

L'Officiel de la **Franchise**

HORS-SÉRIE 2022 DE VOTRE RÉUSSITE EN FRANCHISE

✓ **REDEVANCES**

✓ **DROITS
D'ENTRÉE**

✓ **APPORT
PERSONNEL**

✓ **CONTACTS**

ANNUAIRE 2022

TOUS LES CHIFFRES CLÉS

600 Fiches de réseaux qui recrutent

P.116

cdi
MÉDIAS &
SERVICES

L 18507 - 43 H - F: 9,90 € - RD



CUISINE PLUS

Osez un secteur en pleine croissance,
au sein d'une franchise
pas comme les autres !



38
ANS

d'expérience &
d'innovation



Retour
sur investissement
en 3 ans

100

Territoires
encore disponibles



Formation &
accompagnement
de proximité toute l'année



CUISINE PLUS
Élu Service Client de l'Année
2022*

*Catégorie Aménagement de l'habitat - Étude BVA -
Viséo CI - Plus d'infos sur escda.fr

Contactez l'équipe
développement

monmagasin@cuisine-plus.fr
www.jouvreunmagasincuisineplus.fr

01 49 38 95 49



À vous la Bagel vie.



Avec Bagel Corner, ouvrez votre restaurant
et révélez votre talent.

Envie de rejoindre le réseau ?

Contactez Prisca Ingremeau
prisca@bagelcorner.fr
07.49.19.79.03



tinyurl.com/2p82cnhu



OBJECTIF RÉUSSITE AVEC LE PRÊT CRÉATION FRANCHISE À 0%⁽¹⁾



Bénéficiez du **Prêt Création Franchise à 0%⁽¹⁾**,
un financement exclusif Banque Populaire,
**1^{re} banque recommandée par les franchiseurs
aux futurs franchisés⁽²⁾**.

**BANQUE
POPULAIRE** 

la réussite est en vous



(1) Plafonné à 25000€, sous réserve de souscription d'un prêt au moins égal au prêt à 0% et de la domiciliation des flux chez Banque Populaire. Sous réserve d'acceptation de votre dossier par Banque Populaire et la SOCAMA. Ce financement est rendu possible grâce au soutien de la garantie de l'Union européenne octroyée par COSME et le Fonds européen pour les investissements stratégiques (FEIS), et ce dans le cadre du Plan d'investissement pour l'Europe. Le FEIS a pour finalité d'aider à résoudre les difficultés de financement et de mise en œuvre d'investissements productifs dans l'Union européenne, notamment en garantissant un meilleur accès aux financements. (2) Source: 16^e enquête annuelle de la franchise Banque Populaire/FFF/Kantar.

est édité par CDI Médias & Services
(société Cadres et Dirigeants Interactive)
SASU au capital de 5 259 659,00 euros -
R.C.S. PARIS 532 425 279 -
Code A.P.E. : 7312 Z
100, rue La Fayette 75010 Paris
Tél. : 01 84 16 56 60 - Fax : 01 84 16 56 61

Dépôt légal : à parution,
N° ISSN : 1268 - 8487
Numéro de commission paritaire :
N° 0720 T 82647
Impression : Léonce-Deprez
Distribution : MLP

Courrier électronique :
• info@cdimedias.com
Courrier par service :
• Rédaction : redaction@cdimedias.com
• Abonnements : abo-officiel@cdimedias.com
• Fabrication : fabrication@cdimedias.com
• Publicité : regie@cdimedias.com
• Web : web@cdimedias.com

PRÉSIDENT ET DIRECTEUR
DE LA PUBLICATION :
Yves de LA VILLEGUERIN

DIRECTEUR GÉNÉRAL ADJOINT :
Florian LAVENU

RÉDACTRICE EN CHEF :
Marie ROQUES

RÉDACTION : Marie ROQUES, Camille
BOULATE, Fabien SOYEZ et Nicolas MONIER
Journaliste pigiste : Ève MENNESSON

NOS CONTRIBUTEURS : Stéphanie KRUCH,
Olga ZAKHAROVA-RENAUD, Laurent
DELAFONTAINE, Sylvain BARTOLOMEU,
Monique BEN SOUSSEN et Olga ROMULUS

DIRECTEUR ARTISTIQUE : Jérémie HEYLEN
MAQUETTISTE : Jérémie HEYLEN

Illustrations et photos :
Shutterstock (sauf mention contraire)

JOURNALISTE REPORTER D'IMAGES :
Mickaël ICARD

CAMÉRAMAN-PHOTOGRAPHE :
Quentin DONVAL

REGIE PUBLICITAIRE
DIRECTEUR DE CLIENTÈLE :
David PROBST - 01.84.16.56.83
david.probst@cdimedias.com

COMPTABILITÉ & ADMINISTRATIF :
comptabilite@cdimedias.com

SERVICE ABONNEMENT :
OCIFAM / OFFICIEL DE LA FRANCHISE
100, rue La Fayette - 75485 Paris cedex 10
Email : abo-officiel@cdimedias.com
Tél : 01 85 34 71 00

GESTION ET MARKETING
DE LA DIFFUSION : BO CONSEIL
Directeur : Otto BORSCHA
oborsch@boconseil.com
Tél. : 09 67 32 09 34

Pays d'origine du papier : Allemagne
Taux de fibres recyclées : 0%
Certification : 100% PEFC
Eutrophisation PTOT : 0,016 kg/t

© Copyright "L'Officiel de la Franchise" : Toute reproduction d'articles ou de dessins, sur tous supports y compris Internet, doit faire l'objet d'une demande écrite auprès de la direction du magazine. La reproduction, même partielle, de tout matériel publié dans le magazine est interdite. La rédaction n'est pas responsable de la perte ou de la détérioration des objets, textes ou photos qui lui sont adressés pour appréciation ou spontanément. Tous les prix indiqués dans les pages sont donnés à titre indicatif.



Yves de La Villeguerin,
Directeur de la publication

Toutes des licornes

Voilà, le calendrier précis de levée progressive des dernières restrictions est désormais connu. Nous nous orientons de plus en plus vers un retour à la normale. Pourtant, en dépit de la pandémie et du contexte économique, jamais autant de Français n'auront, l'année dernière, créé d'entreprises. Selon les derniers chiffres de l'Insee, en 2021, 996 000 sociétés ont été immatriculées, soit une hausse de 17,4 %. Un nouveau record qui rappelle déjà les très bons chiffres de 2020. Nos concitoyens ont plus que jamais le goût de l'entrepreneuriat et c'est tant mieux !

Dans ce nouvel annuaire, nous vous remettons toutes les clés pour pouvoir démarrer votre activité en ayant en tête les bons réflexes. Des fiches pratiques comme des focus sur des secteurs qui auront performé en 2021. Vous pourrez également lire les conseils de nos experts habituels. Ceux qui nous livrent chaque mois dans *L'Officiel de la Franchise* les tenants et les aboutissants du commerce en réseau. Bien évidemment, vous retrouverez nos traditionnelles fiches annuaires, plus de 550 cette année, qui vous permettront d'obtenir des informations concrètes, chiffrées et autant de contacts professionnels sur les enseignes ouvertes à la franchise.

Un enthousiasme pour la création d'entreprise porté également par nos licornes françaises. L'objectif fixé par Emmanuel Macron a été atteint avec trois ans d'avance. En 2021, presque 12 milliards d'euros ont été levés par les jeunes pousses hexagonales. Ce qui plaçait la France au troisième rang européen derrière l'Allemagne et le Royaume-Uni. À l'heure où nous bouclons, nous ne comptons pas moins de 26 licornes de la French Tech. Quel espoir pour les porteurs de projets, qui même s'ils n'appartiennent pas à ces secteurs, portent à bout de bras, de leur côté, l'envie de commercer.

"Nos concitoyens ont plus que jamais le goût de l'entrepreneuriat et c'est tant mieux !"

L'essentiel de la franchise

- 8 La franchise en chiffres
- 10 Qui sont les franchisés ?
- 12 Intuitu personae : ne négligez pas son importance
- 14 Se lancer avec un associé : ne foncez pas tête baissée !
- 22 Franchise, concession... Quel contrat vous attend ?
- 24 À quoi sert la redevance de communication ?
- 26 L'intelligence collective : ne pas la négliger en franchise
- 28 Promotions : dois-je les appliquer ?
- 30 Formation continue : le franchiseur doit-il absolument me former ?
- 32 Devenir franchisé : trouver le bon local en 5 étapes
- 40 Choisir son franchiseur : 10 questions pour faire le bon choix
- 42 Vente en ligne : vers plus d'équité ?
- 44 Établir son prévisionnel : le parcours du futur franchisé

Les secteurs d'activité

- 48 **Alimentaire**
Le secteur fait le plein
- 54 **Cafés, Hôtels, Restaurants**
Un bon coup de fourchette pour 2022 ?
- 60 **Sports et loisirs**
La filière s'essouffle toujours
- 66 **Services automobiles**
Une très bonne tenue de route
- 72 **Équipement de la personne**
Résilience et innovation exigées
- 78 **Beauté-Santé**
Une filière bien dans sa peau ?
- 84 **Marché immobilier**
La pierre ne s'effrite pas
- 90 **Construction et entretien de l'habitat**
Une conjoncture favorable
- 96 **Équipement de la maison**
Le boom du bien-être chez soi
- 102 **Services à la personne**
La fin du travail au noir ?
- 108 **Services aux entreprises**
Se réinventer avec la crise

116

+600

FICHES
d'informations essentielles et
PRATIQUES
des réseaux qui recrutent



Investissez dans une franchise indémoudable



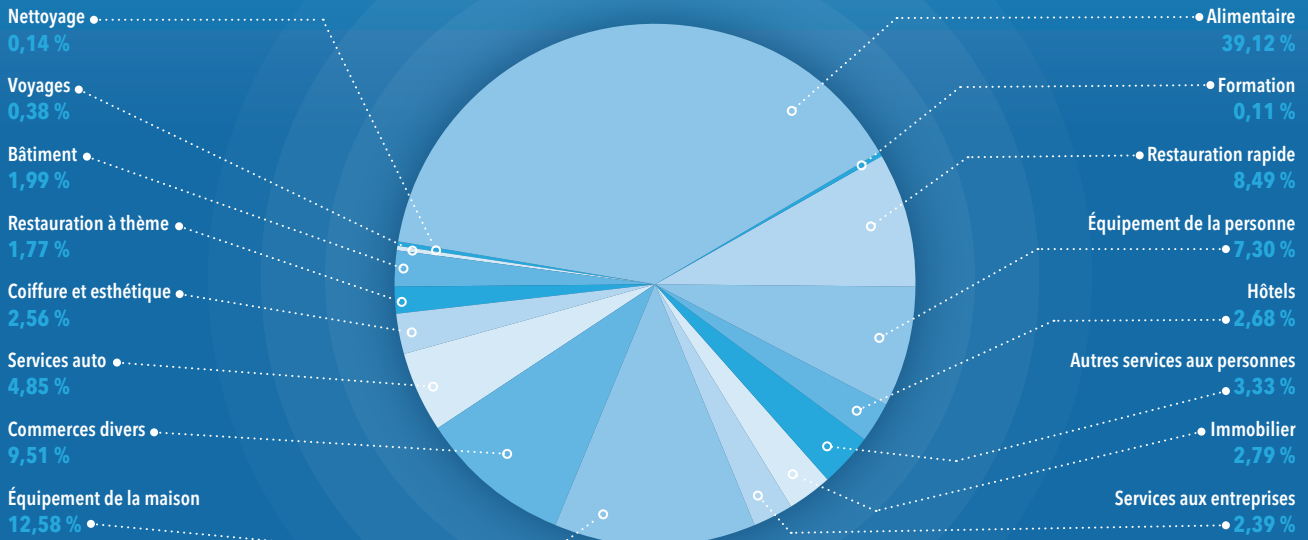
Pas besoin d'être tendance, on est intemporel.

Et ça fait 45 ans que ça dure. 45 ans que le croissant, le jambon-emental et la tartelette choco-banane ont la cote.

45 ans que le concept Brioche Dorée traverse les époques avec style, en proposant des produits gourmands, français et bien faits. Car depuis 1976, nous suivons nos valeurs plus que les effets de mode. C'est ce qui nous permet de toujours nous inscrire dans la modernité. C'est pour cela que nous vendons 7500 viennoiseries par heure chaque jour en France. Et que Brioche Dorée est aujourd'hui la franchise leader sur son marché.

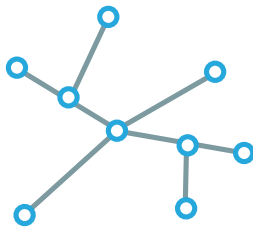
La franchise en chiffres

POIDS DES SECTEURS DANS LE CHIFFRE D'AFFAIRES DES POINTS DE VENTE FRANCHISÉS



LE POIDS DE LA FRANCHISE

(Chiffres 2019)



1 927 (- 5,9 %)
réseaux






78 032 (- 0,24 %)
points de vente

▶ **63,88 milliards d'euros de CA (+ 5,78 %)**

ÉVOLUTION SUR 10 ANS

ANNÉE 2010 → 2020

 Nombre de franchiseurs	1 477 → 1 927
 Nombre de points de vente franchisés	58 351 → 78 032
 CA en milliards d'€	47,88 → 63,88

L'IMPACT ÉCONOMIQUE DE LA FRANCHISE

POINTS DE VENTE FRANCHISÉS

	CA HT en milliards d'euros	Effectifs salariés	Valeur ajoutée en milliards d'euros	Masse salariale en milliards d'euros
Directs	63,88	365 146	16,90	9,20
Indirects	52,60	303 691	21,78	8,94
TOTAL	116,48	668 837	38,68	18,14

POINTS DE VENTE SUCCURSALES

	CA HT en milliards d'euros	Effectifs salariés	Valeur ajoutée en milliards d'euros	Masse salariale en milliards d'euros
Directs	77,26	345 277	15,54	8,31
Indirects	65,85	383 806	27,89	11,39
TOTAL	143,11	729 083	43,43	19,70

TÊTES DE RÉSEAU

	CA HT en milliards d'euros	Effectifs salariés	Valeur ajoutée en milliards d'euros	Masse salariale en milliards d'euros
Directs	2,55	15 970	1,21	0,69
Indirects	0,97	4 486	0,38	0,14
TOTAL	3,52	20 456	1,59	0,83

Source : FFF, données 2020 et étude d'impact de la franchise Diagnostic & System, 2021. Les dernières données, portant sur l'année 2021, n'étant pas encore diffusées par la FFF.

Changer
De Vie



Les Mousquetaires

Comme Fabien,
choisissez de
Changer De Vie

Les Mousquetaires
recherchent **des chefs
d'entreprise** dans toute
la France

- 0 € de droit d'entrée
- À partir de 65 K€ d'apport

Intermarché

Netto

BRICO
MARCHE

BRICO
CASH

BRICORAMA

Roady
CENTRE AUTO

Rapid
Pare-Brise

Pour en savoir plus, rendez-vous sur changerdevie.mousquetaires.com



Qui sont les franchisés ?

L'année 2020 a été clairement chamboulée par les restrictions sanitaires et les fermetures administratives. Malgré tout, la franchise semble avoir résisté. C'est le constat de l'Enquête Annuelle réalisée par la FFF et la Banque Populaire. Si les chiffres de l'année 2021 ne sont pas encore disponibles à l'heure où nous écrivons ces lignes, nous vous proposons une infographie réalisée à partir de la 17^e enquête, publiée en 2021 mais portant sur l'année 2020.

Camille Boulate

SUR LE MODÈLE DE LA FRANCHISE

9 FRANÇAIS SUR 10



recommandent le modèle de la franchise



des franchisés étaient salariés avant de se lancer en franchise

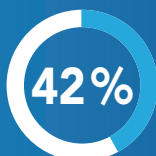
COÛT TOTAL DE LA CRÉATION D'ENTREPRISE



moins de 100 000 euros



entre 100 et 200 000 euros



plus de 200 000 euros

TAILLE DE LA VILLE D'IMPLANTATION (HORS ÎLE-DE-FRANCE)

33 %
100 000 hab. et plus

34 %
20 000 à moins de 100 000 hab.



9 %
moins de 2 000 habitants

24 %
entre 2 000 et 20 000 hab.

13 ANS
Ancienneté moyenne dans le réseau



des franchisés estiment que présenter un dossier en franchise a joué en leur faveur pour obtenir leur crédit, notamment dans le commerce

SUR L'IMPACT DE LA CRISE SANITAIRE



des franchisés estiment mieux résister à la crise de la Covid-19 qu'un commerçant isolé



des franchisés ont été accompagnés par leur franchiseur pendant la crise (visite animateur réseau, communication régulière, nouveaux outils)



des franchisés ont mis en place des actions spécifiques pour s'adapter à la crise



ont contacté leurs clients pour les informer et maintenir le lien

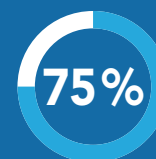


ont mis en place des modes de distribution alternatifs

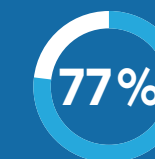
SUR LE DIGITAL ET LES INNOVATIONS



des franchisés utilisent des dispositifs web-to-store sur le site Internet de leur point de vente



des franchisés communiquent via les SMS ou e-mails auprès de leurs clients



des franchisés utilisent au moins un réseau social pour communiquer auprès de leur clientèle



des franchisés proposent le paiement sans contact (+ 12 points en 1 an)



proposent le paiement via smartphone (+ 30 points en 1 an)

4 FRANCHISÉS SUR 10 estiment que renforcer leur notoriété digitale ou de proximité est un enjeu majeur pour leur activité



**ICI VOTRE SUCCÈS
EST NOTRE
PRIORITA!**

**LE CŒUR
DE L'ITALIE
BAT ICI**

Pauline et Nicolas
Del Arte de Moulins



ICI c'est
« numero uno »
de la restauration
italienne avec
206 restaurants.

ICI c'est
une « aventura »
humaine et en
franchise depuis plus
de 20 ans avec 90 %
des restaurants gérés
par des franchisés.

ICI c'est
un accompagnement
« personalizzato ».
De l'ouverture à la
gestion quotidienne,
nous sommes
à vos côtés !



Intuitu Personae : Ne négligez pas son importance

Dans votre contrat de franchise, la clause d'Intuitu Personae ne doit pas être prise à la légère. D'où l'importance de bien prendre le temps de la lire et de comprendre l'impact que celle-ci peut avoir. Explications. Par Camille Boulate.

Si vous intégrez une enseigne, c'est que le franchiseur a validé votre profil et vous fait confiance pour développer son savoir-faire. C'est sur cette confiance que repose la clause d'Intuitu Personae. "Littéralement, cela signifie 'en considération de la personne'. En matière contractuelle, elle va être employée pour caractériser le fait que le franchiseur va prendre en compte la personnalité du franchisé dans le contrat. Cela signifie que sa personne physique est prise en considération pour la signature", explique Alexandra Guidicelli. Concrètement, la tête de réseau a choisi de s'engager avec vous parce que votre profil (parcours, savoir-faire, compétences, savoir-être, etc.) correspond parfaitement à ses attentes.

PLUSIEURS DEGRÉS

Cette notion d'Intuitu Personae doit figurer dans le contrat et surtout préciser ce qu'elle implique. Car il existe plusieurs manières de rédiger cette clause, plus ou moins stricte. "Par exemple, un franchiseur peut préciser et vouloir que le franchisé soit le dirigeant effectif de la société et du local, mais aussi qu'il soit détenteur de l'ensemble des parts sociales et des droits de vote, insiste Alexandra Guidicelli. D'autres réseaux peuvent demander uniquement que le franchisé soit le détenteur des actions de la société et donc du droit

de vote." Cela sera surtout en fonction de la stratégie de l'enseigne. Si elle privilégie des profils opérationnels et des dirigeants au sein de l'unité, elle aura tendance à choisir la première option. Au contraire, si elle souhaite davantage des profils d'investisseurs ou des multi-franchisés, la seconde sera plus appropriée. "Ce sont deux approches possibles et il en existe d'autres, souligne Alexandra Guidicelli. Et même si cela est inhérent au contrat de franchise, il est essentiel que le franchisé prenne bien conscience de tous les tenants et aboutissants de l'Intuitu Personae."

AGRÈMENT DU FRANCHISEUR

Le principal impact de cette clause sur votre activité reste que vous ne pourrez pas céder toute ou une partie de votre entreprise à une personne tierce sans avoir l'agrément du franchiseur au préalable. Ainsi, si vous souhaitez faire évoluer votre entreprise et faire intervenir un nouvel associé, votre tête de réseau devra valider son profil. "Cela se comprend, car le franchiseur vous a confié, en fonction de votre parcours et de votre personnalité, son savoir-faire pour développer votre activité", insiste Alexandra Guidicelli. Si vous faites évoluer votre capital ou cédez votre entreprise sans avoir alerté ou attendu l'agrément du franchiseur, ce dernier pourra mettre fin à votre contrat. Aussi, il est bien important de noter que cette clause est rédigée de manière unilatérale et ne s'applique qu'au franchisé. Autrement dit, votre tête de réseau peut être cédée ou le dirigeant de l'enseigne peut changer sans que vous n'ayez votre mot à dire. Selon l'avocat, cela n'a d'ailleurs que peu d'impact sur le franchisé. "Car les contrats prévoient généralement que, en cas de cession de l'enseigne, le nouveau dirigeant devra exécuter les obligations qui découlent du contrat, de sorte que la franchise puisse continuer son activité, insiste Alexandra Guidicelli. Surtout, je pense que lorsqu'un franchisé décide d'intégrer une enseigne, la personnalité du dirigeant n'est pas ce qui importe le plus. Ce que recherche le candidat c'est avant tout une enseigne, une notoriété, et un savoir-faire."



Une collaboration
incomparable pour
un succès unique :

LE VÔTRE.



FABRIQUÉ AU
COEUR DES ALPES

DEVENEZ **CONCESSIONNAIRE MOBALPA**



CONTACTEZ-NOUS

04 50 65 53 14

developpement@mobalpa.com

www.mobalpa.fr

MOBALPA

Unique, comme vous.

Se lancer avec un associé : Ne foncez pas tête baissée !



Ouvrir un point de vente en franchise ne se fait pas toujours seul. Il est possible que vous souhaitiez vous lancer dans l'aventure avec un associé. Que vous le connaissiez ou non, il est nécessaire de prendre des précautions et de bien cadrer les rôles de chacun. Explications. Par Camille Boulate.

Entreprendre en franchise vous permet de vous adosser à une enseigne et de réitérer un concept éprouvé. Si les futurs franchisés se lancent généralement seuls, il peut arriver qu'ils aient le projet de se lancer avec un associé. "Il y a plusieurs raisons qui poussent les chefs d'entreprise à s'associer. Quand ils le font en famille, cela peut être pour faciliter la transmission du patrimoine. Dans d'autres cas, c'est pour des raisons financières et ainsi financer le projet. Enfin, cela peut être parce que l'idée d'entreprendre à plusieurs est présente depuis le départ", liste

Olga Zakharova-Renaud, avocat associé SCP BMGB et Associés. Peu importe le cas de figure, avant de vous lancer dans l'aventure avec un ou plusieurs associés, un certain nombre de précautions sont à prendre. La première est d'abord de vous tourner auprès de votre futur franchiseur et d'ainsi vous intéresser à la façon dont est structuré le réseau. Est-ce que, dans l'enseigne que vous visez, les associations sont courantes ? Si oui, quels sont les types d'association qui fonctionnent ? Est-ce toujours couronné de succès ? Voici les principales questions à se poser en tant que candidat, selon Laurent Delafontaine, le co-fondateur et dirigeant du cabinet Axe Réseaux. "Chez Intermarché, par exemple, ils intègrent uniquement des couples. C'est une condition sine qua non pour rejoindre le réseau. Il y a des enseignes qui ont ce type de politique car le modèle économique, les contraintes horaires et le concept ne fonctionnent idéalement qu'avec ce type d'associés et de franchisés, précise l'expert. Regarder de plus près si les associations fonctionnent dans le réseau ou si le concept est mieux adapté à des entrepreneurs seuls est primordial." Comme nous le conseillons souvent dans nos pages, n'hésitez pas à interroger les franchisés qui se sont associés pour leur demander leur ►

Votre réussite NOTRE FIERTÉ!



Sophie & Olivier
Mont de Marsan
Alliance de longue durée

« Depuis le début, nous savons que nous avons fait le bon choix! Le concept fort et moderne, la simplicité des échanges, la qualité des produits sont autant d'atouts qui expliquent notre longévité dans le réseau La Mie Câline ». Sophie et Olivier sont franchisés à Mont de Marsan, et quand ils parlent de La Mie Câline, inutile de dire que nous sommes fiers!

Depuis 35 ans, notre priorité est d'apporter à nos franchisés tous les moyens de réussir en construisant avec eux des relations fortes basées sur le respect, l'écoute et la solidarité. Vous avez le goût du travail bien fait, du partage et du sourire. Venez réussir avec nous!

Pour commencer l'aventure, contacter Véronique par mail à veroniqueg@lamiecaline.com ou au 02 51 59 99 94. Retrouvez les témoignages de nos franchisés sur franchise.lamiecaline.com/fr



► ressenti et ainsi avoir un retour d'expérience du terrain. Cela vous aiguillera sur la pertinence de votre projet d'association pour le réseau que vous souhaitez rejoindre.

CHACUN SON RÔLE

Autre point essentiel à ne pas négliger selon l'ensemble des experts interrogés dans le cadre de cet article : bien cadrer les rôles de chacun des associés. Mais cela dépendra aussi et surtout du type d'associé que vous intégrerez à votre projet. *"Il existe plusieurs cas de figure : soit l'associé sera co-exploitant, soit il s'agira d'un simple investisseur. Et les rôles ne sont pas les mêmes, avertit Olga Zakharova-Renaud. Dans le premier cas, l'associé sera impliqué dans la gestion de l'entreprise. Dans l'autre, il sera simplement une aide financière et ne s'investira pas personnellement dans l'activité opérationnelle. La règle de base, avec un investisseur, est qu'il reste un associé minoritaire."* Répartir les rôles de chacun sera logiquement primordial si les différents associés seront impliqués dans la gestion de l'entreprise. Dans ce cas de figure, tous les experts sont unanimes : ne tombez pas dans le piège d'une association équitable, à 50/50. *"C'est l'erreur classique, que l'on voit encore beaucoup, mais qu'il ne faut surtout pas commettre, alerte Sylvain Bartolomeu, président et dirigeant associé du cabinet Franchise Management. Dans toute association, il faut qu'il y ait un leader. Cela permet d'éviter les situations de blocage et la lenteur dans les prises de décision."* Même discours pour Caroline Morizot, dirigeante du cabinet CM Franchise et associée minoritaire du réseau de franchise, BR Équitation, enseigne dédiée à la vente d'accessoires d'équitation. *"Il faut vraiment être vigilant. Car l'association à 50/50 peut avoir des conséquences dont on a pas forcément conscience au préalable. Cela peut vraiment bloquer la vie de l'entreprise. Si vous souhaitez avoir une association équitable, faire entrer un tiers qui détiendra 1 % et qui fera pencher la balance dans les décisions peut être une alternative",* estime-t-elle. Aussi, pour bien cadrer les choses avant le début de votre activité, n'hésitez pas à mettre en place un pacte d'associés. Cela permet d'anticiper un maximum les situations litigieuses et de surtout les régler le plus rapidement possible. *"Cela ne répond pas à tous les problèmes, mais cela permet de faciliter le traitement de certaines situations, insiste Sylvain Bartolomeu. Le pacte d'associés est pour moi vraiment essentiel. Car une association, quand cela ne marche pas, cela devient très chaotique pour l'entreprise."* *"Le pacte d'associés est un contrat supplémentaire et qui se rajoute aux statuts de la société. Cela permet véritablement de se mettre d'accord sur qui fait quoi et comment sont prises les décisions",* estime quant à elle Olga Zakharova-Renaud. Aussi, l'avocat conseille d'anticiper une autre problématique, peu évoquée, avant de conclure une association : la gestion des décès. Une question délicate mais qu'il est important à traiter pour éviter un impact négatif sur l'entreprise. *"Si votre associé est impliqué dans la*

vie de l'entreprise et qu'il vient à décéder, il faut avoir en tête que, si rien n'est prévu, ses parts vont aux héritiers et au conjoint. Cela signifie qu'en tant que franchisé, vous pouvez vous retrouver avec des associés, souvent non voulus, présents avec une participation en indivision. Ce qui très délicat à gérer, insiste l'experte. En droit, tout s'anticipe. Et pour cette situation précise, vous pouvez prévoir qu'en cas de décès de l'un des associés, les successeurs et ayant-droit ne deviennent pas associé à la place de la personne décédée, mais qu'ils sortent avec un rachat des parts."

COMPLÉMENTARITÉ

Outre de bien répartir les rôles, il est important avant de vous engager dans une association de bien analyser quelles sont les compétences et les profils de chacun des futurs associés. Pour Caroline Morizot, il faut même bien se connaître. *"On ne s'associe pas du jour au lendemain. Surtout quand c'est pour être opérationnel dans l'entreprise. Il faut apprendre à bien se connaître et voir si les caractères et les tempéraments sont compatibles. Pour que cela fonctionne, il faut des profils complémentaires. On peut se lancer avec autant d'associés que l'on veut, le principal est de ►►*





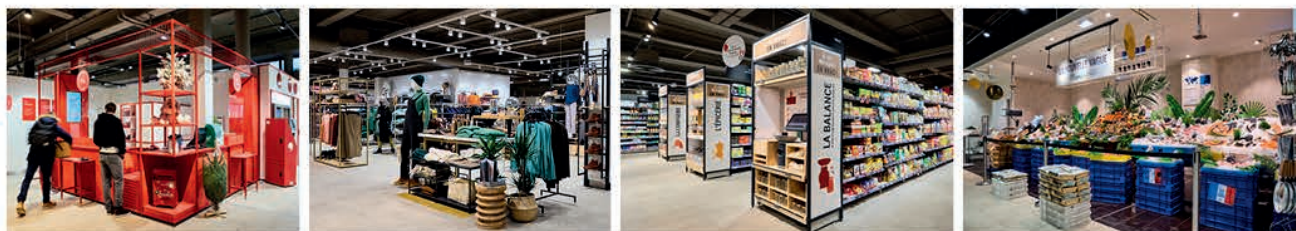
Une franchise *au cœur de* **la vi(II)e.**



CHOISIR LA FRANCHISE MONOPRIX OU MONOP',
C'EST REJOINDRE UN RÉSEAU D'ENSEIGNES **LEADER**
DU COMMERCE DE CENTRE-VILLE DEPUIS 90 ANS !




- VENEZ NOUS RENCONTRER DU 20 AU 23 MARS
HALL 3 - STAND P 63



MONOPRIX monop'

entreprise.monoprix.fr

Suivez nos actualités sur notre page 



► véritablement savoir ce que chacun va apporter à l'entreprise", insiste l'experte. Et Sylvain Bartolomeu ne dit pas autre chose. Le président et directeur associé de Franchise Management confirme ainsi : "Il y a une question de leadership, mais aussi de complémentarité. Si l'on est calibré pareil, sur des compétences identiques, cela risque de poser problème à long terme. J'ai tendance à dire que pour s'associer il faut des valeurs communes et des compétences différentes. L'association doit apporter une réelle valeur à l'entreprise", insiste l'expert. Une complémentarité qui est souvent naturelle dans certains secteurs d'activité. Ainsi, dans des marchés comme les fenêtres, l'un sera plus commercial et l'autre dans la technique. Même chose pour le secteur des services à la personne, où l'un sera souvent focalisé sur la prescription et l'autre sur la gestion. "Pour réussir, je pense qu'il faut être complémentaire au niveau des compétences. Cela ne veut pas dire que si vous avez les mêmes profils et les mêmes envies, vous n'y arriverez pas. Mais ce type d'association sera surtout recommandée si vous souhaitez vous diversifier sur plusieurs points de vente. Dans ce cadre-là, être sur des profils similaires

n'est pas gênant, au contraire", détaille de son côté Laurent Delafontaine. Selon les cas de figure, il est possible que vous ne soyez pas deux à signer le contrat de franchise. Car il ne faut pas oublier que le document est signé Intuitu Personae, c'est-à-dire en fonction de la personnalité du franchisé. Et généralement, les enseignes n'aiment pas avoir deux co-franchisés. "On a l'habitude de dire que c'est l'associé majoritaire qui signera le contrat. Cela ne veut pas dire que l'associé minoritaire ne sera pas impliqué dans le projet. Au contraire. Mais sa place sera définie et il ne sera pas forcément en contact avec la tête de réseau", explique Olga Zakharova-Renaud. Un avis qui n'est pourtant pas partagé par Sylvain Bartolomeu. L'expert de Franchise Management explique que la politique peut changer en fonction des réseaux et conseille même aux franchiseurs de rencontrer mais aussi de valider le profil de tous les associés. "Cela peut arriver que l'enseigne ait moins le feeling avec l'un des deux candidats. Et c'est important dans ce cas-là de poser la question et de faire signer que l'un d'entre eux. Mais la co-signature par les deux associés est de plus en plus courante au sein des réseaux. Cela ne me choque pas et tout ►►

irriJardin

PISCINE · SPA · ARROSAGE

REJOIGNEZ UN
RÉSEAU MYTHIQUE
LEADER DU SECTEUR **PISCINE, SPA ET ARROSAGE**

PALMARÈS FRANCE

Capital

**MEILLEURES
ENSEIGNES**

QUALITÉ DE SERVICE
* Piscinistes et équipementiers piscine

2022

avec **statista**

130
MAGASINS

30%
DE CROISSANCE

CONTACTEZ-NOUS !

Service Franchise **Laura ANTUNES**
Tél. 05 61 909 130 - lantunes@irrijardin.com
franchise.irrijardin.fr

► dépend de la façon dont est élaboré le contrat. Mais dans tous les cas, je conseille véritablement qu'entre les deux associés il y ait un vrai leader. C'est la clé."

QUID DE LA FRANCHISE PARTICIPATIVE ?

Dans certains réseaux, il est aussi possible que le franchiseur vous propose de prendre des parts de votre société pour vous aider à obtenir votre financement et ainsi faciliter la mise en œuvre de votre projet. Un coup de pouce séduisant mais qui peut avoir des conséquences si les choses ne sont, là encore, pas bien cadrées dès le départ. "Si les rôles sont encore une fois bien définis par un pacte d'associés, la franchise participative est vertueuse. Mais il faut bien mettre les choses au clair pour que le franchiseur n'intervienne pas dans la gestion. Surtout, les conditions de sortie de cet actionnaire peu banal doivent être déterminées à l'avance, avec un mode de calcul des parts bien défini", détaille Laurent Delafontaine. Une alerte que soutient Olga Zakharova-Renaud. L'avocat l'assure : la franchise participative est la cause de nombreux contentieux. "Tout simplement parce que dans bien

des cas, le franchiseur n'est pas transparent et ne révèle pas ses vraies intentions", assure l'experte avant d'ajouter : "Généralement, les enseignes qui investissent dans des points de vente franchisés le font pour éviter la sortie du réseau des unités si le contrat n'est pas renouvelé. La situation n'est pas illégale, mais pour éviter les mauvaises surprises, les franchiseurs doivent être honnêtes dès le départ, charge au franchisé d'accepter ou non. Mais effectivement, tout doit être précisé dans un pacte d'associés, surtout si le but est de vraiment vouloir donner un coup de pouce au franchisé. Cela montre la bonne foi du franchiseur." Et quel que soit le type d'association que vous souhaitez mettre en place, il est important, comme dans chaque projet de franchise, de se faire accompagner et épauler par des conseils. "Prendre le soin d'aller voir un avocat est essentiel, souligne Caroline Morizot. Il faut se faire conseiller et bien exposer notamment sa situation familiale afin de protéger au mieux chaque associé." Alors même si cela peut vous paraître un investissement futile au début de votre projet, se tourner vers des experts de la franchise vous permettra d'être épaulé et de gagner du temps si un pépin intervient. ●





PLANETSUSHI

NOTRE NOUVEAU CONCEPT

DEVENEZ FRANCHISÉ !



- SPÉCIALISTE DE LA JAPAN FOOD DEPUIS 1998
- DROIT D'ENTRÉE : 40 K€
- APPORT PERSONNEL : 100 K€
- 50 RESTAURANTS
- À EMPORTER / LIVRAISON / SUR PLACE

PROPOSEZ NOUS VOTRE PROJET :

LOUIS BESSIERE | Responsable développement |
Tél : 06 61 16 07 17 | lbessiere@planetsushi.fr

EXEMPLES DE VILLES CIBLÉES :

- TOULOUSE
- BORDEAUX
- RENNES
- NANTES
- REIMS
- STRASBOURG...

VOIR LES AUTRES VILLES DISPONIBLES SUR

PLANETSUSHI.FR

ÇA COMMENCE ICI :



MANGEZ JAP



Franchise, concession... Quel contrat vous attend ?

L'analyse des obligations des parties permet de qualifier un contrat en dépit du nom qui lui est donné par son rédacteur, et de juger de sa validité. Il est donc important, au moment de sa conclusion, de bien comprendre la nature du contrat pour se prémunir contre toute erreur sur son contenu et contre toute difficulté lors de son exécution. Par Olga Zakharova-Renaud, avocat associé SCP BMGB et Associés.

La licence de marque est un contrat par lequel le titulaire d'une marque, le concédant, accorde à un tiers, le licencié, le droit d'exploiter cette marque pendant une certaine durée moyennant une rémunération, constituée le plus souvent par les redevances proportionnelles. La tête de réseau n'a donc ici qu'une seule obligation : la mise à disposition d'une marque existante et valable, et le concessionnaire s'oblige à l'utiliser en respectant sa charte graphique et son image. La licence de marque pure est rare et est souvent contenue dans un contrat de distribution plus complexe, comme dans le contrat de franchise, dont elle constitue un élément essentiel. La franchise est un contrat par lequel le créateur d'un concept, le franchiseur, transmet un savoir-faire, met à disposition une marque et une enseigne et assure une assistance à un professionnel indépendant, le franchisé, moyennant, de sa part, une rémunération (droit d'entrée et redevances) et l'engagement d'exercer l'activité envisagée. Il s'agit d'un "accord de réitération" pour répliquer la réussite du franchiseur qui doit procurer au franchisé un avantage concurrentiel immédiat. La transmission d'un savoir-faire est l'élément qui distingue la franchise des contrats voisins : sans le savoir-faire, point de franchise. Ce savoir-faire doit être secret (c'est-à-dire non immédiatement accessible à tout le monde), substantiel (c'est-à-dire contenir tous les éléments nécessaires à l'exploitation du concept franchisé) et identifié (c'est-à-dire matérialisé dans un document). Par ailleurs, l'obligation d'assistance est inhérente à la franchise, même si elle n'est pas expressément stipulée dans le contrat.

APPROVISIONNEMENT EXCLUSIF

Le contrat de concession est la convention par laquelle un com-

merçant, le concédant, accorde à un distributeur, le concessionnaire, une exclusivité de fourniture, voire de revente de produits, sur un territoire exclusif. L'exclusivité conférée au concessionnaire par le concédant constitue la seule condition nécessaire du contrat de concession. Réciproquement, le concessionnaire peut avoir une obligation d'approvisionnement exclusif. L'exclusivité est alors réciproque et on parle de concession exclusive. Le contrat de concession se rapproche du contrat de franchise, surtout si le contrat de franchise prévoit une exclusivité territoriale au bénéfice du franchisé. Celle-ci reste cependant facultative dans le contrat de franchise. Par ailleurs, contrairement au contrat de franchise, le contrat de concession ne prévoit pas de transmission d'un savoir-faire.

CONTENUS VARIABLES

La définition du contrat de partenariat est assez floue et présente des contenus variables au gré de la volonté des parties, entièrement libres dans la définition de leurs obligations (champs des exclusivités, savoir-faire, licence marque, assistance, etc.). Il a été jugé que dans le contrat de partenariat règne une "idée de coopération servant un intérêt commun et où les parties ne sont pas placées dans un plan hiérarchique", ce qui le différencierait du contrat de franchise. Cependant, il arrive que l'appellation de "contrat de partenariat" recouvre en réalité un contrat de franchise : si les trois éléments essentiels de la franchise sont réunis, et si la transmission du savoir-faire était essentielle pour les parties pour la conclusion de ce contrat, alors le juge pourra qualifier celui-ci de "franchise", sans s'arrêter au nom de "partenariat" qui lui a été donné par son rédacteur.

En conclusion, bien lire son contrat avant de le signer évitera des mauvaises surprises après sa signature ! ●

LE PLAISIR D'ENTREPRENDRE

Nos atouts :

- **L'économie circulaire** : un marché en plein développement
- **Un métier complet** : achat, vente, gestion, management, digital
- **Une offre produit attractive** : high-tech, téléphonie, informatique, bijoux, maroquinerie
- Un réseau de **plus de 100 magasins**
- Une marge commerciale à **+40%**
- Un apport de **50.000€**

Rencontrez-nous :



20-23 MARS 2022

PARIS - PORTE DE VERSAILLES
Hall 2-2 - Stand D31

NOUS CONTACTER

franchise.cashconverters.fr

developpement@cashconverters.fr





À quoi sert la redevance de communication ?

La crise que nous traversons le prouve plus que jamais, le modèle économique des franchises offre à celui qui s'y inscrit une sérénité appréciable : les tempêtes sont toujours moins douloureuses à traverser quand on navigue sur un bateau solide, avec à son bord un capitaine et du personnel qualifié à chaque poste. Par Stéphanie Kruch, Consultante, Directrice Pôle Retail Big Success.

Le franchisé bénéficie de la structure et des moyens que sa tête de réseau met en place pour le soutenir, le préserver des mauvaises surprises et des aléas de son activité. Ce soutien passe par les redevances, qu'il verse contractuellement à son enseigne. D'une part, les royalties, au titre du savoir-faire de l'exploitation de la marque. D'autre part, la redevance de communication, au titre de la publicité nationale. Cette dernière revient directement, car elle est exclusivement dédiée à la renommée de l'enseigne, et donc à la sienne. Pourtant, en tant que franchisé, vous vous demandez parfois à quoi elle sert, ou si elle ne se superpose pas aux dépenses que vous allez devoir faire pour votre promotion locale.

ALORS POURQUOI UNE REDEVANCE DE COMMUNICATION ?

- Parce que le réseau dans lequel vous investissez se doit d'être cohérent dans son image et son message. Afin que le client se sente "en terrain connu" où qu'il soit, et devienne fidèle.
- Parce que votre métier n'est pas de communiquer. C'est celui des prestataires ou des collaborateurs experts que le franchiseur va choisir pour l'accompagner
- Parce que votre budget de fonctionnement ne doit pas être dépensé pour créer vos outils de communication, mais uniquement pour en activer certains
- Parce que votre temps doit être entièrement consacré à gérer votre magasin, et non à concevoir ses outils de visibilité
- Parce que votre unité ne saurait se satisfaire de vos actions de communication, qui sont utiles mais rarement suffisantes pour générer le trafic attendu.

Tout comme pour l'aménagement du point de vente ou l'approvisionnement des produits, votre tête de réseau se doit de créer une stratégie de communication, dans un souci évident de cohésion, d'identité, et d'image de marque.

LA TÊTE DE RÉSEAU TRAVAILLE LA DÉSIÉRABILITÉ DE L'ENSEIGNE, ET VOUS, SA PROXIMITÉ.

Verser de l'argent pour en économiser ?

Et oui ! La communication centralisée par votre franchiseur va vous faire gagner en efficacité, en temps, et en économie, de deux façons :

1/ Par le biais de ses investissements nationaux, directement bénéfiques à tous les membres de son réseau. Vous profitez alors d'une notoriété que vous ne pourriez pas vous offrir. Prenons deux exemples :

- La gestion de votre présence sur les moteurs de recherche : c'est un travail quasi quotidien, nécessitant des personnes dédiées et expertes.

- Une campagne TV : bien orchestrée, elle peut augmenter de plus de 30 % la fréquentation de votre point de vente, sans que vous n'ayez rien d'autre à faire que de bien servir vos clients pour les fidéliser !

