses enseignes, FL Expansion cible autant les créateurs que les repreneurs d'une franchise existante : « Outre les critères d'emplacement géographique et de zone d'activité, nous nous attachons surtout au profil du candidat, explique Eric Villedieu. Ce dernier doit nous convaincre, montrer des qualités de droiture et une certaine maturité, conditions essentielles pour créer une relation d'associés. » Inutile de préciser que le feu vert de FL Expansion est le meilleur des sésames pour décrocher son financement : « Le soutien et surtout l'engagement moral auprès des potentiels franchisés envoient un message fort et positif aux banques, conclut Eric Villedieu. Nous montrons que nous y croyons et cela joue beaucoup dans leur décision finale. »

**LA BOÎTE À PIZZA
LE FRANCHISÉ SÉBASTIEN MORVAN SIGNE 3 OUVERTURES
SIMULTANÉES À RENNES**

Si les enseignes sont de plus en plus nombreuses à compter des multi-franchisés au sein de leurs réseaux, en revanche l'ouverture simultanée de plusieurs points de vente par un nouveau franchisé reste l'exception. Chaîne créée il y a 25 ans par Frantz Lallement et spécialisée dans la vente à emporter et la livraison à domicile de pizzas gourmets, La Boîte à Pizza (57 Meuros de CA) vient d'ajouter d'un coup d'un coup d'un seul 3 points de vente à son réseau qui en compte 125. Trois ouvertures de restaurants dans la ville de Rennes qui viennent en outre renforcer la présence de l'enseigne en Bretagne où cette dernière est déjà présente dans le Finistère et le Morbihan.

Avec ces 3 ouvertures simultanées, le franchisé Sébastien Morvan relève un défi personnel. En effet, souhaitant ouvrir plusieurs pizzerias à Rennes, il a commencé par mener une étude de marché en bonne et due forme qui a conclu à la nécessité de se différencier sur un marché hyper concurrentiel. « Ouvrir une pizzeria est à première vue à la portée de tous, pourtant, avec le nombre de pizzerias indépendantes, il faut sortir du lot, explique ce dernier. Le moyen le plus simple est alors de faire appel à une enseigne reconnue de tous et jouissant d'une notoriété au plan national. » C'est ainsi que notre entrepreneur de la restauration à thème s'est penché sur le réseau La Boîte à Pizza dont l'antériorité – le réseau a 25 ans – et le positionnement original l'ont séduit : « Le positionnement différent, axé sur le goût, a été pour moi l'élément fort du concept. Cela implique le respect du produit et du client. Une pizza est un moment plaisir pour le consommateur, il ne faut pas l'oublier. »

Si l'innovation produit est l'une des marques de fabrique de l'enseigne qui n'hésite pas à faire élaborer ses pizzas par des grands chefs étoilés, Sébastien Morvan reconnaît avoir également été rassuré par la notoriété de la chaîne, gage d'un chiffre d'affaires supplémentaire et d'une bonne rentabilité. « Grâce à l'accompagnement, la visibilité et la notoriété d'un réseau bien implanté, les franchisés des 125 points de vente de La Boîte à Pizza connaissent une bonne rentabilité avec une marge brute de 73%. Ouvrir une pizzeria sous enseigne permet de dégager environ 30% de chiffre d'affaires supplémentaire. »





FORMATION À L'ANGLAIS

WALL STREET INSTITUTE PROPOSE UN CONCEPT DE FRANCHISE PARTICIPATIVE À SES FUTURS FRANCHISÉS

Fort de son concept novateur de franchise participative, Wall Street Institute veut encourager les potentiels candidats à tenter l'expérience « franchisé » sur le marché porteur de la formation à l'anglais. L'enseigne qui compte 61 centres et réalise plus de 42 Meuros

de CA avec 25 000 élèves formés chaque année, table sur l'ouverture d'une centaine d'écoles en France dans les 10 ans à venir. Profils ciblés par Natanael Wright, président fondateur de Wall Street Institute France : des entrepreneurs ambitieux capables de se retrouver à la tête de plusieurs centres, à l'instar de Nicolas Roos et Thierry Desnos, multi-franchisés Wall Street Institute dans l'ouest et l'est de la France.