2/ Par le biais d'investissements adaptables pour votre utilisation propre :

- La création d'un visuel déclinable, en presse, en affichage, en PLV
- La production d'un spot audio que vous déciderez (ou pas) de diffuser sur vos radios locales
- La conception d'une campagne d'e-mailing
- La mise en place de bonnes pratiques, comme de vous apprendre à gérer les avis sur Google.

LA NOTORIÉTÉ NATIONALE DÉVELOPPÉE PAR LE FRANCHISEUR EST AUSSI LA VÔTRE !

Tous ces investissements mutualisés donnent une valeur ajoutée à l'enseigne qui développe sa notoriété et sa renommée : ils élargissent votre zone de chalandise et par conséquent votre clientèle. Alors n'hésitez jamais à vous renseigner sur l'utilisation qui sera faite de votre redevance de publicité, et, d'une manière plus générale, des actions de communication prévues par votre franchiseur. C'est un des avantages du réseau de franchise, et il est clé. ●

FITNESS
BOUTIQUE 

DEVENEZ FRANCHISÉ

Rejoignez le spécialiste du **Fitness**
et de la **Nutrition Sportive**.



+ de 450 000
clients fidèles pour une
entreprise engagée.

110 magasins
Un réseau de boutiques ouvert à la
franchise en France, Belgique et Maroc.

+ 30%
de CA
sur l'année 2020.

Retrouvez les conditions d'accès
et les étapes clés de votre projet sur :
franchise.fitnessboutique.fr

Contactez-nous au
04 76 07 38 12 ou
franchise@fitnessboutique.fr



L'intelligence collective : Ne pas la négliger en franchise !

Présente chez certains animaux depuis toujours, l'intelligence collective permet à un groupe d'être plus efficace, innovant, d'imaginer des solutions en consolidant les expériences et aptitudes de chacun. Par Laurent Delafontaine, dirigeant et fondateur d'Axe Réseaux.

La franchise, en tant que réseau sous enseigne regroupant des acteurs indépendants, est un bon exemple d'utilisation pratique de l'intelligence collective. En effet, si chaque entreprise utilise l'intelligence collective depuis toujours en se dotant des diverses compétences nécessaires à sa croissance, la franchise utilise pour sa part l'expérience de ses partenaires affiliés, sous réserve qu'elle soit organisée en conséquence. Singularité en franchise, l'intelligence collective est omniprésente mais ne s'affiche pas comme telle et plusieurs exemples étayent mon propos.

RETOUR D'EXPÉRIENCES

Le groupe ou commission de travail en franchise est probablement le moyen le plus évident de tirer profit de l'expérience des franchisés sur une thématique. Élus par leurs pairs, les franchisés siégeant au sein d'un groupe de travail peuvent exprimer et partager leurs visions et opinions sur une opération commerciale, un matériel, une nouveauté produit ou encore une grille tarifaire, en apportant un retour d'expériences sur le succès, la mise en œuvre, les difficultés rencontrées, en somme, faire en sorte que l'enseigne sorte grandie de chaque commission. La convention nationale, qui a lieu annuellement, est certes un moment de retrouvailles festives du réseau, mais aussi pour certaines enseignes l'opportunité de pouvoir solliciter tout ou partie des participants sur des ateliers de réflexion. Ainsi, un franchisé s'intéressant aux nouvelles technologies prendra part à l'atelier sur le digital. Un autre fin connaisseur du matériel s'intéressera à l'atelier des nouveaux fournisseurs. Ces réunions

sont animées par le franchiseur mais font souvent appel à des tiers experts ou partenaires, les résultats permettent ainsi d'éclairer le franchiseur dans ses choix.

ÉQUILIBRE ÉMOTIONNEL

Plus récemment, les applications de type WhatsApp ont largement contribué à centraliser, fluidifier et rendre immédiate la communication au sein du réseau. Une rupture de produit, une alerte alimentaire, une offre concurrente est partagée en un clic à l'ensemble du réseau. Mieux, une jolie vitrine, une publicité originale, un nouveau produit... aperçu par un franchisé au gré d'un déplacement, est spontanément partagé avec le groupe, permettant au franchiseur d'être mieux informé, et de pouvoir ainsi être force de propositions en retour. N'oublions pas l'animateur de réseau, véritable interface entre les franchisés et le franchiseur, qui par ses multiples et fréquents déplacements dans les points de vente de son secteur, assure en permanence une veille marketing sur les opérations et un suivi commercial sur l'offre de produits et services. Il remonte les difficultés de mise en œuvre de la stratégie souhaitée par le franchiseur et les bonnes pratiques issues de l'exploitation du concept dans le réseau. Les retours isolés des animateurs et les réunions au siège, sont toujours bénéfiques aux fonctions supports du franchiseur, qui ont, via ces fins connaisseurs du réseau, un avis sur leurs actions et des propositions d'amélioration. En agissant de la sorte, le franchiseur permet d'intégrer intelligemment les retours d'expérience de ses franchisés, sans pour autant modifier l'équilibre de la relation. Les informations issues des franchisés sont aléatoires et consultatives, et l'arbitrage d'une décision restera toujours dans la main du franchiseur. En quelques anglicismes un "bottom-up" qui aboutira à du "top-down"... ●



DEVENEZ FRANCHISÉ PICARD ET TENTEZ L'AVENTURE ENTREPRENEURIALE AUX CÔTÉS DU LEADER FRANÇAIS DU SURGELÉ.

DEVENIR FRANCHISÉ PICARD, C'EST REJOINDRE :

- UNE MARQUE NATIONALE HISTORIQUE
- UNE ENTREPRISE LEADER SUR SON SECTEUR
- L'ENSEIGNE ALIMENTAIRE PRÉFÉRÉE DES FRANÇAIS
- UN RÉSEAU DE PLUS DE 1 000 MAGASINS DANS TOUTE LA FRANCE.

RENDEZ-VOUS SUR PICARD.FR/FRANCHISE.HTML
OU CONTACTEZ-NOUS : RECRUT@DIMENSIONS-HUMAINES.FR



picard 

Promotions Dois-je les appliquer ?

Si en tant que franchisé vous êtes libre de fixer les prix des produits que vous vendez, il est possible que vous soyez contraints de suivre certaines opérations promotionnelles déployées par le franchiseur. Explications. Par Camille Boulate.

Rejoindre une enseigne en franchise, c'est intégrer un réseau et donc suivre un certain cahier des charges. Toutefois, en matière de prix, vous êtes indépendants et libres de fixer vos tarifs. *"Par principe, le franchisé doit être libre de fixer les tarifs de vente. Mais il y a une nuance : le franchiseur peut vous demander d'appliquer un prix maximum",* précise Cécile Peskine, avocat au sein du cabinet Linkea. Mais qu'en est-il des promotions ? *"S'il ne s'agit que d'opérations de communication, sans impact sur le prix, le franchiseur peut les imposer",* insiste l'avocat. Et si votre franchiseur prévoit une opération spécifique sur un produit pour le mettre en avant avec un tarif avantageux, il est possible que vous soyez contraint de suivre et d'appliquer cet événement promotionnel. À noter que dans certains contrats, il peut être précisé que vous aurez l'obligation de participer à certaines opérations et communications promotionnelles. Si rien n'est indiqué, il est fort probable que vous soyez également contraint de suivre le mouvement. *"En effet, la jurisprudence admet que votre franchiseur peut vous imposer des opérations promotionnelles dès lors que cela n'est pas toute l'année. S'il s'agit d'une campagne par trimestre, par exemple le mois du burger au cheddar, cela peut être rendu obligatoire",* détaille Cécile Peskine.

FIDÉLISER VOTRE CLIENTÈLE

Dans certains réseaux, il peut également être mis en place des soirées ou des journées privilèges, à destination des clients fidèles notamment. Si par principe vous êtes libres d'y adhérer ou non, là aussi, il peut être fortement recommandé de les proposer. *"Quand on rejoint un réseau, c'est aussi pour ce type d'événements. Généralement, les franchisés se plaignent quand rien n'est fait au niveau de la tête de réseau. Quand il y a ce type d'événements, c'est toujours bien pour le franchisé. Si un franchisé est réticent à adhérer à ces opérations, c'est qu'il y a d'autres points de désaccord derrière avec*



le franchiseur", estime l'avocat du cabinet Linkea. À son niveau, le franchisé peut également proposer des choses et mettre en place des initiatives locales. Par exemple, si vous voulez surfer sur la vague du Black Friday alors que votre franchiseur ne fait aucune opération ce jour-là, vous pouvez. *"Mais il faut en soumettre la conformité au franchiseur pour valider que cela est conforme à l'image de la marque et de l'enseigne. La tête de réseau peut trouver que le terme 'Black Friday' ne colle pas à son image de marque. Et donc vous interdire d'utiliser ce terme. Mais au niveau de la promotion en tant que telle, le franchisé est libre. Vous devez juste vous assurer que votre opération respecte les obligations légales de votre territoire, comme l'interdiction de revendre à pertes",* précise Cécile Peskine. L'enjeu de ce type d'opérations est de clairement fidéliser votre clientèle. Une fidélisation qui est de plus en plus évoquée dans les contrats, selon l'expert juridique. *"On intègre de plus en plus de clauses précisant que le franchisé s'engage notamment à proposer le programme de fidélité de l'enseigne et d'accorder la réduction au consommateur même si les points n'ont pas été cumulés dans son magasin. C'est un vrai sujet qui émerge",* estime Cécile Peskine. ●



Ouvrez une franchise **b** boulanger

Une aventure humaine Pro, simple & sympa !



- + Solution 100% spécialiste de proximité
- + Accompagnement personnalisé de votre projet
- + Formation adaptée pour découvrir les métiers de Boulanger
- + Aventure humaine autour des valeurs de Boulanger



Boulanger est le spécialiste des équipements de la maison en électroménager et multimédia. Boulanger offre le meilleur des nouvelles technologies dans l'univers du divertissement et de la maison avec plus de 20 000 références disponibles dès le lendemain pour ses clients.

Nous sommes à la recherche d'entrepreneurs, femmes et hommes passionnés, avec qui partager notre savoir-faire, pour toujours mieux satisfaire nos clients.

En devenant franchisé, vous accédez à une logistique puissante, un catalogue de plus de 20 000 références, une puissance digitale avec boulanger.com et à un accompagnement humain.

Nous vous accompagnons pour une vraie solution d'avenir sur de nombreuses opportunités d'implantation.

Plus d'informations sur
www.boulanger.com/info/franchise

Suivez-nous sur Facebook (Boulanger)
et Twitter (@boulanger)

 **boulanger**
si bien ensemble

Formation continue : Le franchiseur doit-il absolument me former ?

En intégrant une enseigne, le franchiseur doit vous proposer une formation initiale afin de vous transmettre le savoir-faire et les clés de réussite de son concept. Mais qu'en est-il de la formation continue, tout au long de votre contrat ? Explications. Par Camille Boulate.

Se lancer en franchise ne nécessite pas forcément d'être issu du secteur que vous visez. Car le franchiseur que vous rejoindrez doit obligatoirement vous proposer une formation initiale, afin de vous transmettre le savoir-faire et de bien comprendre tous les tenants et les aboutissants du concept. *"La formation initiale est prévue contractuellement. Elle est souvent divisée entre une partie théorique et pratique qui permet d'expliquer le concept mais aussi de bien comprendre la réalité du terrain auprès de franchisés ou de magasins pilotes",* détaille Alexandra Guidicelli, avocat au sein du cabinet Linkea. Avant de signer votre contrat, il est donc conseillé de bien analyser comment est articulée cette formation initiale et combien de temps elle dure. *"Cela dépendra des réseaux et de comment a été conçu le cursus de formation",* affirme l'avocat. En revanche, en matière de formation continue, les choses sont moins limpides. D'abord parce que la notion de formation peut recouvrir différentes réalités et dépendra du secteur d'activité du franchisé. Ainsi, la formation pourra prendre la forme de webinar, de conférences ou bien encore de stages pratiques. *"Dans certains domaines, la formation sera très importante pour prendre en compte la réalité du secteur. Dans la restauration, par exemple, si le franchiseur décide de faire évoluer son concept en mettant en place une dark kitchen, il devra former ses franchisés à cette nouvelle tendance",* insiste Alexandra Guidicelli.

DEVOIR D'ASSISTANCE

Mais dans les faits, rien n'oblige les franchiseurs à former leurs franchisés tout au long de l'exécution de leur contrat. *"Le devoir d'assistance, en revanche, est une obligation de la tête de réseau. La formation peut être une des déclinaisons de ce devoir",* insiste Alexandra Guidicelli. Il peut être précisé dans le contrat quelle forme peut prendre cette assistance et notamment via de la formation. N'hésitez donc pas à bien décortiquer vos documents



juridiques avant de signer et posez toutes les questions nécessaires à votre future tête de réseau. Aussi, certains secteurs dits réglementés, comme l'immobilier, nécessitent des formations obligatoires annuelles pour continuer à exercer son activité. Dans ce cadre-là, regardez bien ce qui est prévu par votre franchiseur. S'il sera difficile de vous retourner contre votre tête de réseau si aucune formation n'est mise en place, vous pourrez en revanche pointer le manque d'assistance de celle-ci. *"Mais pour que ça aboutisse, il faudra démontrer un véritable manquement du franchiseur à ses obligations contractuelles",* affirme Alexandra Guidicelli. ●

Rejoignez le

N°1 DE LA MENUISERIE EN FRANCE



DE SÉRÉNITÉ

+ DE NOTORIÉTÉ

+ DE SOUTIEN

1,3 M€

CHIFFRE D'AFFAIRES MOYEN

après 3 ans et sans payer de droits d'entrée



10%

DE RENTABILITÉ MOYENNE



18 MOIS

POUR UN RETOUR SUR INVESTISSEMENT

Je franchis le pas de la réussite avec Tryba, un réseau établi et solide, gage de pérennité !



Le marché de l'amélioration de l'habitat est en forte progression dans le contexte actuel.

Retrouvez tous les avantages à devenir franchiseurs TRYBA sur

FRANCHISE.TRYBA.COM

“ Vous avez de l'ambition ?

Vous souhaitez une aventure humaine enrichissante ?

Vous avez le sens du commerce, du management et de la gestion ?

Alors TRYBA est là pour vous ! ”

TRYBA INDUSTRIE SAS Service développement - 67110 GUNDERSHOFEN
mascencio@tryba.fr / 06 60 18 45 15

TRYBA®

CONCEPTEUR - FABRICANT - INSTALLATEUR

tryba.com

* Prix délivré par INMA STRATMARKETING suite à une enquête menée du 04 au 28/12/2019 auprès de consommateurs français.

Devenir franchisé : Trouver le bon local en 5 étapes

Ce n'est plus un secret : l'emplacement de votre futur point de vente conditionnera la réussite de votre projet. Mais comment déterminer qu'un local est bon et convient parfaitement à votre activité ? Voici 5 étapes à ne pas louper. Par Camille Boulate.



Trouver le bon concept est essentiel pour ne pas rater son lancement en franchise. Mais l'enseigne ne conditionne pas totalement la réussite de votre future activité. Bien choisir son local et son emplacement est tout aussi primordial. C'est en effet ce qui vous permettra de capter les clients et donc de réaliser votre chiffre d'affaires. Et même si tous les réseaux ne demandent pas un local physique, cela reste un incontournable dans la majorité des cas. Notamment si vous visez des domaines comme le commerce ou la restauration, dans lesquels avoir un point de vente est vital. Pour vous aider et vous aiguiller dans votre choix d'emplacement, voici 5 conseils à appliquer et à ne surtout pas négliger.

1 BIEN PRENDRE EN COMPTE LE CAHIER DES CHARGES DE L'ENSEIGNE

Avant de vous lancer dans une quelconque recherche, il est bien évidemment obligatoire de connaître quelles sont les exigences de

l'enseigne concernant l'emplacement et les contraintes techniques de votre futur local. *"Il est très important d'avoir tout le cahier des charges de votre franchiseur. En restauration, est-ce qu'il faut une extraction et de quelle taille doit-elle être. Avoir toutes les contraintes comme la taille, le type d'emplacement, la grandeur de la façade, etc. est essentiel pour que le franchisé commence ses recherches. Sinon il va s'épuiser pour rien"*, alerte Emmanuel Jury, président de Progressium et membre du Collège des experts de la Fédération française de la franchise. Même constat pour Laurent Kruch, fondateur du cabinet Territoires & Marketing. *"Il est nécessaire de bien connaître toutes les spécificités du réseau. Mais il est aussi important d'être vigilant et de bien comprendre où en est l'enseigne dans sa croissance"*, alerte l'expert. En effet, en fonction de sa phase de développement, le réseau que vous souhaitez rejoindre peut être en train de chercher de nouveaux types de locaux et de tester d'autres emplacements qui n'étaient pas forcément dans son ADN au départ. *"Dans ce cas de figure, il y a des précautions à prendre, met en garde Laurent Kruch. Car ces* ►►

“ Réussir son projet d'entreprise avec Cuisines AvivA... ”

+100
MAGASINS
EN FRANCE
SATISFACTION

... c'est facile !

 **93%**
*de nos franchisés
sont satisfaits*



Apport à partir
de **50 K€**



Rémunération du
franchisé à compter
de la **1^{re} année**



Retour sur
investissement
en **3 exercices**



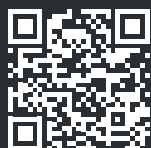
150 villes pour
ouvrir un magasin
(territoires exclusifs)



22% de croissance



22 ans d'existence



franchise.cuisines-aviva.com
developpement@gp-aviva.com
04 72 79 42 67

AVIVA
cuisines
SATISFACTION!

► nouveaux formats peuvent impliquer des spécificités différentes de celles avec lesquelles l'enseigne a pu réussir jusqu'ici. Ce n'est pas forcément un problème, mais il est conseillé de bien l'avoir en tête. Et s'il est normal que l'enseigne affine et développe son concept, le franchisé, lui, doit s'assurer que son futur local et emplacement soient conformes aux habitudes de consommation de la clientèle visée." Clairement, avec la crise de la Covid-19 et son impact sur l'activité commerciale, il sera d'autant plus important d'être très exigeant sur votre choix final. Selon Olga Romulus, expert-comptable chez Fiducial et membre du Collège des experts de la Fédération française de la franchise, estime ainsi : "Avant la crise, on voyait beaucoup de candidats à la franchise qui trouvaient un local qui ne correspondait pas à 100 % au cahier des charges de l'enseigne mais qui rentrait dans le budget initial. Aujourd'hui, cela ne passera plus. Car il ne faut pas dégrader son projet. Et surtout parce qu'il ne faut pas oublier que la franchise c'est la réitération d'un succès du franchiseur. Donc suivre ses préconisations est essentiel pour que l'activité du franchisé fonctionne."

2) ALLER SUR LE TERRAIN

Une fois que vous avez en tête les principales caractéristiques que votre emplacement doit posséder, entamez votre propre travail de recherches et d'investigation. Avant de solliciter un agent immobilier, renseignez-vous sur les locaux disponibles dans la ou les zones qui vous intéressent. "Éplucher les sites Internet ou discuter avec les commerçants est important pour connaître les opportunités 'cachées'. Faites également votre propre étude de marché sur la valeur locative moyenne en interrogeant les acteurs locaux", conseille Laurent Kruch. Se rendre sur le terrain est aussi essentiel pour juger la zone que vous visez et évaluer la concurrence sur place. "Il faut connaître parfaitement sa zone. C'est un point qui est souvent oublié mais auquel je suis extrêmement attaché : la seule vérité qui compte est celle du terrain, affirme Sylvain Bartolomeu, dirigeant associé du cabinet Franchise Management et également membre du Collège des experts de la Fédération française de la franchise. Il est nécessaire de savoir comment se rendent les consommateurs sur la zone, quels sont les concurrents et quelle est l'activité sur place. Les études géomarketing c'est très bien, mais cela doit être confronté aux impressions du futur franchisé sur le terrain." Faites-vous donc votre propre avis en étudiant de manière précise votre future implantation. Regardez sur quels types d'emplacements le concept fonctionne le mieux : centre-ville, centre commercial, quelles zones de chalandise, etc. "En allant sur place, à différents moments de la journée, vous serez en mesure de déterminer le flux et de voir comment le local est visible", insiste le dirigeant associé de Franchise Management. "Une fois que vous avez fait une sélection, appelez et allez visiter rapidement les locaux qui vous intéressent si tout convient sur le papier. N'hésitez pas à vérifier, au téléphone, que

toutes vos attentes concernant le cahier des charges technique correspondent. Après, il ne faut pas traîner à visiter", assure de son côté Emmanuel Jury. Aussi, ne vous jetez pas sur le premier local que vous verrez et comparez plusieurs emplacements. "Un local peut vous paraître bon, mais il est primordial de bien prendre tout en compte. En général, il faut être vigilant quand vous avez un coup de cœur. Car même si le local est bien placé, il faut s'assurer que pendant vos heures d'ouverture il y a bien des clients. Il faut également regarder votre visibilité éloignée, rapprochée et quels sont les concurrents mais aussi comment ils fonctionnent, etc.", détaille Sylvain Bartolomeu. Renseignez-vous aussi sur la vacance commerciale mais également sur le taux de rotation au sein de la rue ou du centre commercial que vous visez. Aussi, il est important de vous rapprocher de la mairie pour savoir quelles sont les politiques urbaines et si des travaux sont prévus sur votre zone. "C'est un point essentiel, affirme Laurent Kruch. Car un local peut ne pas être cher et ne pas être dans une zone idéale à l'instant T, ou inversement. Mais avec les aménagements prévus, l'emplacement pourra être plus ou moins attractif à long terme. Quand on s'intéresse à un local, il faut donc clairement ►►





ENVIE DE DONNER DU SENS À VOTRE PROJET D'ENTREPRENDRE ?

Vous avez déjà un commerce bio ?
Vous souhaitez créer ou reprendre un magasin ?

REJOIGNEZ LE RÉSEAU BIOCOOP ! 1^{er} réseau coopératif de magasins bio et équitables

+ de 700 magasins
+ 16,6 % de croissance de réseau
1,6 milliard € de chiffre d'affaires

Contactez-nous pour en savoir plus sur les étapes pour devenir sociétaire de notre coopérative :

- creation@biocoop.fr
- Informations sur le site [biocoop.fr](https://www.biocoop.fr)

Merci à l'équipe du magasin Biocoop La Vallée du Gapeau !

biocoop
LA BIO NOUS RASSEMBLE



► s'intéresser à son environnement et aux évolutions prévues sur la ville." Si des travaux sont planifiés, ne fuyez pas forcément. Cela peut être une opportunité, même si le CA est plus bas qu'espéré dans un premier temps. "Tout dépend aussi de la date des travaux et comment cela impactera le local. C'est un critère qui doit vous alerter mais qui ne doit pas vous faire refuser un emplacement s'il vous convient. Cela dépend aussi du profil du franchisé", estime Laurent Kruch. En effet, s'il s'agit d'un premier point de vente et qu'il vous faut une rentabilité rapide, ce n'est peut-être pas le choix idéal. Enfin, gardez en tête que les consommateurs recherchent de la praticité. "Un bon local, au-delà du concept, doit être accessible, pratique et simple, affirme Sylvain Bartolomeu. Mais c'est aussi un local qui permet à l'enseigne de bien s'exprimer. Il faut absolument qu'il y ait une cohérence entre l'emplacement, le concept et sa rentabilité."

3 ANALYSER LES CHARGES INHÉRENTES AU LOCAL

Avant de vous positionner sur un local, il est également primordial de bien analyser toutes les charges qui en découlent. En centre-ville, par exemple, un droit au bail peut vous être demandé. Quant au centre commercial, un droit d'entrée devra parfois être versé pour vous installer dans la zone. Même si ces tendances tendent à disparaître, il faut avoir en tête ces coûts supplémentaires. "Quand on prend un emplacement, il y a un équilibre à regarder, conseille Olga Romulus. Très souvent, quand il y a un droit au bail, le loyer est moins élevé. S'il n'y a

pas de droit au bail, l'investissement de départ est certes moins élevé, mais vous avez des charges récurrentes plus importantes. Il y a des réseaux qui préconisent un modèle plus que l'autre, il faut en avoir conscience." Si vous visez un centre commercial, définissez bien quelles seront les charges supplémentaires que vous aurez et qui impacteront bien évidemment votre modèle économique. Par exemple, prenez bien en compte les horaires ou les jours d'ouverture (soirée, dimanche, etc.), qui peuvent être importants dans votre gestion de la masse salariale. Lorsque vous vous installez dans un immeuble de centre-ville, intéressez-vous à la copropriété mais aussi à l'historique du point de vente. "Qui détient l'immeuble ? Est-ce un institutionnel ou des particuliers ? Quels sont les travaux prévus et impacteront-ils mon local ? Quelles ont été les activités à cet emplacement et comment la copropriété l'a vécu ? Voici autant de questions auxquelles il faut véritablement répondre pour éviter les mauvaises surprises", souligne Laurent Kruch.

4 NÉGOCIER AVEC LE BAILLEUR

L'une des erreurs à absolument éviter est de ne pas négocier avec votre futur bailleur. Si tout n'est pas négociable, il y a peut-être des choses sur lesquelles vous pouvez demander des ajustements. Pour cela, comme nous le conseillons régulièrement dans nos pages, n'hésitez pas à vous faire accompagner par un expert-comptable, un avocat et/ou votre tête de réseau. "Il faut toujours faire passer son contrat de bail entre les mains d'un ►►

LA FLEUR, UN MARCHÉ PORTEUR ! DEVENEZ FRANCHISÉ DANS UN SECTEUR EN FORTE CROISSANCE !



81 magasins



le
Jardin
des
Fleurs

Oya
Fleurs



20 boutiques

1 français
/ 5

veut augmenter
ses achats de
végétaux*



49%

des achats
végétaux faits
chez le fleuriste*



81%

des français ont
des végétaux
à la maison*



20%

des français ont
des végétaux
au travail*



89%

des français disent
que le végétal
améliore leur
cadre de vie*

REJOIGNEZ L'AVENTURE !
service.developpement@floranova.fr

WWW.GROUPE-FLORANOVA.FR

► *avocat spécialisé en immobilier. Il ne faut pas tergiverser. Celui-ci vous fera une lecture commentée et vous donnera des points sur lesquels il y a des erreurs de la part du bailleur et qu'il faut absolument négocier. A contrario, il vous précisera quels sont les aspects sur lesquels il n'est pas essentiel de se battre*", détaille le fondateur de Territoires & Marketing. Même discours du côté de Sylvain Bartolomeu qui conseille aux candidats à la franchise de solliciter leur futur franchiseur. "Les équipes développement des réseaux sont, normalement, habituées et savent à quoi il faut être vigilant. Il peut y avoir des conditions particulières, notamment sur le calcul du loyer qui peut être progressif en fonction du CA. Il faut regarder tout cela avec des conseils et notamment votre franchiseur. C'est aussi pour cette assistance qu'un candidat rejoint une franchise" Pour Olga Romulus, c'est une vraie erreur d'oublier de négocier avec le bailleur. "Il ne faut pas prendre pour argent comptant ce qu'il vous dira et il faut négocier en fonction de ce que vous pouvez avoir comme contraintes", estime l'expert-comptable.

5 PRENDRE EN COMPTE LES NOUVELLES OPPORTUNITÉS

Enfin, pour trouver le bon local, ne négligez pas les opportunités qui peuvent émerger. Qu'elles soient dues à la crise ou non. Clairement, dans certaines zones, les cartes ont été rebattues. "On voit des emplacements plus ruraux qui sont devenus très

intéressants. Parce que les consommateurs se sont déportés. Désormais, les Français ont tendance à migrer vers des petites villes ou des villes satellites des grosses agglomérations. Du coup, il y a sûrement des opportunités à saisir", insiste Olga Romulus. Même si celles-ci seront peu nombreuses, selon Emmanuel Jury : "Il n'y aura pas tant d'opportunités que cela à saisir. Notamment sur les locaux de centre-ville. Un emplacement premium restera un emplacement premium. On le voit, les prix ne baissent pas", explique le dirigeant de Progressium. Ce dernier précise par ailleurs qu'une fois le bon local trouvé, il ne faut pas traîner pour faire une proposition. "Si l'enseigne vous confirme que le cahier des charges techniques est rempli, faites rapidement une proposition écrite. Car les locaux partent vite", insiste Emmanuel Jury. Aussi, ne négligez pas les locaux qui ne sont pas encore construits, notamment dans des quartiers neufs ou en rénovation. Même si pour Laurent Kruch, il faut se méfier. "On pense que tout sera plus facile alors qu'il y a les mêmes risques d'avoir des non-conformités au niveau des travaux que dans de l'ancien. Sauf que généralement, on anticipe moins". Un local brut et en construction implique en effet énormément de travaux. Il faut vraiment bien tout analyser pour voir combien cela va vous coûter sur le long terme. "Soyez vigilant à l'environnement autour. Dans ces quartiers neufs, négocier qu'il n'y ait pas d'autres enseignes sur votre secteur d'activité peut être, par exemple, nécessaire et très intéressant", conclut Emmanuel Jury. ●





FRANCHISEZ LE PAS VERS LA BIO

*Experte, exigeante,
française et solidaire*

1er RÉSEAU
DE MAGASINS BIO EN FRANCHISE

393 MAGASINS
DONT 251 EN FRANCHISE

90 % DES FRANÇAIS
CONSOMMENT DES PRODUITS BIO*



NOTRE MARQUE

UN AVANTAGE CONCURRENTIEL

+ de 2 000 produits à la marque La Vie Claire
250 nouveautés lancées chaque année
La qualité de nos produits comme priorité

PRENEZ CONTACT AVEC NOUS

Nos équipes vous accompagnent à chaque étape clé de votre projet



Rendez-vous sur notre site dédié à la franchise :
franchise.lavieclaire.com





Choisir son franchiseur : 10 questions pour faire le bon choix

“Les bons jockeys obtiennent des résultats sur les bons chevaux, mais aucun sur les canassons.” Si vous envisagez de vous lancer en franchise, gardez cette citation de Warren Buffet en tête au moment d'étudier votre projet. Par Sylvain Bartolomeu, dirigeant associé de Franchise Management.

La franchise, c'est une course de fond, mais c'est aussi et surtout une course en équipe. Pour réussir en franchise, vous allez devoir parier sur le bon franchiseur et sur le bon réseau. Quels que soient vos talents, vos compétences, votre apport, votre avenir de franchisé reposera sur votre franchiseur.

La solidité du bateau qu'il a construit, la qualité de l'équipage, les intentions du capitaine, accéléreront ou non votre réussite. Tous les franchiseurs vous diront, naturellement, qu'ils sont bien intentionnés. Qu'ils souhaitent votre pleine et franche réussite. La véritable question est de savoir s'ils s'en sont donnés les moyens.

Pour vous aider à évaluer votre franchiseur potentiel, voici 10 questions, certes non exhaustives, mais que vous pourriez vous poser... ou encore mieux, poser directement aux franchiseurs qui vous ciblent.

- 1 Mon franchiseur potentiel a-t-il testé son concept sur lui-même. Au sein d'une ou plusieurs unités pilotes qui lui appartiennent ?
- 2 Ai-je pu analyser les performances économiques réelles du concept, et les écarts de performances entre les meilleurs performeurs et les moins bons ?
- 3 Ai-je pu apprécier la qualité du savoir-faire (en ayant accès au cursus de formation initiale, et/ou en consultant les manuels opératoires) ?

4 Le contrat de franchise est-il aussi exigeant à l'égard du franchisé que du franchiseur ? Oblige-t-il le franchiseur à me transmettre un savoir-faire, à me fournir une assistance exigeante ?

5 Mon franchiseur potentiel investit-il en animation, en assistance ? Les ressources disponibles pour former et accompagner les franchisés semblent-elles suffisantes ?

6 Mon franchiseur potentiel investit-il dans l'innovation ? Les ressources allouées, et l'organisation pour faire évoluer le savoir-faire semble-t-elle suffisante ?

7 Ai-je suivi un vrai processus de recrutement exigeant ? Avec un franchiseur qui met plus d'énergie à sélectionner ses franchisés qu'à séduire ?

8 Les projections de développement du franchiseur sont-elles raisonnables ou semblent-elles trop ambitieuses ?

9 Le modèle qui m'est proposé est-il réellement gagnant-gagnant ? Avec un franchiseur qui vit de la réussite de ses franchisés et pas uniquement des nouvelles ouvertures ?

10 Mon franchiseur potentiel est-il un faiseur de franchisés performants et heureux ? Combien y a-t-il eu de contrats de franchise signés sur les 5 dernières années pour combien de départs ?

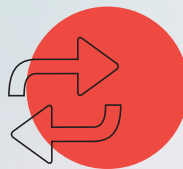
Au royaume des opportunités post-Covid-19, au royaume des incertitudes économiques, méfiez-vous des franchiseurs qui pourraient basculer dans l'excès d'opportunisme.

Prenez le temps de questionner, d'interroger, de comparer, de rationaliser votre décision.

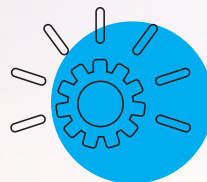
Quelques semaines de réflexion conditionnent bien souvent plusieurs années de réussite entrepreneuriale ! ●



Développer
un réseau



Générer
du trafic



Promouvoir
un concept

Franchiseurs ! Validez **vos ambitions**

avec le code

du succès : b52

FRANCHISES
ET RESEAUX



Animer des points
de ventes

b52 est l'agence spécialiste de l'accompagnement des franchises et réseaux en France. Depuis 25 ans au service des enseignes, b52 conseille et met en œuvre des stratégies de marketing digital et de communication essentielles à leurs développements.

Grâce à ces expertises croisées, b52 délivre un accompagnement complet et sur mesure à chaque réseau.



Vente en ligne : Vers plus d'équité ?

La vente en ligne constitue depuis plusieurs années un sujet épineux au sein des réseaux de distribution. Un avis rendu par la Commission d'Examen des Pratiques Commerciales laisse espérer une évolution des pratiques. Par Monique Ben Soussen, avocat à la cour et fondatrice du cabinet BSM Avocats.

En l'état actuel du droit, rien n'interdit au franchiseur d'avoir un site Internet marchand et de vendre des produits directement au consommateur final, y compris à des clients qui sont situés sur le territoire exclusif d'un franchisé. Concrètement, cette situation peut conduire à vider de sa substance la clause d'exclusivité territoriale accordée au franchisé (ou du moins à en réduire considérablement la portée). Cette situation semble d'autant plus injuste que le franchiseur qui vend en ligne n'a pas de loyer ni de redevances à payer, si bien que ses coûts sont nécessairement plus faibles que ceux du franchisé. Dans ce contexte, il n'est pas rare que le franchiseur propose en ligne des prix plus attractifs que ceux pratiqués en magasin... La situation se corse encore lorsque le franchisé, qui voit ainsi sa clientèle se détourner progressivement au profit de la vente sur Internet, doit néanmoins assurer en boutique le service après-vente et/ou l'échange du produit. Les coûts en termes de personnels reposent sur le franchisé, alors même qu'il n'a rien perçu sur le prix de vente du produit.

Si ces difficultés ne sont pas nouvelles, elles se sont accentuées au cours de l'année écoulée alors que de nombreux magasins ont été contraints de fermer et que nous avons tous adopté de nouvelles habitudes de consommation.

Cette situation est manifestement contraire à l'équité et à la bonne foi qui doivent en principe régir les relations contractuelles. C'est sans doute ce qui a incité la Commission d'Examen des Pratiques Commerciales (CEPC), dans un avis rendu le 15 avril

2021 à apporter quelques précisions sur les modalités de la vente en ligne par le franchiseur.

Deux points principaux ont été soulignés par la Commission concernant les sites Internet marchands exploités par le franchiseur. - La Commission a tout d'abord estimé que si le client va chercher le produit dans un magasin franchisé (modalité de vente souvent appelée click and collect) alors un "mécanisme de compensation peut être prévu entre franchiseur et franchisé". La Commission n'a en revanche pas spécifié les modalités de compensation. La

méthode la plus intuitive consisterait à reverser au franchisé un pourcentage du prix de vente.

- La CEPC a par ailleurs souligné que "la remise du produit par le franchisé au client doit participer à la réussite économique du franchisé". Autrement dit, la vente par le franchiseur d'un produit en click and collect (issu du stock d'un magasin franchisé) ne devrait en aucun cas représenter un coût net pour le franchisé. Cela semble évident... La précision de la CEPC n'est pourtant pas inutile au regard des pratiques de vente dans de nombreux réseaux.

L'avis de la CEPC n'a qu'une valeur consultative et ne lie ni les juges ni les justiciables. Il peut toutefois servir de guide et de source d'inspiration, que ce soit dans le cadre d'un litige ou de négociations. Cet avis a le mérite d'oser suggérer, quoique trop timidement, que les fruits tirés de la vente par Internet devraient être partagés entre la tête de réseau et le franchisé. Il s'agit d'une réelle avancée, dont on ne peut qu'espérer qu'elle ouvrira la voie vers une évolution progressive de la position des juridictions et de la doctrine et vers un rééquilibrage des relations au sein des réseaux de distribution. ●

"Rien n'interdit au franchiseur d'avoir un site Internet marchand et de vendre des produits directement au consommateur final"



Hôtel AKENA Troyes



Hôtel AKENA Perros-Guirec



AU-DELÀ DES HÔTELS...



Hôtel AKENA Poitiers - FUTUROSCOPE (ouverture courant 2023)



Hôtel AKENA Nantes Rezé

MEMBRE DU GIE
A&F
HOSPITALITY

Un réseau de 100 hôtels



www.hotels-akena.com
developpement@hotels-akena.com



Tim Douget

Établir son prévisionnel : Le parcours du futur franchisé

Prêt à devenir franchisé ? Pour que le rêve devienne réalité, l'étape du prévisionnel est indispensable. Voici en quelques points, les bonnes questions à se poser ! Par Olga Romulus, expert-comptable chez Fiducial.

Étape n°1 : Réaliser une étude de marché

Afin d'affiner votre projet, il est nécessaire d'appréhender au plus juste les conditions de réalisation du marché cible. L'état du marché fourni par le franchiseur est une première approche des choses mais il appartient au futur franchisé d'affiner ces informations au regard de la zone de chalandise visée, de son emplacement, de la concurrence locale, ...

Cette analyse peut être réalisée par ses propres moyens, ou confiée à un professionnel indépendant.

Étape n°2 : Financer son outil de travail

L'outil de travail va recouvrir l'ensemble des biens nécessaires à l'activité, à savoir :

- Incorporels : fonds de commerce, droit d'entrée, droit au bail, ...

- Corporels : murs, agencements, mobilier, matériel, ...

- Financiers : dépôts de garantie, cautions

Ces biens peuvent être financés par acquisition en propre ou location avec une éventuelle option d'achats. En cas de reprise d'un fonds existant, l'acquéreur peut également avoir le choix entre le rachat du fonds ou le rachat des parts sociales.

Étape n°3 : Évaluer son Besoin en Fonds de Roulement

Le BFR est le besoin financier d'une entreprise résultant du décalage temporaire des flux de trésorerie de son activité entre :

- le besoin de financement lié aux délais d'encaissement du crédit client, l'acquisition du stock initial ou le remboursement du crédit de TVA,

- la ressource temporaire que représentent les délais de paiement de la dette fournisseur, ou le décalage mensuel du règlement des dettes fiscales et sociales

Dans certaines situations, le BFR peut être négatif c'est-à-dire que l'entreprise va encaisser plus vite qu'elle ne décaisse comme par exemple dans les commerces alimentaires où le client paie comptant alors que les fournisseurs et les salariés sont payés en fin de mois. Le BFR peut également évoluer dans le temps

Étape n°4 : Bâtir son plan de financement

Chaque besoin doit avoir un financement approprié :

- Long terme pour l'outil de travail

- Court terme pour faire face à d'éventuelles phases de décrochage ou une saisonnalité d'activité

Une partie de ces besoins devra être couverte par l'apport personnel du porteur de projet

Enfin, le coût du financement devra être étudié à tous les niveaux : taux intérêt, coût des assurances, souplesse des modalités de crédit avec par exemple la possibilité de différer le remboursement du capital. Le prévisionnel de trésorerie découlera de ces hypothèses

"Appréhender au plus juste les conditions de réalisation du marché cible est nécessaire"

Étape n°5 : Rédiger une note de synthèse

Il ne faut surtout pas négliger cette partie qui est la plus lue du rapport ! Cette note doit permettre d'expliquer clairement la stratégie du projet en étant clair et concis et en utilisant le bon vocabulaire approprié au marché et au secteur d'activité. La crédibilité du projet passe par la qualité de cette présentation qui doit permettre de transmettre la passion du créateur et sa foi dans le projet. En conclusion, il est vivement recommandé pour établir ce document de faire appel à un professionnel, l'expert-comptable, qui sera à même d'accompagner le futur franchisé dans ses choix en lui proposant des conseils personnalisés et des simulations pour l'aider à prendre sa décision.



Rejoignez le leader des cavistes en franchise c'est :



Joris Fistolet, franchisé CAVAVIN à Lyon 6ème

Notre offre différenciante :

- Une sélection parmi plus de 2000 vins et spiritueux et la possibilité de sélectionner des produits locaux
- 300 vignerons partenaires rencontrés régulièrement.
- De nombreux vins BIO très accessibles
- Des expériences clients exclusives
- + 20% sur 2021 VS 2020 *

*Progression de chiffre d'affaires en sortie de caisse des franchisés.

- Etre le commerçant indépendant de proximité qui transmet des émotions dans un domaine porteur
- Bénéficier du support quotidien d'un franchiseur familial indépendant engagé au service de ses franchisés
- Appartenir à une grande famille de franchisés et de vignerons
- Exprimer sa sensibilité commerciale (possibilité de services, BtoB, expériences clients,...)



Pour en savoir plus sur la franchise ou la commission-affiliation :

<https://franchise.cavavin.fr>



Rencontrons-nous :

developpement@cavavin.fr

LES SECTEURS, D'ACTIVITÉ

La franchise est un domaine où tous les réseaux ne sont pas logés à la même enseigne, selon leurs spécialités. Pour vous aider à y voir plus clair, la rédaction a soumis à un décryptage et une analyse pointus tous les secteurs du commerce organisé.

✓ SOMMAIRE

- 48 Alimentaire
- 54 Café, hôtels, restaurants
- 60 Sports et loisirs
- 66 Services automobiles
- 72 Équipement de la personne
- 78 Beauté et santé
- 84 Marché immobilier
- 90 Construction et entretien de l'habitat
- 96 Équipement de la maison
- 102 Services à la personne
- 108 Services aux entreprises




Expertise des réseaux

Des agences réactives

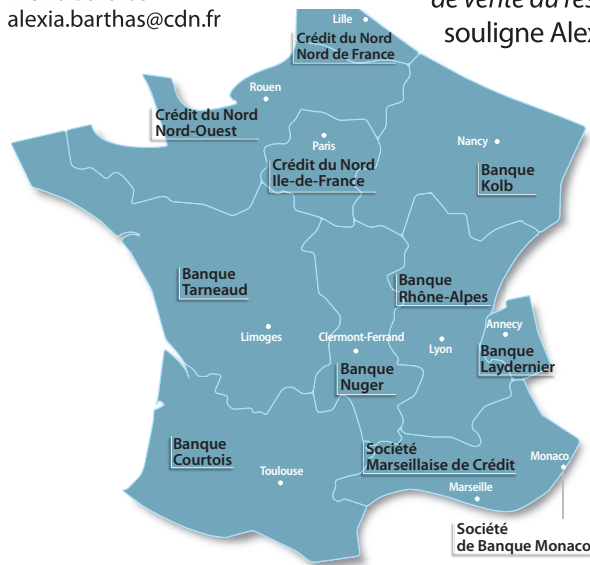
Des solutions adaptées

Nos engagements

- rendez-vous avec le candidat franchisé sous 48h maximum
- réponse sous 15 jours maximum sur la base d'un dossier complet



Alexia Barthas
alexia.barthas@cdn.fr



FRANCHISE ET COMMERCE ASSOCIÉ

Aux côtés des franchisés, nous connaissons vos besoins et comprenons vos exigences

Les neuf banques du groupe Crédit du Nord croient en la force du modèle de la franchise qui a su montrer sa résistance en période de crise et s'associent pleinement au développement de ce modèle d'entrepreneuriat. En choisissant la franchise, vous capitalisez sur une enseigne connue et bénéficiez du soutien d'un réseau expérimenté.

Un conseiller et une structure dédiés

Être une banque relationnelle, c'est accompagner ses clients dans leurs projets, leur apporter un service de qualité et de proximité, en leur faisant bénéficier de l'expertise d'un conseiller dédié. Disponible au quotidien, il est votre interlocuteur privilégié pour la gestion de vos comptes, tant à titre professionnel que privé.

Votre conseiller connaît le marché local, il vous suit dans toutes les étapes de votre dossier que vous soyez chef d'entreprise ou que vous souhaitiez financer votre projet de création, de reprise ou de développement d'activité, et vous propose les solutions adaptées à vos besoins de financement et de gestion des flux, en s'appuyant notamment sur des partenariats.

Afin de vous proposer les meilleures offres, le conseiller dédié est assisté au niveau national par la direction de la franchise et du commerce associé qui entretient des contacts réguliers avec les franchiseurs, les principaux acteurs des réseaux organisés, la Fédération de la Franchise (FFF), la Fédération du Commerce Associé (FCA) ainsi que les experts en franchise.

" Juger un candidat et un projet uniquement au vu du dossier financier et des prévisionnels est trop restrictif. Dans une conjoncture de plus en plus complexe, la cohérence homme-projet se révèle encore plus importante. Nous sommes donc attentifs à un ensemble d'éléments : concept, solidité du franchiseur, santé des points de vente du réseau... mais aussi la motivation et l'implication du franchisé ", souligne Alexia Barthas, directrice de la franchise et du commerce associé.

Le groupe Crédit du Nord est constitué de neuf banques - Courtois, Kolb, Laydernier, Nuger, Rhône-Alpes, Société Marseillaise de Crédit, Tarneaud, Société de Banque Monaco et Crédit du Nord -, et d'une entreprise d'investissement, la Société de Bourse Gilbert Dupont.

Avec 8 400 collaborateurs et un réseau de 776 agences, le groupe Crédit du Nord est au service de 1,8 million de clients particuliers, 159 000 professionnels et 43 200 entreprises.

Crédit du Nord - S.A. au capital de EUR 890 263 248 - Siège Social : 28, place Rihour - 59000 Lille - Siège Central : 59, boulevard Haussmann - 75008 Paris 456 504 851 - RCS Lille - Photo : Geraldine Aresteanu

Grands gagnants de la crise de la Covid-19, les acteurs de l'alimentaire avaient affiché des performances record en 2020, notamment dans la grande distribution. Avec les mesures restrictives, qui ont impacté le secteur de la restauration, en 2021 la dynamique est restée la même. Mais le secteur doit composer avec de nouvelles tendances, comme celle du quick commerce.

Camille Boulate

En 2020, la proximité et le circuit-court auront marqué les acteurs de l'alimentaire. Les Français confinés ayant privilégié bien souvent les commerçants de proximité aux grandes surfaces alimentaires. Pour autant, les chiffres d'affaires des grandes enseignes, notamment de la grande distribution, étaient historiques. 2021 a conservé cette dynamique. Dans un contexte de crise sanitaire, avec des secteurs à l'arrêt, comme la restauration, les acteurs de l'alimentaire au sens large ont su conserver de belles performances. À l'instar de Carrefour, qui constatait une hausse de 4,2 % de son chiffre d'affaires sur le premier trimestre 2021. D'autres, comme le groupe Casino, maison-mère des enseignes Franprix, Casino ou encore Monoprix, affichent un développement presque insolent. Rien qu'au premier semestre 2021, le groupe avait inauguré 353 magasins de proximité urbaine, péri-urbaine et rurale. Une dynamique qui s'est poursuivie sur le second trimestre, avec l'ouverture de 238 unités supplémentaires. Parmi les axes de développement pour le Groupe Casino, les magasins hyperspécia-

Alimentaire

Le secteur fait encore le plein



lisés, comme la marque Naturalia Vegan. Inaugurée en 2017, l'enseigne axée sur le bio et le vegan, affiche un parc de quatre magasins et continue de tester le marché. "Ce sont des magasins d'en moyenne 150 mètres carrés, avec 3 000 références dont 68 locales et 152 en vrac, explique Sophie Guinotte, responsable nouveaux concepts chez Naturalia. Nous sommes, à date, très satisfaits des chiffres de ces boutiques qui affichent une bonne croissance." Pour continuer de tester ce marché, encore de niche, en parallèle de ces boutiques spécialisées,

Naturalia compte déployer de plus en plus de références végétales dans l'ensemble de ses concepts. "Nous souhaitons développer davantage ces offres végétales. On se rend compte que, aujourd'hui, 40 % (selon l'Ifop) des Français veulent consommer moins de viande. C'est un marché prometteur, avec des enjeux économiques très forts", affirme Sophie Guinotte.

Surgelé et snacking




Parmi les autres marchés en vogue, le surgelé. Si le secteur est dominé par Picard ►►



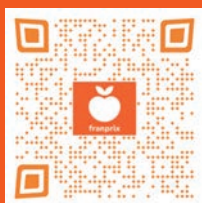
En 2022,
150 opportunités
de nous rejoindre.
Pourquoi pas vous ?

Celine et Eric Demange
Magasin franprix à Andrésy

POUR VOUS, C'EST :

-  Un accompagnement pour un projet clé en main.
-  Un C.A. de 2 millions d'euros.
-  Intégrer une enseigne experte en franchise depuis + de 60 ans avec 75% de son réseau en franchise.

Nous contacter :
franchise@franprix.fr
ou scannez



Alimentaire

Le secteur fait encore le plein

(Suite)

► et ses 1 050 magasins, d'autres enseignes commencent à se développer en franchise, comme Thiriet ou encore Écomiam. Cette dernière, dont le premier magasin a vu le jour en 2011 et qui a amorcé un développement en affiliation en 2017, compte désormais une soixantaine de boutiques. Fortement implantée dans l'Ouest, l'enseigne souhaite toutefois élargir son maillage territorial et ainsi doubler son parc d'ici 2025. "Nous visons une vingtaine d'ouvertures par an. Sur le dernier exercice, cet objectif a été largement dépassé puisque nous avons accueilli 29 nouveaux magasins", détaille Daniel Sauvaget, fondateur et PDG d'Écomiam. Le réseau, davantage implanté en périphérie contrairement à son principal concurrent Picard, jouit d'une belle noto-

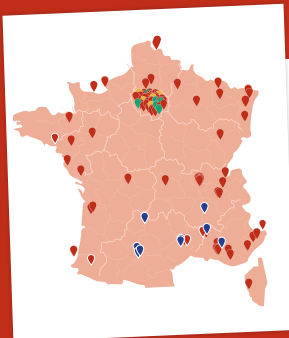
riété et affiche des performances en continue hausse. Sur son dernier exercice, clôt en septembre 2021, le réseau a ainsi enregistré une croissance de son activité de 38 %. L'ADN de l'enseigne, qui mise sur les produits locaux et français mais également sur la transparence, séduit les consommateurs. "Nous avons fait le choix de ne pas apposer de cartons sur nos produits et d'adopter des sachets transparents. Aussi, nous limitons les produits transformés en rayon. Cela serait faux de dire que nous n'en avons pas. Mais nous sommes très vigilants sur les ingrédients qui composent nos produits", insiste Daniel Sauvaget. L'univers du snacking affiche lui aussi de belles performances. Certaines enseignes, comme celles évoluant dans la boulan-

gerie, ont su d'ailleurs se saisir de cette nouvelle tendance. Comme le confirme Nicolas Nouchi, directeur de CHD Expert. "Depuis juin 2020, date du premier déconfinement, les acteurs de la boulangerie ont réellement repensé leur offre autour du snacking. Aujourd'hui, pour quelqu'un qui veut manger vite, bon et économique tout en limitant les interactions sociales dans un point de vente, c'est la meilleure alternative." Selon les chiffres de CHD Expert, 45 % des consommateurs privilégient ainsi le sandwich le midi (+ 9 points vs 2019), 33 % des salades (+ 14 pts vs 2019) et 21 % des burgers (- 8 pts vs 2019). Un trio de tête qui est en faveur des boulangeries mais également des commerces alimentaires. "Ce segment a clairement vu son activité croître sur le marché du snacking", assure Nicolas Nouchi. D'ailleurs, les enseignes ont bien compris l'attrait des clients. Et certaines s'adaptent en mettant les bouchées doubles. C'est le cas des boulangeries Feuillette, créées en 2005. L'enseigne, qui se développe en périphérie sur des formats d'environ 500 mètres carrés, affirme avoir constaté une vraie évolution sur ce pan de marché. "Les clients ont clairement pris l'habitude de commander beaucoup de produits snacking. Ce qui nous a permis de nous diversifier et d'apprendre à réaliser des plats plus élaborés", insiste Jean-François Feuillette, fondateur de l'enseigne. Feuillette et ses 45 magasins ont ainsi fait le choix d'élargir la gamme de plats cuisinés en embauchant désormais un cuisinier par établissement. "Nous nous sommes vraiment professionnalisés sur ce marché porteur. On constate notamment, sur le créneau 17-20 heures, une progression à deux chiffres de la vente de ses produits. ►



NATURALIA

**Vous rêvez d'entreprendre dans la Bio ?
Vous souhaitez rejoindre un réseau national structuré ?**



1. Qui sommes-nous ?

- Pionnière de la distribution bio spécialisée depuis 1973
- Naturalia en pleine expansion: plus de 245 magasins et une trentaine créée par an
- Spécialiste du Made in France, du végétarien et du bien-être
- La RSE au centre du savoir-faire de l'enseigne, labellisée BCorp BioEntrepriseDurable

2. Un concept de magasins adapté

- De 200 à 700 m² adaptés à votre zone de chalandise
- Un catalogue de 10000 produits bio alimentaires et non-alimentaires
- Des centaines de promotions mensuelles et un programme de fidélité généreux & durable



3. Une enseigne moderne et centrée client

- Une croissance supérieure au marché depuis 5 ans
- Une des marques préférées des Français grâce à une identité et un positionnement appréciés des clients et très différents du reste du marché

4. Les avantages de notre franchise

- Une liberté importante sur votre offre (assortiments, prix) avec des recommandations de la centrale
- Une logistique nationale et des livraisons possibles 6j/7
- Un réassort automatique possible pour consacrer plus de temps au commerce qu'aux commandes
- Des outils omnicanaux et de fidélisation uniques dans l'univers de la Bio spécialisée



5. Une équipe à votre écoute

Grâce à une équipe dédiée, Naturalia vous assure un accompagnement personnalisé durant toutes les phases du projet: de la recherche de site à l'exploitation.
servicedevveloppement@naturalia.fr



NATURALIA
Soyez libre d'être nature.

Pour plus d'informations
naturalia.fr – [Linked in](#) Naturalia France

Alimentaire

Le secteur fait encore le plein

(Suite)

► Le snacking représente 30 à 40 % du CA d'un magasin (sur les 2,5 millions d'euros annuels réalisés, ndlr.) C'est clairement la partie qui progresse le plus", explique le fondateur de l'enseigne.

L'ombre du quick commerce

Malgré des voyants au vert concernant les tendances de consommation pour l'alimentaire, l'ensemble des acteurs doivent composer avec l'émergence de nouvelles habitudes, notamment sur la livraison de courses à domicile. Depuis un peu moins d'un an, de nouveaux venus chamboulent le marché. Getir, Gorillas ou encore Cajoo se sont lancés sur le marché de la livraison en moins de 15 minutes. Ces acteurs, sans commerce physique mais avec des mini-entrepôts dispatchés un peu partout dans les grandes agglomérations, intéressent logiquement la grande distribution. Carrefour a ainsi investi dans la start-up Cajoo et le groupe Casino dans Gorillas il y a quelques mois. Dans un communiqué de presse, Casino donne quelques pistes de réflexion sur les tenants et aboutissants de ce partenariat. "À travers cet accord, le groupe Casino donne accès à Gorillas à ses produits de marque nationale et aux produits de marque Monoprix [...]. Ces produits seront disponibles sur la plateforme Gorillas et livrés en quelques minutes, à Paris, Lille, Bordeaux, Lyon et Nice", précise le groupe dirigé par Jean-Charles Naouri. Pour autant, certains experts voient l'essor de ce que l'on appelle désormais le quick commerce d'un mauvais œil, même si le modèle n'est pour l'heure pas rentable. Pour Emmanuel Le Roch, délégué général de la fédération Procos, cette nouvelle tendance devrait en effet mécaniquement faire baisser les flux dans un certain nombre de magasins



d'alimentation en zone urbaine. "Le but de ce marché est d'aller le plus vite possible pour prendre des parts de marché à grands renforts de levées de fonds. La problématique du quick commerce est qu'il n'apporte rien au bien-être des citoyens. C'est un mini-entrepôt, qui n'a pas pignon sur rue et qui ne joue pas le rôle d'animation dans une ville. Nous sommes sur des problématiques de livraison pure et d'efficacité logistique. Ce qui me paraîtrait ubuesque mais pas impossible, c'est que d'un seul coup tout le monde se dise que la livraison en 10 minutes est le modèle idéal", s'inquiète-t-il. Quoi qu'il en soit, les enseignes devront forcément s'adapter face à ces nouvelles tendances. Picard l'a bien compris. Le géant du surgelé a ainsi annoncé mi-novembre s'associer à Deliveroo pour proposer la livraison en 10 minutes à ses clients dans une centaine de

villes en France. D'autres acteurs, comme E.Leclerc, confient ne pas se sentir concernés ni menacés par le quick commerce. "Le quick commerce est aujourd'hui une branche qui se développe. À mon sens elle reste assez marginale. Mais c'est un marché et il y a une demande. En soi elle n'est pas prioritaire pour les centres Leclerc. Car nous sommes implantés majoritairement en province, dans des villes moyennes où il n'y a pas une demande d'être livré pour l'apéro dans le quart d'heure", détaille Michel-Édouard Leclerc. Et le président du comité stratégique du groupe éponyme, confie tout de même regarder de près ces nouveaux acteurs : "Ce qui est intéressant, ce sont les technologies et les mécanismes logistiques qui sont mis en place. Nous y voyons école, expérience et quelques fois modèle récupérable", conclut-il. ●



Codifrance

D I S T R I B U T I O N

coccinelle



cocciMarket



Panier



- Plus de 50 ans d'expérience
- Plus de 300 magasins sous enseigne
- Fait partie du groupe Colruyt
- 3 concepts enseigne clés en main



FRANCHISÉ ? NON, AFFILIÉ !

ENTREPRENDRE EN TOUTE LIBERTÉ

- ✓ Pas de droit d'entrée
- ✓ Pas de redevance sur CA
- ✓ Redevances de fonctionnement mensuelles fixes
- ✓ Faibles redevances de publicité
- ✓ Choix libre du statut juridique
- ✓ Horaires d'ouverture libres
- ✓ Politique tarifaire conseillée mais non imposée
- ✓ Apport personnel : Coccinelle : 45K€ minimum, CocciMarket : 25K€ minimum, Panier Sympa 15K€ minimum
- ✓ Soutien en communication
- ✓ Durée de contrat : 5 à 7 ans
- ✓ Aide financière à l'installation du magasin

Parlons de votre projet !

Contactez-nous :

02 38 46 84 68

contact.prospect@codifrance.fr

Cafés, hôtels, restaurants Un bon coup de fourchette pour 2022 ?

Fortement impacté par les fermetures administratives en 2021, le marché des cafés, hôtels et restaurants continue de se reconstruire. Certains pans de l'activité ont en effet été à l'arrêt durant le premier semestre 2021. Si la crise sanitaire fait encore parler d'elle, les acteurs du secteur peuvent toujours compter sur l'envie des Français de se faire plaisir. Mais il va falloir continuer de s'adapter.

Camille Boulate

L'année 2021 n'a pas été de tout repos pour les acteurs des cafés, hôtels et restaurants. Fin 2020, l'ensemble du marché espérait une réouverture durable et renouer ainsi avec la croissance. Mais les vagues épidémiques de la Covid-19 et les fermetures administratives actées par le gouvernement, jusque mi-mai, en ont décidé autrement. Ainsi, si la restauration rapide a pu continuer de performer grâce à la livraison et le click and collect, les acteurs du service à table et de l'hôtellerie ont vu leur activité à l'arrêt pendant les six premiers mois de l'année. Pour autant, les experts interrogés dans le cadre de cet article l'assurent : même si les



établissements ont dû baisser leurs rideaux pendant quasiment six mois, l'année 2021 sera positive pour l'activité. "Au risque de surprendre tout le monde, cette année a été euphorique, alors que les restaurants n'ont été ouverts à peine 8 mois, insiste Bernard Boutboul, président du cabinet Gira. Depuis la date de réouverture des restaurants et de leurs terrasses, le 19 mai, les consommateurs sont au rendez-vous. Ils ont été tellement frustrés qu'ils se sont précipités dans les res-

taurants. On a même vu des queues aux terrasses. La demande a été très forte." Même discours du côté de Food Service Vision, pour qui le marché avait fortement repris sur la période estivale, malgré le pass sanitaire. "La situation s'améliore nettement, affirme ainsi François Blouin, président fondateur du cabinet d'études. Sur le marché global de la restauration, à fin août, on était à -14 % sur la période estivale par rapport à 2019. Nous estimons, qu'à la fin de l'année, la baisse sera ►►



Un partenaire de choix

Chez Tutti Pizza, nous vous offrons toutes les chances de réussir, grâce à un concept simple et efficace de vente de pizzas à emporter, sur place et en livraison.

90
points de vente

Apport à partir de

30 k€

+ de 18,5 M€

HT de chiffre d'affaires réseau

550 k€

HT record de chiffre d'affaires annuel

+ de 20
Tutti Matic

1 réseau

sur lequel s'appuyer en toutes circonstances

Membre

fff Fédération Française Franchise

Votre réussite à portée de main

REJOIGNEZ-NOUS !



05 62 75 72 80

Cafés, hôtels, restaurants

Un bon coup de fourchette pour 2022 ?

(Suite)

► de 26 %." Du côté de l'hôtellerie également, l'optimisme est de mise. Akena Hotels, qui compte une trentaine d'hôtels sur le territoire français, assure afficher de très bonnes performances, au-delà de l'année 2019. "La reprise d'activité a été bonne. Car finalement, nous n'avons pas beaucoup de clientèle internationale, donc nous n'avons pas été forcément impacté par le manque de touristes étrangers, assure Marc Plisson, directeur général de l'enseigne. Notre clientèle est assez professionnelle. Nous avons donc des clients qui sont obligés de se déplacer au quotidien. Surtout, nous nous rendons compte que nos établissements correspondent aux attentes." De son côté, le groupe Pierre & Vacances, fortement impacté par les restrictions de déplacement en 2020, assure lui aussi retrouver des couleurs. Et avoir passé une période estivale très bonne. "Nous constatons un retour à la croissance important, supérieur aux attentes. Pour cette fin d'année, les tendances sont également bonnes. Nous bénéficions du fait que les Français ont besoin de partir tout en recherchant des prestations

de qualité", souligne Grégory Sion, directeur général de Pierre & Vacances. Et pour 2022, si l'épidémie n'entraîne pas de nouvelles restrictions gouvernementales, le groupe espère affirmer cette très bonne dynamique, grâce notamment à son fort positionnement en montagne. "Nos clients sont en manque de neige. Donc le contexte marché nous est très favorable. Malgré l'épidémie, nous sommes sereins car nous avons des clients majoritairement vaccinés. Et surtout, 70 % de notre clientèle hivernale est française. Donc nous restons confiants pour la saison", affirme Grégory Sion.

L'expérience client avant tout

Quid des perspectives pour l'année 2022 ? À en croire nos interlocuteurs, si rien ne se passe dans les mois à venir, la situation devrait nettement s'améliorer. Et même si la 5^e vague inquiète et vient assombrir le bout du tunnel, les experts se veulent rassurants. "Dans un scénario vraiment optimiste, on pourrait retrouver le niveau de consommation de 2019, estime François Blouin. Si l'on est

plus raisonnable, on sera entre 2021 et 2019. Mais dans tous les cas, cela sera positif." Un avis partagé par Bernard Boutboul qui reste optimiste concernant le comportement des consommateurs. "La restauration n'a jamais été un budget sacrifié par les Français. Mais les Français sont en quête d'une restauration expérientielle." Et les enseignes l'ont bien compris. Avec la pandémie et les périodes de fermeture, les réseaux ont pris le temps de réfléchir à la façon dont ils pouvaient repenser leurs concepts. Buffalo Grill, par exemple, a profité du confinement pour affiner et accélérer le déploiement de son nouveau concept, lancé courant 2019. Désormais, l'enseigne a revu son univers et abandonné l'esprit indien et cow-boy au profit d'une ambiance plus américaine. "Ce ne sont plus des codes qui parlent aux jeunes générations et nous avons voulu réinventer notre américanité, en axant notre modèle sur l'American Barbecue. Cela fait deux ans que nous déployons cette nouvelle identité en rénovant nos restaurants. Mais nous communiquons dessus seulement maintenant car nous avons démontré que le modèle commercial et économique fonctionnait", assure Jocelyn Olive, président du groupe réunissant Buffalo Grill mais aussi Courtepaille. D'ailleurs, le groupe rebaptisé Napaqaro début décembre, nous a confié repenser également le concept de l'enseigne Courtepaille, rachetée fin 2020. Là encore, l'ambition est d'améliorer l'expérience client. "Nous repositionnons la marque autour des grillades mais aussi de la rôtisserie. L'idée est de jouer sur la cheminée, qui est l'icône de cette marque en ajoutant un nouveau mode de cuisson. Nous pensons que l'association grillades/rôtisserie va nous permettre de rebâtir une marque avec une vraie attirance commerciale", détaille ainsi Jocelyn Olive. ►►



Vous souhaitez
ouvrir un restaurant ?

**Découvrez
une offre unique
destinée aux
entrepreneurs
qui ont un vrai
caractère**

Retrouvez-nous au
Salon de la Franchise
Stand P77



LA TAVERNE
Table de Caractère

Les Taverniers Réunis vous proposent à la fois la force d'un réseau et la liberté d'être indépendant. Bénéficiez du soutien des Taverniers, entrez dans un club de restaurateurs, d'entrepreneurs et de personnalités engagés tout en développant votre entreprise librement. Votre voix compte, votre caractère aussi.

#tavernes

@lestavernes

lestavernes.com

Cafés, hôtels, restaurants

Un bon coup de fourchette pour 2022 ?

(Suite)

► Autre enseigne d'envergure, Del Arte, qui souhaite également s'adapter aux nouvelles tendances de consommation. Ainsi, le réseau vient d'annoncer la naissance d'un nouveau modèle de restaurant, plus axé sur les différents temps du quotidien et affirmant davantage son identité italienne. Le premier restaurant sous ce nouveau modèle devrait voir le jour à l'été 2022 dans la région de Tours. "Ce format verra le service à table légèrement réduit en matière de place pour laisser plus de marge au bar et au service au comptoir. Nos établissements doivent devenir un rendez-vous incontournable en sortie de bureau, pour prendre l'apéritif ou regarder des matchs de foot par exemple", détaille Philippe Jean, directeur général de Del Arte.

Transparence et végétal

L'hôtellerie doit également s'adapter aux nouvelles attentes des clients. Et le groupe Pierre & Vacances l'a bien compris. Grégory Sion constate ainsi : "Nous avons des clients qui veulent partir plus souvent, et parfois sur des périodes atypiques. Avec le télétravail, nous avons des demandes du vendredi au mardi. Cela nécessite d'adapter notre offre, notamment en proposant des infrastructures cocooning et avec du wi-fi performant", insiste le directeur général. Même discours de la part de Marc Plisson. Qui affirme avoir effectué, dans ses nouveaux hôtels, un travail important sur la capacité de moduler les espaces. "Nous avons une forte clientèle de bureaux la semaine mais de plus en plus de familles le week-end. J'ai donc adapté certaines chambres : la semaine, un bureau avec un canapé permet à notre clientèle professionnelle de travailler confortablement. Et le weekend, cet espace évolue pour proposer une chambre familiale. Le tout en moins de



5 minutes, grâce à du mobilier amovible", affirme le directeur général d'Akena Hotels. Enfin, le secteur est marqué par des tendances de fond. Si la volonté des clients de savoir ce qu'ils vont manger n'est pas nouvelle, elle s'est accélérée avec la crise. Les Français sont en quête de transparence. Dans ce contexte, Buffalo Grill s'approvisionne, depuis plus d'un an, en bœuf 100 % français. Et devrait amorcer cette transformation pour Courtepaille courant 2022. "Cela représente 6 000 à 7 000 tonnes de viande de bœuf par an", détaille Jocelyn Olive. Autre tendance nouvelle mais qui semble prendre de l'ampleur : le végétal. De plus en plus d'enseignes font le choix d'ajouter des alternatives végétales à leurs cartes. Que cela soit en restauration rapide, comme l'a fait la jeune enseigne Franks Hot

Dog, ou encore des enseignes de restauration à table, comme Ninkasi. "Quand vous avez 50 % des consommateurs qui visent à réduire leur consommation de viande, cela devient quasiment incontournable pour un restaurateur de proposer ce type d'alternatives", affirme François Blouin. Une vision qui n'est absolument pas partagée par Bernard Boutboul. Le président du cabinet Gira l'assure : "Cette tendance de la fausse viande est une aberration totale. Soit vous êtes végétarien, soit vous mangez du bœuf. Mais les Français ne veulent pas de ces simili-viandes sans goût !", affirme l'expert, avant de conclure : La tendance est certes au flexitarisme et la consommation de viande est en décroissance, mais cela est vrai pour les repas pris chez soi. Hors domicile, elle est en forte progression." ●



BASILIC&CO[®]
Pizza de terroir



**COMME FLORENT,
OUVREZ VOTRE
PROPRE RESTAURANT
DE PIZZA DE TERROIR**



75.54%

DE MARGE BRÛTE
(JUSQU'À 77% CONSTATÉ
AU BILAN DE FRANCHISÉS).

870K€ HT

C.A ANNUEL MOYEN 2021
JUSQU'À 1 526 828 € DE C.A HT
PAR RESTAURANT (FORMAT RESTAURANT).

48

RESTAURANTS
EN ACTIVITÉ.

3

CANAUX DE DISTRIBUTION
ADAPTÉS À VOTRE PROJET.

BASILIC&CO

L'ENSEIGNE QUI FUSIONNE, DEPUIS PLUS DE 15 ANS
TERROIR, GASTRONOMIE & RESTAURATION RAPIDE.

Contactez Thierry Kermarrec Tél. 06 38 88 80 47 | thierrykermarrec@ouestfranchise.fr | franchise.basilic-and-co.com

* Enquête qualimétrique, réalisée de novembre à décembre 2019 dans les 24 restaurants Basilic&co en activité - panel de 1792 clients. Recommandation moyenne de 8.87/10.

Sports & loisirs

La filière s'essouffle toujours

Quand certains secteurs d'activité ont retrouvé des couleurs en 2021, celui des sports et des loisirs peine à se relever. Sur les 18 derniers mois, certains pans de marché ont eu leurs portes closes pendant un an et ont vu de nombreux clients désertier leurs établissements. Pour autant, la demande est bien présente et des opportunités persistent pour les candidats à la franchise.

Camille Boulate

Fin 2020, les acteurs du marché des sports et loisirs espéraient en avoir terminé avec les fermetures administratives et pouvoir retrouver leur clientèle. Mais, la crise de la Covid-19 a conduit le gouvernement à maintenir certains secteurs d'activité à l'arrêt jusqu'au début du mois de juin. Impacté par ces décisions, le domaine des sports et des loisirs accuse encore le coup. "Pour dire la vérité, c'est une situation extrêmement complexe que vivent les acteurs de ce secteur, nous confie Virgile Caillet, délégué général de la fédération Union Sport & Cycle. Nous sommes un secteur qui n'a pas du tout vécu la reprise qu'il attendait.



Il faut savoir que les mois de septembre et octobre sont des périodes déterminantes dans le modèle économique des salles de sport. C'est le moment où les gens reviennent après l'été, prennent des bonnes résolutions et s'abonnent pour l'année." Selon les chiffres de la fédération, la période de la rentrée représente habituellement 30 % du chiffre d'affaires réalisé par les salles de sport. En 2021, un net recul a été constaté. "Par rapport à l'année de référence, qui est 2019, les

acteurs du secteur ont constaté une baisse de 25 %. Cela signifie que les entreprises ne recomposent pas leurs bases de clientèle et ne refont pas de trésorerie", insiste Virgile Caillet. Et dans un contexte encore incertain, la France absorbant une cinquième vague de l'épidémie avec le variant Omicron à l'heure où nous écrivons ces lignes, mi-décembre, les acteurs du secteur ne veulent surtout pas penser à d'éventuelles nouvelles fermetures. "Évidemment, nous prenons en compte dans ►►

pure rider

MOBILITY

1^{er} réseau
français spécialisé
vente et entretien
2 roues électriques.

REJOIGNEZ
NOTRE
RESEAU



SILENCE^o
URBAN ECOMOBILITY

ZERO
MOTORCYCLES^o

SUPER
SOCO

FUELL

WHISTLE

TILGREEN
ELECTRIC MOBILITY

ALRENDO

Atala

RÉSOLUMENT **ÉCOLOGIQUE**, FINANCIÈREMENT **AVANTAGEUSE**,
DÉCIDÉMENT **TOURNÉE VERS L'AVENIR**

INFORMATIONS & CONTACT : franchise@pure rider.fr ou **09.67.50.17.28**

Sports & loisirs

La filière s'essouffle toujours

(Suite)

► tous nos nouveaux projets d'ouverture, que cela soit avec les bailleurs ou les banques, ce type de situation. Nous l'intégrons au business plan. Nous sommes dans le doute permanent mais nous nous axons sur la sortie de crise et la conquête de nouveaux adhérents", assure Romain Le Nagard, responsable du développement licence de marque au sein de l'enseigne Fitness Park. Et le réseau, qui a ouvert une vingtaine de salles en 2021, affiche un certain optimisme en comptant accueillir une quarantaine de nouvelles unités en 2022. Malgré la crise, Fitness Park assure par ailleurs avoir vécu un mois de juin historique, au moment de la réouverture de ses salles. "En matière d'inscription, cela a été un mois record. La mise en place du pass sanitaire a bien évidemment ralenti les choses mais début septembre cela commençait à repartir", explique Romain Le Nagard.

Reconquérir les abonnés

Fitness Park reste par ailleurs confiant et espère récupérer son niveau d'abonnés d'avant-crise courant 2022. Le tout en misant

sur des campagnes de communication d'envy-guerre. "Le taux de vaccination est élevé, cela rassure les adhérents. Et nous souhaitons capter toujours plus de nouveaux clients. 82 % des personnes qui se sont inscrites en juin n'étaient pas nos clients." Un phénomène accentué notamment par le report d'abonnés de salles concurrentes fermées depuis le début de la crise, assure le responsable du développement. Du côté de KeepCool, un certain optimisme est également de mise. L'enseigne a su maintenir un développement en 2021 avec une dizaine d'ouvertures et espère accueillir entre 20 et 30 nouveaux établissements en 2022. "Le marché ne se porte pas bien, c'est certain, assure David Amiouni, directeur général de l'enseigne. Mais nous arrivons à reconstituer petit à petit notre clientèle et nous espérons, si rien ne se passe d'ici-là, retrouver notre niveau d'avant crise entre mars et juin 2022." Pour capter toujours plus de nouveaux clients, KeepCool a d'ailleurs innové en proposant, depuis septembre dernier, une offre freemium. Le réseau permet ainsi à n'importe quel consommateur

de venir, gratuitement, une fois par mois dans n'importe quelle salle de son réseau. Le client peut ainsi demander des conseils à un coach et il a accès gratuitement à l'ensemble des machines et des cours digitaux. "Nous nous sommes rendu compte qu'une grande partie des personnes ne venaient pas en salle de sport par peur de l'engagement ou parce qu'elles n'ont pas les moyens. D'où l'idée de cette offre", insiste David Amiouni. Malgré les innovations et l'optimisme des enseignes, Virgile Caillet affirme que la situation actuelle n'est pas très propice aux inscriptions. Même si selon lui, les Français n'ont jamais autant pratiqué de sport. "La crise a modifié les comportements des pratiques sportives et les consommateurs sont frileux à prendre des engagements dans la durée, avec un abonnement sur l'année, car il y a cette peur que les salles referment. Donc malheureusement, l'état d'esprit actuel n'est pas propice à relancer la pratique des salles de sport", assure le délégué général de l'Union Sport & Cycle.

Entre inquiétude et optimisme

Du côté des loisirs indoor, les constats sont assez similaires. Le secteur a subi lui aussi de longs mois de fermeture. Pour autant, à la réouverture, les clients étaient bel et bien présents. Escape game, lancer de haches, parc indoor... Les Français ont voulu renouer avec les loisirs indoor et sortir de chez eux. Comme en témoigne Florent Rivoire, fondateur de l'enseigne L'Hachez-Vous, spécialisée dans le lancer de haches. "Pendant les confinements, les Français ont pu épargner. Et clairement, ils ont été en manque de sorties. Les clients ont envie de se faire plaisir et de s'amuser. Notre concept étant dans l'air du temps, nous avons fait le plein dès la réouverture. Cela a surtout été le cas dans les grandes villes. Car c'est vrai ►►



Quel est le potentiel de votre marché ?

Porteurs de projets, nous sommes là pour vous accompagner :

- ↳ Études de marché avec estimation de CA
- ↳ Flux et comptage de population
- ↳ Enquêtes terrain sur les attentes des consommateurs
- ↳ Études de concurrence locale, etc.

Enseignes, optez pour la solution géomarketing EasyRetail !

- ↳ Plans de développement
- ↳ Études de conditions de réussite
- ↳ Pilotage de performance
- ↳ Modélisation de CA, etc.

Sports & loisirs

La filière s'essouffle toujours

(Suite)

► qu'en région plus rurale, le taux de vaccination étant moins élevé, le reprise a été un peu retardée", estime Florent Rivoire. Globalement, quand les établissements sont ouverts, le marché des loisirs indoor se porte bien, voire très bien. Mais les acteurs du secteur sont inquiets quant à la reprise épidémique. Plusieurs têtes de réseaux se sont d'ailleurs exprimées sur les réseaux sociaux pour réclamer des mesures concrètes de la part du gouvernement. Comme Bertrand Delgrange, fondateur de Koezio, parcs de loisir indoor mêlant escape game, parcours aventure ou encore karaoké. Ce dernier explique faire face à un certain nombre d'annulations ou report de groupes BtoB, contraints de décaler leurs séminaires du fait de cette nouvelle vague. "Nous, professionnels des loisirs indoor, respectons bien évidemment toutes les mesures barrières, les pass sanitaires, le vaccin pour tous nos collaborateurs et clients... Nous avons joué le jeu et été obéissants depuis mars 2020... Et bien sûr, il n'y a pas plus de risque à venir faire un séminaire chez Koezio France ou ailleurs que de faire vos courses de Noël dans un hypermarché bondé", écrit-il dans un post LinkedIn, début décembre. Dans son message, le chef d'entreprise interpelle le gouvernement. "N'oubliez pas les entrepreneurs du loisir qui permettent aux gens de déconnecter et de se retrouver ! [...] Nous ne voulons pas de PGE qui deviennent des dettes boulets non remboursables et qui vont bloquer l'investissement futur de tout un secteur ! Nous voulons de vraies aides durables face à cette crise interminable (taux de TVA réduits, annulations des dettes PGE, réduction des charges, etc.)", insiste-t-il.

Les articles de sport en hausse

Comme dans de nombreux secteurs d'acti-



tivité, certains pans de marché se portent bien. C'est notamment le cas des magasins d'articles de sport. Virgile Caillet l'admet, la situation est très paradoxale. "On voit bien la grande difficulté des salles de sport. Mais pour autant, le commerce d'articles de sport, malgré les fermetures administratives du printemps, est extrêmement dynamique." Selon les chiffres de l'Union Sport & Cycle, ce marché est en croissance 8 % par rapport 2019, qui "était déjà une année record". Un constat partagé par l'enseigne Cyclable, spécialisée dans la vente de vélo. Le réseau assure que les performances sont très bonnes pour ses 60 magasins "On se projette sur une hausse de chiffre d'affaires de 15 % par rapport à 2021. La tendance est portée par le segment du vélo à assistance électrique qui représentait 43 % de nos

ventes en septembre", explique Céline Forestier, CEO de l'enseigne. Toutefois, le marché du sport, et particulièrement du vélo, va devoir composer avec les problèmes d'approvisionnement qui touchera le secteur jusqu'en 2023. "Il y a une vraie tension sur toute la chaîne d'approvisionnement. Le marché est donc un peu au ralenti. Mais dès le début de l'engouement pour le vélo, en mai 2020, nous avons anticipé. Nos relations historiques avec nos fournisseurs ont permis de sécuriser les approvisionnements." Sans nul doute, le secteur des sports et des loisirs reste un marché porteur et apprécié des consommateurs. Mais les différents acteurs, quel que soit leur domaine d'activité, devront faire face à de nombreux défis, majoritairement liés à la crise. ●

MG INSTORE MEDIA

N°1 DES RÉSEAUX DE FRANCHISE
DEPUIS 1996



SOLUTIONS PROFESSIONNELLES DE GESTION
D'AMBIANCES SONORES & VISUELLES ET D'AFFICHAGE DYNAMIQUE



INFORMEZ

Votre radio et messages adaptés à votre activité



COMMUNIQUEZ

Votre communication digitalisée et dynamique



DIVERTISSEZ

Vos programmes de divertissement sur vos écrans



Test gratuit
Solutions sans engagement
Formation à distance gratuite

Plus d'infos sur www.mg-instore.com
contact@mg-instore.com - 04.42.24.14.32
jonathan@mg-instore.com - 07.82.54.87.70

Services automobiles

Une très bonne tenue de route

Autant dire que le marché des services automobiles a pu bénéficier en 2021 de sérieux effets de rattrapage. Une embellie qui ne doit pas faire oublier d'autres problématiques. Pour les enseignes, la nécessité de faire face à des difficultés de recrutements et l'obligation d'aller vers de nouveaux services pour fidéliser des consommateurs beaucoup moins patients vis-à-vis des irritants classiques. L'attente en tête !

Nicolas Monier

Quelles perspectives pour le marché de l'entretien automobile et du pneumatique ? Force est de constater qu'après une année 2020 en repli de 6 %, le secteur enchaîne les virages sans sortie de route. Et sans mauvais jeu de mots. Dans une étude, publiée en octobre dernier, Xerfi remarquait que les segments de l'entretien-réparation automobile et du commerce de détail d'équipements automobiles ont bondi respectivement de 10 % et de 13 % en 2021. "Une partie importante de ce rebond est liée à un effet de comparaison favorable par



rapport à l'exercice 2020 qui a été marqué par l'impact des mesures de restriction", poursuit le cabinet d'études. Une tendance d'ailleurs confirmée par l'enseigne Vulco. Son directeur général, Stéphane Haug, justifie ainsi ce rattrapage : "globalement, le marché du tourisme a été impacté par les mesures de confinement d'avant l'été. Cette baisse de fréquentation a été en partie rattrapée sur la saison estivale car nos concitoyens ont privilégié les séjours courts en France et

avec leur voiture." Si du côté de l'enseigne Point S, les dirigeants estiment que les adhérents ont réalisé une très bonne année 2021, meilleure que celle du marché global, positif également, ces derniers attendent beaucoup de la loi Montagne qui devrait permettre également un volume de produits et de prestations supplémentaires. En effet, depuis le 1^{er} novembre dernier, l'obligation est faite, par le gouvernement, "d'équiper sa voiture de pneus hiver ou de détenir des chaînes ►



PNEUS ET ENTRETIEN TOUS VEHICULES

Votre projet avec nous

c'est pour
bientôt !



Votre cœur bat au rythme de l'automobile.



Vous envisagez de créer, développer et/ou diversifier votre activité.



Vous êtes animé par le commerce et le sens du service client.



Vous souhaitez être votre propre patron en conservant votre indépendance.



Vous recherchez le soutien et les conditions attractives d'un fabricant de renommée internationale.

GOODYEAR
CENTRE AGRÉÉ

25 ans

de confiance et de service client

230 centres

implantés en France

2700 centres

implantés en Europe

10 ouvertures

en moyenne par an

1M€ CA

moyen par centre

Envie d'en savoir plus ? Prenons le temps d'échanger.

Contactez **Marielle BUGEAUD** Responsable Développement marielle_bugeaud@vulco.com ou déposez votre candidature sur notre site www.vulco.fr

Services automobiles

Une très bonne tenue de route

(Suite)

► dans son coffre en période hivernale dans certaines communes." Ainsi les préfets de 48 départements concernés devront établir la liste des communes concernées par cette mesure. "La loi Montagne pour la saison hiver devrait permettre de rattraper une partie du retard grâce notamment à la forte demande de pneus quatre saisons pour les automobilistes qui circulent en zones blanches", ajoute également Stéphane Haug.

Inflation et semi-conducteurs

De même, plusieurs autres facteurs impactent positivement le secteur de l'entretien automobile. Outre le dynamisme du marché de l'occasion, la pénurie de semi-conducteurs entraîne un allongement de la durée de livrai-

son de véhicules neufs. "Cette dynamique profite aux garagistes en ce qu'ils proposent à la vente des VO et parce qu'avant d'être vendus, les véhicules font souvent l'objet de réparations et préparations esthétiques", note Xerfi avant d'ajouter : "l'allongement des délais de livraison incitent par ailleurs certains ménages à retarder leurs achats et à investir en attendant dans leur véhicule actuel." Une tendance confirmée là aussi par l'enseigne Vulco qui constate qu'avec un marché à -30 % à fin septembre 2021, les automobilistes mécaniquement gardent leur voiture plus longtemps ou s'intéressent aux véhicules d'occasion à faible kilométrage thermiques ou électriques. Par ailleurs, l'inflation des pièces de rechange devrait

également bénéficier au secteur de l'entretien automobile. Une tendance qui, selon Xerfi, devrait se prolonger en 2022 alors que les cours des matières premières continuent de progresser. "Nous avons organisé au maximum nos achats en amont et nos stocks avec des partenaires identifiés. Nous proposons également à nos adhérents un système parallèle de commandes possibles sur une plate-forme informatique regroupant un certain nombre de fournisseurs. Sans cela, la problématique d'approvisionnement serait encore plus importante et plus proche de certains autres marchés", précise Joël Arandel, directeur marketing de Point S. En revanche, le marché connaît les mêmes problématiques de recrutement que beaucoup d'autres secteurs touchés eux aussi. Le manque de main d'œuvre qualifiée ou non se fait sentir. "Nous avons actuellement une centaine de postes en CDI ouverts partout en France et dans les Dom-Tom (monteur en pneumatiques, mécanicien automobile, dépanneur pneumatique poids lourds et agricole, etc)", explique Stéphane Haug pour Vulco.

De nouveaux formats

Pour capter une nouvelle clientèle, les enseignes s'attendent à concevoir de nouveaux concepts. C'est le cas, par exemple, de la marque Feu Vert qui a lancé en juin dernier un nouveau format de magasin plus petit. Partant du constat que l'enseigne ne possédait pas de format intermédiaire entre son point de vente historique de 1 000 mètres carrés et le format d'atelier de 300 mètres carrés, elle a décidé d'aller vers un format permettant de viser des villes plus petites, de moins de 20 000 habitants. Des zones sur lesquelles l'enseigne ne se serait jamais implantée. Par la même occasion, elle permet à ses ►►





PRENEZ VOS AMBITIONS EN MAIN

ET DEVEZ
ENTREPRENEUR
DANS LE MILIEU
DE L'AUTOMOBILE

**Point S un allié de taille
pour vivre votre projet
en toute indépendance.**

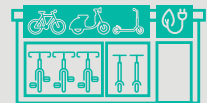
Rejoignez un réseau à forte notoriété et intégrez un groupe de plus de **800 Points de Vente**.
Que vous soyez déjà salarié ou entrepreneur, avec ou sans expérience, et passionné par le monde
de l'automobile, **Point S fort de 50 ans d'expériences**, vous accompagne dans la réalisation de votre projet.