Natanael Wright peut mesurer avec satisfaction le chemin parcouru, lui qui a fait passer en 14 ans le chiffre d'affaires de 700 000 euros à 40 Meuros et le nombre de centres de 1 à 61. Mais pas question pour autant de s'endormir sur ses lauriers, le franchiseur s'étant donné 10 ans pour planter son drapeau dans 100 nouvelles villes, en l'occurrence des zones couvrant de 80 à 200 000 habitants. Pour atteindre cet objectif ambitieux, Wall Street Institute compte sur son concept de franchise participative dans lequel le franchiseur investit à hauteur de 20% du capital de ses franchisés. « Le passage à la franchise participative a radicalement modifié notre relation avec nos franchisés, explique Natanael Wright. Notre réussite passe dorénavant par celle de nos franchisés et ça, c'est particulièrement sain. Si notre franchisé gagne, nous gagnons. S'il perd, nous perdons, alors nous faisons tout pour qu'il gagne ! ».

Un contrat de franchise participative dont les futurs franchisés n'ont pas été longs à percevoir la valeur ajoutée, à l'instar de Nicolas Roos, multi-franchisé à Poitiers, Châtellerauld et Niort : « La relation franchiseur/franchisé s'est encore développée avec la mise en place d'un nouveau type de contrat, basé sur une participation du master franchisé dans les entreprises du réseau à hauteur de 20% ». Cette prise de participation est avant tout la manifestation d'une confiance du master franchisé dans son réseau. C'est aussi l'arrivée d'un allié de poids dans nos tours de table qui nous permet une crédibilité plus grande vis à vis de nos partenaires financiers, c'est l'assurance d'une meilleure compréhension de notre mode de fonctionnement et des difficultés qui peuvent être les nôtres. » Propriété depuis septembre 2010 du groupe britannique Pearson, N°1 mondial de l'édition scolaire, Wall Street Institute a également fait porter ses efforts depuis 3 ans sur l'efficacité de sa méthode pédagogique, donnant ainsi l'envie à des franchisés entrepreneurs d'ouvrir plusieurs centres. C'est le cas de Thierry Desnos, franchisé des centres de Metz et Nancy, qui envisage l'ouverture d'un 3ème centre dans l'est de la France : « Le principal attrait de la marque Wall Street Institute est la qualité et l'efficacité de sa méthode pédagogique qui répond efficacement aux besoins des consommateurs actuels : flexibilité, parcours individuel et engagement de résultats. Des atouts indéniables qui nous permettent de nous démarquer fortement de nos concurrents. Tout le monde connaît le niveau de maîtrise de la langue française par les Français. On a devant nous un marché porteur pour tous ceux qui veulent s'investir dans leur entreprise. Pour ma part, j'ai pour projet d'ouvrir un 3ème centre. »

ESTHETIC CENTER

MET L'ENTREPRENEURIAT À LA PORTÉE DE TOUS

Réseau géré, comme La Boîte à Pizza, par le groupe FL Finance de Frantz Lallement, Esthetic Center se met également en quatre pour faire la courte échelle à ses futurs franchisés. Si vous disposez d'un apport modeste - moins de 15 000 euros - mais avez de l'énergie à revendre, le concept imaginé par le N°1 français de la beauté mixte sans rendez-vous est pour vous. Cohérente avec sa devise - « Votre investissement, c'est votre travail » - la chaîne franchisée propose à ses candidats la location-gérance, une formule qui vient encore faciliter l'accès au marché de la beauté pour de nouveaux entrepreneurs. Le principe est simple : le franchisé exploite un institut existant, le fait tourner et paie un loyer. Une pratique qui a deux énormes avantages : avec moins de 15 000 euros d'apport, le candidat peut ainsi se lancer en se passant du soutien d'un partenaire bancaire et, au bout de quelques années, racheter s'il le souhaite son fonds de commerce. Premier réseau français à avoir démocratisé l'accès aux soins esthétiques tout en offrant un standard de qualité élevé, Esthetic Center a souhaité mettre le pied à l'étrier à des entrepreneurs en herbe, et pas seulement des esthéticiennes. En effet, le réseau se compose de franchisés venus de tous horizons comme par exemple le commerce, l'informatique, l'enseignement ou même encore l'armée ! Nul besoin d'avoir l'appui d'un établissement financier, ni d'être un professionnel de la beauté pour postuler à une location-gérance. Esthetic Center se charge de former ses candidats à la gestion de ses instituts.