Vous avez la possibilité de créer ou de reprendre un centre existant selon **6 concepts au choix** :



NOUVEAU

POINT S ECOMOBILITÉ



**VOS DEUX-ROUES
ÉLECTRIQUES
ONT AUSSI DROIT
À POINT S**



RENCONTRONS-NOUS SUR LES SALONS :

- **FRANCHISE EXPO** - Du 20 au 23/03/2022 - Paris
- **FLOTAUTO** - Le 16/06/2022 - Paris
- **FORUM FRANCHISE** - Octobre 2022 - Lyon
- **EQUIP AUTO** - Du 18 au 22/10/2022 - Paris

CONTACTEZ-NOUS
developpement@points-france.fr



point S GROUP

Pas de stress, il y a point S!

Services automobiles

Une très bonne tenue de route

(Suite)

► franchisés de se positionner sur un troisième voire un quatrième point de vente et donc de mailler de manière plus importante le territoire. *“Le défi était de réaliser le même chiffre d'affaires que sur un point de vente de 1 000 mètres carrés. Nous sommes dans ce prévisionnel. L'investissement est moins lourd d'environ 30 %, ce qui réduit d'autant le délai concernant le ROI”,* explique Christian Lou, directeur des opérations chez Feu Vert. On le voit, tout doit être fait pour limiter les irritants chez le consommateur. Ce dernier ne veut pas attendre et cherche à éviter au maximum la perte de temps. Chez Vulco, dans les grosses agglomérations, on teste le Jockeying. Ainsi, le véhicule est déposé par le client à un corner Vulco puis amené au centre par les équipes et ramené à la fin de l'intervention au corner. *“Dans les villes moyennes, nous avons développé un service baptisé Mécaminute. C'est un concept de garage mobile qui sera installé, par exemple, sur un parking de supermarché. L'idée est clairement d'aller à la rencontre des clients”,* note Stéphane Haug qui avoue, à son arrivée en 2020, avoir fait un vrai travail d'introspection. *“Le constat était clair : nous étions en fin de cycle. Depuis le début de l'année, nous sommes en phase de test pour moderniser nos points de ventes, afin de répondre à la fois aux attentes de nos clients mais aussi de nos adhérents.”*

Le digital progresse

Bien entendu, le Web progresse là aussi invariablement. Xerfi estime aujourd'hui à près de 10 % de ventes de pièces automobiles en France. Autant dire que cette activité ne cesse de gagner des parts de marché. Le cabinet d'études remarque que les acteurs de l'e-commerce affichent claire-



ment leurs ambitions dans ce secteur. C'est le cas notamment d'eBay. S'il revendique 3 millions de pièces neuves vendues en 2020, contre 2,5 millions en 2019 et 1 million en 2018, Xerfi remarque que *“l'e-commerçant a lancé en mai 2020 un partenariat avec Feu Vert pour le montage de pneu acheté sur le site.”* De même, en octobre dernier, Mobivia (Midas, Norauto, etc) a lancé oneroad.fr. Un site permettant, via un abonnement de 250 euros par mois, d'avoir accès à un véhicule d'occasion avec l'intégration de l'assurance, de l'entretien et du changement des pneumatiques. *“Les centres Norauto de la métropole lilloise vont expérimenter le service, en partenariat avec BNP Personal Finance”,* explique également le cabinet

d'études. De même, c'est grâce au digital que le nouveau format de magasin Feu Vert (500 mètres carrés) peut proposer la même gamme d'offres que dans ces points de vente historique qui offre une surface double. *“Nous avons déployé des outils déjà présents dans le retail et le commerce, mais encore peu utilisés dans le secteur automobile. Ainsi, nous avons équipé tous nos vendeurs de tablettes. Ce qui leur permet de commander les produits n'étant pas en rayon et d'encaisser les clients en surface de vente et non plus uniquement en caisse. Cela a nécessité de former l'ensemble de nos collaborateurs, qui sont désormais tous polyvalents”,* explique Christian Lou pour Feu Vert. ●



CENTRES D'ENTRETIEN MOTO ET SCOOTER DEPUIS 1997

Passionné et Entrepreneur,
pour être **libre** de réussir
votre business devenez
Franchisé Doc'Biker !



N°1 DE L'ENTRETIEN DES 2/3 ROUES
THERMIQUES & ÉLECTRIQUES



BÉNÉFICIEZ
DE
25 ANS
D'EXPÉRIENCE

65%
DE MARGE
BRUTE

27
CENTRES
EN FRANCE

Rejoignez notre réseau de franchisés



AVIS CLIENT TRUSTVILLE

★★★★★ 4.8/5
3858 avis clients



Doc'Biker recherche ses futurs franchisés, toutes les infos sur docbiker.com/devenir-franchise

Equipement de la personne

Résilience et innovation exigées

Après une année 2020 inédite, une année 2021 en demi-teinte, les acteurs de l'équipement de personne affichent à la fois prudence et optimisme pour 2022. L'essentiel était de rester à l'écoute des tendances et de coller au plus près aux demandes des consommateurs dont le comportement et les attentes varient de plus en plus.

Marie Roques

L'ensemble des secteurs du commerce spécialisé ont été profondément bouleversés par la crise sanitaire actuelle. Et le créneau de l'équipement de la personne n'a, évidemment, pas fait exception à la règle. Selon les dernières données publiées par l'Institut français de la mode (IFM), le secteur a cependant pu sauver les meubles à travers une croissance soutenue des ventes en ligne. Ces dernières ont enregistré une hausse de 22,2 % en 2020, contre + 3,2 % en 2019.

D'après les dernières tendances 2021, les chiffres d'affaires habillement et textile des distributeurs ont enregistré une hausse de 8,8 % par rapport à la période janvier-juillet 2020. Toujours selon l'IFM, si l'activité commerciale des distributeurs s'est améliorée



par rapport à 2020, elle reste en retrait par rapport au niveau de 2019, -13,4 % par rapport aux sept premiers mois de 2019. Par ailleurs, la dynamique du online se poursuit en 2021, au cours des sept premiers mois de l'année, la dynamique s'est poursuivie à + 24,2 % par rapport à la même période, l'année dernière.

Pour faire face aux nouveaux défis qui se présentent devant elles, les enseignes de l'équipement de la personne se mettent en ordre de bataille à l'instar de la marque Faguo qui tire un bilan plutôt positif de l'année 2021.

"Malgré un mois de fermeture en début d'année qui a ralenti notre développement, nous avons tout de même réalisé une bonne année, décrypte Romain Teissedre, responsable communication et partenariats chez Faguo. Nous avons ouvert 7 points de vente en 2021 pour atteindre le cap des 15 millions d'euros de chiffre d'affaires."

La responsabilité, sinon rien

Pour continuer sur cette dynamique, la marque Faguo mise plus que jamais sur sa spécificité originelle, celle de raisonner à ►►

POUR VOIR LES CHOSES EN GRAND
OUVREZ VOTRE FRANCHISE
GrandOptical



**5 BONNES RAISONS DE DEVENIR
FRANCHISÉ GRANDOPTICAL**

- Une solution clé en main
- Un business model approuvé
- Un plan de communication percutant
- Un solide réseau
- Un concept puissant, une marque Premium

Contactez la Direction de la Franchise

01 30 13 81 91

ouverturefranchise@grandvision.fr

ou rejoignez-nous sur

grandoptical.com

GrandOptical

RIEN N'EST TROP GRAND POUR MOI

Équipement de la personne

Résilience et innovation exigées

(Suite)

► la fois business et responsabilité. "Nous sommes devenus entreprise à mission en 2019 et avons obtenu la certification BCorp, se félicite Romain Teissedre. Cela nous donne une vraie dynamique." Il faut savoir qu'en 2021, 80 % des pièces de la collection Faguo sont conçues à partir de matières recyclées ou partiellement recyclées à l'image du pull conçu à partir de coquilles d'huîtres ou encore les baskets faites à partir de déchets plastiques issus de la mer. "Notre objectif est d'arriver à 100 % de pièces en matières recyclées, explique Romain Teissedre. Nous sentons que les clients sont très sensibles à ce type d'initiatives." Pour les attirer, Faguo a également mis en place l'affichage car-

bone sur tous ses produits aussi bien au niveau de l'étiquette que du site Web. Il est par exemple possible de savoir qu'une paire de chaussures émet 10 kg de Co₂ et les consommateurs ont aussi la possibilité d'obtenir plus de détails en ligne. Selon Romain Teissedre, ce type d'initiatives va devenir la norme. "Les clients souhaitent allier le besoin, le plaisir et l'importance de connaître l'impact concret de ce qu'ils achètent sur l'Homme et la planète."

Aujourd'hui le réseau Faguo est composé à 50 % de boutiques en propre et 50 % d'affiliés. Pour continuer à performer, la marque a entièrement revu son concept architectural cet été avec l'objectif de ne jamais faire de compromis entre la mode

et la responsabilité. "40 % des matériaux utilisés sont recyclés et 60 bio-sourcés, précise Romain Teissedre. L'objectif n'est plus juste d'être dans une boutique mais dans un concept architectural nouveau et le plus eco-conscient possible." L'ambition du réseau est d'atteindre les 60 boutiques en 2024. Faguo est toujours à la recherche de locaux et d'affiliés. Du côté de l'enseigne Gémo, l'année 2021 a également été chahutée avec une tendance baissière entre confinement et reprise d'activité. Néanmoins, "on peut considérer que Gémo s'est montré résilient, se félicite Yvan Soguet, directeur retail de l'enseigne. Nous avons réussi à maintenir le lien avec les équipes et les clients, c'était extrêmement important." Parmi les lignes de force de Gémo, figurent selon son directeur retail, sa place au sein du groupe Eram, son réseau solide et sa capacité à se réinventer et à innover. "Nous avons gardé une fine précision, une justesse sur notre stratégie de sourcing et de logistique, précise Yvan Soguet. Cela nous a également permis de mieux traverser ces temps mouvementés."

Résilience et seconde main

Pour affronter la tempête, Gémo a également modernisé son concept qui va participer à une vague globale de rénovation des magasins sur les prochaines années. "La crise nous a obligés à avoir des ambitions encore plus fortes que celles que nous avions jusque maintenant. Nous souhaitons maintenir notre position de marque utile aux familles avec l'objectif de toujours leur faciliter la vie". Pour s'inscrire dans la tendance et poursuivre sa progression, Gémo n'est pas passé à côté de la seconde main sous la marque Seconde vie by Gémo. ►►





Devenez Affilié Commissionné

Développez votre chiffre d'affaires sans aucun risque !

NOTRE MARQUE

- ✦ Une création française.
- ✦ Un large éventail de tailles (du 36 au 54).
- ✦ Un réseau dynamique avec 10 ouvertures / an.
- ✦ Déclinée du 36 au 54, Pause Café rend la mode accessible aux tailles «gourmandes».

NOTRE CONTRAT D'AFFILIATION

Il s'agit d'un système où vous êtes 100% gagnant et restez 100% indépendant.

- ✦ Contrat d'une année reconductible tacitement.
- ✦ Mise en place d'une collection dans un espace dédié de votre boutique, avec possibilité de modification du choix des articles et/ou de certaines tailles.
- ✦ Vous percevez une commission sur chaque article vendu.
- ✦ Reprise intégrale des invendus en fin de saison.



Plus d'informations sur nos partenariats :
Cyrille Lopez - 06.03.24.19.53 - cyrille.lopez@ryvia.fr
www.pausecafe.fr

Équipement de la personne

Résilience et innovation exigées

(Suite)

► était, selon son directeur retail, indispensable de participer à l'économie circulaire. "Nous avons également signé un partenariat avec l'enseigne Intermarché pour l'implantation de corner dans les points de vente, se félicite Yvan Soguet. Cela a participé à notre dynamisme". Sur l'année 2021, Géo a ouvert une dizaine de magasins en France, dont la moitié en affiliation et aussi 10 magasins supplémentaires en Suisse. L'enseigne travaille également sur deux nouvelles ouvertures à l'international en Afrique Sub-Saharienne et en Côte d'Ivoire. Si Géo parvient à traverser la crise dans un secteur de l'équipement de la personne plutôt mouvementé, c'est aussi selon son directeur retail grâce à la force de son réseau. "Cela constitue un socle solide, estime-t-il. Cette période nous a permis de nous requestionner, de nous réinventer et de prendre conscience de l'importance de l'appartenance à un groupe." Pour 2022, Géo affirme adopter une posture conquérante alors que certaines enseignes du secteur ont plutôt tendance à se rétracter dans les périodes compliquées. Un investissement de 100 millions d'euros sur les 5 prochaines années est prévu pour moderniser l'ensemble de l'entreprise à travers un nouvel ERP ou encore la robotisation de la logistique. Une refonte du parc de magasins avec l'objectif d'améliorer l'expérience shopping et l'ambition d'accélérer sur la simplification de la vie des clients est également en marche.

Au sein de l'enseigne multimarque Blue Box, l'année 2021 se termine plutôt bien. "Nous avons été fermés l'année dernière en novembre et avons réouvert en décembre avec un surstock, se souvient Philippe Bouloux, président et fondateur. Cette



année, la situation est bien meilleure." Afin de traverser cette période difficile, Blue Box se félicite d'avoir réussi à maintenir une cohésion dans ces équipes et affirme n'avoir "jamais rien lâché". Néanmoins, la vigilance est de mise pour l'année 2022. Comme l'ensemble des spécialistes que nous avons interrogés dans le cadre de cet article, le fait d'être en réseau représente un véritable avantage dans les périodes de crise. "Cela apporte des échanges, des partages de bonnes pratiques", affirme Philippe Bouloux.

Pour 2022, l'enseigne est sur tous les fronts. La segmentation de l'offre avec l'ajout de morceaux de collection à certains points de

vente nécessitera un travail important dans les mois qui viennent. L'enjeu pour Blue Box est aussi de monter en qualité autant au niveau des produits que des services avec la nécessité de constituer des équipes à hauteur des ambitions. Pour l'heure, Blue Box compte 63 points de vente en propre et 14 boutiques franchisées et a pour objectif d'en ouvrir une dizaine en 2022. Pour continuer à exister dans un secteur mouvementé, Philippe Bouloux estime qu'il est primordial "de peser davantage, notamment auprès des différentes marques avec lesquelles nous travaillons de plus en plus car elles ont, elles-mêmes, de moins en moins de points de vente." ●



Promovacances
Petits prix, grandes vacances



REJOIGNEZ

NOTRE RÉSEAU D'AGENCE

*Devenez le partenaire
d'un des leaders français
de la vente de voyages*

Service Développement - Guy TETREL
17, rue de l'Echiquier - 75010 Paris

candidatures@promovacances.fr | www.promovacances.com

Beauté-Santé

Une filière bien dans sa peau ?

Si le secteur de la beauté peine encore à retrouver son niveau d'avant crise, la faute au télétravail et aux différentes fermetures administratives, le marché de la santé, via notamment le segment du rééquilibrage alimentaire, affiche de belles perspectives sur le long terme. Dans de nombreuses filières, les enseignes en réseau ont su mieux résister et faire face à la situation contrairement aux commerçants indépendants.

Nicolas Monier

Le secteur de la beauté n'aura pas été épargné par la crise sanitaire. Le télétravail et les périodes de couvre-feu ont été très pénalisants. Dans une étude publiée en janvier dernier, Xerfi révélait que les instituts de beauté ont vu leur chiffre d'affaires chuter de 24 % en 2020. "Cette situation s'explique par l'effondrement de la consommation de soins de beauté des Français en 2020 (-20 % en valeur) en raison des deux épisodes de confinement, de la généralisation du télétravail et de la forte réduction



des interactions et des événements sociaux", précisait le cabinet d'études. Dans un marché où 70 % des sociétés sont unipersonnelles et où plus de 15 000 professionnels de la beauté se déplacent à domicile, majoritairement en milieu rural, force est de constater que la visibilité d'une entreprise en réseau peut faire la différence, d'autant plus en période de crise. C'est donc un élément positif pour les porteurs de projets : les réseaux sous enseigne ont poursuivi leurs stratégies d'expansion en 2020. Ce qui a pu prévenir la casse au niveau national. Mais attention néanmoins car tout n'est pas rose. "Ils [les réseaux] disposent en revanche de faibles marges de manœuvre

pour prévenir la faillite de leurs franchisés. Certes, certains d'entre eux ont cherché à accompagner au mieux leurs franchisés durant cette période difficile, à l'image de Carlace qui a momentanément gelé une partie de ses redevances", poursuivait Xerfi avant d'ajouter : "Pour autant, les franchisés restent seuls responsables devant les organismes de crédit ou les bailleurs lorsqu'il s'agit de négocier des prêts ou des reports de charge."

Retrouver les niveaux de 2019

À la réouverture des instituts, il a fallu, outre rassurer les clients, essayer de retrouver les niveaux de fréquentation ou de consumma- ►

VOUS ÊTES UNE FEMME ACTIVE
DEVENEZ CHEF D'ENTREPRISE !
ENTREZ DANS LA GRANDE FAMILLE DES FEMMES QUI RÉUSSISSENT !

450 INSTITUTS.

400 000 ABONNÉES QUI NOUS FONT CONFIANCE.

30 OUVERTURES PAR AN.

REDEVANCE FIXE : PAS DE % SUR LE CA.



REJOIGNEZ-NOUS !

TÉLÉPHONE : 01 53 30 71 10

DEVELOPPEMENT@BODYMINUTE.FR

BODYMINUTE.COM



bodyminute

Institut exclusivement féminin 9,90€/mois

Beauté-Santé

Une filière bien dans sa peau ?

(Suite)

► tion d'avant crise. Le flux client a longtemps été perturbé par la situation sanitaire et ses conséquences. Du côté d'Esthetic Center on estime qu'il aura fallu quatre mois après le premier confinement pour retrouver un trafic équivalent à 2019. "La cliente espace ses visites mais dépense plus car notre panier moyen a augmenté de 20 %. Cette troisième reprise, en espérant que ça soit la dernière, est meilleure que 2020 à la même époque au niveau du trafic et du chiffre d'affaires", note Philippe Pèlerin, directeur de l'enseigne Esthetic Center. Chez Carlance, les dirigeants précisent que les réouvertures ont été boostées par une augmentation du ticket moyen. "Concernant la fréquentation, cette dernière était en berne lors de la reprise en mai 2020 et décembre 2020 (-18 %), mais revient à la normale sur ce déconfinement de mai

2021", révèle Jonathan Dahan, directeur du développement de l'enseigne. Du côté de BAB Bar à beauté, on explique que la sortie des premiers confinements a été assez timide. En revanche, à la sortie du troisième confinement, l'enseigne a retrouvé des chiffres semblables aux années pré-Covid-19.

La force du réseau

"Nous constatons une baisse du trafic compensée par une augmentation du panier moyen de + 12 %. Nous espérons retrouver une activité normale au second semestre", observent Agathe Domingues, responsable développement et Thibaut Castarede, directeur général adjoint de l'enseigne Body Minute. On assiste donc globalement à une baisse de la fréquentation compensée par une augmentation du panier moyen. "En

juin dernier, la progression a été de 6 % par rapport à 2020 à périmètre constant", analyse Ladislav Koch, directeur de la franchise Citron Vert. Des chiffres qui font dire à Xerfi que le rebond technique du chiffre d'affaires des instituts de beauté attendu en 2021 (+24 % pour les sociétés du panel Xerfi) ne permettra pas au secteur de retrouver son niveau d'avant-crise avant 2022. "Il faut s'attendre à une reprise progressive de la consommation de soins de beauté (+24 % en valeur) compte tenu des pressions persistantes sur le pouvoir d'achat des Français et du maintien des restrictions sociales sur une partie de l'année 2021", anticipe le cabinet d'études.

Rééquilibrage alimentaire en tête

À la fin de l'année 2019 déjà, l'Inserm alertait l'opinion publique sur les dangers de l'obésité. "En France, l'obésité concerne 17 % des adultes et, chez les enfants, 16 % des garçons et 18 % des filles : des chiffres à peu près stables depuis une dizaine d'années", révélait alors l'Institut national de la santé et de la recherche médicale. Et l'établissement d'ajouter : "les changements alimentaires et une sédentarité accrue jouent un rôle incontestable dans l'émergence récente de l'obésité." Autant dire, qu'au travers des différents confinements successifs, les Français ont fait le yoyo avec leur poids. "Le mieux manger était déjà une tendance forte avant la pandémie. Elle s'est accélérée à la faveur de la crise sanitaire", explique Grégory Dubourg, CEO de Nutrikéo, agence de conseil en stratégies nutrition. Et ce dernier de poursuivre : "d'autant que le lien entre bonne santé et alimentation n'est plus à prouver !" Une tendance confirmée également par l'enseigne Studio Comme J'aime, le spécialiste des régimes minceurs. "Au niveau macro-écono- ►



Coach dietplus

un métier
**accessible
à tous**



Le spécialiste du
rééquilibrage alimentaire

Notre franchise est **en croissance continue depuis 10 ans**. Avec ou sans expérience dans la minceur, elle vous est **100 % accessible** ! Vous bénéficierez de notre formation complète au métier de coach **dietplus**.

Vous pouvez nous rejoindre dès **5000 euros** d'apport et sur des villes à partir de 7000 habitants. Nous vous accompagnerons avant, pendant et après votre ouverture. Le réseau **dietplus** représente **330 centres en 2022 en Europe**.

330
Centres
en Europe
en 2022

dietplus.com

Beauté-Santé

Une filière bien dans sa peau ?

(Suite)



► mique, le marché du bien-être, étant donné le contexte actuel, est en pleine croissance. Le secteur est encore assez atomisé sans que de réels leaders ne tiennent le haut du panier. Les questions de poids et les problèmes d'obésité deviennent des thématiques de santé publique. Ce n'est pas le simple fait de mincir mais plutôt d'atteindre un poids bien-être qui passe également par le raffermissement de la silhouette", précise Yann Jaslet, directeur général de Studio Comme J'aime.

Moins de contrainte

De son côté, Dietplus, enseigne spécialisée dans le rééquilibrage alimentaire, a constaté, qu'à chaque sortie de confinement, davantage d'hommes et de jeunes générations franchissent désormais les portes de ses agences. "C'est aujourd'hui une tendance de fond. Si une alimentation

saine et équilibrée s'impose de plus en plus, les gens se nourrissent encore mal. Savez-vous qu'un Français sur deux a essayé au moins plus de dix régimes dans sa vie", expliquent les dirigeants de Diet Plus. Dans un tel contexte, l'enseigne joue la carte de l'accompagnement pour personnaliser le parcours du client. "Les personnes ne viennent pas chez nous par plaisir. Si elles tapent à notre porte, c'est qu'elles ont un problème et qu'elles ne parviennent pas à le résoudre toute seule. Nos concitoyens ne veulent plus de régime strict mais un protocole personnalisé adapté à leur demande", poursuivent les dirigeants de Diet Plus. Une analyse partagée par Xerfi pour qui maigrir sans contraintes est le nouveau credo à succès des acteurs de la minceur. "Alors que les régimes stricts synonymes de frustration n'ont plus la cote, les solutions globales militant pour un équilibre de

vie s'imposent en effet progressivement", remarque le cabinet d'études qui constate que, "reflet de ces évolutions, les centres de rééquilibrage alimentaire fleurissent un peu partout sur le territoire." Un accompagnement qui ne peut plus également passer uniquement par le digital. C'est le cas en effet de spécialiste des régimes minceurs, Comme J'aime, auparavant uniquement positionné sur le créneau du distanciel, qui, en mars 2020, a racheté l'enseigne Efféa. Depuis cette acquisition, à date [février 2021], 36 établissements minceurs (dont 35 en franchise) sont passés sous pavillon Studio Comme J'aime. "L'année en cours devrait nous permettre de faire évoluer notre concept", nous expliquait alors Yann Jaslet. D'ici 2024, l'enseigne devrait compter quelque 250 établissements pour accélérer son maillage territorial et jouer à fond la carte de la proximité. ●

Generale d'Optique

la fin des lunettes chères



DEVENEZ FRANCHISÉ MILITANT GÉNÉRALE D'OPTIQUE

Contactez la Direction Franchise

Franchise Générale d'Optique

01 30 13 81 91

ouverturefranchise@grandvision.fr

5 BONNES RAISONS

DE DEVENIR FRANCHISÉ
GÉNÉRALE D'OPTIQUE



Une solution clé en main



Un business model inédit



Un plan de
communication massif



Un solide réseau



Un concept clair et efficace



Generale
d'Optique

Marché immobilier

La pierre ne s'effrite pas

Tous les indicateurs sont au vert. Le nombre de transactions aura explosé sur l'année passée. Face à des taux d'intérêts très bas, le marché est porté par la demande des clients souhaitant accélérer leur projet immobilier. Dans le contexte actuel, le choix d'intégrer un réseau, même jeune, demeure une prise de risque très mesurée. D'autant que la digitalisation est passée par là.

Nicolas Monier



Jusqu'ici tout va bien, estime Xerfi dans une étude de novembre 2021. Comme le précise le cabinet d'études, il y a de fortes chances que "les revenus des agences immobilières classiques devraient encore s'apprécier de 4 % en 2022 tandis que le chiffre d'affaires

des têtes de réseaux de mandataires s'envolera de plus de 20 %." Dans son bilan de l'année immobilière 2021, les Notaires de France remarquent qu'à la fin octobre 2011, le nombre de transactions réalisées au cours des douze derniers mois en France étaient de 1 198 000 contre 1 156 000 à fin juin.

Au regard de 2019, la hausse serait donc de 15,5 % ! Dans un contexte de sortie de crise et au regard des taux historiquement bas, nos concitoyens ont décidé d'accélérer la concrétisation de leur projet d'achat. Une analyse partagée par Laurent Vimont, président de Century 21 France. "Les taux ►►

GUY HOQUET



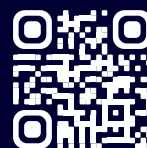
+ GUY HOQUET, BIEN PLUS QU'UNE FRANCHISE.

Guy Hoquet, c'est 11 semaines de formation continue dès votre intégration, un catalogue de 40 formations intégrées dans votre redevance et une plateforme e-learning en illimité. Et ce n'est pas tout, cette année notre réseau a été élu «**Meilleure Enseigne, Secteur Immobilier 2021-2022** », dans un marché en forte croissance et en pleine expansion.

En 2022, notre développement s'intensifie partout en France. Saisissez cette opportunité et rejoignez-nous.

L'IMMOBILIER GARANTI
+ FINANCEMENT + GESTION + PATRIMOINE + ASSURANCES + EXPERTISES

PARLONS-EN



Marché immobilier

La pierre ne s'effrite pas

(Suite)

► *d'intérêts sont historiquement bas*", a précisé Laurent Vimont pour justifier en partie cette bonne dynamique. De même, les délais de vente se contractent passant de 100 jours à 80 jours pour une maison et de 90 jours à 79 jours pour un appartement. Parmi les points intéressants à souligner, la hausse des transactions pour l'acquisition d'une résidence secondaire (+14,3 %). *"Nous constatons de plus en plus d'acquisitions de résidences hybrides situées à une heure des lieux d'emploi. Ces dernières favorisant le télétravail."*

La santé de fer du diagnostic immobilier

Même enthousiasme dans le secteur du diagnostic immobilier. Face à la réforme du diagnostic de performance énergétique

(DPE), depuis le 1^{er} juillet 2021, les passoires thermiques explosent. Et si les principales fédérations de la filière appellent le gouvernement à modifier le tir pour ne pas voir les écarts exploser entre les anciennes et les nouvelles versions du DP, force est de constater que la profession a le sourire. Dans une de ces récentes études également, Xerfi estime que les diagnostiqueurs immobiliers devraient voir leur CA croître de 5 % par an d'ici 2023. Pour justifier cette tendance haussière, le cabinet d'étude évoque donc, on l'a saisi, la réforme du diagnostic de performance énergétique pour les biens immobiliers mais également les dispositions de la loi Climat et Résilience du 22 août 2021. Pour les futurs franchisés, un effet d'aubaine car mécaniquement nous allons faire face à une demande accrue de

diagnostics. La rénovation énergétique des bâtiments fera nécessairement appel au métier de diagnostiqueur immobilier dans les années qui viennent.

Place aux nouveaux entrants

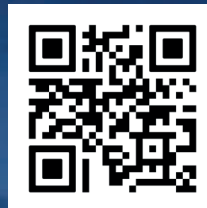
Une bonne nouvelle pour les porteurs de projets souhaitant se lancer dans un réseau d'agences. Pour Xerfi, cette excellente dynamique booste littéralement le marché. *"Un tel dynamisme favorisera l'installation durable de nouveaux entrants et de modèles alternatifs, dont celui des néo-agences avec leur tarif forfaitaire ou à taux réduit"*, remarque le cabinet d'études avant d'ajouter : *"en réalité, c'est une véritable redistribution des cartes qui se profile à l'intérieur même du circuit intermédiaire. La part de marché des agences vitrées dans la transaction de logements anciens devrait ainsi tomber à 48 % à l'horizon 2025 tandis que les réseaux de mandataires pourraient représenter 20 % des ventes (15 % aujourd'hui) et les néo-agences entre 1,5 % et 2 % (moins de 0,5 % actuellement)." Les acteurs, on, le voit, sentent qu'il y a une carte à jouer. Récemment, CityLife Immobilier nous assurait vouloir dépoussiérer le marché. "Si nous avons décidé de créer un réseau de franchise, c'est que nous estimons qu'il y a de la place pour revisiter le métier. On sent qu'avec la Covid-19, les gens ont besoin de lien, de contact et l'agence physique est dédiée à cela. Mais nous souhaitons le faire au niveau régional", explique Julien Gauthier. Et le co-fondateur de poursuivre : "nous avons découpé la France en 15 régions et nous allons recruter des directeurs régionaux qui seront en charge de leur développement. L'objectif est de pouvoir gagner en réactivité et en communication. La redévance communication sera d'ailleurs dédiée ►►*



*Un métier passionnant,
Leader sur son marché,
La force d'un réseau ...*

MiKIT

Suivez-nous sur LinkedIn



UN CONCEPT UNIQUE

DEPUIS 1983

Réseau de franchises
**DE CONSTRUCTION DE MAISONS
INDIVIDUELLES EN PRÊT-À-FINIR**

140 K€
rémunération
cible

1 à 2 M€
de CA après
2 ans d'activité

FORMATION
complète et
illimitée

MARCHÉ
porteur en pleine
expansion

Rejoignez **UN RÉSEAU DYNAMIQUE !**



36-38 rue de la Princesse
78430 LOUVECIENNES

01 39 18 81 48
developpement@mikit.fr

devenir-franchise.mikit.fr

Marché immobilier

La pierre ne s'effrite pas

(Suite)

► à des opérations au niveau local car c'est beaucoup plus profitable au franchisé. La communication nationale n'a que très peu de retombées." Ultra-proximité mais également marché de niche pour se différencier. C'est le cas notamment de L'Immobilier sans vis-à-vis qui parie sur des biens, offrant, comme son nom l'indique, des vues dégagées. Dans un premier temps, le réseau a ouvert une agence physique à Courbevoie (Hauts-de-Seine). "L'idée était de mailler le quartier de La Défense car c'est une zone au fort pouvoir d'achat mais aussi où les vues des immeubles sont dégagées, notamment pour les biens situés en bord de Seine", détaille Cédric Jullien, co-fondateur du réseau. Bien entendu, pour jouer à fond la carte de la plus-value, le réseau va prospecter dans les zones à forte densité où la rareté s'impose d'autant plus sur les biens offrant des espaces extérieurs et/ou une terrasse. "Avec la conjoncture actuelle et le télétravail, les Français passent la majorité de leur temps chez eux et s'aperçoivent que leur espace de vie est essentiel pour leur bien-être", insiste Cédric Jullien.

Quid de 2022 ?

En 2022, quelles seront les tendances du marché ? Les futurs franchisés peuvent-ils attendre des résultats similaires à l'année écoulée. Sur les taux d'intérêt, les Notaires de France estiment que ces derniers "sont actuellement à un niveau plancher et ne pourront pas encore descendre significativement." Et la profession de pronostiquer une année sans doute moins exceptionnelle : "une fois l'effet de rattrapage et d'anticipation passé, il est probable que le marché immobilier retrouve un volume de transactions semblable à celui observé en 2019." Sur la possibilité de voir de nouveaux réseaux disputer le marché,



rien n'est figé. Selon Xerfi, tout nouvel entrant peut bousculer les hiérarchies établies. "C'est d'ailleurs bien ce qu'illustre le démarrage spectaculaire de Stéphane Plaza Immobilier qui s'est hissé en six ans parmi les cinq principales enseignes tricolores", explique le cabinet d'études. Dans un contexte ultra-concurrentiel, les services associés devraient permettre de faire la part belle aux réseaux sociaux, au home staging en amont et au déménagement en aval. Parmi les autres leviers de croissance repérés par Xerfi : "Les partenariats commerciaux destinés à élargir l'offre de biens (locations saisonnières, prestige...)." De même, dans un marché qui se consolide, on pense au rachat du réseau Century 21 France par le groupe Arche (Laforêt, Guy Hoquet l'Immobilier) en mai 2021, des places seront à prendre dans ces réseaux nécessairement vieillissants. Une opportunité

pour les porteurs de projets dans les années qui viennent comme nous l'expliquait alors Laurent Vimont, de Century 21 France, en septembre dernier : "il va falloir également nettoyer notre réseau comme on le fait avec un bonzaï et se séparer d'agences qui ne sont plus en phase avec notre projet. Des places vont donc se libérer. Face au vieillissement des patrons d'agences, nous allons être confrontés à des renouvellements de contrat et aux remplacements de ces derniers qui partent faire autre chose ou à la retraite." C'est au cabinet Xerfi que revient le mot de la fin. Optimiste, le cabinet d'études estime que si les ventes, dans l'ancien, pourraient baisser de 2 % en 2022, elles dépasseront une nouvelle fois le million de transactions : "ce recul doit en fait s'appréhender comme une accalmie du marché après l'euphorie observée en 2021 (+12,3 %)." ●

ERA IMMOBILIER



AVANT J'ÉTAIS
BURALISTE

MAINTENANT JE SUIS
AGENT IMMOBILIER



Catherine DENJEAN MASSIA
DIRECTRICE DE L'AGENCE
ERA CDM IMMOCONSEILS
GAP



ERA Immobilier est à vos côtés pour vous former et vous accompagner à chaque étape de votre nouvelle carrière.

www.bien-entreprendre.com

Construction et amélioration de l'habitat

Une conjoncture favorable

Impacté par la crise de la Covid-19 en 2020, le bâtiment a connu un rebond en 2021, et devrait connaître une embellie en 2022. Malgré des problématiques liées à des pénuries de main-d'œuvre et de matériaux, la construction comme l'amélioration de l'habitat se portent bien et continueront de voir leur activité croître.

Fabien Soyez

En 2020, le bâtiment avait réussi à limiter la casse après un arrêt brutal pendant le premier confinement, et malgré une baisse de 15 % du chiffre d'affaires global. En 2021, le secteur a connu un rebond "grâce à un contexte macro-économique favorable", observe la FFB (Fédération Française du Bâtiment) : la croissance économique est repartie à la hausse, ainsi que les dépenses de consommation des ménages. Il a aussi profité d'une "amélioration des conditions de crédit immobilier". Depuis deux ans, la crise de la Covid-19 frappe surtout la construction. En 2020, ce marché, qui représente 45 % du secteur du bâtiment, a vu son chiffre d'affaires baisser de 22 %. En 2021, il se redresse, mais encore timidement. "Elle se remet tout doucement, et le rattrapage n'est



pas complet. La construction individuelle se porte bien, avec un niveau de croissance de + 13 % et des mises en chantier de maisons en hausse (+ 2,5 %). Mais la construction de logements collectifs reste en difficulté, avec des promoteurs qui ont du mal à lancer des programmes immobiliers, en raison de difficultés d'accès au foncier", constate Vincent Desruelles, directeur d'études chez Xerfi. En outre, si l'emploi progresse dans le bâtiment, les entreprises du secteur sont actuellement confrontées à des difficultés de recrutement problématiques. La FFB décrit ainsi dans une étude récente une pénurie de main d'œuvre

dûe à des "jeunes qui se détournent de ce secteur", ainsi qu'à la crise, qui a "amené son lot de reconversions". En parallèle, des problèmes d'approvisionnement et une pénurie de matériaux frappe également la construction neuve, ce qui génère une hausse des prix et des reports de chantiers, malgré des carnets de commandes pleins.

La construction de maisons individuelles en plein boom

Pour autant, Vincent Desruelles observe une "dynamique forte et structurelle en faveur" de la construction de maisons individuelles ►►

Prêt à défendre le capital-toit ?

Rejoignez le réseau ATTILA
et participez à la protection des personnes, des biens
et de la planète.

Un réseau BtoB performant

Avec +17% de CA 2021 vs 2020.

+ de 17 années d'expérience

Une franchise performante et reconnue.

+ de 600 k€

C'est le chiffre d'affaires moyen réalisé
dès la 2ème année.

25% des franchisés ouvrent une 2ème et/ou 3ème agence

Un business model qui a fait ses preuves.

+ de 70 personnes

À la tête de réseau pour vous soutenir
(RH, marketing, QHSE, formation, technique...).

Contactez nous

franchise@attila.com

07 85 69 65 86

www.franchise-attila.fr



Construction et amélioration de l'habitat

Une conjoncture favorable

(Suite)

► (CMI). "Des mouvements démographiques à l'œuvre depuis un an se poursuivront en 2022, des centres-villes des grandes métropoles vers la périphérie, des grandes villes vers la province ou les zones rurales. Il y a aussi un basculement vers plus de télétravail qui se concrétise, avec des accords dans les entreprises qui permettent de redéfinir la localisation de la résidence principale", indique-t-il. En outre, Xerfi observe un "attrait renforcé des Français pour la maison individuelle, après plusieurs périodes de confinements". Concrètement, le chiffre d'affaires des constructeurs de maisons individuelles a rebondi de + 10 % en 2021, surpassant son niveau d'avant-crise. "En 2021, l'habitat individuel était au cœur des attentes des Français, car la crise a renforcé à leurs yeux l'importance d'être bien chez soi, avec plus d'espace. En outre, avoir leur propre logement leur apparaissait comme une valeur refuge, quand leur

pouvoir d'achat était impacté", note Frédéric Carteret, président-fondateur d'Ami Bois. "Cette tendance demeure et va se poursuivre en 2022, malgré un paradoxe : le gouvernement souhaite limiter le logement individuel et favoriser le logement collectif pour réduire au maximum l'artificialisation des sols, tandis que 78 % des Français souhaitent vivre dans un logement individuel", ajoute-t-il.

Les maisons en bois, un marché porteur

Un marché en particulier devrait continuer de se développer en 2022 : la construction de maisons en bois. D'abord en raison du RER 2020 : cette réglementation environnementale pour les bâtiments neufs entrera en vigueur au 1^{er} janvier 2022. Afin de réduire les émissions carbone des logements, elle imposera notamment aux constructeurs de maisons individuelles une baisse de 30 % en

besoins bioclimatiques (Bbio), ainsi qu'une construction neuve à 100 % en bois d'ici 2027. Pour l'instant, la filière de la CMI utilise encore, en majorité (90 %) le béton et l'acier. "Mais beaucoup d'acteurs ont déjà pris les devants. Maisons Claude Rizzon a par exemple intégré les matériaux biosourcés en standard dans ses réalisations", indique Xerfi. Pour Frédéric Carteret, si les maisons en bois ne représentent, fin 2021, que 11 % de la construction de maisons individuelles, "elle devrait passer à 40 ou 50 % d'ici 2030, devenant à terme un marché de masse".

Le président d'Ami Bois indique aussi qu'au-delà de cette réglementation destinée à réduire l'empreinte carbone des nouvelles constructions, le bois profite déjà depuis deux ans d'une "prise de conscience écologique" de la part des maîtres d'ouvrage. "Les particuliers ont pris conscience de l'importance de limiter leur impact environnemental, et souhaitent se rapprocher de la nature. Ils sont ainsi de plus en plus intéressés par le bois, un matériau biosourcé qui capte le CO₂ et est très efficace en matière d'isolation thermique, pour faire construire leur maison", indique-t-il. Et même si la pénurie actuelle de matériaux ralentit son activité, l'enseigne fait face, à chaque ouverture de point de vente, à "une forte demande", en raison d'un manque persistant, mais intéressant, d'offres en France. Le chiffre d'affaires d'Ami Bois a augmenté de 12 % en 2021, et le réseau prévoit de recruter 5 franchisés de plus tous les ans.

L'amélioration de l'habitat ne connaît pas la crise

Après une année 2020 en dents de scie face à la crise de la Covid, l'amélioration-entretien de l'habitat a connu une reprise rapide en 2021. Au point que chez Xerfi, Vincent ►►





Bricoler • Jardiner • Décorer

À partir de **150 000 €**
d'apport personnel

Ensemble, entreprenons notre futur !

Avec ses **217 magasins** et ses **4000 collaborateurs**, l'enseigne de bricolage de proximité Weldom est présente partout en France à moins de 20 minutes de chaque habitant, pour l'aider dans l'entretien, la réparation et l'amélioration de son logement.

6 bonnes raisons de rejoindre Weldom

- 1** Un concept de magasins de proximité **moderne et connecté**.
- 2** La **pertinence et la puissance d'achat d'Adeo** (Leroy Merlin, Kbane...), **leader sur le marché** de l'amélioration de l'habitat en Europe.
- 3** Un référencement produits de **+ de 40 000 articles** dont 14 000 en marques sélectives.
- 4** La **1ère logistique** de bricolage en France.
- 5** Une communauté de près de 200 entrepreneurs au sein d'une **franchise basée sur la co-construction et le partage**.
- 6** La **meilleure rentabilité** en bricolage de proximité (EBE moyen supérieur à 7%).

“La franchise à taille humaine, qui me facilite l'entrepreneuriat, et qui m'aide à assurer la rentabilité durable de mon entreprise.”

NICOLAS, ENTREPRENEUR DES MAGASINS DE LATOUR-BAS-ELNE ET THUIR

Web
franchise-weldom.fr

Contact
recrutement-franchise@weldom.fr

Weldom
Une entreprise *adeo*



Construction et amélioration de l'habitat

Une conjoncture favorable

(Suite)



► Desruelles considère l'année écoulée comme "historique", avec une hausse des dépenses dans la rénovation des logements de + 14 %. Cette hausse est due à un effet rebond mécanique suite au décalage des travaux en 2020, mais aussi à un taux de crédits à la consommation "plutôt bas" et à "l'explosion positive" de Ma prime rénov', une prime aux particuliers pour la rénovation énergétique de leurs logements. Selon la Cour des comptes, 430 500 dossiers ont été acceptés dans le cadre de ce dispositif d'aide.

En outre, Vincent Desruelles observe un "grand succès" des éco-prêts à taux zéro (PTZ), favorable à l'amélioration de l'habitat. Les confinements successifs en 2020 ont aussi suscité chez les Français l'envie d'entretenir leur logement : "ils ont eu envie de se sentir mieux chez eux, et c'est toujours le cas. Les petits travaux d'embellissement et ceux plus importants d'isolation - rénovation se multiplient", constate Nicolas Legendre, dirigeant de la Compagnie des Toits, et délégué de la

FFB en Seine-et-Marne. Selon Xerfi, malgré une pénurie de main d'œuvre qui concerne aussi ce marché, ainsi qu'une double hausse des coûts d'approvisionnement et des prix des prestations, "la croissance de l'entretien-rénovation devrait rester positive en 2022, même si elle sera moins importante qu'en 2021". Elle devrait ainsi osciller autour de + 2 %. Côté tendances, l'environnement devrait continuer d'occuper la scène stratégique en 2022 et de favoriser les travaux de rénovation. En raison d'une législation qui fixe pour 2050 une réduction de 45 % de l'empreinte carbone des bâtiments, et d'un accès facilité à MaPrimeRénov pour l'ensemble des propriétaires et copropriétaires, occupants comme bailleurs. Selon Xerfi, la majorité des réseaux spécialisés dans la construction de maisons individuelles, qui proposent de plus en plus des offres de rénovation, ainsi que ceux dédiés à l'amélioration de l'habitat, de Tryba à Monsieur Store, d'Attila à Isocomble, devraient voir leur activité augmenter en

2022, et recruter davantage de franchisés. À la Compagnie des Toits, Nicolas Legendre constate que son enseigne a connu une croissance très importante en 2021 (+ 30 %), liée à un regain d'intérêt pour la rénovation des bâtiments. Son réseau, qui recrute 6 franchisés en 2022, s'adresse aux professionnels (entreprises, bailleurs sociaux, établissements de santé) ; et le fait que son activité soit en hausse continue est aussi le signe, estime-t-il, "que la niche B2B reste porteuse d'extraordinaires opportunités, de la plomberie au revêtement des sols et des murs". Dans son activité, l'entretien des toitures, il constate que les professionnels investissent de plus en plus. "En 2020-2021, nous sommes passés au travers de la Covid, et en 2022, la reprise et le fait que la trésorerie des entreprises a été sauvegardée vont permettre d'envisager très clairement la croissance des travaux liés au toit", indique-t-il. En outre, il observe une tendance de fond, liée à la rénovation énergétique, aux lois urbanistiques pour limiter l'artificialisation des terres, et à la hausse du foncier : "on se dirige vers une verticalisation des bâtiments, des usines aux immeubles, ce qui va favoriser de nouveaux usages du toit. Des fermes urbaines aux rooftops, des panneaux photovoltaïques à la récupération des eaux de pluies". Qu'il s'agisse de l'entretien-rénovation B2B ou de l'amélioration de l'habitat individuel des particuliers, la tendance restera, enfin, "un besoin accru de conseils et de services clés en main", observe Nicolas Legendre. "Les professionnels auront besoin d'aides et de conseils dans leurs projets de gestion des bâtiments, et les particuliers, pour qui la rénovation est opaque, une offre d'accompagnement sera décisive pour les pousser à lancer des travaux", complète Xerfi. ●

Répar'stores®

Les experts en simplicité

Modernisez votre avenir et devenez franchisé !

- Le leader de la réparation et de la modernisation de volets roulants et de stores
- Un réseau national de + de 260 agences
- Un marché de niche estimé à plus de 882 millions d'euros et 70 millions de volets roulants
- Une structure légère ne nécessitant pas de local commercial
- Un investissement de 45 000 € HT
- Un apport personnel à partir de 5 000 €
- Un CA réalisable à 2 ans* de 140 000 € et à 3 ans* de 160 000 €
- Une rémunération nette mensuelle à 2 ans** de 2 500 € et à 3 ans** de 3 500 €
- Une centrale d'achat comprenant plus de 5 000 références
- Une formation initiale de 6 semaines



« La grandeur d'un métier est avant tout d'unir les hommes. »

Antoine de Saint-Exupéry



Pour tout renseignement, contactez-nous au 04 67 07 30 00 ou par mail à contact@reparstores.com

www.reparstores.com

* CA moyen **Rémunération moyenne



Équipement de la maison

Le boom du bien-être chez soi

Le marché de l'équipement de la maison, porté par l'envie des Français de rénover leur intérieur, continue de performer en 2021. Le contexte sanitaire n'aura pas empêché les enseignes de se développer.

Si le marché de la cuisine continue de booster le marché, les consommateurs sont en quête d'un aménagement global.

Camille Boulate

Le succès de l'aménagement intérieur ne se dément pas. Déjà en bonne forme en 2020, malgré la crise sanitaire, les acteurs de l'équipement de la maison continuent de profiter du fait que les Français ont passé beaucoup de temps chez eux. Résultats : ils n'hésitent à rénover leur intérieur. Toutes les enseignes que nous avons interrogées nous l'ont confirmé : les performances sont historiques en 2021, particulièrement sur le marché de la cuisine. Ainsi, Schmidt Groupe annonçait début décembre ses résultats pour l'année 2021. À fin octobre, la maison-mère des enseignes Schmidt et Cuisinella enregistrait une hausse d'activité de 29 % (versus 2020), de 18 % (versus 2019) et prévoyait un chiffre d'affaires de 640 millions d'euros, soit une



hausse de 130 millions sur un an. "C'est une croissance historique que nous n'avons jamais connue", concèdent Anne Leitzgen, présidente de Schmidt Groupe, et Laurent Blum, directeur général. Et Schmidt Group n'est pas le seul à afficher une santé de fer. Si Ixina, l'enseigne du groupe FBD développant également les marques Cuisines Plus et Cuisine Références, ne dévoile pas son chiffre d'affaires, elle assure : la dynamique est très bonne. "Surtout au premier semestre. L'IPEA – l'institut de prospective et d'études de l'ameublement – constatait une hausse de l'activité de 40 % sur cette période et de 26 % par rapport à 2019. Nous sommes dans cette dynamique. Sur le deuxième semestre, on ressent un engouement moins fort et la croissance est plus raisonnable",

détaille Élodie Coutand, directrice générale de l'enseigne Ixina. Même constat pour Mobalpa. La marque du groupe Fournier confie : "C'est une année assez incroyable. Le marché enregistre des croissances à deux chiffres, et nous sommes bien au-dessus de cette dynamique", insiste Frédéric Pluyaud, directeur de l'enseigne. Des performances hors-normes qui ont confirmé les volontés des différentes têtes de réseau d'accentuer leur développement. Ainsi, Cuisines Aviva aura ouvert une quinzaine de nouveaux magasins et passé le cap des 100 unités. "Nous pouvons facilement doubler le réseau d'ici les 5 prochaines années. Nous avons déjà une quinzaine de signatures actées pour 2022", affirme Bernard Abbou, fondateur et directeur général de l'enseigne. Mobalpa et ►►



LA COMPAGNIE DU LIT



DEVENEZ FRANCHISÉ EN BONNE COMPAGNIE

Alexandra et Hermann, multi-franchisés depuis 10 ans.

30 ANS

d'expérience

20'000€

de droit d'entrée

PRÈS DE 100

magasins
(dont 40 franchisés)

+20

ouvertures sur 2022
(objectif)

- **CA** moyen par magasin **LE PLUS ÉLEVÉ** du secteur (1 Million €)
- Concept clé en main, **PROFESSIONNEL** et très **RENTABLE**
- 7 animateurs à vos côtés sur le **TERRAIN**
- **SITE INTERNET LEADER** générateur de trafic en magasin
- Stratégie de **COMMUNICATION** globale (**PUB TV**) et locale
- École de **FORMATION** interne
- Assistance **COMPTABLE & JURIDIQUE** permanente
- Système **INFORMATIQUE** très performant
- 40 personnes à votre **SERVICE** au siège social





Membre de la
**FÉDÉRATION FRANÇAISE
DE LA FRANCHISE**



Preuve de la satisfaction
de nos franchisés
L'INDICATEUR DE LA FRANCHISE



Coup de coeur de la pérennité
et de la croissance maîtrisée
L'EXPRESS ENTREPRISE

Pour en savoir plus, contactez **Mme. Gaële FABER**,
Directrice du développement, gaele.faber@lacompaniedulit.fr   

Équipement de la maison

Le boom du bien-être chez soi

(Suite)

► Ixina affichent de leurs côtés la même dynamique. Quant à Schmidt Groupe, Laurent Blum explique avoir "ouvert une quarantaine de magasins cette année, une performance dans un contexte exigeant mais qui reste extrêmement porteur." Du côté des acteurs plus généralistes, comme Ikea, le sourire est aussi de mise. En dépit de presque cinq mois de fermeture, la filiale de l'enseigne suédoise a enregistré un chiffre d'affaires de 2,9 milliards d'euros en 2021, soit une progression de 4 %. Force est de constater que la filiale française performe sur un grand nombre de segments. Les assortiments, qui soutiennent la croissance, sont multiples. "La cuisine avec 240 000 unités vendues (+13 % vs FY20), la chambre et notamment les mate-

las avec 950 000 matelas vendus (+18,4 % vs FY20) et le salon, avec 370 000 sofas vendus (+23 % vs FY20) soit 1 000 canapés par jour", liste Ikea.

Approvisionnement tendu

Outre l'aménagement de la cuisine, les enseignes du secteur constatent un véritable engouement sur l'amélioration de l'habitat au sens large et notamment sur le sur-mesure. Ixina propose ainsi de l'aménagement de dressing, de salles de bains ou encore de living room. "La cuisine représente encore 95 % de notre activité. Mais il y a une grande demande sur l'ensemble de l'aménagement de la maison", insiste Élodie Coutand. Un constat similaire de la

part de Schmidt Groupe, pour qui les offres hors cuisine (rangements, etc.) devraient représenter 20 % du chiffre d'affaires d'ici 2030. Chez les enseignes multi-spécialistes, comme But, le marché de l'ameublement représente 70 % de l'activité. Le reste de la demande étant consacrée à l'électroménager. "Notre ADN est d'être une enseigne de proximité proposant l'ensemble du spectre allant de l'ameublement (cuisines comprises) à l'électroménager. Nous sommes vraiment l'une des seules enseignes à avoir cette capacité de tout couvrir, c'est une vraie richesse pour nous", affirme Hervé Lemaître, directeur réseau franchise chez But. L'enseigne affiche d'ailleurs de belles perspectives de développement. Déjà bien implanté sur le territoire, avec 320 magasins, But compte ouvrir une cinquantaine de boutiques dans les 5 prochaines années. "À la fois en franchise et en succursales. 80 % de la population a un magasin But à 20 minutes de son domicile. Ce qui laisse encore des opportunités pour les candidats", souligne Hervé Lemaître. Si les perspectives de développement semblent sans limite pour les acteurs du marché de l'équipement de la maison, une ombre vient pourtant assombrir le tableau. Avec la crise sanitaire, la pénurie de certains matériaux se fait sentir, notamment sur l'électroménager. Les enseignes sont donc contraintes de s'adapter. "Nos relations privilégiées avec nos fournisseurs, que nous avons toujours payés même pendant les confinements, nous ont permis de sécuriser nos approvisionnements. Mais quand il n'y a pas de stock, nous avons des alternatives à proposer à nos concepteurs en magasins et donc à nos clients", insiste Laurent Blum. De son côté, Élodie Coutand, directrice générale d'Ixina se veut rassurante : "Il y a aujourd'hui des délais ►►



PALMARÈS
Capital

MEILLEURES MARQUES
POUR LA MAISON

"Poêles à bois et à granulés"

2021-2022

avec **statista**



PØÈLES
& CHEMINÉES
SCANDINAVES

DEVENEZ
LE SPÉCIALISTE
DU CHAUFFAGE
AU BOIS

Retrouvez-nous
du 20 au 23 mars 2022
à Franchise Expo Paris



42

CONCESSIONS

750K€

CHIFFRE D'AFFAIRES
(APRÈS 2 ANS)

10 ANS

DE SAVOIR-FAIRE

CONTACTEZ-NOUS :

06 07 63 16 47

developpement@jotul.fr

Équipement de la maison

Le boom du bien-être chez soi

(Suite)

► un peu allongés sur les approvisionnements, du fait de la hausse de la demande mais aussi des produits manquants sur l'électroménager. Mais nous avons la chance d'avoir un fournisseur principal qui a bien sécurisé les arrivages", affirme-t-elle. Sur ce point, les enseignes qui produisent en France ont une certaine longueur d'avance sur leurs concurrents. Surtout que la demande des consommateurs sur la transparence et le made in France s'accroît de plus en plus. "C'est clairement une tendance qui s'affirme. Mais c'est beaucoup plus simple d'y répondre lorsque vous êtes un spécialiste. Ce qui n'est pas le cas de But dont l'ADN reste d'être multi-spécialiste", admet Hervé Lemaître. Pour Mobalpa, le fait de produire ses meubles en Haute-Savoie est rassurant pour les clients. "Il y a une vraie préférence des clients sur ce que l'on appelle le détail Français", insiste Frédéric Puyaud. Pour Élodie Coutand, la demande n'est pas forcément au made in France mais à la transparence. "Les clients veulent savoir d'où viennent leurs produits et s'ils sont de qualité. Nous travaillons avec des fournisseurs allemands. Cela rassure les consommateurs." Un aspect confirmé par Bernard Abbou, qui fait également appel à des fournisseurs d'outre-Rhin. "C'est un gage de qualité pour les clients", affirme-t-il.

RSE et seconde main

Enfin, l'un des aspects que pointent de plus en plus d'acteurs de l'ameublement, c'est la dimension RSE et les offres de seconde-main qui en découlent. Le géant du meuble en kit, Ikea, a d'ailleurs annoncé vouloir tester un magasin dédié à la seconde vie des meubles à Paris. Une dimension RSE incontournable selon Laurent Blum. Le directeur général de chez Schmidt Groupe l'assure : "Les



entreprises qui ne s'engageront pas dans la RSE ne survivront pas !" Dans l'optique de répondre aux nouvelles attentes de ses clients, le groupe vient de sortir sa première gamme de cuisine confectionnée à partir de panneaux recyclés (palettes, meubles, etc.) "C'est une vraie demande. Même dans les solutions de rangement et dans la conception globale, il y a une vraie volonté du client d'intégrer cette dimension environnementale et d'éco-conception", insiste Laurent Blum. Une tendance qui émerge aussi du côté des acteurs multi-spécialistes de l'électroménager, comme Boulanger. L'enseigne est engagée sur cette dimension RSE depuis quelques années déjà, en proposant des smartphones reconditionnés. Mais le réseau souhaite aller plus loin en élargissant son offre sur le petit et le gros électroménager. "Nous

proposons à nos clients de racheter des gros électroménagers, comme des lave-linges, des sèche-linges, des robots autocuiseurs ou encore des télévisions. Avec cette offre, nous pensons que nous avons une véritable carte à jouer", estime Katia Gradel, directrice 2nd life chez Boulanger. Cette stratégie prend forme depuis dans le magasin Boulanger d'Englos, dans le Nord (59) dont l'espace dédié à la seconde vie a été complètement remodelé. L'enseigne a d'ailleurs fait le choix audacieux d'exposer ses références reconditionnées, non pas dans un corner dédié, mais directement dans les linéaires, à côté des produits neufs. "C'est un vrai choix de conviction. Le corner permet certes d'être plus visible, mais nous sommes convaincus qu'il faut placer le client au cœur de cette stratégie de seconde main", conclut Katia Gradel. ●

CENTRAKOR

bien plus que de la déco !



Devenez adhérent

du 1^{er} réseau français de magasins
indépendants d'équipement de
la maison et de décoration
à petits prix



15 ans
de dynamisme
et de réussite
collective

+ de
450
magasins

ÉLUE MEILLEURE
ENSEIGNE 2022



Prêt à rejoindre l'aventure Centrakor ?

Contactez Bruno Blake : bruno.blake@centrakor.com - +33 (0)5 561 006 307

www.centrakor.com

Services à la personne

La fin du travail au noir ?

À la faveur de la “contemporanéité” du crédit d’impôt, mesure effective depuis le 1^{er} janvier dernier, tous les spécialistes s’accordent pour dire que le travail au noir devrait fortement baisser dans les années à venir. Un effet d’aubaine pour le marché et les réseaux en franchise qui devraient bénéficier d’une manne financière considérable. De quoi rassurer les porteurs de projets, si besoin était !

Nicolas Monier



Si l’année 2020 a été compliquée, enregistrant, selon Xerfi, une chute de 12 %, le marché des services à la personne a repris des couleurs. Passé le rebond mécanique de 2021 (+11,5 % à 18 milliards d’euros), le secteur devrait, selon le cabinet d’études, passer la barre des 20 milliards d’euros en 2024. “Le vieillissement de la population, un taux de fécondité encore élevé et la hausse des prix pratiqués par les

organismes de SAP expliquent cette santé retrouvée”, explique Xerfi avant d’ajouter : “mais c’est surtout la généralisation progressive de la contemporanéité du crédit d’impôt à compter de 2022 qui dynamisera la demande.” Une réglementation destinée à tordre le cou au travail au noir. Mais si les grèves de 2019 et la pandémie ont fortement grevé les budgets impartis aux ménages, gardes d’enfants, jardinage, pour autant,

comme le précisait alors le cabinet d’études, tous les segments de marché ne sont pas logés à la même enseigne. Bien au contraire ! “L’aide aux personnes âgées, considérée comme un service essentiel et vital, a continué en grande partie son activité pendant le confinement. Or, son poids est prépondérant sur le marché total”, explique Xerfi. Sur le segment de la silver economy, tous les voyants sont donc au vert. En effet, depuis ►►



care services

.....

OSEZ, ENTREPRENEZ, VIVEZ !

.....

rendez-vous sur
o2-franchise.fr

COMME KÉVIN,

DEVENEZ FRANCHISÉ(E) AVEC

LE LEADER DES

SERVICES À DOMICILE



Services à la personne

La fin du travail au noir ?

(Suite)

► 1950, les hommes et les femmes de ce pays ont gagné 16 ans d'espérance de vie à la naissance. Selon les derniers chiffres de l'Insee, si la pandémie aura fait perdre une demi-année de vie à nos concitoyens, l'espérance de vie atteint désormais 79,2 ans pour les hommes et 85,3 ans pour les femmes. Dans un scénario, dit "central", l'Insee estime, d'après ses projections, qu'en 2070, l'espérance de vie pourrait atteindre 90 ans pour les hommes et 93 ans pour les femmes. Autant dire que les secteurs des services à la personne vont connaître un boom sans précédent.

Garde d'enfants et télétravail

De plus, le modèle économique de ce segment bien précis, aux enjeux sociétaux,

ne souffre pas de délocalisation ni de la concurrence issue des machines. Mais attention, il ne faudrait pas se faire une fausse image du secteur. "On a trop tendance à réduire les seniors à la dépendance. Cette partie ne représente que 20 % de l'activité. Avant cela, il y a tout le reste. Ce que l'on nomme les services de confort. Le ménage, le repassage, le jardinage. Autant de prestations qui sont choisies par les seniors mais également par vous et moi", explique Marina Charrier, responsable du développement de la franchise au sein du groupe Oui Care. Et Didier Château, fondateur de l'enseigne Générale des Services de surenchérir : "80 % des seniors vont très bien ! Cette proportion va augmenter en pourcentage et en valeur

absolue avec l'augmentation de l'espérance de vie. Les personnes veulent rester à domicile." Dans ce nouveau contexte, explique Xerfi, le jeu concurrentiel va forcément évoluer : "les grands réseaux privés généralistes (Oui Care, MDSAP, A2micile, Axeo Services, groupe Zephyr, etc.), bien armés pour traverser la crise en raison de leurs multiples atouts (taille, puissance financière, notoriété générale, degré de développement sur les activités connexes aux SAP...), ont toutes les chances de s'imposer à moyen terme." Effectivement, si le secteur privé se consolide peu à peu, il demeure encore atomisé. Les parts de marché des gros acteurs demeurent encore assez petites. "Le secteur est relativement éclaté. Lorsque j'ai commencé, il y a 14 ans, le privé représentait 4 % du marché. Il est désormais à 30 %", remarque Nicolas Hurtiger, fondateur de Senior Compagnie.

Faire bon ménage?

Sur le segment de la garde d'enfant, l'activité opérationnelle est repartie en 2021 après l'annus horribilis de 2020. Écoles et crèches fermées en tête qui ont plombé le secteur. "Désormais, nous voyons apparaître de nouveaux besoins atypiques liés au télétravail et impliquant une modulation des plannings. Ce qui nous oblige à faire preuve de plus de souplesse et de réactivité", remarque Claire Lanneau, fondatrice du réseau Babychou Services. Et cette dernière de noter que l'activité n'a pas encore repris totalement dans les grandes métropoles. "En revanche, en région et dans les villes de taille moyenne, à la faveur d'un changement de vie pour certaines familles, l'activité est très soutenue", note la dirigeante qui vise les 200 agences à horizon 2025. Un constat partagé par Mina Zanat, directrice ►►





LA CONFIANCE À DOMICILE

N° 1

DU PORTAGE DE REPAS À DOMICILE

www.les-menus-services.com



Juliette,
37 ans

*" Pour entreprendre,
il faut savoir OSER.
Avec Les Menus Services,
l'audace est récompensée,
le jeu en vaut la chandelle. "*

Crédit photo : ©Istockphoto - Conception et création : B2Bmediaspms

Si vous aussi vous pensez que l'autonomie des séniors est un enjeu de société et que l'humain doit passer avant tout
devenez franchisé(e) LES MENUS SERVICES

UNE ENTREPRISE N°1	18 % de croissance annuelle	50 millions €^{HT} de chiffre d'affaires en 2021
Près de 20 ans de SUCCÈS	+105 agences	4 500 000 repas livrés en 2021

- Droits d'entrée : 20 000 € HT
- Formation initiale : 8 000 €
- Investissement de départ : 100 000 € (dont 40 % d'apport personnel et le reste en financement bancaire)
- Type de contrat : Franchise
- Durée du contrat : 5 ans
- Exclusivité d'exploitation de l'enseigne sur une zone géographique définie.
- Redevance : 5,5% du chiffre d'affaires HT

Toutes les informations pour dessiner votre avenir :
franchise@les-menus-services.com ou sur www.les-menus-services.com
rubrique « Devenir franchisé »

Services à la personne

La fin du travail au noir ?

(Suite)

► générale du groupe Family Sphere : "en 2021, même s'ils étaient en télétravail, les parents se sont rendu compte qu'ils ne pouvaient pas travailler dans de bonnes conditions et s'occuper en même temps de leurs enfants. Ils ont fait appel à nous pour les épauler." L'activité de la garde d'enfants affiche une progression de 10 % par rapport à 2020. En 2022, les dirigeants espèrent dépasser le niveau de 2019, année pleine. En matière de ménage, le groupe, via son enseigne Merci+ a vu son activité augmenter de 12 % sur un an. "Après les différents confinements, nos clients ont souhaité se détacher de ces activités chronophages. Ce segment a vraiment connu un rebond. D'autant que si les personnes souhaitent désormais télétravailler depuis leur résidence seconde, elles restent fidèles à nos enseignes et changent simplement d'agence", poursuit Mina Zanat.



Des tendances favorables

Si comme, le remarque Xerfi, sur le marché des SAP, "la franchise s'impose à ce titre comme le principal mode de développement des réseaux car elle permet d'accroître rapidement sa visibilité, primordiale dans un secteur où le besoin de réassurance est très prégnant", force est de constater que plusieurs acteurs cherchent désormais à aller sur d'autres segments de métier. Alors que comme le souligne le cabinet d'études, le créneau de la conciergerie est ainsi investi par un nombre croissant d'opérateurs (Oui Care, Maison & Services...), plus récemment, Domia Group a décidé de se lancer dans la silver economy. Propriétaire des enseignes Acadomia et Shiva, le groupe a inauguré, le 1^{er} septembre dernier, une nouvelle enseigne baptisée

Nos Aimés. "Je ne vous cache pas que nous recherchons plutôt des profils issus du métier car le franchise va devoir prospecter dans l'univers médical. Il faut être familier du secteur pour aller rencontrer les médecins, les hôpitaux, etc. N'oubliez pas également, que dans ce domaine d'activité, nous ne sommes pas employeur mais mandataire", explique Olivier Guiter, directeur réseau et développement chez Domia Group. La prise de parts de marché sur des segments transversaux fait donc son chemin au sein de plusieurs enseignes. Tout récemment, Claire Lanneau, fondatrice du réseau Babychou Services nous révélait vouloir se lancer sur le segment du ménage ou de l'éducation, à la faveur d'une acquisition ou par le biais également de la croissance interne si le rachat ne se faisait pas. D'autres

acteurs vont également ouvrir certaines de leurs enseignes à la franchise. C'est le cas de Viasphère (Family Crèche, Family Sphere, Merci+, Viadom) avec sa marque Ok Service, spécialisée dans les interventions techniques au domicile du particulier. "Je pense que le développement en franchise devrait voir le jour en 2023. Nous souhaitons avant tout ajouter une offre additionnelle qui devrait permettre à nos franchisés, via des marques bines distinctes, d'être tout à fait complet sur le segment famille", ajoute Mina Zanat. Pour conclure, à horizon 2024, plusieurs grandes tendances vont émerger qui devraient rassurer les candidats à la franchise. Parmi ces éléments favorables, remarque Xerfi, "la poursuite de la poussée des entreprises privées" ou encore "le recul des associations et du gré à gré déclaré." ●



OUVRIR UNE FRANCHISE DANS LES SERVICES À LA PERSONNE

Acteur innovant & performant du marché de la silver économie, APEF a développé un concept de franchise humain, collaboratif et business orienté.

ÉLU 3^e MEILLEUR EMPLOYEUR DES SERVICES À LA PERSONNE EN 2021*

ÉLU AS DE CŒUR DE LA FRANCHISE POUR SON ENGAGEMENT ET SES ACTIONS CONTRE LES VIOLENCES FAITES AUX FEMMES**

ENGAGÉ DANS LA LUTTE CONTRE L'ÂGISME : PLUS DE 30 TRIBUNES & ARTICLES PARUS POUR SENSIBILISER LE GRAND PUBLIC À L'ÂGISME EN 2021

Rejoignez nos 115 agences et 90 chefs d'entreprises et partagez **nos valeurs** :

Collaboration : tous les chefs d'entreprise APEF travaillent main dans la main avec le franchiseur pour co-construire les services à la personne de demain.

Considération : tous les acteurs du réseau APEF sont attachés au bien-être de leurs salariés & clients. Être utile aux autres est le leitmotiv principal des entrepreneurs APEF.

Collectif : Entreprendre avec APEF, c'est devenir son propre patron tout en étant accompagné par des experts du marché et surtout être entouré de pairs avec qui partager en permanence ses enjeux !

Un réseau national :

30 ans d'expérience

De nombreuses opportunités partout en France

Plus de 30 ouvertures d'agences malgré la crise en 2020 & 2021

Rencontrez-nous sur les salons :



Du 20 au 23 mars 2022



Le 20 octobre 2022



salon
des services
à la personne
et de l'emploi
à domicile

Novembre 2022

VOS AMBITIONS FONT NOTRE GRANDE HISTOIRE

www.apeffranchise.fr
franchise@ouicare.com

*Élu par le magazine Capital en 2021 suite à une enquête réalisée par l'institut Statista
** Élu AS DE CŒUR DE LA FRANCHISE par Franchise Business Club en 2021



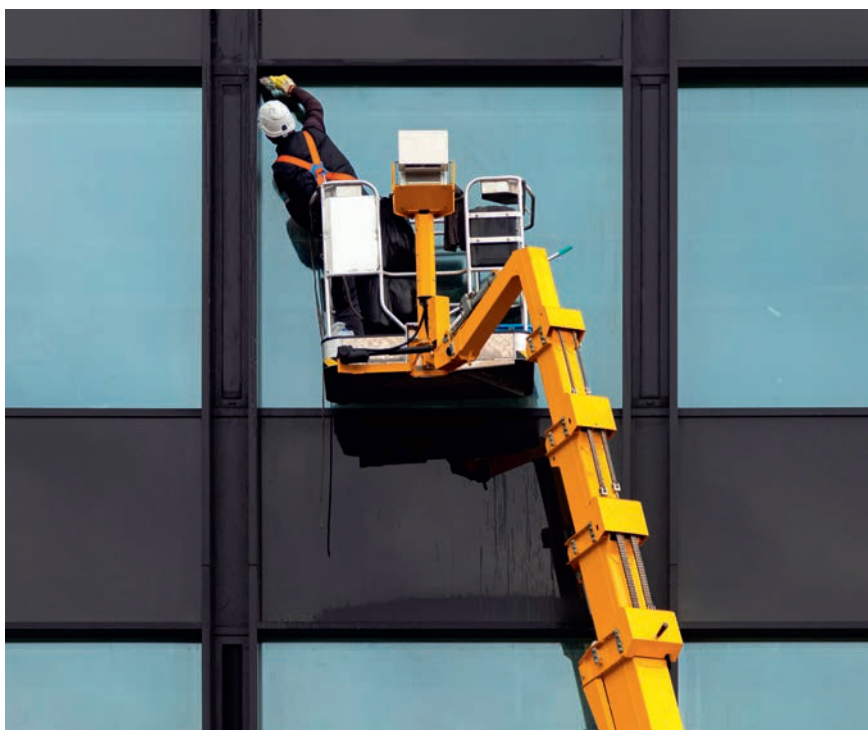
Aussi vaste qu'il puisse être, le domaine des services aux entreprises regroupe une multitude de réseaux qui ont tous dû s'adapter et être réactifs face aux changements de paradigmes induits par la crise sanitaire. Et pour ceux que nous avons eu l'occasion d'interroger, le succès semble avoir été au rendez-vous.

Marie Roques

Le secteur des services aux entreprises en franchise regroupe un nombre important d'activités aussi diverses que variées. Nettoyage de bâtiments, activités juridiques et comptables, services liés à la sécurité, programmation et conseil informatique, architecture, location de véhicules ou encore conseil en gestion, il y en a pour tous les goûts. Selon la dernière analyse du secteur publiée par l'Insee, "ce domaine regroupe des activités de service hétérogènes dont le point commun est un chiffre d'affaires provenant en majorité des ventes de produits à des entreprises ou des administrations." Une manière de mieux cerner les contours du marché.

Ces dernières années, la tendance croissante à l'externalisation a permis une forte augmentation de la demande de services aux entreprises, ainsi un nombre important d'organisations font appel à des services extérieurs qui leur confient certaines de leurs activités. Pour vous faire une idée de ce que peut représenter le secteur et vous permettre de choisir votre réseau, nous avons interrogé trois représentants de trois activités très différentes. À l'image de Mail Boxes etc., spécialiste en expédition, exécution, impression et marketing pour qui l'année 2020

Services aux entreprises Se réinventer avec la crise



s'est plutôt bien passée malgré le contexte incertain. "Nous sommes en dessous de la croissance prévue, nuance néanmoins Lionel Dindjian, directeur général de Mail Boxes etc. À fin août 2021, nous étions sur une croissance située entre 10 et 15 % en chiffre d'affaires par rapport à l'année dernière et une dizaine d'ouvertures de centres." En ce début d'année 2022, le réseau regorge de projets et devrait terminer l'année avec une quinzaine de nouvelles franchises. "Il faut souligner que certains de nos centres performant et affichent de très belles pro-

gressions", précise Lionel Dindjian. Si l'on y regarde de plus près, cette progression trouve rapidement une explication. Depuis le début de la crise sanitaire, le nombre d'expédition de colis a explosé ce qui promet de belles perspectives, selon ce spécialiste du secteur. "Face aux différentes périodes des fermetures, nos clients entreprises ont dû trouver des solutions pour pousser leurs activités, et cela est souvent passé par le e-commerce et donc l'expédition de colis." Afin de répondre au mieux aux demandes de ses clients Mail Boxes etc., a poursuivi ►



PARCE QUE

LA RÉUSSITE

DE VOTRE PROJET
DÉPEND BEAUCOUP DE VOTRE

EMPLACEMENT



Votre adresse stratégique,
une architecture audacieuse
pour une visibilité optimisée



Image : ASA GIMBERT

**CELLULES COMMERCIALES DE 200 À 2000 M² À LOUER
DISPONIBILITÉ 1^{er} SEMESTRE 2022**

Angers Beaucouzé - Beaufort en Vallée - Orléans

**AUDACE ET QUALITÉ
INNOVATION ET EXIGENCE**



groupe **foncièredesparcs**
Investissement Promotion Aménagement

<http://www.foncièredesparcs.fr/>
02 51 40 13 91 - 06 50 95 08 68

Services aux entreprises

Se réinventer avec la crise

(Suite)

► la digitalisation de ses process également pour aller chercher de nouveaux contacts et notamment auprès des PME. L'enseigne a été amenée, pendant la crise, à travailler sur tous les aspects liés à la santé notamment avec l'import-export de masques et autres produits sanitaires. Aujourd'hui, Mail Boxes etc., travaille aussi avec des particuliers bien que ce sont les entreprises qui poussent son développement. Si aujourd'hui l'incertitude demeure, la crise n'étant toujours pas derrière nous, Lionel Dindjian estime que l'état d'esprit au sein du réseau est positif et que les partenaires ont pris conscience de l'avantage de travailler sous enseigne pour affronter ce type de situations. "Nous poursuivons nos efforts sur l'innovation produits

et services notamment dans les domaines du e-commerce et du digital afin d'accompagner au mieux le développement des entreprises." En ce début d'année 2022, l'heure est tout de même à l'optimisme.

La force du collectif

Du côté de Signarama, spécialiste de la signalétique professionnelle, l'année 2021 a terminé sur les chapeaux de roue avec le salon de la franchise. "L'événement était très attendu mais a été très décevant en matière de fréquentation, précise Rouba Fossat, sa directrice commerciale France, mais les retours ont été très positifs avec la signature de 6 contrats de franchise issus du salon. Un chiffre que nous n'avons pas l'habitude

d'atteindre." Signarama a également remarqué que la crise a occasionné chez ses clients entreprises une véritable prise de recul. "Ils ont pris le temps de regarder ce qu'ils voulaient faire, souligne Rouba Fossat. Il y a eu beaucoup de licenciements, de décisions de changement de vie et de ville, cela a entraîné la création de nombreux projets ce qui est très profitable pour une enseigne comme Signarama." Elle remarque que la Covid a également changé beaucoup de choses sur le profil des candidats à la franchise, aujourd'hui beaucoup plus diversifié.

Pour traverser la crise et poursuivre son développement, Signarama travaille sur plusieurs chantiers prioritaires et notamment la création d'une commission développement durable. "Nous avons constitué cette commission pour mettre en place des actions concrètes en faveur du développement durable comme la sensibilisation des franchisés au recyclage, l'importance d'utiliser des produits verts et aussi d'en proposer aux clients", relate Rouba Fossat.

Sur le front de l'activité, les données sont très positives pour Signarama selon sa directrice commerciale France avec une année 2021 en hausse de 30 % par rapport à 2020. L'année 2022 commence avec 6 nouveaux franchisés pour atteindre un réseau de 55 partenaires au total avec, selon Rouba Fossat, des profils beaucoup plus jeunes. Elle confesse également que le fait d'être en réseau a indéniablement permis aux partenaires franchisés de mieux traverser la crise en s'appuyant sur la force du collectif et sur les supports de la tête de réseau. En 2022, Signarama cherche en premier lieu à s'implanter dans le Nord de la France, un territoire où la marque n'est quasiment pas présente. L'enseigne ►





TOMA  

Agence d'emploi CDD, CDI, interim

Fédérateur de compétences

« Faîtes comme moi,
créez votre entreprise
avec **TOMA** »

FRANCHISE EXPO PARIS 2022
du 20 au 23 mars **STAND A30**

Nicolas, Multi-Franchisé en Île-de-France depuis 3 ans

Comme Nicolas, **100%** de nos franchisés feraient de nouveau confiance à TOMA pour créer leur agence d'interim*.



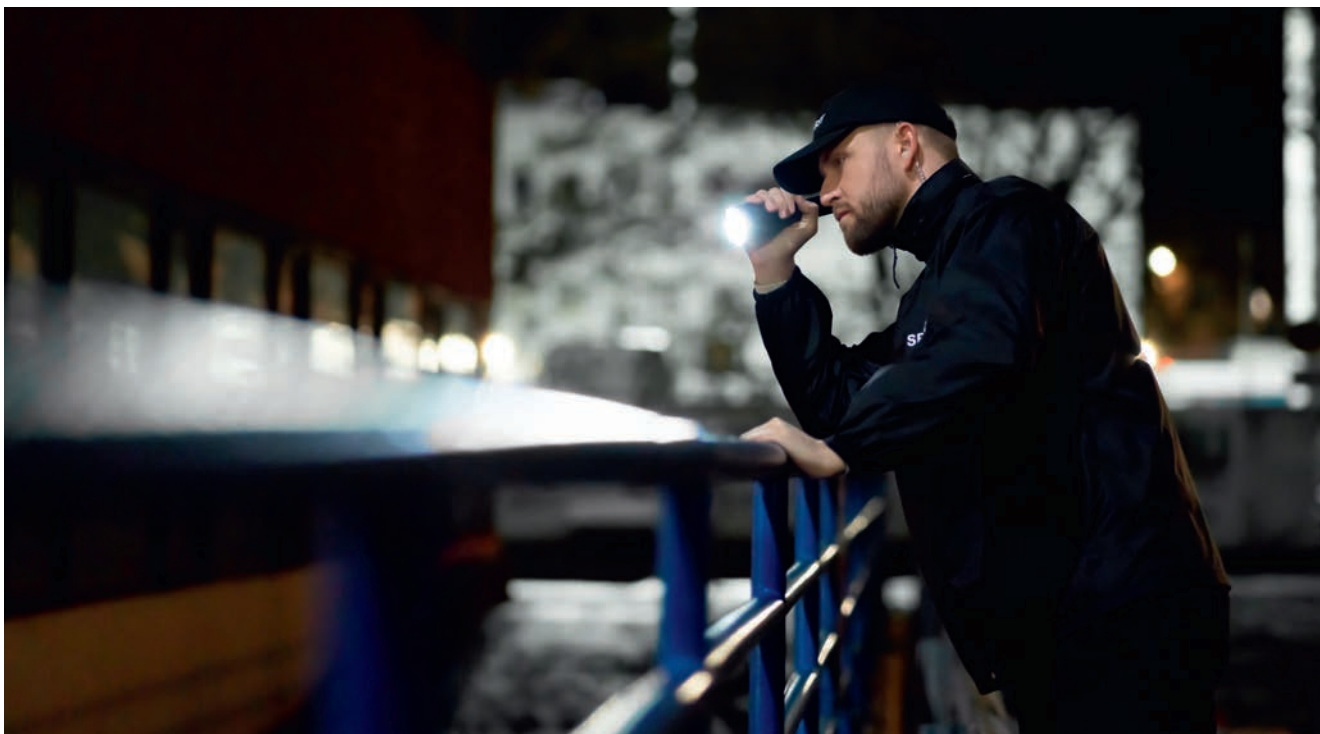
*Enquête de l'indicateur de la Franchise réalisée en Août 2020

Contactez Dominique RAVEL au 06 88 04 89 42 ou 04 77 400 945
et par mail à franchise@toma-interim.com

Services aux entreprises

Se réinventer avec la crise

(Suite)



► compte sur le mouvement important de professionnels indépendants spécialistes de la signalétique qui rejoignent la réseau Signarama. Dans un tout autre registre, le créneau du recrutement et du travail temporaire tire plutôt bien son épingle du jeu. *“J’ai honte de vous dire que 2021 s’est très bien passé avec 30 nouvelles franchises en fin d’année”*, expose Arnaud Weckonski, le co-fondateur de Mistertemp’ group qui regroupe plusieurs enseignes comme Aquila RH, Lynx RH ou encore Vitalis Médical. Fermées au moment du premier confinement en mars 2020, les agences de recrutement ont été très sollicitées dès la réouverture et leur activité n’a pas faibli les mois qui ont suivi. *“Nous sommes actuelle-*

ment environ à 30 % au-dessus des chiffres de 2019 tandis que le marché affiche un recul de 9 % par rapport à 2019”, poursuit Arnaud Weckonski. Afin de poursuivre le développement du réseau, Mister Temp Group a recruté trois nouveaux directeurs de développement depuis juin chargés de vendre et d’animer le réseau. L’occasion, notamment, d’apporter un meilleur accompagnement sur le terrain. Aujourd’hui, le réseau accueille 70 % de franchisés qui ne sont pas issus des métiers du recrutement. Selon son co-fondateur, les nouveaux partenaires sont issus du secteur médical, du tourisme... ils sont nombreux à se reconvertir en franchise. *“Nous les accompagnons pendant 3 semaines de for-*

mation initiale”, précise Arnaud Weckonski. La crise sanitaire a également conduit le groupe à accélérer sur le créneau du digital avec le maintien de rendez-vous physiques mais aussi avec Mistertemp qui est une marque d’intérim en ligne, la possibilité de s’inscrire partout et tout le temps. *“Notre vraie problématique aujourd’hui réside dans le manque de candidats, insiste Arnaud Weckonski. Il faut être capable de les attirer. Cette pénurie s’est accentuée avec la crise sanitaire principalement sur les métiers basiques de l’industrie, du bâtiment, du transport.”* Une situation, qu’il faut avoir en tête car elle donne du fil à retordre aux partenaires. Le réseau s’apprête à accueillir 40 nouveaux franchisés en 2022. ●



Rejoignez le réseau asr nettoyage



- **Concept clé en main**
- **Formation initiale et continue**
Pour chaque franchisé
- **Processus de recrutement**
Pour vous aider à trouver des techniciens qualifiés
- **Aide à la maîtrise globale de votre entreprise :**
Terrain, commercial, administratif et gestion
- **Centrale d'achat :**
Bénéficiez de la force de frappe d'un grand groupe en restant indépendant
- **Marque distributeur :**
Renforcez votre identité visuelle chez vos clients

12 000€ ht
d'apport personnel

Parce qu'intégrer un réseau implique des spécificités

Nous avons mis en place une démarche particulièrement adaptée à vos attentes.



Un accompagnement à la création

Accueil dédié des candidats à la franchise dans chacun de nos points création (Points C).

Viabilité de votre projet, montage financier, prévisionnel, aide dans votre recherche de financement...



Une relation de proximité grâce à nos 250 agences partout en France

À chaque étape de la vie de votre entreprise, nous sommes à vos côtés.



Des prestations à la carte et évolutives

Pour piloter votre entreprise avec réactivité (comptabilité, fiscalité, gestion sociale, conseil juridique, tableau de bord...)



Un portail client personnalisé et collaboratif

Interface de gestion pratique, innovante et connectée avec votre expert-comptable. Une palette de services de comptabilité et d'outils de pilotage à la carte : logiciel de caisse, facturation, gestion des paies, note de frais...

Votre contact

Stéphanie Cinato di Fusco

Directeur National Marché Réseaux

stephanie.cinato-di-fusco@inextenso.fr

04 72 60 36 68



Sandrine, franchisee région parisienne

**Osez,
entreprenez,
devenez
franchisé !**

**REJOINDRE
Direct optic & audition,
c'est l'assurance
de bénéficier de :**

CONTACT :

Olivier BOUSSEMART

06 78 36 49 04

developpement@direct-optic.fr

franchise.direct-optic.fr



• Formule unique de contrat en commission affiliation => **63% de marge garantie**, télé-détournage inclus



• **Assistance** à toutes les étapes de votre projet (de la recherche d'emplacement à l'animation du réseau)



• **Market Place optique** pour satisfaire le client quelle que soit son envie de monture.



• Prestation d'**audioprothésiste à la demande**



• Site internet & **web to store**



LES RÉSEAUX

L'Officiel de la Franchise vous propose les fiches de plus de 600 réseaux, reprenant les informations essentielles pour un futur candidat : droit d'entrée, niveau d'investissement, redevances, nombre de points de vente, contact...

TOUT SUR LES RÉSEAUX QUI RECRUTENT EN 2022 !



RETROUVEZ-LES EN INTÉGRALITÉ SUR NOTRE SITE

www.annuairedelafranchise.fr

À NOTER : les données présentes dans les fiches nous ont été communiquées par les réseaux et le journal ne saurait être responsable des informations erronées.

Enseigne	123WEBIMMO	1CLIC-1TOIT	3%.COM
Secteur	Immobilier	Immobilier	Immobilier
Sous-secteur	Agence digitale	Agence immobilière	Agence immobilière
Création franchise	2003	2009	2008
Nombre de points de vente	90	95	185
Type de contrat	Franchise	Contrat de marque	Contrat de mandat
Durée du contrat (année)	5 ans	1 an renouvelable	Indéterminé
Droits d'entrée (€)	14900	0	0
Apport personnel (€)	25000	0	1000
Niveau d'investissement (k€)	25 K€	0	0
Royalties / Redevance générale	NC / 4%	NC / % à la vente	15% ou 20% / NC
Redevance publicitaire	3000 € / an	Variable	à partir de 125 € HT / mois
Surface (m ²)	sans local imposé au départ	0 m ²	Pas de local nécessaire
CA moyen	300 K€ HT	NC	50 K€
Contact	Céline COMPAN 04 66 27 01 23 celine.compan@123webimmo.com	Cyrille LUCAS 06.62.84.41.32 cyrille.lucas@1clic-1toit.com	Laurent DE BREYNE 04 98 12 30 17 contact@troispourcent.com

Enseigne	5 A SEC	7 CAMICIE	A LA RIBAMBELLE
Secteur	Services aux particuliers	Equiperment de la personne	Services aux particuliers
Sous-secteur	Laverie, Pressing	Prêt à porter	Service divers
Création franchise	1968	2000	NC
Nombre de points de vente	220	NC	7
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	minimum 3 ans	1 an
Droits d'entrée (€)	15000	0	0
Apport personnel (€)	30000	10500	1000
Niveau d'investissement (k€)	entre 90K€ et 100K€	à partir de 35 K€	2000 €
Royalties / Redevance générale	NC / 4% du CA HT	600€/ans / 0	10 % / 180 à 500 € HT/ mois
Redevance publicitaire	1% du CA HT	0	0
Surface (m ²)	60-80	25--80	A domicile possible
CA moyen	225 K€	Variable selon emplacement	variable
Contact	Florence ADAM 06 21 78 04 30 florence.adam@5asec.com	Loredana CIARROCCHI +39 3495953743 loredana.ciarrocchi@karatti.it	philippe RELIER 01 41 93 10 00 contact@ribambelle.fr

Enseigne	ABITHEA	AC ENVIRONNEMENT	ACCASTILLAGE DIFFUSION
Secteur	Immobilier	Immobilier	Auto, moto, bateau
Sous-secteur	Agence immobilière	Diagnostic Immobilier	Bâteau
Création franchise	2005	2002	NC
Nombre de points de vente	40	30	140
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	5 ans	4 ans
Droits d'entrée (€)	10000	15000	10000
Apport personnel (€)	30000	10000	10000
Niveau d'investissement (k€)	60 K€	40 à 50 K€	25 à 300 K€
Royalties / Redevance générale	0 / 3 % du CA	NC / 490€ht	1% du CA réalisé / NC
Redevance publicitaire	NC	70ht	Variable
Surface (m ²)	40	NC	250 m ²
CA moyen	260 K€	120 K€	300 à 500 K€
Contact	Christophe PREVE 0771764706 preve-christophe@abitheia.fr	Stéphane ARMANNI 06 61 69 37 82 stephane.armanni@ac-environnement.com	Sylvain MIZZI 04 90 47 01 10 franchise@accastillage-diffusion.fr

Enseigne	ACCESS CREDITS PRO	ACTILIGNE	ACTION COACH
Secteur	Services aux entreprises	Beauté, santé	Services aux entreprises
Sous-secteur	Courtage	Bien être	Coaching
Création franchise	NC	2016	1993
Nombre de points de vente	60	2	23
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	2 ans	10 ans
Droits d'entrée (€)	22000	6000	65000
Apport personnel (€)	25000	5000	120000
Niveau d'investissement (k€)	50 K€ HT	20 K€	NC
Royalties / Redevance générale	NC / 750 € mini	Options / forfait	10% du CA / NC
Redevance publicitaire	NC	un forfait	3 à 5% du CA
Surface (m ²)	De 20 à 50 m ² (non obligatoire)	20 m ²	NC
CA moyen	120 K€	95 K€	250 K€
Contact	Véronique GENTILHOMME 01 53 20 64 40 veronique.gentilhomme@credipro.com	jump CARTIER-BRESSON 07 76 58 70 16 contact@actiligne.fr	Olivier CABARDIS 01 88 61 83 60 olivier@actioncoach.eu

Enseigne	ACTIV TRAVAUX	ACTIV'EXPERTISE	ADDICT PARIS COIFFURE
Secteur	Habitat	Immobilier	Beauté, santé
Sous-secteur	Courtage en travaux	Diagnostic Immobilier	Salon de coiffure
Création franchise	2006	NC	2015
Nombre de points de vente	45	125	30
Type de contrat	Concession, licence de marque	Licence de marque	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	7 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	8000	10000	12000
Apport personnel (€)	8000	10000	30000
Niveau d'investissement (k€)	18 K€ amortissable	30 K€	140 K€
Royalties / Redevance générale	Aucunes / 0 les 3 premiers mois	0 / 590€ HT	NC / 5% du CA mensuel
Redevance publicitaire	250 € HT / mois	0€	1% du CA
Surface (m ²)	néant	NC	80 à 120 m ²
CA moyen	> 100 K€	100 à 120 K€	350 K€
Contact	Herve BLANDIN 08 00 50 77 20 contact@activ-travaux.com	NC NC 04 84 855 855 contact@activexpertise.fr	Boris ALLAIN 0620110252 boris@addict-paris.fr

Enseigne	ADELE	ADENIOR	ADHAP
Secteur	Services aux particuliers	Services aux particuliers	Services aux particuliers
Sous-secteur	Ménage	Aide à la personne	Aide à la personne
Création franchise	1994	2006	1997
Nombre de points de vente	85	25	160
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	7 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	9700	15000	16000
Apport personnel (€)	9000	20000	50000
Niveau d'investissement (k€)	27 K€	50/60 K€	100 à 120 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 5%	NC / 5% dégressive	Dégressives / dégressive
Redevance publicitaire	3%	NC	1% du CA total HT
Surface (m ²)	Pas de local nécessaire	30 à 60 m ²	60 à 80
CA moyen	90 K€	230 K€	410 K€
Contact	Rodolphe HAMON 33 7 86 68 04 50 info@adeleplus.com	Lionel TOULEMONDE 0688720495 franchise@adenior.com	Sébastien VETTER 04 73 17 05 52 contacts@adhap.fr

Enseigne	ADMINISTRER AUTREMENT	ADOPT'	ADVENTURE
Secteur	Immobilier	Beauté, santé	Sport, loisirs, culture
Sous-secteur	Syndic	Parfumerie - cosmétiques	Plein air
Création franchise	2004	1986	1994
Nombre de points de vente	12	165	20
Type de contrat	Franchise	Franchise	Partenariat
Durée du contrat (année)	7 ans	5 ans	Variable
Droits d'entrée (€)	18000	5000	0
Apport personnel (€)	25000	40000	10000
Niveau d'investissement (k€)	25 K€	63,5K€	20 K€
Royalties / Redevance générale	5% / NC	0% / 0%	0% / 0%
Redevance publicitaire	NC	0	0
Surface (m ²)	NC	40-60M ²	Champ d'1 hectare
CA moyen	120 K€	350 K€	150 K€
Contact	Patrice CABANDÉ 01 43 72 03 64 franchise@aasyndic.fr	Nicolas PELLEGRINI 0685077866 nicolas.pellegrini@adopt.fr	Andrea TESTONI 01 34 57 00 00 andrea.testoni@adventure.fr

Enseigne	AGE D'OR SERVICES	AGENDA DIAGNOSTICS	AKENA HOTELS
Secteur	Services aux particuliers	Immobilier	CHR
Sous-secteur	Aide à la personne	Diagnostic Immobilier	Hôtellerie
Création franchise	1991	1994	1992
Nombre de points de vente	110	156	35
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise - Affiliation
Durée du contrat (année)	5 ans	5 ans	10 ans
Droits d'entrée (€)	19500	14000	490
Apport personnel (€)	20000	10000	800000
Niveau d'investissement (k€)	60 à 70 K€	45 K€	3 M€ pour 50 Chambres
Royalties / Redevance générale	5% / NC	NC / 5%	3.90% / NC
Redevance publicitaire	1%	1.5%	1.25%
Surface (m ²)	30	Sans boutique	NC
CA moyen	250 à 300 K€	215 K€	900 K€ Pour 50 chambres
Contact	Maélis ANSELIN 03 25 82 95 75 developpement@agedor.fr	Eva VALLS 04 42 54 43 22 eva.valls@agendafrance.fr	Frederic ELLUARD 06 82 91 76 49 f.elluard@hotels-akena.com

Enseigne	ALBATRE COURTAGÉ	ALTISSIMO CONCEPT	AMBIANCE ET STYLES
Secteur	Services aux particuliers	Sport, loisirs, culture	Habitat
Sous-secteur	Courtage	Club de sport	Arts de la table, linge de maison
Création franchise	2012	1995	1995
Nombre de points de vente	1	12	90
Type de contrat	Licence de Marque	Franchise	Partenariat
Durée du contrat (année)	5 ans	9 ans	NC
Droits d'entrée (€)	1500	28000	NC
Apport personnel (€)	5	150000	100000
Niveau d'investissement (k€)	5 K€	450 à 950 K€	350 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 450 €	NC / 5%	0 / NC
Redevance publicitaire	0.5% du CA à partir de 10 partenaires	0	8,9 K€ / an
Surface (m ²)	Home office et/ou Cabinet	800-1400	300
CA moyen	200 K€ mini avec 2 conseillers	300 à 650 K€	NC
Contact	Thierry BENNETOT 0671181333 thierry.bennetot@albatre-courtage.com	Olivier MARINX 0561245408 olivier@altissimo.fr	Delphine COLLIN 01 41 38 82 39 delphine.collin@ekfrance.fr

Enseigne	AMERICAN CAR WASH	AMORINO	ANACOURS
Secteur	Auto, moto, bateau	Alimentaire	Services aux particuliers
Sous-secteur	Lavage Automobile	Glace - Confiserie	Soutien Scolaire
Création franchise	NC	2002	NC
Nombre de points de vente	25	200	41
Type de contrat	Concession de marque	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	7 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	20000	30000	22000
Apport personnel (€)	120000	200000	25000
Niveau d'investissement (k€)	NC	550 - 600 K€	68 K€
Royalties / Redevance générale	NC / NC	NC / pas de royalties	7% / NC
Redevance publicitaire	NC	2% maxi (actuellement 1%)	NC
Surface (m ²)	250 m ² à 1000 m ²	40-80 m ²	50
CA moyen	NC	513 K€ HT	190 K€
Contact	Vanessa BESSE 0169641020 devenez.mousquetaires@mousquetaires.com	Olivier BORREDA 01 53 14 57 00 franchise@amorino.fr	Jérôme MATTOUT 01 42 77 48 20 jerome.mattout@anacours.fr

Enseigne	ANKKA	APEF	API
Secteur	CHR	Services aux particuliers	Distribution
Sous-secteur	Salad bar	Aide à la personne	Accessoires
Création franchise	2009	1992	2009
Nombre de points de vente	12	114	65
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	7 ans	6 ans
Droits d'entrée (€)	25000	34400	15000
Apport personnel (€)	100000	25000	50000
Niveau d'investissement (k€)	300/400 K€	69,4 K€	300 K€
Royalties / Redevance générale	5% / NC	NC / 4% du CA mensuel HT	NC / 0,65 % du CA HT
Redevance publicitaire	2%	1% du CA mensuel HT	0,85 % du CA HT
Surface (m ²)	supérieure à 100	60	350 m ² minimum
CA moyen	400 à 500 K€	250 à 300 K€	1,9 M€
Contact	Alain DUQUESNE 06 77 13 29 40 adukesne@ankka.fr	Marina CHARRIER NC franchise@ouicare.com	Sonia KOTREBA 06 16 59 81 72 mathieu.ruggiero@doyen-auto.com

Enseigne	APRECIAL	AQUA BLUE	AQUARELLE
Secteur	Beauté, santé	Services aux particuliers	Services aux particuliers
Sous-secteur	Salon de coiffure	Laverie, Pressing	Aide à la personne
Création franchise	1995	2001	2005
Nombre de points de vente	20	45	10
Type de contrat	Concession	Partenariat	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	sans	6 ans
Droits d'entrée (€)	NC	0	14000
Apport personnel (€)	20000	15000	15000
Niveau d'investissement (k€)	1000 € HT / m ² hors mobilier et pas de porte	NC	70 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 595 € fixe mensuelle	0 / 0	NC / 4%
Redevance publicitaire	NC	0	NC
Surface (m ²)	80	80 m ²	30 à 60 m ²
CA moyen	NC	60 à 100 K€	250 K€
Contact	Franck RANÉA 04 76 25 53 95 franck.ranea@grouperanea.com	Emmanuel POINTET 04 71 03 54 32 contact@armstrong-france.fr	Arnaud GARRIGUES 05 61 47 18 84 a.garrigues@aquarelle-service.fr

Enseigne	AQUAVELO	AQUILA RH	AQUILUS PISCINES
Secteur	Sport, loisirs, culture	Services aux entreprises	Habitat
Sous-secteur	Aquabiking	Intérim	Piscine et spa
Création franchise	2013	2009	1981
Nombre de points de vente	20	80	60
Type de contrat	Licence de marque	Franchise	Concession/ Licence de marque
Durée du contrat (année)	5 ans	7 ans	illimitée
Droits d'entrée (€)	120000	35000	0
Apport personnel (€)	35000	25000	30000
Niveau d'investissement (k€)	200 k€	De 70 à 90 K€	120 K€ HT
Royalties / Redevance générale	NC / 490€ / mois	NC / Entre 1,5 et 2,5 % du CA	0 / 712 € HT / mois
Redevance publicitaire	Pub comprise	NC	2300 € HT / an
Surface (m ²)	40 à 300 m ²	60	100 à 200 m ²
CA moyen	500 K€	2 M€	450 à 500 K€ HT
Contact	Claude RODRIGUEZ 0622647095 claude@alesiaminceur.com	Jean-Loup WIROTIUS 0760758290 jl.wirotius@mistertemp-group.com	Jerome COURAT 04 75 03 55 00 contact@aquilus.fr

Enseigne	ARCHEA	ARLIANE	ARTHUR BONNET
Secteur	Habitat	Immobilier	Habitat
Sous-secteur	Mobilier, décoration	Diagnostic Immobilier	Cuisiniste
Création franchise	1984	2010	1927
Nombre de points de vente	54	80	94
Type de contrat	contrat d'adhérent	Licence de marque	Concession
Durée du contrat (année)	7 ans	5 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	20000	8000	0
Apport personnel (€)	50000	5000	55000
Niveau d'investissement (k€)	155 K€ hors pas de porte	20 K€	300 K€ avec BFR
Royalties / Redevance générale	3% du CA / NC	NC / 5%	0 / NC
Redevance publicitaire	0.70% du CA dégressif	1%	4% des achats meubles
Surface (m ²)	90 à 140 m ²	0 m ²	300 m ² en moyenne
CA moyen	350 K€	130 K€	1150 K€
Contact	Astrid LARROCHE 05 34 25 75 72 developpement@archea.fr	Piotin CHRISTOPHE 01 45 33 38 65 developpement@arlane.com	Arnaud LARRIEU 06 32 64 17 67 alarrieu@arthur-bonnet.com

Enseigne	AS DE PIC	ASIAN AUTO PARTS	ASR NETTOYAGE
Secteur	Services aux particuliers	Auto, moto, bateau	Services aux entreprises
Sous-secteur	Nettoyage	Entretien automobile	Nettoyage
Création franchise	2001	2002	2007
Nombre de points de vente	25	10	33
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	5 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	20000	5000	15000
Apport personnel (€)	20000	40000	12000
Niveau d'investissement (k€)	52 K€	120 à 150 K€	37 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 6% du CA HT	NC / 3%	NC / 3%
Redevance publicitaire	2% du CA HT	2%	1%
Surface (m ²)	NC	400M ²	NC
CA moyen	150 K€	450 K€	600 K€
Contact	Julien CHARPENTIER 07 82 73 80 42 j.charpentier@asdepic.com	Stéphane REMY 06 40 13 55 32 stephane.remy@asian-autoparts.com	Frédéric ATLAN 07.50.59.95.51 recrutement@asr-nettoyage.fr

Enseigne	ATELIER DU SOURCIL	ATTILA	AU BUREAU
Secteur	Beauté, santé	Habitat	CHR
Sous-secteur	Institut de beauté	Toiture	Restauration à thème
Création franchise	NC	2003	1989
Nombre de points de vente	102	106	165
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise totale et Location Gérance
Durée du contrat (année)	6 ans	5 ans	10 ans
Droits d'entrée (€)	25000	26000	45000
Apport personnel (€)	45000	40000	100000
Niveau d'investissement (k€)	130 à 150 K€	150 K€	Entre 900 et 1400 K€ (hors foncier)
Royalties / Redevance générale	NC / 7%	NC / 6%	NC / 5%
Redevance publicitaire	NC	2%	1%
Surface (m ²)	50 à 70 m ²	300m ²	420
CA moyen	240 K€	600 K€	1,9 M€
Contact	Alexandre HALPÉRIN NC franchise@atelierdusourcil.com	Caroline CHARTIER 07 85 69 65 86 cchartier@attila.fr	Nathalie BAILLOUX 06 72 79 93 92 franchiseaubureau@groupe-bertrand.com

Enseigne	AU FUT ET A MESURE	AU NOM DE LA ROSE	AUTOSMART
Secteur	CHR	Distribution	Auto, moto, bateau
Sous-secteur	Bar, brasserie	Fleuriste	Entretien automobile
Création franchise	2012	1991	1979
Nombre de points de vente	28	36	41
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	5 à 7 ans	5 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	20000	10000	15000
Apport personnel (€)	110000	40000	20000
Niveau d'investissement (k€)	> 350 K€	A partir de 100 K€	100 K€
Royalties / Redevance générale	2% / 2%	NC / 3%	NC / 6% sur accessoires
Redevance publicitaire	1.50%	1%	NC
Surface (m ²)	80 à 130 m ²	30 à 50 m ²	Camion-Magasin
CA moyen	350 à 600 K€ centre ville, jusqu'à 900K€ ailleurs	150 à 250 K€	150k€
Contact	Guillaume PÉTAU 03 20 51 29 19 gpetau@bqg.fr	NC SERVICE DÉVELOPPEMENT 0180002034 developpement@emova-group.com	Elisabeth PHILIPPE 01 34 12 42 18 franchise@autosmart.fr

Enseigne	AUTOUR DE BEBE	AVIVA	AXEL MARENS
Secteur	Equiperment de la personne	Habitat	Beauté, santé
Sous-secteur	Puériculture	Cuisiniste	Salon de coiffure
Création franchise	1977	2000	1995
Nombre de points de vente	107	95	10
Type de contrat	Affiliation	Franchise	Concession
Durée du contrat (année)	7 ans	7 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	15000	18000	0
Apport personnel (€)	100000	70000	20000
Niveau d'investissement (k€)	300 à 600 K€	180 à 350 K€	1000 HT/m ²
Royalties / Redevance générale	0% / 2%	NC / 3,8 % dégressif par tranche de CA	NC / 595 € fixe mensuelle
Redevance publicitaire	0	2% à partir du 13 ^{ème}	NC
Surface (m ²)	300 / 700 m ²	90m ² ville / 350 m ² zone commerciale	80
CA moyen	600 à 1000 K€	1,54 M€	NC
Contact	Eric FLORIN 06 72 93 14 57 e.florin@autourdebébé.com	Maryline GAVOILLE 0472794267 maryline.gavoille@gp-aviva.com	Franck RANÉA 04 76 25 53 95 franck.ranea@grouperanea.com

Enseigne	AXEO SERVICES	B CHEF	B&B HOTEL
Secteur	Services aux particuliers	CHR	CHR
Sous-secteur	Aide à la personne	Restauration rapide	Hôtellerie
Création franchise	2006	2014	1990
Nombre de points de vente	237	76	+600
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	10 ans	10 ans
Droits d'entrée (€)	25000	25000	75000
Apport personnel (€)	25000	60000	750000
Niveau d'investissement (k€)	50 - 75 K€	250 à 400 K€ hors fonds de commerce	60 K€ / chambre
Royalties / Redevance générale	Aucunes / 5% du CA HT réalisé	NC / 5% du CA HT mensuel	inclus / 8%
Redevance publicitaire	Inclus	1% du CA HT annuel	inclus
Surface (m ²)	25m ² environ	100 à 250 m ²	3500
CA moyen	250 K€	De 600 à 1000 K€	800 K€
Contact	Jérôme PAGES 01 74 08 65 55 franchise@axeoservices.fr	Julie HOCHET 0631219265 julie.hochet@bchef.fr	Arnaud LEMONNIER 06 81 40 74 14 arnaud.lemonnier@hotelbb.com

Enseigne	BABOU	BABYCHOU SERVICES	BACIO NERO
Secteur	Distribution	Services aux particuliers	CHR
Sous-secteur	Discount, Dépôt-vente	Garde d'enfants, crèche	SALON DE THE
Création franchise	1978	1998	2011
Nombre de points de vente	107	93	13
Type de contrat	Gérance Mandat et Direction salarié	Franchise	Affiliation
Durée du contrat (année)	1 an	7 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	0	22000	0
Apport personnel (€)	5000	20000	50000
Niveau d'investissement (k€)	NC	55 K€	50 à 150 K€
Royalties / Redevance générale	Aucunes / Aucune	NC / 2% la 1 ^{ère} année, 3%, 4%	mensuel 250€ +4% CA / 4% CA
Redevance publicitaire	0	2% du CA la 1 ^{ère} année, 2,5% la 2 ^e	3% CA
Surface (m ²)	2700	25 à 35 m ²	50 à 150m ²
CA moyen	NC	250 / 300 K€	400 / 1000 K€
Contact	Florence OLIVERO 04 73 69 90 60 candidature@babou-rp.fr	Claire LANNEAU 0786680450 developpement@babychou.com	Damaride ONORATO +39091491008 commerciale11@bacionero.it

Enseigne	BAGEL CORNER	BALEO PRESSING	BALLADINS
Secteur	CHR	Services aux particuliers	CHR
Sous-secteur	Bagel et burger	Laverie, Pressing	Hôtellerie
Création franchise	2011	2006	2018
Nombre de points de vente	49	20	35
Type de contrat	Licence de marque	Franchise	Franchise, Licence de Marque, Mandat
Durée du contrat (année)	7 ans	5 ans	A partir de 3 ans
Droits d'entrée (€)	25000	36500	190€ / chambre
Apport personnel (€)	70000	35000	150000
Niveau d'investissement (k€)	200 K€	Environ 120 K€ HT (hors travaux)	Selon projet
Royalties / Redevance générale	NC / 5%	NC / de 310 à 425 €/mois	NC / de 3 à 4%
Redevance publicitaire	1%	2% du CA	1%
Surface (m ²)	35 à 70 mètres carré	Entre 60 et 100 m ²	à partir de 25 chambres
CA moyen	Entre 300 et 500 K€	200 K€ HT	600 K€
Contact	Prisca INGREMEAU 0749197903 prisca@bagelcorner.fr	Françoise ROUX 04 50 02 79 70 contact@baleo-pressing.com	David MOREL 01 55 85 93 62 Franchise@balladins.com

Enseigne	BAOBAB	BAR A BEAUTE	BASILIC & CO
Secteur	Distribution	Beauté, santé	CHR
Sous-secteur	Jardinerie	Esthétique corporelle	Restauration rapide
Création franchise	1988	2016	2007
Nombre de points de vente	43	16	45
Type de contrat	Affiliation	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	3 ans	5 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	1100	12000	25000
Apport personnel (€)	250000	20000	30000
Niveau d'investissement (k€)	NC	90 K€	Entre 200 et 500 K€
Royalties / Redevance générale	NC / NC	0 / 5,50%	NC / 5% du CA mensuel HT
Redevance publicitaire	NC	1,50%	2% du CA mensuel HT
Surface (m ²)	2500	12 à 25 m ²	70 à 200m ²
CA moyen	NC	170 K€	Entre 600 et 1200 K€
Contact	Amandine PINAY 04 74 18 42 42 amandine.pinay@sevea.fr	Johanna FOURNIER 02 32 12 81 59 johanna.fournier@bab-bar-beaute.com	Thierry KERMARREC 06 38 88 80 47 thierrykermarrec@ouestfranchise.fr

Enseigne	BAZARLAND	BEAUTY SUCCESS	BEAUTYFULL DAYS
Secteur	Distribution	Beauté, santé	Beauté, santé
Sous-secteur	Discount, Dépôt-vente	Parfumerie - cosmétiques	Institut de beauté
Création franchise	1989	1995	1995
Nombre de points de vente	58	330	14
Type de contrat	Franchise	Franchise	Partenariat
Durée du contrat (année)	7 ans	7 ans	9 ans
Droits d'entrée (€)	11000	17000	15000
Apport personnel (€)	75000	150000	50000
Niveau d'investissement (k€)	300 K€	350 K€	150 K€
Royalties / Redevance générale	0 / 1%	NC / 1,2 % du CA	NC / 5% du CA
Redevance publicitaire	inclus	1% du CA	2% du CA
Surface (m ²)	600-1200	100 à 200	100 M ²
CA moyen	1,2 M€	850 K€ TTC	250 K€ TTC
Contact	Jean-Gabriel ORDAN 06 10 04 00 85 jgordan@bazarland.fr	Ingrid LEYSSALLES 05 57 54 39 11 developpement@beautysuccess.fr	Jennifer OBLIN 05 57 54 39 11 developpement@beautysuccess.fr

Enseigne	BÉBÉ 9	BEEZEN	BEL'VUE
Secteur	Équipement de la personne	Services aux particuliers	Habitat
Sous-secteur	Puériculture	Ménage	Portail, store et fenêtre
Création franchise	1965	2019	2020
Nombre de points de vente	93	3	NC
Type de contrat	Coopérative de commerçants actionnaires	Affiliation	Franchise
Durée du contrat (année)	pas de limite de durée	7 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	12000	19000	20000
Apport personnel (€)	120000	15000	25000
Niveau d'investissement (k€)	à partir de 400 K€	65 à 75 K€	77 341€
Royalties / Redevance générale	NC / 1850	NC / 5%	NC / 6% du CA
Redevance publicitaire	1.1% du CA HT	1%	2% du CA
Surface (m ²)	à partir 700 m ²	Local de 50 m ² minimum	15m ² de bureaux + 85m ² de réserve
CA moyen	1,2 M€	260 K€	623 500€
Contact	Sébastien LULBIN 0689332381 developpement@bebe9.com	Vanessa VIGNE MLEKUS 06 29 14 64 80 developpement@mybeezen.fr	Frédéric STEF 06.76.22.31.23 fredericstef@belvue.fr

archea

DRESSINGS BIBLIOTHÈQUES RANGEMENTS

TAO © Visiofab

2021-2022

PALMARÈS Capital avec statista
**MEILLEURES MARGUES
POUR LA MAISON**
"Placards sur mesure, dressings"

En toute franchise, un concept qui rend heureux, c'est bien mieux !

Profitez de la force d'un réseau sur un marché porteur !

Véritable créateur fabricant, Archea propose des aménagements intérieurs sur mesure pour particuliers et professionnels. Des solutions aussi ingénieuses qu'esthétiques, élégantes ou design pour toutes les pièces : salons, bureaux, dressings, bibliothèques... Avec ses 2 unités de production Archea conçoit et produit en France, pour garantir l'origine des produits et une fabrication de qualité.



Rejoignez-nous !

95%

des adhérents renouvellent leur contrat

99%

des adhérents sont satisfaits de leur relation avec l'enseigne

bientôt **40**

ans de savoir-faire et d'expertise

54

magasins adhérents en 2021

6,5%

de rentabilité moyenne (après rémunération du dirigeant)

archea.fr

Enseigne	BIG FERNAND	BIOCOOP S.A	BISTROT DU BOUCHER
Secteur	CHR	Alimentaire	CHR
Sous-secteur	Burger	Diététique, bio	Restauration
Création franchise	2011	1986	1988
Nombre de points de vente	61	700	7
Type de contrat	Franchise	Adhésion à coopérative	Licence de marque
Durée du contrat (année)	7 ans	5 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	35000	1,5% du CA 2ème année	20000
Apport personnel (€)	150000	80000	100000
Niveau d'investissement (k€)	300 à 400 K€ (hors DAB)	200 à 450 K€	400 - 600 K€
Royalties / Redevance générale	6,5% / 6%	0% / 1.2%	2% du CA HT/an / aucune
Redevance publicitaire	0,5%	0.10%	0 et 1% a partir de 50 unités
Surface (m²)	130m²	150-800	à partir de 150 m²
CA moyen	1 M€ HT	de 1,5 à 3 M€ selon les projets	1 M€
Contact	Eric DE SAINT LOUVENT NC e.desaintlouvent@biggroupe.com	Vanessa ROBINEAU 01 44 11 13 93 creation@biocoop.fr	Philippe MOUGEOT 06 76 75 54 25 franchise@bistrotdeboucher.fr

Enseigne	BLB HABITAT	BLUE BOX	BOCAGE
Secteur	Habitat	Equipement de la personne	Equipement de la personne
Sous-secteur	Construction, rénovation	Prêt à porter	Chaussures
Création franchise	1994	1990	1966
Nombre de points de vente	2	73	88
Type de contrat	Franchise - Concession	Franchise	Commission Affiliation
Durée du contrat (année)	4 ans	5 ans	6 ans
Droits d'entrée (€)	17000	7500	10000
Apport personnel (€)	20000	100000	20000
Niveau d'investissement (k€)	50 K€	entre 650 et 750 K€ pour 400m2	100 à 150 K€
Royalties / Redevance générale	0 / non	2,5% / 2%, 2,5%, 3%	NC / NC
Redevance publicitaire	0	0,5%	NC
Surface (m²)	1 Garage ou box	400 à 500 m²	45 m² Homme / Femme ; 65 m² Mixte
CA moyen	300 K€	1200 K€ TTC	NC
Contact	Jérôme BERDER 02 98 60 40 06 info@blb-habitat.com	Guillaume DEFONTAINE 0770075216 gdefontaine@blue-box.fr	Hervé KIT 06 87 80 27 46 hkit@groupe-eram.com

Enseigne	BODY MINUTE	BODY SANO	BONJOUR SERVICES
Secteur	Beauté, santé	Beauté, santé	Services aux particuliers
Sous-secteur	Institut de beauté	Diététique, minceur	Aide à la personne
Création franchise	1997	2011	2007
Nombre de points de vente	500	22	13
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	7 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	20000	0	16000
Apport personnel (€)	30000	10000	25000
Niveau d'investissement (k€)	180 K€	70 K€	50 K€
Royalties / Redevance générale	0 / Redevance fixe	0 / 250	NC / 3.5% du CA HT
Redevance publicitaire	Inclus dans redevances	0	1.5% du CA HT
Surface (m²)	60-80 m²	70	> 35 m²
CA moyen	250 K€	190 K€	entre 250 et 300 K€
Contact	Agathe DOMINGUES 01 53 30 73 02 developpement@bodyminute.fr	Fabrizio VERDIANI 06 12 89 19 33 fv@bodysano.com	Diane PLACE 07 60 23 23 33 franchise@bonjourservices.fr

Enseigne	BONOBO	BOULANGERIE LOUISE	BOUTICYCLE
Secteur	Equipement de la personne	Alimentaire	Auto, moto, bateau
Sous-secteur	Prêt à porter	Boulangerie	Cycles
Création franchise	2006	2010	1995
Nombre de points de vente	161	120	21
Type de contrat	Commission Affiliation	Franchise	Commerce associé
Durée du contrat (année)	5 ans	8 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	6500	40000	18000
Apport personnel (€)	60000	120000	120000
Niveau d'investissement (k€)	250 K€	600 K€	200 K€ HT
Royalties / Redevance générale	35 à 40% selon CA / NC	NC / 5% de CA HT	Aucunes / 1.390,00€ / mois
Redevance publicitaire	200€ HT / mois	1,5% du CA HT mensuel	Inclus
Surface (m²)	200	entre 200 et 350 m²	> 300 m²
CA moyen	NC	entre 750 et 1200 K€ HT	800 K€ HT
Contact	Damien VAUCHEL 02 99 19 98 98 dvauchel@groupe-beaumanoir.fr	Pierre SMITH 0671877207 smith.pierre@boulangerielouise.com	Jean SOUBEYRAND 0688118946 jean.soubeyrand@cyclelab.eu

Enseigne	BRAS DROIT DES DIRIGEANTS	BREAL	BRICO CASH
Secteur	Services aux entreprises	Équipement de la personne	Distribution
Sous-secteur	Cadres externalisés à temps partagé	Prêt à porter	Bricolage
Création franchise	2008	1994	2012
Nombre de points de vente	110	193	3
Type de contrat	Franchise	Affiliation	Groupement d'indépendants
Durée du contrat (année)	3 ou 5 ans	5 ans	15 ans
Droits d'entrée (€)	20500	6500	0
Apport personnel (€)	10000	50000	200000
Niveau d'investissement (k€)	entre 15 et 25 K€	100 K€	Variable
Royalties / Redevance générale	0 / 7%	40% HT du CA HT / NC	nc / NC
Redevance publicitaire	0	200€ / mois	nc
Surface (m ²)	0 m ²	120-250	2 formats : 2 000 ou 3 000 m ²
CA moyen	entre 80 à 110 K€	NC	NC
Contact	Coralie SERVOS 06 68 99 50 54	Damien VAUCHEL 02 99 19 98 98 dvauchel@groupe-beaumanoir.fr	Vanessa BESSE 0169641020 udm_recrutement@mousquetaires.com

Enseigne	BRICOMARCHE	BRICORAMA	BRIOCHE DORÉE
Secteur	Distribution	Distribution	CHR
Sous-secteur	Bricolage	Bricolage	Restauration rapide
Création franchise	1979	1975	1976
Nombre de points de vente	672	141	308
Type de contrat	Groupement d'indépendants	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	15 ans	5 ans	9 ans
Droits d'entrée (€)	0	0	30000
Apport personnel (€)	100000	100000	100000
Niveau d'investissement (k€)	Variable	NC	300 à 500 K€ (hors droit au bail)
Royalties / Redevance générale	nc / NC	NC / NC	NC / 5%
Redevance publicitaire	nc	NC	2%
Surface (m ²)	De 1 000 à 5 000 m ²	1500 m ²	150
CA moyen	NC	nc	700 K€
Contact	Vanessa BESSE 0169641020 udm_recrutement@mousquetaires.com	Vanessa BESSE 0169641020 udm_recrutement@mousquetaires.com	Régis HALBERT 02 99 22 23 24 franchise@briochedoree.fr

Enseigne	BRISACH	BUFFALO GRILL	BUREAU VALLEE
Secteur	Habitat	CHR	Distribution
Sous-secteur	Cheminées, poêles	Restauration à thème	Fourniture de bureau
Création franchise	1961	1980	1990
Nombre de points de vente	110	360	360
Type de contrat	Concession	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	9 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	0	50000	20000
Apport personnel (€)	50000	250000	70000
Niveau d'investissement (k€)	de 100 à 150 K€	1 100 k€	200 à 350 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 0	NC / 4.50%	NC / de 1.9% à 3,5%
Redevance publicitaire	1.50%	0.50%	0.75%
Surface (m ²)	100 à 200m ² + entrepôt de 50 à 100m ²	400 m ² en foncier ou en location	100 à 600m ²
CA moyen	700 K€	1,5 M€	+ 750 K€
Contact	Franck ORTEGA 06 62 42 97 60 franck.ortega@brisach.com	Charles VEXIAU 06 65 79 82 16 franchise@buffalo-courtepaille.com	Laurence MAGUARIAN 0624943335 developpement@bureau-vallee.com

Enseigne	BURGER KING	C4U CASE FOR YOU	CABETE FACADES
Secteur	CHR	Distribution	Habitat
Sous-secteur	Burger	Accessoires	Façade
Création franchise	1954	2010	1965
Nombre de points de vente	430	10	2
Type de contrat	Contrat de location gérance	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	9 ans + 9 ans	7 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	50000	25000	23000
Apport personnel (€)	250000	40000	25000
Niveau d'investissement (k€)	1 M€	Entre 80 et 120 K€ en fonction du form	90 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 9% du CA HT	NC / 6%	0 / 5%
Redevance publicitaire	3.5% du CA HT	1%	3%
Surface (m ²)	NC	Entre 20 et 50 m ²	150 m ²
CA moyen	NC	Entre 350 et 500 K€	entre 600 et 900 K€
Contact	Xavier CHAMPENOIS NC xavier.champenois@bkfservices.fr	Cédric HOLTZER 06 66 68 65 05 cedricholtzer@c4u.com	Emmanuel CABETE 0384294280 2cdeveloppement@cabete-facades.fr

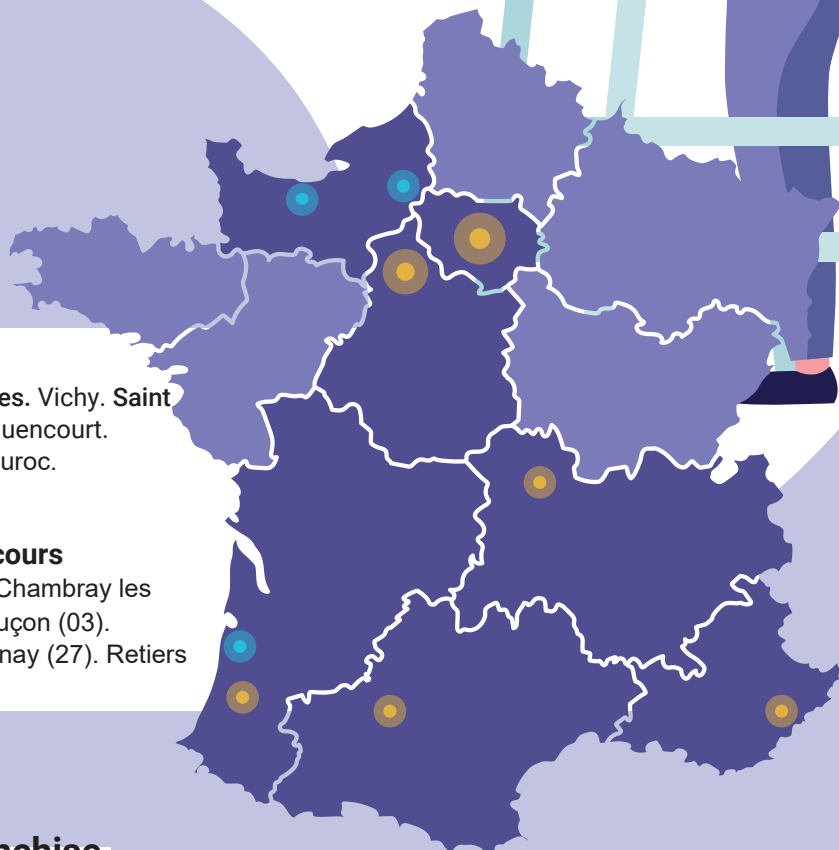
Enseigne	CABINET GCL EXPERTS-GESTION	CACHE-CACHE	CAMPANILE
Secteur	Services aux entreprises	Équipement de la personne	CHR
Sous-secteur	Services financiers et juridiques	Prêt à porter	Hôtellerie
Création franchise	NC	1991	NC
Nombre de points de vente	73	195	400
Type de contrat	Réseau	Commission Affiliation	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	5 ans	10 ans
Droits d'entrée (€)	28000	6500	1500
Apport personnel (€)	10000	50000	500000
Niveau d'investissement (k€)	NC	250 à 350 K€	NC
Royalties / Redevance générale	0 / 520	NC / NC	NC / 5%
Redevance publicitaire	inclus	200€ / mois	1%
Surface (m ²)	home office	192-260	NC
CA moyen	entre 80 et 130 K€	NC	NC
Contact	nicolas RIVET 06 86 68 53 59 contact@expertgcl.fr	Damien VAUCHEL 02 99 19 98 98 dvauchel@groupe-beaumanoir.fr	Christophe NOVELLON NC cnovellon@louvre-hotels.com

Enseigne	CAPI CONSULT	CARD GROUP	CARPY COIFFEUR
Secteur	Services aux entreprises	Sport, loisirs, culture	Beauté, santé
Sous-secteur	Etudes, Conseil	Librairie, presse, carterie	Salon de coiffure
Création franchise	2004	2007	2002
Nombre de points de vente	17	NC	55
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	5 ans	84 mois
Droits d'entrée (€)	30000	3000	5000
Apport personnel (€)	30000	10000	20000
Niveau d'investissement (k€)	30 K€ + fonds de roulement	12 à 20 K€	69.2 K€
Royalties / Redevance générale	5% / 500 €	0 / 0	0 / 590€ / mois
Redevance publicitaire	0	0	0
Surface (m ²)	Pas nécessaire	Pas d'emplacement commercial nécessaire	70
CA moyen	100 K€	Entre 80 et 130 K€	275 K€
Contact	Dominique PIEL 06 27 48 93 40 dominique.piel@capiconsult.com	Philippe CHICHET 06 12 69 75 93 chichet@cardgroup.com	Michel KUNZLER 02 47 78 15 00 developpement@carpy.com

Enseigne	CARRE GOLF	CARREFOUR BIO	CARREFOUR CITY
Secteur	Sport, loisirs, culture	Distribution	Distribution
Sous-secteur	Articles de sport	Supermarché	Supermarché
Création franchise	2009	1990	1990
Nombre de points de vente	11	33	809
Type de contrat	Franchise	Franchise Location Gérance	Franchise Location Gérance & Investissement
Durée du contrat (année)	5 ans	1 ans	Variable
Droits d'entrée (€)	20000	0	0
Apport personnel (€)	70000	10000	7500
Niveau d'investissement (k€)	150 K€	NC	100 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 4000 à 12000€ par an	NC / NC	NC / NC
Redevance publicitaire	NC	NC	NC
Surface (m ²)	300 mini	de 150 à 250 m ²	de 200 à 800m ²
CA moyen	400 K€ HT	1 à 2,5 M€ par an	2 à 10 M€
Contact	Jean François BOUCHER NC jfb@carregolf.com	Laetitia MARQUES 0164508198 laetitia_marques@carrefour.com	Laetitia MARQUES 0164508198 laetitia_marques@carrefour.com

Enseigne	CARREFOUR CONTACT	CARREFOUR EXPRESS	CARREFOUR MARKET
Secteur	Distribution	Distribution	Distribution
Sous-secteur	Supermarché	Supermarché	Supermarché
Création franchise	1990	1990	1969
Nombre de points de vente	625	673	1017
Type de contrat	Franchise Location Gérance & Investissement	Franchise Location Gérance & Investissement	Franchise Location Gérance & Investissement
Durée du contrat (année)	Variable	Variable	Variable
Droits d'entrée (€)	0	0	0
Apport personnel (€)	7500	7500	30000
Niveau d'investissement (k€)	150 K€	80 K€	300 K€
Royalties / Redevance générale	NC / NC	NC / NC	NC / NC
Redevance publicitaire	NC	NC	NC
Surface (m ²)	de 450 à 900m ²	50 à 300m ²	de 1 000 à 4 000m ²
CA moyen	3 à 9 M€	1 à 3 M€	7 à 45 K€ par an
Contact	Laetitia MARQUES 0164508198 laetitia_marques@carrefour.com	Laetitia MARQUES 0164508198 laetitia_marques@carrefour.com	Laetitia MARQUES 0164508198 laetitia_marques@carrefour.com

Rejoignez le leader spécialiste du maintien à domicile en milieu rural



Franchises signées

Nice. Cherisy. Ezy sur Eure. Voves. Vichy. Saint Pierre d'Irube. Le Chesnay Rocquencourt. Taverny. Villeneuve-Tolosane. Duroc. Chateaudun.

Franchises en cours

Chauvigny (86). Chambray les Tours (37). Montluçon (03). Mathieu (14). Bernay (27). Retiers (35)

Données clés de la franchise

Contrat de franchise sur **7 ans**

Droits d'entrée à **18 000€**

Redevances à **4%** fonctionnement (*dégressif par palier de CA*) + **1%** publicité Nationale

Apport minimum entre **18 000€** et **20 000€**

Investissement total de **60 000€** (*incluant la formation, le kit com de départ*)

Vous avez besoin de plus d'information ?

☎ **Angéline Monfort**
02 36 69 01 97

☎ **Alexy Monfort**
02 36 69 01 98



lmt-services.fr

Spécialiste du maintien à domicile depuis 2003
Alexy.monfort@lmt-services.fr

Enseigne	CARREMENT FLEURS	CASH CONVERTERS	CASH EXPRESS
Secteur	Distribution	Distribution	Distribution
Sous-secteur	Fleuriste	Discount, Dépôt-vente	Discount, Dépôt-vente
Création franchise	2006	1994	2000
Nombre de points de vente	37	97	130
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	9 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	17000	15000	15000
Apport personnel (€)	60000	50000	50000
Niveau d'investissement (k€)	200 à 220 K€	150 K€ (Mag City) et 450 K€ (Mag Standard)	160 à 350 K€
Royalties / Redevance générale	0 / 3% du CA plafonnée	NC / 1450€ mensuel/fixe	850€ - 1300€ / NC
Redevance publicitaire	1% du CA HT	1,5% du CA HT	0,65% du CA hors taxe
Surface (m ²)	150	80 à 120m ² (City) et 121 à 400m ² (Standard)	50 - 400
CA moyen	400 à 450 K€ HT	500 K€ (City) et 1100 K€ (Standard)	1 M€
Contact	Sylvain THOMAS 05 53 98 53 74 developpement@carrementfleurs.fr	Ronan PENSEC 0680247219 developpement@cashconverters.fr	Arnaud GUÉRIN 04 42 12 45 99 developpement@cashexpress.fr

Enseigne	CASINO SUPERMARCHÉ ET GEANT	CATIMINI	CAVAVIN
Secteur	Distribution	Equipement de la personne	Alimentaire
Sous-secteur	Supermarché	Mode enfantine	Caviste
Création franchise	1898	1980	1985
Nombre de points de vente	425	74	171
Type de contrat	Franchise	Affiliation ou succursale	Franchise / Commission affiliation
Durée du contrat (année)	7 ans	5 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	0	0	16500
Apport personnel (€)	400000	30000	20000
Niveau d'investissement (k€)	Variable selon projet	120 K€	70 à 120 K€
Royalties / Redevance générale	0 / 0,50%	0 / néant	NC / 2,5%
Redevance publicitaire	0,50%	1%	0
Surface (m ²)	600-3000 m ²	50 + réserve	40 à 120 m ²
CA moyen	NC	selon la nature du projet	300 K€
Contact	Laurence BENEDETTO 0477453131 lbenedetto@groupe-casino.fr	Chielbert CRIELAARD NC ccrielaard@idgroup.com	Céline BOSSARD 02 51 75 06 70 developpement@cavavin.fr

Enseigne	CENTRAKOR	CENTRE SERVICES	CENTURY 21
Secteur	Distribution	Services aux particuliers	Immobilier
Sous-secteur	Equipement de la maison	Aide à la personne	Agence immobilière
Création franchise	1990	2005	1987
Nombre de points de vente	450	85	931
Type de contrat	Partenariat commercial/Concession d'enseigne	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	7 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	3500	19500	25000
Apport personnel (€)	150000	25000	60000
Niveau d'investissement (k€)	400 K€ (hors local)	Entre 90 000€ et 100 000€	180 K€
Royalties / Redevance générale	Aucunes / 1 100€ /mois	NC / 4% du CA	6% Dégressif / NC
Redevance publicitaire	375 €/mois	1% du CA	2% Maximum
Surface (m ²)	1500 à 3500 m ²	Entre 30 et 40 m ²	80 m ²
CA moyen	2,2 M€ TTC	368 000€	450 K€
Contact	Bruno BLAKE 05 61 00 63 00 bruno.blake@centrakor.com	Rémi GROSSET 01 83 79 01 71 franchise@centreservices.fr	Denis MAZELLA 01 69 11 12 81 denis.mazella@century21france.com

Enseigne	CESAM	CHEM DRY	CHOCOLATERIE MONBANA
Secteur	Beauté, santé	Services aux entreprises	Alimentaire
Sous-secteur	Esthétique corporelle	Service divers	Chocolatier
Création franchise	2010	NC	1934
Nombre de points de vente	15	8	24
Type de contrat	Partenariat	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	5 ans + 5 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	0	10500	20000
Apport personnel (€)	20000	5000	80000
Niveau d'investissement (k€)	50 - 100 K€	35,5 K€	200-350 K€
Royalties / Redevance générale	0 / 0	NC / 350	4% / NC
Redevance publicitaire	NC	optionnelles	1,50%
Surface (m ²)	50-100 m ²	pas de local	120 à 150 m ²
CA moyen	220 K€	120 K€	NC
Contact	Christian THOMAZEAU 04 93 82 94 85 contact@cesam-esthetic.com	Abderrahman BABA 02 47 79 15 84 a.baba@chemdry-France.fr	Catherine LEROY 0675423433 c.leroy@saveursetdelices.com

Enseigne	CIMM IMMOBILIER	CINNA	CITIBIKE
Secteur	Immobilier	Habitat	Sport, loisirs, culture
Sous-secteur	Agence immobilière	Mobilier, décoration	Articles de sport
Création franchise	1979	1975	2014
Nombre de points de vente	102	84	8
Type de contrat	Franchise - Succursale	Concession	Concession sous licence de marque
Durée du contrat (année)	5 ans	3 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	12000	0	18000
Apport personnel (€)	12000	0	50000
Niveau d'investissement (k€)	Variable selon le contrat choisi	NC	150 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 6%	NC / NC	NC / 3%
Redevance publicitaire	2%	NC	1%
Surface (m ²)	0-80	200-600	150 m ² à 300 m ²
CA moyen	NC	NC	1000 K€
Contact	Aurélié MIRIBEL 06 20 07 34 77 aurelie@cimm.com	Bruno ALLARD 04 74 36 18 49 cinna@cinna.fr	Enguerran DUCROCQ 0952312014 franchise@citibike.fr

Enseigne	CITRON VERT	CITYLIFE IMMOBILIER	CITYLIFE IMMOBILIER
Secteur	Beauté, santé	Immobilier	Immobilier
Sous-secteur	Institut de beauté	Agence immobilière	Agence immobilière
Création franchise	1999	2014	2014
Nombre de points de vente	80	4	4
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	9 ans	5 ans	NC
Droits d'entrée (€)	16800	15000	15000
Apport personnel (€)	40000	40000	40000
Niveau d'investissement (k€)	120 à 200 K€	90 K€	90 K€
Royalties / Redevance générale	450 € HT + 2,5 % du CA/mois / 0	NC / 4% du CA/mois	NC / NC
Redevance publicitaire	1,5 % ht du CA ht	2% du CA HT/mois-prix plancher à 250€HT/mois	NC
Surface (m ²)	80/90 m ²	70 m ²	70 m ²
CA moyen	280 K€	350 K€	350 K€
Contact	Ladislav KOCH 04 72 86 99 81 candidatures@rcia-citronvert.fr	Julien GAUTHIER 01 81 69 55 20 franchise@citylife.fr	Cédric HOUOT 01 81 69 55 20 franchise@citylife.fr

Enseigne	CLASS'CROUTE	CLEANNIX	CLIKECO
Secteur	CHR	Beauté, santé	Services aux entreprises
Sous-secteur	Restauration rapide	Santé, médical	Recyclage
Création franchise	NC	2010	2004
Nombre de points de vente	146	8	13
Type de contrat	Franchise	Licence de marque	Franchise
Durée du contrat (année)	9 ans	1 à 3 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	30000	5000	12250
Apport personnel (€)	150	5000	20000
Niveau d'investissement (k€)	300 K€	< 10 K€	50 K€
Royalties / Redevance générale	5% / NC	incluses / 250€ HT / mois	NC / Forfaitaire
Redevance publicitaire	2%	Incluses	Variable
Surface (m ²)	200 m ²	0 m ²	NC
CA moyen	450 K€	50 à 200 k€	150 K€
Contact	Patricia REYES 06 60 45 59 15 patricia.reyes@classcroute.com	Frédéric MORELLI 06 61 04 91 91 f-morelli@cleannix.fr	Ferdinand BÉZU 03 89 74 28 22 developpement@clikeco.com

Enseigne	COACH D'AFFAIRES	COCCIMARKET - COCCINELLE	CŒUR DE FLEURS
Secteur	Coaching d'affaires	Distribution	Distribution
Sous-secteur	Accompagnement des entreprises TPE/PME	Supermarché	Fleuriste
Création franchise	2007	1969	1995
Nombre de points de vente	10	117	53
Type de contrat	Licence de marque	Affiliation	Franchise
Durée du contrat (année)	3 ans	Coccimarket (5 ans) ; Coccinelle (7 ans)	7 ans
Droits d'entrée (€)	25000	0	10000
Apport personnel (€)	25000	25000	60000
Niveau d'investissement (k€)	50000	60 K€ Coccimarket ; 110 K€ pour Cocci	à partir de 145 K€
Royalties / Redevance générale	10% / oui	Aucunes / aucune	NC / 5%
Redevance publicitaire	0	0.3% du CA TTC maximum	1.50% du CA TTC
Surface (m ²)	non	de 150 à 500 m ²	60 à 120m ²
CA moyen	120 à 180 K€	Coccimarket 400 K€/an ; Coccinelle 900 K€/an	300 à 450 K€
Contact	Pascale JOLY-LOMBARDI 06 99 86 31 00 contact@caochdaffaires.com	Michel FARINHA 02 38 46 84 68 michel.farinha@codifrance.fr	NC SERVICE DÉVELOPPEMENT 0180002034 developpement@emova-group.com

Enseigne	COMERA CUISINES	COMTESSE DU BARRY	COPIFAC
Secteur	Habitat	Alimentaire	Services aux entreprises
Sous-secteur	Cuisiniste	Epicerie fine	Service divers
Création franchise	1945	1908	1984
Nombre de points de vente	55	53	15
Type de contrat	Concession	Franchise	licence de marque / partenariat
Durée du contrat (année)	5 ans	7 ans puis 5 ans en renouvellement	12 ans
Droits d'entrée (€)	0	14000	24000
Apport personnel (€)	A partir de 45K€	50000	40000
Niveau d'investissement (k€)	A partir de 185K€	128 K€ hors pas-de-porte	150 K€ environ en fonction du local
Royalties / Redevance générale	0 / 0	2,5% du CA / 600 € mensuelle	250€ 1ère année / 1200€ HT
Redevance publicitaire	4% sur les achats nets meubles	NC	0
Surface (m²)	250 m²	30-45 m²	60 minimum
CA moyen	une rentabilité net après impôts de 5%	Selon projet	Variable
Contact	Anthony BEAUMET 06 60 69 47 61 businessclub@comera.com	Stephanie MOUSSEL 0648636496 s.moussel@comtessedubarry.com	Guillaume HENIN 05 56 94 51 46 guillaumehenin@copifac.fr

Enseigne	CORESPA	CORIOLIS TELECOM	COTE PARTICULIERS
Secteur	Sport, loisirs, culture	Distribution	Immobilier
Sous-secteur	Remise en forme	Réparations de téléphones/tablettes	Agence immobilière
Création franchise	2007	1989	2008
Nombre de points de vente	4	300	110
Type de contrat	Franchise	affiliation	Licence de marque
Durée du contrat (année)	7	36	5 ans
Droits d'entrée (€)	20000	0	0
Apport personnel (€)	30000	10000	30000
Niveau d'investissement (k€)	170 K€	NC	60 K€
Royalties / Redevance générale	6% du CA / NC	0 / 150 à 250 €/mois	NC / 699 € HT/mois
Redevance publicitaire	2% du CA	0	199€ HT/mois
Surface (m²)	200 m²	en moyenne 35 m²	50 m²
CA moyen	NC	NC	350 K€ HT
Contact	Guillaume LEGRAND 0663998741 guillaume.legrand@corespa.fr	Eric KFFANTO 01 41 45 55 84 erickffanto@coriolis.fr	Jean Philippe GROUAU 05 62 39 93 54 leads@coteparticuliers.com

Enseigne	COTE SUSHI	COURS ADO	COURTEPAILLE
Secteur	CHR	Services aux particuliers	CHR
Sous-secteur	Restauration rapide	Soutien Scolaire	Restauration
Création franchise	2007	1993	1961
Nombre de points de vente	38	30	250
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	7 ans	10 ans
Droits d'entrée (€)	30000	20500	40000
Apport personnel (€)	80000	15000	250000
Niveau d'investissement (k€)	300 à 350 K€	40 à 50 K€	400 à 1400 K€ selon le type de projet
Royalties / Redevance générale	NC / 5%	4,5% du CA / Infor. 159€ / mois	NC / 5%
Redevance publicitaire	2%	300€ / mois	1,50%
Surface (m²)	70 à 150 m²	30-50	Foncier 2600 m² ou local 300 m²
CA moyen	Entre 800 et 2500 K€	180 K€	1,2 M€
Contact	Myriem SEBTI 0769466889 developpementcs@cotesushi.com	Elodie RACINE 03 23 05 20 68 eracine@cours-ado.com	Charles VEXIAU 06 65 79 82 16 cvexiau@napaqaaro.com

Enseigne	CREANAIL	CREDIPRO	CRÉDIT LIBRA
Secteur	Beauté, santé	Services aux entreprises	Services aux particuliers
Sous-secteur	Institut de beauté	Services financiers et juridiques	Courtage
Création franchise	1983	2010	2009
Nombre de points de vente	NC	60	28
Type de contrat	Concession	Franchise	Licence de marque
Durée du contrat (année)	5 ans	5 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	2750	22000	6500
Apport personnel (€)	10000	22000	0
Niveau d'investissement (k€)	20 K€	32000	10 K€
Royalties / Redevance générale	NC / NC	NC / 750€ minimum	NC / 500 € HT + 111 € HT
Redevance publicitaire	NC	250	2% du CA (à partir du 13 ^e mois)
Surface (m²)	20 à 40 m²	30 m²	NC
CA moyen	300 K€	120 K€	150 K€
Contact	Iaquina BRIGITTE 0660339517 creanailaix@gmail.com	Véronique GENTILHOMME 06 27 46 59 61 veronique.gentilhomme@credipro.com	Nicolas RICHARD NC developpement@credit-libra.fr



40 ans
1980 - 2020

Rejoignez le réseau des experts en **signalétique**

“Pour monter
mon **enseigne**,
je prends de la hauteur
chez **pano** !”



40 ans
de savoir-faire



150 agences
en France et
à l'international



Concept
clé en main



Forte
rentabilité



Accompagnement
personnalisé



Métier
riche et varié



Clientèle
de professionnels

Pour plus d'informations,
contactez-nous !

05 56 47 77 63

developpement@pano-group.com

www.pano-group.com

Découvrez les témoignages
de nos concessionnaires sur
nos réseaux sociaux **PANO Group** !



Enseigne	CRYOTERA	CUISINE PLUS	CUISINELLA
Secteur	Beauté, santé	Habitat	Habitat
Sous-secteur	Bien être	Cuisiniste	Cuisiniste
Création franchise	2016	1984	1934
Nombre de points de vente	7	60	301
Type de contrat	Franchise	Franchise	Concession
Durée du contrat (année)	7	7 ans puis 5 ans	illimitée
Droits d'entrée (€)	20000	10000	0
Apport personnel (€)	40000	40000	50000
Niveau d'investissement (k€)	260 K€	A partir de 250k€	350 à 500 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 5%	NC / 1.60%	0 / 2% CA achat meubles HT
Redevance publicitaire	1%	4%	5k €
Surface (m ²)	100 à 150 m ²	150 à 400m ²	100 m ² en centre-ville et 350 m ² en périphérie
CA moyen	200 K€	à partir de 1600 K€ HT	2 M€ en moyenne
Contact	Guillaume BOUCHET 0661730133	Benjamin BOHBOT 01 49 38 95 49 monmagasin@cuisine-plus.fr	Véronique ROBERT 0617484699 veronique.robert@groupe.schmidt

Enseigne	CUISINES OMEGA	CUISINES REFERENCES	CUISINES VENIDOM
Secteur	Habitat	Habitat	Habitat
Sous-secteur	Cuisiniste	Cuisiniste	Cuisiniste
Création franchise	2013	1989	2011
Nombre de points de vente	2	100	22
Type de contrat	Franchise	Affiliation	franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	5 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	15000	5000	20000
Apport personnel (€)	10000	30000	15000
Niveau d'investissement (k€)	38 K€	200 K€	90 K€
Royalties / Redevance générale	0% / 5% à 3% dégressif	NC / 1.15%	3,5% du CA / NC
Redevance publicitaire	2%	1.6%	1% du CA HT
Surface (m ²)	15m ²	200	NC
CA moyen	250 K€	NC	200 K€
Contact	Denis SANCHEZ 03 89 07 39 32 / 06 89 15 07 47 contact@cuisinesomega.fr	Frédéric LACOUR 06 08 54 19 85 FLACOUR@cuisines-references.fr	Stéphane LAGNEAUX 0642495936 franchise@venidom.com

Enseigne	CULINARION	CULTURE VELO	CYCLABLE
Secteur	Habitat	Auto, moto, bateau	Auto, moto, bateau
Sous-secteur	Equipement de la maison	Cycles	Cycles
Création franchise	NC	2000	2005
Nombre de points de vente	32	73	120
Type de contrat	Partenariat	NC	Franchise
Durée du contrat (année)	NC	5 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	10400	22000	15000
Apport personnel (€)	80000	150000	80000
Niveau d'investissement (k€)	140 K€	350.000,00€ HT	250 à 400 K€
Royalties / Redevance générale	NC / NC	Aucunes / 1.890,00€ HT/mois	NC / 3% du CA
Redevance publicitaire	2.8%	Incluses	1% du CA
Surface (m ²)	80-120 m ²	500 m ²	120 à 400 m ²
CA moyen	450 K€	1 K€ HT	750 K€
Contact	Didier CANDELLE 01 41 38 82 20 didier.candelle@ekfrance.fr	Jean SOUBEYRAND 0688118946 jean.soubeyrand@cyclelab.eu	Benjamin CAMUSET 04 81 65 19 19 benjamin.camuset@cyclable.com

Enseigne	DAFY MOTO	DAL'ALU	DANIEL MOQUET SIGNE VOS ALLEES
Secteur	Auto, moto, bateau	Habitat	Habitat
Sous-secteur	Accessoires moto	Construction, rénovation	Jardin
Création franchise	1974	1982	2004
Nombre de points de vente	200	150	230
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	5 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	9000	0	41500
Apport personnel (€)	80000	40000	40000
Niveau d'investissement (k€)	350 K€	120 K€	250 K€
Royalties / Redevance générale	0 / 5%	NC / 4% de droits de marque	5% / 5%
Redevance publicitaire	0	1,5% sur les achats	NC
Surface (m ²)	300m ²	300 m ² minimum	2 000 m ² en zone artisanale
CA moyen	NC	250 K€	560 K€
Contact	Antoine GUILLOT 06.26.89.54.87 antoine-guilLOT@dafy-moto.fr	Bernard HOUTIN 05 56 67 40 40 franchise@dalalu.fr	Pauline MOQUET 02 43 00 67 28 recrutement@daniel-moquet.com

REJOIGNEZ NOTRE RÉSEAU MULTI-SPÉCIALISTE DE SERVICES À LA PERSONNE !

MÉNAGE • NOUNOU • SÉNIORS • JARDIN • BRICO • INFO



PHOTOS : STÉPHANIE (FRANCHISÉE À CHASSENEUIL-DU-POITOU), CHARLES ET CHRISTÈLE (FRANCHISÉS À RAMBOUILLET), ENGUERRAN (FRANCHISÉ À LILLE), CATHERINE (FRANCHISÉE À NÎMES)

15

ans
d'expérience
au service de
nos clients

70

agences
réparties
sur toute
la France.

100%

des contrats
de franchise
renouvelés

 **Youtube**

RETROUVEZ LES
TÉMOIGNAGES DE NOS FRANCHISÉS
SUR NOTRE CHAÎNE YOUTUBE !

La force d'un réseau, l'esprit d'une famille !

CONTACT FRANCHISE :

OLIVIER DELLA DORA | 06 95 95 26 67

WWW.VIVASERVICES.FR



Enseigne	DARTY	DE NEUVILLE	DECLIC IMMO
Secteur	Distribution	Alimentaire	Immobilier
Sous-secteur	Equiperment de la maison	Chocolatier	immobilier
Création franchise	1957	1986	NC
Nombre de points de vente	466 (dont 245 Franchisés)	155	9
Type de contrat	Franchise	Franchise	Licence de marque
Durée du contrat (année)	5 ans	7 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	50000	15000	10000
Apport personnel (€)	150000	60000	15000
Niveau d'investissement (k€)	350 à 800 K€	à partir de 150 K€	40 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 5% du CA	0 à 4% / 0	0 / 5 %
Redevance publicitaire	inclus dans les 5%	0	1 %
Surface (m ²)	300m ² - 1000m ²	40 à 160m ²	100m ²
CA moyen	NC	NC	500 K€
Contact	Michel FLEYS 0972 720 170 franchise@darty.fr	Gaëlle MORÉ 01 60 17 57 96 - 06 85 22 41 45 gaelle.more@sa-deneuille.fr	Perrine LERAISNABLE 07 64 55 72 70 perrine.leraisnable@declic.immo

Enseigne	DECOVRAC	DEL ARTE	DELKO
Secteur	Habitat	CHR	Auto, moto, bateau
Sous-secteur	Jardin	Restauration à thème	Entretien automobile
Création franchise	2016	1985	1999
Nombre de points de vente	7	200	92
Type de contrat	Franchise	Contrat de Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	10 ans	9 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	10000	46000	14500
Apport personnel (€)	50000	175000	50000
Niveau d'investissement (k€)	100 et 300 K€	À partir de 850 K€ pour une création	150 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 3% du CA annuel	5% / NC	5% / 5%
Redevance publicitaire	2%	2%	NC
Surface (m ²)	2500 à 4000 m ² de surface extérieures	À partir de 350M ²	400 m ²
CA moyen	400 K€	1400 K€ HT	500 K€
Contact	Frédéric BERNAT 06 84 90 56 85 fbernatconsult@gmail.com	Nicolas GUILBERT 02 99 22 23 22 franchise@delarte.fr	Claire ROSSICH 0442292962 recrutement.franchise@delko.fr

Enseigne	DEPIL TECH	DEVRED 1902	DIAGAMTER
Secteur	Beauté, santé	Equiperment de la personne	Immobilier
Sous-secteur	Institut de beauté	Prêt à porter	Diagnostic Immobilier
Création franchise	2011	1902	1997
Nombre de points de vente	124	120	165
Type de contrat	Franchise	Commission Affiliation	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	6 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	25000	15000	15000
Apport personnel (€)	50000	50000	15000
Niveau d'investissement (k€)	220 K€	200 K€	à partir de 45 K€ HT
Royalties / Redevance générale	NC / 7%	NC / 39% du CA net HT	NC / Fixe + 4.2% du ca
Redevance publicitaire	350 euros mensuel	NC	1% inclus aux 4.2%
Surface (m ²)	65 m ²	140-170	Pas de porte non obligatoire
CA moyen	400 K€ annuel en province ; 600 K€ Paris	700 K€	170 K€
Contact	Vanessa PERRAIS 07 62 19 83 31 vanessa.perrais@depiltech.com	Nathalie LAURENT 06 61 05 78 98 nathalie.laurent@devred.fr	Thierry ADELIN 05 34 44 18 47 thierry.adeline@diagamter.com

Enseigne	DIETPLUS	DIRECT OPTIC & AUDITION	DISTRI CLUB MEDICAL
Secteur	Beauté, santé	Beauté, santé	Beauté, santé
Sous-secteur	Diététique, minceur	Santé, médical	Santé, médical
Création franchise	2008	2008	1975
Nombre de points de vente	310	71	82
Type de contrat	Franchise	Commission-Affiliation	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	7 ans	5 ans renouvelable
Droits d'entrée (€)	7500	15000	15000
Apport personnel (€)	5000	15000	50000
Niveau d'investissement (k€)	60 à 80 K€	Centre ville : 60 K€ / Zone commerciale : 150	Environ 120 K€ HT
Royalties / Redevance générale	0 / 0	2% / NC	0 / Fixe et variable
Redevance publicitaire	0	4%	1% du Chiffre d'affaires HT
Surface (m ²)	40-60	60-150 m ²	Environ 200m ² (espace de stockage inclus)
CA moyen	165 K€	Centre ville CA > 300 K€ / Zone co CA > 750 K€	NC
Contact	Kany DOUCOURÉ 0805650412 contact-officiel-dietplus@franchiseoncloud.fr	Olivier BOUSSEMART 06 78 36 49 04 oboussebart@direct-optic.fr	Alexandra VIVES 04 50 31 70 26 a.vives@districlubmedical.fr

Enseigne	DISTRI FRANCE	DOC'BIKER	DOCTEUR ORDINATEUR
Secteur	Bâtiment	Auto, moto, bateau	Services aux particuliers
Sous-secteur	Construction, rénovation	Centre moto	Informatique
Création franchise	1985	1997	2003
Nombre de points de vente	1	28	54
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	10 ans	6 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	7500	15000	5000
Apport personnel (€)	10000	60000	15000
Niveau d'investissement (k€)	60 K€	180 K€	NC
Royalties / Redevance générale	NC / 2.5% du CA HT / mois	5% / NC	0% / 200€
Redevance publicitaire	NC	3%	1.5%
Surface (m ²)	300 m ²	100-150m ²	Avec ou sans Boutique
CA moyen	300 – 400 K€	350 à 400 K€ après 3 ans	Sans employé de 60 à 70 K€ (CA HT)
Contact	Julien SYDOROWICZ 06 78 87 89 48 franchises@distri-france.com	Aurélien DUFLOT NC franchise@docbiker.com	Vincent BONNET 07 67 02 02 21 franchise@docteurordinateur.com

Enseigne	DOM&VIE	DOMICILE CLEAN	DOMIDOM FRANCHISE
Secteur	Habitat	Services aux particuliers	Services aux particuliers
Sous-secteur	Equiperment de la maison	Aide à la personne	Aide à la personne
Création franchise	2012	2006	2003
Nombre de points de vente	70	75	70
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	7 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	25000	12000	19000
Apport personnel (€)	30000	10000	29000
Niveau d'investissement (k€)	70 K€	35 K€	70 K€
Royalties / Redevance générale	NC / - 5%	3,5 % du CA HT / NC	NC / De 4% à 0,8%
Redevance publicitaire	NC	1,5 % du CA HT	1% CA à partir du 6 ^{ème} mois d'activité
Surface (m ²)	Non obligatoire	15	60 à 80m ²
CA moyen	300 K€	240 K€	250 K€
Contact	Mickaël COHEN 0664151506 m.cohen@dometvie.fr	Cyril ERISSE 06 12 11 94 19 cyril.erisse@domicile-clean.fr	Waele AL SAQQAF 06 73 21 25 42 w.alsaqqaf@domidom.fr

Enseigne	DOMINO'S PIZZA	DOPPIO MALTO	DYNABUY
Secteur	CHR	CHR	Services aux entreprises
Sous-secteur	Livraison à domicile	Restauration	Service divers
Création franchise	1989	2005	2009
Nombre de points de vente	458	28	140
Type de contrat	Franchise	Franchise	Contrat agence commerciale
Durée du contrat (année)	10 ans	10 ans	3 ans
Droits d'entrée (€)	25000	30000	0
Apport personnel (€)	80000	250000	0
Niveau d'investissement (k€)	entre 300 et 350 K€ (hors pas de porte)	Entre 700 et 900 K€ (hors foncier)	faible
Royalties / Redevance générale	NC / 5,5% en année 1	De 3% à 7% / De 3% à 7%	0€ / Variable
Redevance publicitaire	4% au minimum - soumis au vote annuel	NC	0€
Surface (m ²)	100 m ² en moyenne	400 à 800 m ²	Home office
CA moyen	800 K€	1,8 M€	250 K€
Contact	Pierre FAUCONNET 0677169123 pierre.fauconnet@dominos.fr	Dominique GAILLARD +330648550485 dgailard@foodbrand.com	Tiphaine LEMAITRE 02 51 25 20 10 tlemaitre@dynabuy.fr

Enseigne	DYNAMITE GAMES	EASY CASH	EAT SALAD
Secteur	Sport, loisirs, culture	Distribution	CHR
Sous-secteur	Jeux, jouets	Discount, Dépôt-vente	Salad bar
Création franchise	1996	2001	2013
Nombre de points de vente	28	123	50
Type de contrat	Licence d'enseigne	Franchise, Association	Franchise
Durée du contrat (année)	10 ans	7 ans	9
Droits d'entrée (€)	0	35000	35000
Apport personnel (€)	6000	50000	150000
Niveau d'investissement (k€)	20 K€	de 150 à 500 K€ selon les projets	590 K€ hors local
Royalties / Redevance générale	NC / confidentiel	1 000€ HT + variable / 2,25%	7 / 7%
Redevance publicitaire	NC	1%	0
Surface (m ²)	20-50	Entre 100 et 350 m ²	180 à 300 m ²
CA moyen	confidentiel	1,4 M€	962 K€
Contact	Angélique PIPAUD 02 51 93 39 32 contact@dynamite-games.com	Kevin FISCHER 05 57 92 05 74 kevin.fischer@easycash.fr	Antoine BARAT 0648241818 axel.sanchez@eatsalad.com

Enseigne	ECOLINE WASH	ELEPHANT BLEU	ELTON CUISINES
Secteur	Auto, moto, bateau	Auto, moto, bateau	Habitat
Sous-secteur	Entretien automobile	Lavage Automobile	Cuisiniste
Création franchise	2011	1973	2016
Nombre de points de vente	130	460	8
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	5 ans + 4 ans renouvelables	7 ans
Droits d'entrée (€)	2500	100000	18000
Apport personnel (€)	7500	60000	75000
Niveau d'investissement (k€)	35 K€	A partir de 300 K€	320K€
Royalties / Redevance générale	Variable / NC	NC / 150,41 €HT mensuel/piste	NC / 3% du CA
Redevance publicitaire	150 euros/mois	Contribution publicitaire incluse	5% du CA
Surface (m ²)	Pas besoin de local	A partir de 1000m ²	350m ²
CA moyen	80 K€	150 K€	1,54 M€
Contact	Dominique LE LARDIC 09 71 41 10 31 contact@ecolnewash.fr	Jean-Christophe ROGEZ 03 90 29 46 62 investisseurs@hypromat.com	Maryline GAVOILLE 04 72 79 42 67 maryline.gavoille@gp-aviva.com

Enseigne	ENDURANCE SHOP	ENVIA CUISINES	EPIL STORY
Secteur	Sport, loisirs, culture	Habitat	Beauté, santé
Sous-secteur	Articles de sport	Cuisiniste	Institut de beauté
Création franchise	2002	2009	2004
Nombre de points de vente	53	20	29
Type de contrat	Franchise	Licence de marque	Franchise
Durée du contrat (année)	9 ans	5 ans	9
Droits d'entrée (€)	20000	15000	10000
Apport personnel (€)	50000	40000	20000
Niveau d'investissement (k€)	200 à 250 K€	150 à 250 K€	150 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 2% du CA HT	0 / 1000€ / mois	NC / 400€ / mois
Redevance publicitaire	NC	0	2% du CA
Surface (m ²)	150 m ²	300 m ² minimum	120
CA moyen	350 K€	1.5 M€	NC
Contact	Philippe VIDAL 0688218756 p.vidal@go-sport.fr	Patrick GRANGE 09 72 65 53 62 pgrange@envia.fr	Bernard PECHAUBES 0662382104 franchise@epilstory.com

Enseigne	ERA IMMOBILIER	ERAM	ESPACES ATYPIQUES
Secteur	Immobilier	Equipement de la personne	Immobilier
Sous-secteur	Agence immobilière	Chaussures	Agence immobilière
Création franchise	1971	1927	2008
Nombre de points de vente	450	182	63
Type de contrat	Franchise	Affiliation	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	6 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	22000	10000	20000
Apport personnel (€)	50000	20000	50000
Niveau d'investissement (k€)	75 - 125 K€	100-200 K€	100 K€ HT
Royalties / Redevance générale	NC / 2% à 6% du CA	NC / NC	Aucunes/6% du CA + 2% jusqu'à 300 000€ HT
Redevance publicitaire	NC	NC	2% du CA + 300€ HT pour le référencement
Surface (m ²)	50 à 250 m ²	100	60m ²
CA moyen	300 à 420 K€	NC	450 K€ HT
Contact	Sandy USSON 0139246900 sandy.usson@erafrance.com	Hervé KIT 06 87 80 27 46 hkit@groupe-eram.com	Alexandra HYRON 01 42 71 03 84 franchise@espaces-atypiques.com

Enseigne	ESSENTIEL & DOMICILE	ESTHETIC CENTER EXPERT MINCEUR	ESTHETIC CENTER INSTITUT DE BEAUTÉ
Secteur	Services aux particuliers	Beauté, santé	Beauté, santé
Sous-secteur	Aide à la personne	Diététique, minceur	Institut de beauté
Création franchise	NC	1985	1998
Nombre de points de vente	22	21	190
Type de contrat	Franchise	Licence de marque	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	9 ans	9 ans
Droits d'entrée (€)	18000	0	15000
Apport personnel (€)	35000	15000	30000
Niveau d'investissement (k€)	110 K€ dont 45 K€ de BFR	25 K€	120 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 5%	3% avec minimum forfaitaire / 0	NC / 5% du CA
Redevance publicitaire	1%	2% avec minimum forfaitaire	2% du CA
Surface (m ²)	40 à 50 m ²	à partir de 60 m ²	à partir de 100 M ²
CA moyen	350 K€	200 K€	250 K€
Contact	Jean-Jacques GODET 0684468428 jgo@essentiel-domicile.fr	Mylène BEAL 04 75 82 06 02 commercial.valence@beautysuccess.fr	Jérémy COCO 05 57 54 39 00 developpement@esthetic-center.com

Contactez-nous :

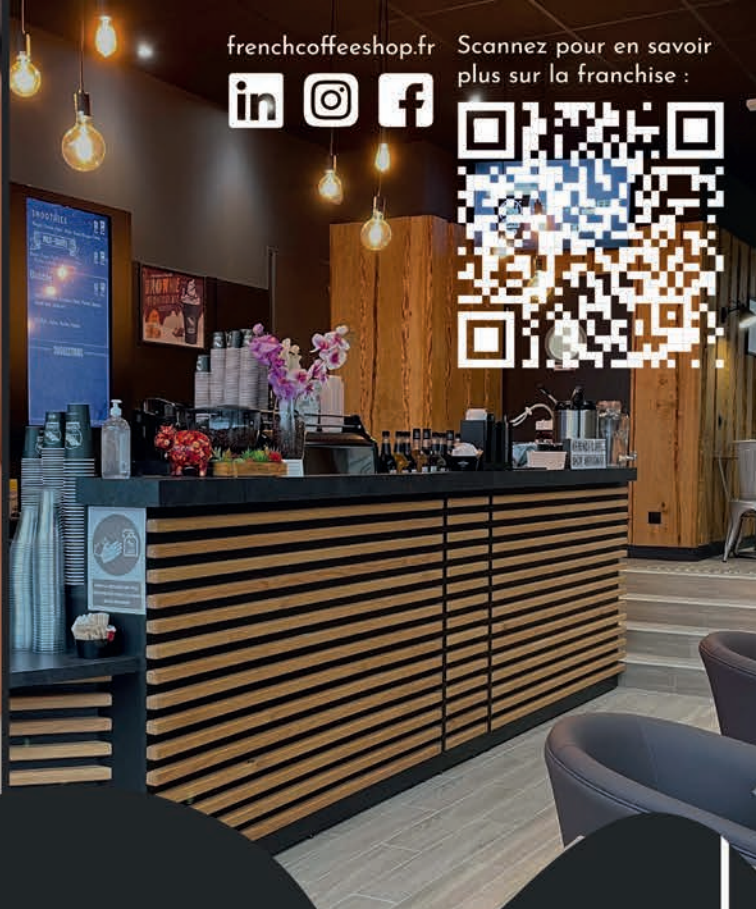
- contact@frenchcoffeeshop.com

- 06 50 63 61 44

frenchcoffeeshop.fr



Scannez pour en savoir plus sur la franchise :



French **COFFEE**
SHOP

Les instants gourmands made in France depuis 2002

Devenez franchisé !



+ de 50 points de vente



Un secteur en croissance constante



60K€ d'apport

Un accompagnement personnalisé à chaque étape du projet

Un réseau à taille humaine, une enseigne familiale et gourmande

Enseigne	ETIENNE COFFEE & SHOP	EWIGO	EXPERT ACTIV
Secteur	CHR	Auto, moto, bateau	Services aux entreprises
Sous-secteur	SALON DE THE	Achat / vente de véhicule	Développement commercial
Création franchise	2007	2013	2005
Nombre de points de vente	19	97	30
Type de contrat	Franchise	Franchise	Partenariat
Durée du contrat (année)	7 ans	6 ans	2 ans
Droits d'entrée (€)	15000	30000	27500
Apport personnel (€)	80000	25000	3000
Niveau d'investissement (k€)	300 K€	85 K€	27,5 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 5%	900 €/mois 1ère année / NC	0 / 500€ HT/mois
Redevance publicitaire	1%	250 € / mois la 1ère année et 350 € / mois	0
Surface (m²)	90 minimum de boutique + terrasse	50 à 70 m²	NC
CA moyen	450 K€	Variable	100 à 150 K€
Contact	Vincent RIEUTORT 04 30 41 11 05 contact@etienne-coffeeshop.com	Florent BARBOTEAU 06.86.08.68.01 franchise@ewigo.com	Corinne FARQUE-MÉTAIS 0672829904 contact@expert-activ.com

Enseigne	EXTRAVAPE	FAMILY SPHERE	FATHER & SONS
Secteur	Services aux particuliers	Services aux particuliers	Equipement de la personne
Sous-secteur	Service divers	Garde d'enfants, crèche	Prêt à porter
Création franchise	2013	NC	1995
Nombre de points de vente	6	104	52
Type de contrat	Concession	Franchise	Commission affiliation
Durée du contrat (année)	5 ans	7 ans	7 ans renouvelable
Droits d'entrée (€)	10000	20000	15000
Apport personnel (€)	10000	25000	40000
Niveau d'investissement (k€)	30 K€	60-75 K€	entre 140 et 200 K€
Royalties / Redevance générale	0 / 600 € HT	NC / 3,5%	NC / NC
Redevance publicitaire	0	1,5%	NC
Surface (m²)	20 à 30 m²	55 m²	100/120 M²
CA moyen	300 K€	300 K€	7000 € / M²
Contact	William LAINÉ 06 12 18 16 81 contact@extravape.fr	Frédéric FERET NC frederic.feret@viasphere.fr	thierry HERBE 0624761064 thierry.herbe@fatherandsons.fr

Enseigne	FCA BDSA	FENETRES LORENOVE	FEU VERT
Secteur	Habitat	Habitat	Auto, moto, bateau
Sous-secteur	Construction, rénovation	Portail, store et fenêtre	Entretien automobile
Création franchise	1988	1936	1972
Nombre de points de vente	20	59	313
Type de contrat	Franchise	Concession	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	5 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	20000	9800	20000
Apport personnel (€)	30000	40000	120000
Niveau d'investissement (k€)	90 - 100 K€	95 à 125 K€	650 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 5,5 %	0 / 5650€	NC / 4,5 % du CA HT
Redevance publicitaire	2 %	6950€	2,5 % du CA HT
Surface (m²)	50	100	à partir de 500
CA moyen	800 K€	NC	1,5 M€
Contact	Ahmed ADJISSA 06 22 46 78 71 aadjissa@isolationbytryba.fr	Flora DANGLLOT 06 74 39 00 34 developpement.reseau@lorenove.fr	Mélinda COMPARD 04 26 10 58 30 recrutement.franchise@feuvert.fr

Enseigne	FEUILLETTE	FINSBURY	FIRMIN
Secteur	Alimentaire	Equipement de la personne	Alimentaire
Sous-secteur	Boulangerie	Chaussures	Boulangerie
Création franchise	2009	NC	2006
Nombre de points de vente	45	75	50
Type de contrat	Franchise	Franchise / Master Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	6 ans	9 ans
Droits d'entrée (€)	30000	25000	25000
Apport personnel (€)	200000	100000	20000
Niveau d'investissement (k€)	1 M€	200 K€	350 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 5%	5% / NC	5% CA HT / 0
Redevance publicitaire	0,5%	2%	0,5% CA HT
Surface (m²)	350 à 500 m²	60-80 m²	100-300m²
CA moyen	2 M€	650 K€	450 K€ HT
Contact	Godefroy DELAHOUSSE 07 70 26 30 84 franchise@feuillette.fr	Dylan CHARRON +33185097259 dylan.charron@finsbury-shoes.com	Grégory FOUREY 0662784001 gregoryfourey@boulangerie-firmin.com

Enseigne	FISCHER L'ART DU PAIN	FIT20	FITNESS PARK
Secteur	Alimentaire	Beauté, santé	Sport, loisirs, culture
Sous-secteur	Boulangerie	Bien être	Club de sport
Création franchise	1913	2009	1985
Nombre de points de vente	69	150	250
Type de contrat	Franchise	Franchise	Licence de marque
Durée du contrat (année)	9 ans	6 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	30000	24900	45000
Apport personnel (€)	50000	30000	330000
Niveau d'investissement (k€)	240 à 550 K€	95 K€	à partir de 900 K€
Royalties / Redevance générale	3% à 4% du CA HT / NC	12% du CA / 0	NC / 6% du CA HT
Redevance publicitaire	1% du CA HT	0	2,10 % du CA HT
Surface (m ²)	120 à 200 m ²	90 m ²	minimum 1000m ²
CA moyen	Variable	175 K€	De 500 à 2000 K€
Contact	Carole MULLER 00352 77 90 77 1 info@fischer.lu	Samuel GAY 06 46 58 48 08 samuelgay@fit20.fr	Romain LE NAGARD 0669391759 developpement@fitnesspark-group.com

Enseigne	FITNESSBOUTIQUE	FIVE PIZZA ORIGINAL	FIX PHONIA
Secteur	Sport, loisirs, culture	CHR	Distribution
Sous-secteur	Articles de sport	Pizzeria	Réparations de téléphones/tablettes
Création franchise	1999	2015	2017
Nombre de points de vente	110	34	2
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	5	10 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	5000	20000	10000
Apport personnel (€)	40000	85000	10000
Niveau d'investissement (k€)	A partir de 130 K€	250 à 300 K€	30 à 50 K€
Royalties / Redevance générale	4,5 % du CA / 0	NC / 4% du CA HT	50€ HT/mois, 100€ HT/mois, 3% HT CA
Redevance publicitaire	3000	2% du CA HT	0
Surface (m ²)	100-120m ² et +	90 à 150 m ²	25 à 75 m ²
CA moyen	300 K€	800 à 1000 K€	150 K€
Contact	Nathalie ROBERTO 04.76.07.38.12 nathalie.roberto@fitnessboutique.fr	Judith LANIAU 0601022319 franchise@fivepizzaoriginal.com	Marc LE CAVORZIN 02 51 29 19 10 developpement@happycash.eu

Enseigne	FLEXA	FLYIN' CHEF	FOULEES
Secteur	Habitat	Services aux entreprises	Sport, loisirs, culture
Sous-secteur	Mobilier, décoration	Service divers	Articles de sport
Création franchise	1972	2008	2013
Nombre de points de vente	NC	4	18
Type de contrat	Franchise	Franchise	NC
Durée du contrat (année)	5 ans	5	5 ans
Droits d'entrée (€)	10000	35000	15000
Apport personnel (€)	80000	15000	60000
Niveau d'investissement (k€)	Variable	0	160 K€
Royalties / Redevance générale	NC / NC	0 / 7%	Aucunes / 1 000€ / mois
Redevance publicitaire	NC	4%	compris dans la redevance
Surface (m ²)	50-200	0 m ²	120 m ² environ
CA moyen	NC	350 K€	350 K€
Contact	Thierry SALLET 06 82 90 86 44 tsa@flexa.dk	Christophe BRUSSELLE 06 61 34 51 92 cbrusselle@flyinchef.fr	Adrien LATESTERE 06 02 57 27 54 adrien.latestere@foulees.com

Enseigne	FOURNIL DE PIERRE	FRANCESCA	FRANPRIX
Secteur	Alimentaire	CHR	Distribution
Sous-secteur	Boulangerie	Restauration	Supermarché
Création franchise	1980	1997	1958
Nombre de points de vente	13	23	872
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	9 ans	7 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	30 K€	20000	10000
Apport personnel (€)	100000	60000	150000
Niveau d'investissement (k€)	350 à 500 K€	200 K€	600 à 1 000 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 5% CA HT	NC / 4%	0 / 0
Redevance publicitaire	Contribution marketing 2% du CA HT	1%	0
Surface (m ²)	150 m ²	100 m ²	200 à 600m ²
CA moyen	900 K€	NC	2 M€
Contact	Régis HALBERT 02 99 22 22 76 rhalbert@groupeleduff.com	Antoine ARBOGAST 0684335228 antoine.arbogast@francesca.com	Nicolas VANDENBORRE 0178687100 nvandenborre@franprix.fr

Enseigne	FREE DOM	FRENCH COFFEE SHOP	FRESH BURRITOS
Secteur	Services aux particuliers	CHR	CHR
Sous-secteur	Ménage	Café - Salon de thé	Restauration rapide
Création franchise	2005	2002	2013
Nombre de points de vente	68	55	48
Type de contrat	Franchise	Contrat de franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans renouvelable	9 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	20000	24000	25000
Apport personnel (€)	20000	60000	40000
Niveau d'investissement (k€)	Entre 58 et 60 K€	200 K€	250 K€ hors cession
Royalties / Redevance générale	0 / 4% (dégressif)	NC / 4%	NC / 5 % du CA HT
Redevance publicitaire	2% (dégressif)	1%	1% du CA HT
Surface (m ²)	30 m ² en moyenne	80/120 m ² + 30 m ² de terrasse	60 - 150
CA moyen	200 K€	300 K€	800 K€
Contact	Jean-Michel GARCIA 06 13 43 59 99 developpement@free-dom.fr	Carole STUPFEL 0650636144 contact@frenchcoffeeshop.com	Timothée TRONET 06 16 66 10 76 titronet@freshburritos.com

Enseigne	GAME CASH	GARDEN ICE CAFE	GAUTIER
Secteur	Sport, loisirs, culture	CHR	Habitat
Sous-secteur	Jeux, jouets	Restauration à thème	Mobilier, décoration
Création franchise	2003	2005	1960
Nombre de points de vente	45	10	120
Type de contrat	Franchise	licence d'enseigne	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	7 ans	6 ans renouvelable
Droits d'entrée (€)	20000	45000	20000
Apport personnel (€)	40000	150000	100000
Niveau d'investissement (k€)	150 à 200 K€	200 à 1200 K€	A partir de 200 K€ hors local
Royalties / Redevance générale	NC / 670	NC / 120 €/place	0% / NC
Redevance publicitaire	1.25 % du CA	1 %	4% global (local et national)
Surface (m ²)	70-150	150-500	400-600 m ²
CA moyen	360 K€ HT	1400 K€	NC
Contact	Olivier FOURNIER 06 07 90 21 79 olivier.fournier@gamecash.fr	Christophe LEGRAND 05 55 23 45 99 contact@gardenicecafe.com	Maurizio DI SALVO 0251614000 mdisalvo@gautier.fr

Enseigne	GEDO	GEMO	GÉNÉRALE DES SERVICES
Secteur	Distribution	Equipement de la personne	Services aux particuliers
Sous-secteur	Entretien	Chaussures	Aide à la personne
Création franchise	2004	1991	1999
Nombre de points de vente	7	440	80
Type de contrat	Franchise	Commission affiliation	Franchise
Durée du contrat (année)	3 ans	7 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	2000	15000	15000
Apport personnel (€)	7000	120000	20000
Niveau d'investissement (k€)	15 K€	500 à 550 K€	de 75 à 110 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 10% de la marge brut	NC / NC	NC / Dégressive jusqu'à 1.5%
Redevance publicitaire	NC	NC	1%
Surface (m ²)	NC	1000 -1300 m ²	Entre 50 et 100 m ²
CA moyen	230 K€	NC	De 250 à 300 K€
Contact	Ivan THIRIEZ 04 86 68 48 31 ivan.thiriez@gedo.fr	Géraldine MARC 02 41 71 59 41 gmarc@gemo.fr	Tanguy MARCHAND 02 41 34 13 43 marchand@gdservices.fr

Enseigne	GENERALE D'OPTIQUE	GENERALE D'OPTIQUE	GET OUT !
Secteur	Equipement de la personne	Equipement de la personne	Sport, loisirs, culture
Sous-secteur	Optique	Optique	Escape game
Création franchise	1993	1993	2014
Nombre de points de vente	650	666	16
Type de contrat	Franchise	Franchise	Licence de marque
Durée du contrat (année)	5 ans	5 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	15 K€	15000	15000
Apport personnel (€)	80 K€	50000	50000
Niveau d'investissement (k€)	350 K€	250 à 450 K€	200 K€
Royalties / Redevance générale	4% / NC	NC / 4% HT du CA	5% du CA / 1000€HT
Redevance publicitaire	6%	6% HT du CA	0
Surface (m ²)	100m ² minimum	100 M ² minimum	250 m ² minimum
CA moyen	450 K€	NC	360 K€ HT pour un local 4 salles de jeu
Contact	Emmanuel COUTEAU 0130138191 ouverturefranchise@grandvision.fr	Emmanuel COUTEAU 01 30 13 81 91 ouverturefranchise@grandvision.fr	Samuel LEFEVRE 06 22 60 89 56 franchise@getout.fr

ô p'tit Môme

réseau de micro-crèches

03 20 98 13 96
optitmome.com



franchise
expo Paris

20-23 MARS 2022

Stand
A08

Devenez gestionnaire
de votre micro-crèche !

+ de 130
franchisés



Enseigne	GIGAFIT	GLASTINT	GLOBAL WEALTH TRADE
Secteur	Beauté, santé	Auto, moto, bateau	Équipement de la personne
Sous-secteur	Fitness	Entretien automobile	Accessoires, bijoux
Création franchise	2014	1992	2005
Nombre de points de vente	100	70	présence dans 150 pays
Type de contrat	Franchise	Franchise	Commission affiliation
Durée du contrat (année)	9 ans	5 ans	1 an renouvelable
Droits d'entrée (€)	15500	16000	1500
Apport personnel (€)	45000	20000	1500
Niveau d'investissement (k€)	Entre 200 et 1000 K€	à partir de 55 K€	2500 €
Royalties / Redevance générale	NC / 5%	5% / NC	NC / 150 par mois
Redevance publicitaire	1.8%	2%	NC
Surface (m ²)	à partir de 150m ² jusqu'à +2000m ²	120 à 200 m ²	NC
CA moyen	250 à 2000 K€	de 150 à 350 K€ HT	20 K€
Contact	Alexandre FAILLAT 06 80 22 80 28 alexandre.f@gigafit.fr	Laurent NOGRETTE 00 377 93 25 82 00 developpement@glastint.com	Dzatu AKUMAH 06 05 52 55 05 eseen.eseen@gmail.com

Enseigne	GOBABYGYM	GOLDEN TULIP	GRANDEUR NATURE
Secteur	Sport, loisirs, culture	CHR	Habitat
Sous-secteur	Loisirs pour enfants	Hôtellerie	Vérandas et abris de jardin
Création franchise	2008	NC	1967
Nombre de points de vente	22	180	53
Type de contrat	Franchise	Licence de marque	Concession
Durée du contrat (année)	7 ans	10 ans	3
Droits d'entrée (€)	25000	1000	6500
Apport personnel (€)	30000	500000	0
Niveau d'investissement (k€)	100 K€	NC	0
Royalties / Redevance générale	NC / 5% CAHT	NC / NC	0 / 680€/mois
Redevance publicitaire	NC	NC	0
Surface (m ²)	100-250	NC	NC
CA moyen	140 K€	NC	NC
Contact	Francois GABEL 06 81 74 73 34 contact@gobabygym.com	Christophe NOVELLON NC cnovellon@louvre-hotels.com	Philippe LEIRE 0223616061 contact@veranda-grandeurnature.com

Enseigne	GRANDOPTICAL	GROUPE VIP 360	GUINOT
Secteur	Équipement de la personne	Services aux entreprises	Beauté, santé
Sous-secteur	Optique	Communication, publicité	Institut de beauté
Création franchise	1989	2012	1972
Nombre de points de vente	220	17	450
Type de contrat	Franchise	Franchise	Affiliation
Durée du contrat (année)	5 ans	5 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	15000	9000	12000
Apport personnel (€)	80000	30000	30000
Niveau d'investissement (k€)	entre 350 et 450 K€	30 K€ droit d'entrée inclus	80 à 150 K€
Royalties / Redevance générale	4% / NC	0 / 35%	sans / sans
Redevance publicitaire	3%	0	0
Surface (m ²)	130 m ² minimum	Pas de local nécessaire	60 à 120 m ²
CA moyen	NC	150 K€	150 à 200 K€
Contact	Emmanuel COUTEAU 01 30 13 81 91 ouverturefranchise@grandvision.fr	Yannick LAHAYE 0492380606 y.lahaye@groupe-vip360.com	Edouard FALGUIERES 06 27 47 17 51 efalguieres@guinot.com

Enseigne	GUY HOQUET L'IMMOBILIER	HAIR'MINUTE	HAPPY
Secteur	Immobilier	Beauté, santé	Distribution
Sous-secteur	Agence immobilière	Salon de coiffure	Fleuriste
Création franchise	1994	1997	2005
Nombre de points de vente	580	15	15
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	7 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	28500	10000	10000
Apport personnel (€)	50000	30% de l'investissement avec mini 10	60000
Niveau d'investissement (k€)	100 K€	A partir de 35 K€	à partir de 180 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 690 € HT + 4% du CA	// fixe par poste	NC / 5%
Redevance publicitaire	290 € HT + 1% du CA	comprises	2%
Surface (m ²)	50	50 m ²	60-100m ²
CA moyen	250 K€	150 K€ HT	300 K€
Contact	Samir NADJAI 01 75 64 01 88 entreprendre@guy-hoquet.com	Agathe DOMINGUES 06.49.49.25.26 developpement@bodyminute.fr	NC SERVICE DÉVELOPPEMENT 0180002034 developpement@emova-group.com

Enseigne	HAPPY CASH	HAPPY CASH SERVICES	HAPPY TROC.
Secteur	Distribution	Distribution	Distribution
Sous-secteur	Discount, Dépôt-vente	Discount, Dépôt-vente	Discount, Dépôt-vente
Création franchise	2002	2002	1982
Nombre de points de vente	93	2	100
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	7 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	20000	10000	30000
Apport personnel (€)	50000	25000	50000
Niveau d'investissement (k€)	250 - 350 K€	100 - 170 K€	200 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 2% du CA ttc / mois	160€ HT/mois, 100€ HT / mois / 3%HT du CA	À partir de 1,5%/mois / NC
Redevance publicitaire	0	NC	0
Surface (m ²)	100-400	- de 100 m ²	1 000 m ² minimum
CA moyen	750 K€	400 K€	1 M€
Contact	Marc LE CAVORZIN 02 51 29 19 10 developpement@happycash.eu	Marc LE CAVORZIN 02 51 29 19 10 developpement@happycash.eu	Marc LE CAVORZIN 0631472986 developpement@happycash.eu

Enseigne	HELEN DORON ENGLISH	HELP CONFORT	HEMISPHERE SUD
Secteur	Services aux particuliers	Habitat	Habitat
Sous-secteur	Soutien Scolaire	Construction, rénovation	Mobilier, décoration
Création franchise	1985	2000 (reprise en 2009)	2000
Nombre de points de vente	1100	70	32
Type de contrat	Franchise avec exclusivité territoriale	Franchise	Concession
Durée du contrat (année)	5 ans	7 ans	3 ans renouvelable
Droits d'entrée (€)	12000	25000	19500
Apport personnel (€)	40000	30000	100000
Niveau d'investissement (k€)	120 K€	De 75 à 80 K€	200 K€
Royalties / Redevance générale	de 7% à 14% sur le CA / de 7% à 14%	NC / 4% à 3% (dégressive)	NC / 1.75 % du CA HT mensuel
Redevance publicitaire	1000 € / an	1%	NC
Surface (m ²)	80-120m ²	80 à 100 M ² environ	650 m ²
CA moyen	NC	300 K€	930 K€
Contact	Élisabeth RUELLE-MÉGRELIS 06.62.46.57.67 iledfrance@helendoron.com	Lea BOURDY 01 74 08 65 53 l.bourdy@helpconfort.com	Guenhaël SEVENO 02 51 88 00 18 developpement@gram.fr

Enseigne	HEYTENS	HIPPOPOTAMUS	HOMKIA
Secteur	Habitat	CHR	Habitat
Sous-secteur	Mobilier, décoration	Restauration à thème	Portail, store et fenêtre
Création franchise	1974	1968	2014
Nombre de points de vente	85	105	30
Type de contrat	Franchise - Location-gérance	Franchise totale ou Location Gérance	Concession
Durée du contrat (année)	5 ans	10 ans	3, 5, ou 7 ans
Droits d'entrée (€)	10000	50000	10000
Apport personnel (€)	0	100000	35000
Niveau d'investissement (k€)	150 K€	1400 K€	entre 35 et 150 K€ selon le format
Royalties / Redevance générale	NC / 2% du CA HT	NC / 5%	0 / NC
Redevance publicitaire	3% du CA HT	1%	fixe + variable
Surface (m ²)	+/- 150m ²	450	vente : 100 m ² dépôt : 300 m ²
CA moyen	600 K€	1,7 M€	1200 K€
Contact	Morgane LARFOUILLOUX +33 (0) 6 71 89 19 70 m.larfouiloux@heydens.com	Nathalie BAILLOUX 06 72 79 93 92 franchisehippopotamus@groupeflo.fr	Alexandre TRIOU 0636122978 alexandre.triou@homkia.fr

Enseigne	HORIZON VR	HUBLISS	HUBSIDE STORE
Secteur	Sport, loisirs, culture	Services aux particuliers	Équipement de la personne
Sous-secteur	Réalité virtuelle	Ménage	électronique
Création franchise	2018	1996	2020
Nombre de points de vente	1	28	100
Type de contrat	Concession sous License de marque	Mandataire	Affiliation
Durée du contrat (année)	5 ans	3 ans renouvelable	NC
Droits d'entrée (€)	1000	0	60000
Apport personnel (€)	80000	10000	150000
Niveau d'investissement (k€)	20 à 180 K€	20 K€	entre 300 et 500 K€ selon taille
Royalties / Redevance générale	NC / 4%	dégressives de 7 à 4% / 0	0 / 5 % du CA annuel
Redevance publicitaire	1 % du CA annuel	0	0
Surface (m ²)	20 à 250 m ²	0 - 15 m ²	150 à 500 m ²
CA moyen	400 K€	250 K€	NC
Contact	Nicolas JOSEPH 0680411261 Contact@horizon-vr.fr	Laurent DAUPLAIT 0610803552 franchise@hubliss.fr	Jean Pierre GALERA 07 86 86 25 91 jean-pierre.galera@indexia-group.com

Enseigne	HYDROPARTS ASSISTANCE	IDEAL PNEU	IDESIA
Secteur	Auto, moto, bateau	Auto, moto, bateau	Services aux particuliers
Sous-secteur	Hayon élévateur	Pneumatiques	Courtage
Création franchise	2010	2006	2003
Nombre de points de vente	80	14	28
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	7 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	20000	5000	15000
Apport personnel (€)	20000	60000	10000
Niveau d'investissement (k€)	55 K€	150 à 200 K€	30 K€
Royalties / Redevance générale	6% / NC	NC / 3%	6% / NC
Redevance publicitaire	200€ HT / mois	30000€	1.20%
Surface (m²)	Pas de local commercial nécessaire	500 m²	Pas de vitrine
CA moyen	150 K€	700 K€	250 K€
Contact	Emilie MARCHANDISE 0156052045 emilie.marchandise@hydroparts-france.fr	Valérie TOUCHANT 0631606828 vtouchant@idealpneu.fr	Marine LOUIS 06 72 31 66 39 marine.louis@idesia.fr

Enseigne	ILLYCAFFE	IMMOLIAISON	IMMOTEA
Secteur	CHR	Immobilier	Immobilier
Sous-secteur	Restauration rapide	Immobilier commercial	Agence immobilière
Création franchise	1933	2001	2014
Nombre de points de vente	240	100	3
Type de contrat	Franchise	Indépendant/Freelance	Licence de marque
Durée du contrat (année)	5 ans renouvelable	indépendant	5 ans
Droits d'entrée (€)	25000	0	7000
Apport personnel (€)	80000	0	150000
Niveau d'investissement (k€)	350 K€	0	20 K€
Royalties / Redevance générale	5% / NC	0 / à partir de 50€/mois	NC / 15%
Redevance publicitaire	NC	0	1%
Surface (m²)	entre 120 et 150 m² ou Format Kiosque	NC	30 m²
CA moyen	800 K€ net	NC	500 K€
Contact	Morgane DAVID 0610404652 morgane.david@illy.com	Sandra BARBAGALLO 06 42 43 63 95 sandra@immoliation.fr	L'Huilier CHRISTOPHE 06 80445239 coati.developpement@gmail.com

Enseigne	IN & FI CREDITS	INDIANA CAFÉ	INOVA
Secteur	Services aux particuliers	CHR	Habitat
Sous-secteur	Courtage	Restauration à thème	Cuisiniste
Création franchise	2001	1988	1902
Nombre de points de vente	125	26	24
Type de contrat	Franchise ou mandat affilié	Franchise	CONCESSION
Durée du contrat (année)	3 ans ou 7 ans et demi	10 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	6000	40000	15000
Apport personnel (€)	10000	250000	45000
Niveau d'investissement (k€)	A partir de 10 K€	950 K€	100 K€
Royalties / Redevance générale	NC / A partir de 6%	NC / 5% du CA	0 / NC
Redevance publicitaire	A partir de 2%	1% du CA.H.T.	3.5 % sur les achats
Surface (m²)	Franchise mini 50 m² ; Affilié 10 m²	250 à 600 m² + terrasse	150 m²
CA moyen	200 K€ / an pour une agence de 2 pers.	entre 1.2 et 2.5 M€ TTC	1 M€
Contact	Charlène THEPAULT 0134572008 cresmond@inandfi-france.fr	Olivier DUTERTRE 0 1 43 35 02 34 franchise@indianacafe.fr	Paul BARDUSCO 06 82 97 06 96 pauline@inova-cuisine.fr

Enseigne	INSTITUT MAHLER	INTER CAVES	INTERDIT DE ME GRONDER
Secteur	Beauté, santé	Alimentaire	Équipement de la personne
Sous-secteur	Institut de beauté	Caviste	Mode enfantine
Création franchise	1946	1978	NC
Nombre de points de vente	25	85	7
Type de contrat	Franchise	Partenariat	Commission Affiliation
Durée du contrat (année)	5 ans	7 ans	3 ans
Droits d'entrée (€)	0	22000	0
Apport personnel (€)	20000	50000	0
Niveau d'investissement (k€)	80 K€	110 K€ hors travaux	20 K€
Royalties / Redevance générale	0 / Aucune	0 / 3% du CA HT	0 / 0
Redevance publicitaire	0	0	0
Surface (m²)	60 m²	100 à 150 m² (centre-ville) / 150 à 200 m²	20-50 m²
CA moyen	NC	500 K€	NC
Contact	Denis MARQUE 05 56 00 57 57 denis.marque@simonemahler.net	Pierre LEBLANC 01 41 32 16 20 pleblanc@intercaves.fr	Antoine COELENBIER 0494960960 kokomarina@hotmail.com

Fleuriste

un secteur jugé
ESSENTIEL
et plus que
PLÉBISCITÉ !



Carrément
FLEURS

En 2021

- +34%** Un chiffre d'affaires en constante évolution
- +74%** Un taux de fidélité clients unique
- +43%** Un site e-commerce en forte progression et générateur de trafic en magasin

- Une **IDENTITÉ VISUELLE** et un **CONCEPT MAGASIN** qui ont fait leurs preuves !
- Un **INTRANET** intuitif et **COLLABORATIF**
- Une **forte implication** de notre communauté sur les **RÉSEAUX SOCIAUX**



Pourquoi nous rejoindre ?



Un réseau basé sur le **partage**, le **respect** et la **convivialité**



Les **redevances les plus faibles** sur ce marché



Des **animations et communications commerciales percutantes** tout au long de l'année

”

IL N'EST PAS NÉCESSAIRE D'ÊTRE FLEURISTE POUR NOUS REJOINDRE

“

UNE ENSEIGNE CARRÉMENT VOUS

Une satisfaction et une reconnaissance clients **PLUS FORTES** chaque année



avec **statista**



Pour en savoir plus :



developpement@carrementfleurs.fr

Enseigne	INTERMARCHÉ	INVICTA SHOP	INWIN
Secteur	Distribution	Habitat	Services aux entreprises
Sous-secteur	Supermarché	Cheminiées, poêles	Etudes, Conseil
Création franchise	1969	2010	2014
Nombre de points de vente	1832	44	18
Type de contrat	Groupement d'indépendants	Concession	licence de marque
Durée du contrat (année)	15 ans	Indéterminée	5 ans
Droits d'entrée (€)	0	0	5000
Apport personnel (€)	300000	20000	10000
Niveau d'investissement (k€)	nc	à partir de 40 K€	14.9 K€
Royalties / Redevance générale	nc / NC	0 / 0	2,5% / 299€/mois
Redevance publicitaire	nc	0	NC
Surface (m ²)	De 300 m ² à plus de 6 700 m ²	à partir de 60m ² + réserve	NC
CA moyen	nc	600 K€	NC
Contact	Vanessa BESSE 0169641020 udm_recrutement@mousquetaires.com	Nezli SARI 06 48 47 22 35 n.sari@invicta-group.fr	Audrey VERGONDY 06 76 65 37 51 audrey@franchise-digitale.fr

Enseigne	INXPRESS	IRIPARO	IRRIJARDIN
Secteur	Services aux entreprises	Services aux particuliers	Habitat
Sous-secteur	Etudes, Conseil	Service divers	Piscine et spa
Création franchise	2017	2014	1989
Nombre de points de vente	12	350	130
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans - reconduction tacite	5 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	29000	5000	13500
Apport personnel (€)	20000	10000	70000
Niveau d'investissement (k€)	50 K€	30 K€	220 à 270 K€
Royalties / Redevance générale	20 % de la marge / 0	5% sur le C.A / 20 K€	NC / 3.85%
Redevance publicitaire	NC	2% sur le C.A.H.T.	0.6% du CA
Surface (m ²)	0 m ²	30 à 40 m ²	250-400 m ²
CA moyen	200 K€	250 K€	1.000.000€ en moyenne
Contact	Rodolphe HAMON 7 86 68 04 50 rhamon@progressium.fr	Marc LUCIAN 06 50 24 72 41 marc.lucian@prink.fr	Laura ANTUNES 0627770503 lantunes@irrijardin.com

Enseigne	ISOFRANCE FENÊTRES & ENERGIES	IXINA	JEFF DE BRUGES
Secteur	Habitat	Habitat	Alimentaire
Sous-secteur	Portail, store et fenêtre	Cuisiniste	Chocolatier
Création franchise	1981	1971	1985
Nombre de points de vente	25	172	509
Type de contrat	Concession	Franchise	Exclusif
Durée du contrat (année)	3-5-7 ans	7 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	0	15000	16000
Apport personnel (€)	25000	80000	50000
Niveau d'investissement (k€)	50 à 70 K€	entre 300 et 400 K€	Mini 120 K€ hors droit au bail
Royalties / Redevance générale	Aucunes / Aucune	NC / 3,5% du CA	0 / 0
Redevance publicitaire	950 € / mois	4,5 % du CA marchandise HT	2.8 %
Surface (m ²)	50 à 100m ² d'exposition + 100 m ²	200-400 m ²	55-80 magasin + réserve
CA moyen	700 K€	2,2 M€ HT	180 à 370 K€ (CV) ; 250 à 600 K€ (CC)
Contact	Magalie BOURGEOIS 02 38 33 37 36 contact@isofrance.fr	Julie BACHARD 01 49 38 95 49 jbachard@fdgroup.fr	Célia et Florian ANTOINE ET JAMBON 01 64 66 63 00 devenir.franchise@jeff-de-bruges.com

Enseigne	JEVENDSVOTREAUTO.COM	JFG CLINIC – LA CLINIC DE LA BEAUTE	JOUETS SAJOU
Secteur	Auto, moto, bateau	Beauté, santé	Sport, loisirs, culture
Sous-secteur	Achat / vente de véhicule	Minceur, épilation, anti-âge visage	Jeux, jouets
Création franchise	2010	1985	1957
Nombre de points de vente	34	22	57
Type de contrat	Franchise	Licence de marque	Partenariat
Durée du contrat (année)	5 ans	9 ans	5
Droits d'entrée (€)	15000	15000	0
Apport personnel (€)	15000	30000	40000
Niveau d'investissement (k€)	30 à 40 K€	100 K€	50 K€ minimum
Royalties / Redevance générale	0 / 950 € fixe mensuel	NC / 5%	0 / 1920 €/an + logiciel
Redevance publicitaire	0	2% du CA HT	210 € cotisation forfaitaire annuelle
Surface (m ²)	Local de 50 à 120 m ²	60 à 80m ²	80 à 250 m ²
CA moyen	Entre 800 et 1000 K€	NC	1500 à 2000 €/m ² (selon zone de chalandise)
Contact	Chaves FRÉDÉRIC +33468668096 franchise@jevendsvotreauto.com	Myène BEAL 04 75 82 06 02 commercial.valence@beautysuccess.fr	Christophe ORAIN 0247438068 affiliation@jouets-sajou.com

Enseigne	JOUPI	JOUR	KAİROS ORIENTATION
Secteur	Sport, loisirs, culture	CHR	Services aux particuliers
Sous-secteur	Jeux, jouets	Salad bar	Soutien Scolaire
Création franchise	1982	2003	2013
Nombre de points de vente	252	33	3
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	5	7 ans	tout les ans renouvelable
Droits d'entrée (€)	2000	35000	5000
Apport personnel (€)	50000	100000	0
Niveau d'investissement (k€)	A partir de 100 K€	300 à 350 K€ *hors pas de porte / DAB	environ 16 K€ HT la première année
Royalties / Redevance générale	0 / A partir de 0,5% du CA	NC / 6%	0 / Mensuelle de 420 euros
Redevance publicitaire	A partir de 0,5% du CA HT	1% en national	0
Surface (m ²)	250m ² pour le format Boutique	130 - 160 m ²	plus ou moins de 30m ²
CA moyen	360 K€ pour le plus petit format	650 K€ HT	40 K€
Contact	Alain GIRAUD 04 76 67 29 29 alain.giraud@king-jouet.fr	Mael BARTH 01 47 17 17 90 developpement@jour.fr	Aurore DENIZOT NC aurore.denizot@kairos-orientation.fr

Enseigne	KANGOUROU KIDS	KEEP COOL	KER JULIETTE
Secteur	Services aux particuliers	Sport, loisirs, culture	CHR
Sous-secteur	Garde d'enfants, crèche	Club de sport	Crêperie
Création franchise	2010	2002	2015
Nombre de points de vente	139	270	6
Type de contrat	Affiliation	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	5 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	23500	36000	20000
Apport personnel (€)	15000	150000	50000
Niveau d'investissement (k€)	Entre 60 et 70 K€	500 K€ HT pour un club de 400 m ²	100 - 200 K€, hors achat fonds com.
Royalties / Redevance générale	NC / 3 %	NC / 5%	NC / 6%
Redevance publicitaire	1 %	2,5%	NC
Surface (m ²)	Minimum 30m ²	Entre 300 et 800 m ²	Entre 50 et 150 m ²
CA moyen	250 K€	445 K€ pour un club de 400 m ²	Entre 200 et 800 K€
Contact	Vanessa VIGNE MLEKUS 08 05 69 63 96 developpement@kangouroukids.fr	Tanguy SAILLANT 0658695046 Tanguy.saillant@keepcool.fr	Juliette FONTAINE 06 79 28 22 54 jfontaine@kerjuliette.fr

Enseigne	KEYMEX IMMOBILIER	KIDS&US LANGUAGE SCHOOL	KING JOUET
Secteur	Immobilier	Formation, emploi	Sport, loisirs, culture
Sous-secteur	immobilier	Formation en anglais	jeux, jouets
Création franchise	2015	2003	1950
Nombre de points de vente	22	504	252
Type de contrat	franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	5 - 10 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	50000	22000	5000
Apport personnel (€)	150000	60000	50000
Niveau d'investissement (k€)	400 K€	180 K€	de 80 à 500 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 6%	NC / 12%	NC / A partir de 0.5% du CA
Redevance publicitaire	2%	2%	A partir de 0.5% du CA HT annuel
Surface (m ²)	500 m ² à 1000 m ²	120 m ²	à partir de 400m ²
CA moyen	NC	NC	De 400 à 1800 K€ HT
Contact	Simon FRÉDÉRIC 0171681440 developpement@keymexfrance.fr	Bruno RUBIO 0034 749689953 brubio@kidsandus.com	Alain GIRAUD 04.76.67.29.29 alain.giraud@king-jouet.fr

Enseigne	KING MARCEL	KIONE	KIZOU AVENTURES
Secteur	CHR	Habitat	Sport, loisirs, culture
Sous-secteur	Américaine Tex Mex	Portail, store et fenêtre	Centre de loisirs
Création franchise	2013	1968	2006
Nombre de points de vente	18	9	3
Type de contrat	Franchise	Partenariat	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	3 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	30000	0	15000
Apport personnel (€)	100000	20000	50000
Niveau d'investissement (k€)	300 K€	50 à 70 K€	250 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 4,5 %	0 / 4,3 K€	NC / Maximum de 4% du CA
Redevance publicitaire	1%	0	1%
Surface (m ²)	100-150	100 m ²	800m ² /1200m ²
CA moyen	Entre 700 K€ et 1.5 M€	800 à 1000 K€	300 K€
Contact	Christophe SAN MIGUEL 06 80 00 83 33 marcel@kingmarcel.com	Virginie MERCIER 0474762666 v.mercier@poralu.fr	Louis COUSTES 06 87 89 59 11 louiscoustes@kizouaventures.fr

Enseigne	KOMILFO	KVIK	KYRIAD
Secteur	Habitat	Habitat	CHR
Sous-secteur	Portail, store et fenêtre	Cuisiniste	Hôtellerie
Création franchise	2002	NC	NC
Nombre de points de vente	104	NC	260
Type de contrat	Partenariat	Multi-Unit Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	3 ans + année en cours	5 ans	10 ans
Droits d'entrée (€)	9900	15000	50000
Apport personnel (€)	0	100000	250000
Niveau d'investissement (k€)	10 à 50 K€	300-350 K€	3500 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 8 990 € /an	6% / 0	NC / 4%
Redevance publicitaire	Il est recommandé d'investir 3,5 % du CA	0	1%
Surface (m ²)	200m ² - 300m ²	350 à 800 m ²	NC
CA moyen	1,7 M€	1,6 à 2,2 M€	NC
Contact	Antoine LE POULICHET 02 23 46 10 33 contact@komilfo.fr	Kurt HEYVAERT NC kuh@kvik.com	Christophe NOVELLON NC cnovellon@louvre-hotels.com

Enseigne	L'IMMOBILIER SANS VIS-A-VIS	L'AGENCE AUTOMOBILIERE	LA BOUCHERIE RESTAURANT
Secteur	Immobilier	Auto, moto, bateau	CHR
Sous-secteur	Agence immobilière	Achat / vente de véhicule	Restauration
Création franchise	2010	2004	1987
Nombre de points de vente	3	110	145
Type de contrat	Franchise	Concession 5 ans	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	5 ans	5 ans - 9 ans
Droits d'entrée (€)	12000	20000	55500
Apport personnel (€)	45000	0	150000
Niveau d'investissement (k€)	Entre 50 K€ et 75 K€ suivant l'emplacement	30 K€	à partir de 200 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 3 à 5 % du CA	12 € HT par véhicule / 400 € HT fixes	4% / NC
Redevance publicitaire	2% du CA	250 € HT	1%
Surface (m ²)	60 m ² – Linéaire Vitrine minimum 5 mètres.	50 m ² en moyenne	de 200 m ² à 500 m ²
CA moyen	380 à 550 K€ suivant l'emplacement	Selon localisation et nombre d'employés	N.C
Contact	Cédric JULLIEN +33 (0) 6 29 23 33 37 developpement@sansvisavis.com	Valérie CIVILE KIEFFER 09 72 50 27 60 info@agenceauto.com	Jacky BARRETEAU 02 41 96 99 69 franchise@la-boucherie.fr

Enseigne	LA CHAISE LONGUE	LA COMPAGNIE DES FAMILLES	LA COMPAGNIE DU LIT
Secteur	Habitat	Services aux particuliers	Habitat
Sous-secteur	Mobilier, décoration	Garde d'enfants à domicile	Literie
Création franchise	1974	2004	NC
Nombre de points de vente	61	30	94
Type de contrat	commission-affiliation	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	7 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	15000	20 K€	20000
Apport personnel (€)	75000	15000	40000
Niveau d'investissement (k€)	1 350€ / m ²	45 à 60 K€	150 à 180 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 0	NC / 3% CA HT	NC / 1,5 % ; 2 %, 3 %
Redevance publicitaire	0	0.5% CA HT	2%
Surface (m ²)	120-180 m ² (centre ville) / 150-200m ²	20 m ²	300-500 m ²
CA moyen	entre 350 et 850 K€ TTC (centre-ville)	250 K€	700 K€
Contact	Emmanuel JURY 0699399146 ejury@progressium.fr	Caroline BIHEL 0776583464 franchise@lacompagniedesfamilles.com	Gaele FABER +33672858903 gaele.faber@lacompagniedulit.fr

Enseigne	LA CROQUETTERIE	LA FRITUUR	LA GRANDE RECRE
Secteur	Distribution	CHR	Sport, loisirs, culture
Sous-secteur	Animalerie	Restauration rapide	Jeux, jouets
Création franchise	NC	2015	NC
Nombre de points de vente	17	2 restaurants	160
Type de contrat	Franchise	Contrat de franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	5 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	30000	Restaurant (15 000€) – Food Truck (12 500€)	18000
Apport personnel (€)	50000	50 000€	150000
Niveau d'investissement (k€)	150 K€ à 200 K€ Hors conditions	à partir de 100 K€	de 100 à 500 K€
Royalties / Redevance générale	4.5% / 6% sur CA	Restaurant (5%) / NC	3% / NC
Redevance publicitaire	1.5%	Restaurant (1% du CA HT mensuel)	2.5%
Surface (m ²)	120 m ² minimum à 150 m ² Maximum	A partir de 40m ²	500 M ²
CA moyen	220 K€	300 K€ (Chiffre basé sur notre unité pilote)	de 800 à 2000 K€
Contact	Patrick SICRE 0680171008 p.sicre@lacroquetterie.com	Christophe FLIEGANS 06 61 63 42 76 contact@lafrituur.be	Stanislas GROS 06 13 68 33 22 commande@ludendo.com



REJOIGNEZ LE RÉSEAU N°1 FRANÇAIS DE L'AMÉNAGEMENT D'INTÉRIEUR SUR-MESURE

- Surfez sur un marché à très forte croissance
- Profitez de la force industrielle d'une enseigne de fabricant français
- Bénéficiez d'un accompagnement solide avant et après ouverture
- Exploitez un concept de magasin unique, performant et 100% sur-mesure
- Saisissez l'une des top 100 opportunités d'implantation en France en zone commerciale et en centre-ville

franchise.quadro.fr

Quadro[®]

Intérieurs sur-mesure



RANGEMENTS DRESSINGS BIBLIOTHÈQUES
SOUS-ESCALIERS CUISINES VERRIÈRES

Pour plus d'informations, contactez
Slav SAVOV, Directeur Développement
Email : slav.savov@magasin-quadro.fr
Tél : 06 07 86 00 60



Enseigne	LA HALLE AU SOMMEIL	LA MAISON DES TRAVAUX	LA MAISON DU MENUISIER
Secteur	Habitat	Habitat	Habitat
Sous-secteur	Literie	Courtage en travaux	Portail, store et fenêtre
Création franchise	1993	2007	2004
Nombre de points de vente	78	140	78
Type de contrat	Franchise	Franchise	Licence de marque
Durée du contrat (année)	5 ans renouvelable	7 ans	3 ans
Droits d'entrée (€)	8000	15000	6500
Apport personnel (€)	40000	10000	0
Niveau d'investissement (k€)	à partir de 80 K€	35 K€	N.C
Royalties / Redevance générale	NC / 1,5% après RFA	5% / 463€ / mois	NC / NC
Redevance publicitaire	350 € mensuel	2 400€ / an	oui
Surface (m ²)	300 m ² à 850 m ²	40 m ²	à partir de 100m ²
CA moyen	650 K€	Entre 100 et 150 K€ de CA	NC
Contact	Jean Luc BARBATO 06 80 05 04 76 jibarbato@halleausommeil.fr	Sandrine IENNY 07 69 87 30 60 recrutement@lamaisondetravaux.com	Jerome DANGLES 0632983319 j.dangles@reseaux-menuiseries.fr

Enseigne	LA MANGOUNE	LA MIE CÂLINE	LA PATATERIE
Secteur	CHR	Alimentaire	CHR
Sous-secteur	Restauration	Boulangerie	Restauration
Création franchise	2005	1985	1996
Nombre de points de vente	7	241	80
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	7 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	40000	30000	45000
Apport personnel (€)	100000	80000	120000
Niveau d'investissement (k€)	Pour exploitation : 450 K€ Clos couvert	460 K€ (hors droit au bail)	500/550 K€ « clé en main »
Royalties / Redevance générale	4.50% / 4%	5% du CA / 0%	Royalties / 4,5%
Redevance publicitaire	0.50%	2% du CA HT mensuel	1%
Surface (m ²)	450	à partir de 120 m ²	350m ²
CA moyen	650 à 1200 K€	775 K€ (après 3 ans)	750 K€ CA moyen HT
Contact	Marion NOEL 0471628927 contact@lamangoune.fr	Véronique GRONDIN 02 51 59 19 19 veroniqueg@lamiecaline.com	Sébastien DE LAPORTE 0555358794 sebastien.de.laporte@lapaterie.com

Enseigne	LA RESIDENCE	LA TAVERNE - TABLE DE CARACTERE	LA VIE CLAIRE
Secteur	Immobilier	CHR	Alimentaire
Sous-secteur	Agence immobilière	Restauration	Diététique, bio
Création franchise	2012	NC	1946
Nombre de points de vente	72	34	392
Type de contrat	Licence de marque	contrat de licence de marque	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	5 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	0	15000	20000
Apport personnel (€)	20000	200000	70000
Niveau d'investissement (k€)	80 K€	800 K€	280 K€ (stock compris et hors travaux)
Royalties / Redevance générale	NC / 950 €/MOIS	0 / 0	0 / 0
Redevance publicitaire	NC	0	1 % du CA
Surface (m ²)	50	500 m ² minimum	200 à 350m ² surface de vente
CA moyen	250 K€ HT	1,5 M€ (passage sous enseigne dès 1 M€)	NC
Contact	Bruno VIKELAS 0171527060 lexact@laresidence.fr	Stany LEMASLE 06 07 39 97 42 slemasle@lestavernes.com	Yann DINEUFF NC ydineuff@lavieclaire.com

Enseigne	LA VIGNERY	L'ADRESSE	LAFORÊT
Secteur	Alimentaire	Immobilier	Immobilier
Sous-secteur	Caviste	Agence immobilière	Agence immobilière
Création franchise	2005	1999	1981
Nombre de points de vente	23	320	750
Type de contrat	Commission affiliation	Action nominale	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	3 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	30000	19800	28000
Apport personnel (€)	50000	50000	50000
Niveau d'investissement (k€)	NC	selon projet	150 K€ hors reprise de bail
Royalties / Redevance générale	NC / NC	1,5% + 1,7% / 620 € / Mois	6, 4 et 2% / 6% dégressif
Redevance publicitaire	NC	250 € / Mois	2%
Surface (m ²)	Entre 280 à 450 m ²	entre 60 et 80	80
CA moyen	Entre 1,2 et 1,5 M€	NC	337 K€
Contact	Antony PEREIRA 01 34 85 30 21 apeireira@lavignery.fr	Brice CARDI 01 84 19 81 50 developpement@ladresse.com	Bruno SALVATORE 01 44 12 51 01 ldevoqe@laforet.com

Enseigne	LAGOON	L'APPART FITNESS	L'ATELIER GOURMAND
Secteur	Services aux particuliers	Sport, loisirs, culture	Formation, emploi
Sous-secteur	Laverie, Pressing	Club de sport	Formation
Création franchise	2004	2007	2005
Nombre de points de vente	250	119	14
Type de contrat	Partenariat	Franchise	franchise
Durée du contrat (année)	NC	7 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	0	15000	18000
Apport personnel (€)	5000	100000	30000
Niveau d'investissement (k€)	7,5 à 100 K€	370 à 680 K€	100 K€
Royalties / Redevance générale	NC / NC	NC / 4%	NC / 500
Redevance publicitaire	NC	4,4%	NC
Surface (m ²)	60 à 100	500-2000	100m ²
CA moyen	NC	500 K€	130 K€
Contact	Isabelle LEFEVRE 07 87 43 23 16 isabelle.lefevre@electroluxprofessional.com	Frédéric POTY 0667891462 f.poty@l-appart.net	Claire LEHAY 02 41 86 92 40 contact@atelier-gourmand.fr

Enseigne	L'ATELIER PAPILLES	LAVATRANS	LDLC.COM
Secteur	Alimentaire	Auto, moto, bateau	Distribution
Sous-secteur	Boulangerie	Lavage Poids Lourds	Equipement de la maison
Création franchise	NC	1987	1996
Nombre de points de vente	23	9	60
Type de contrat	Franchise	franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	7 ans	9 ans
Droits d'entrée (€)	40000	22900	37350
Apport personnel (€)	130000	100000	50000
Niveau d'investissement (k€)	NC	200 K€ Hors Foncier	250 à 350 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 4% du CA	NC / 5%	NC / 3% du CA HT (Exploitation)
Redevance publicitaire	1% du CA	NC	1% du CA HT (Marketing)
Surface (m ²)	de 200 à 400m ²	3500 m ² terrain	100 - 200 m ²
CA moyen	1 M€ HT	300 K€	1000 à 3000 K€
Contact	Florent FERRARIS 06 26 29 54 45 fferraris@latelier-papilles.com	Matthieu COLLIN 0634994039 m.collin@lavatrans.com	Julien BONNAN 0426681781 j.bonnan@ldlc.com

Enseigne	LE BŒUF TRICOLERE BOUCHERIE	LE CLUB	LE COMPTOIR IRLANDAIS
Secteur	Alimentaire	CHR	Alimentaire
Sous-secteur	Boucherie	Café - Salon de thé	Epicerie fine
Création franchise	2003	2004	1987
Nombre de points de vente	32	50	45
Type de contrat	Franchise / Licence de marque	Franchise	Concession commerciale
Durée du contrat (année)	7 ans / 5 ans	7 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	20000	18000	14500
Apport personnel (€)	100000	80000	100000
Niveau d'investissement (k€)	NC	220 à 320 K€ selon configuration	213,5 à 427,5 K€
Royalties / Redevance générale	3% / NC	NC / 5% du CA HT	NC / 2.12%
Redevance publicitaire	NC	1% du CA HT	2.12%
Surface (m ²)	400 à 500m ²	de 30 m ² (kiosque) + terrasse à 150 m ²	100
CA moyen	3 M€ HT par an et par boucherie	500 K€ HT	350 K€
Contact	Sonia PINEAU 07 78 64 34 07 sonia@pineau.pro	Geoffrey HAHN 06.11.11.33.87 ghahn@progressium.fr	Hervé TALOC 02 98 85 47 85 contact@comptoir-irlandais.com

Enseigne	LE GRAND PANIER BIO	LE JARDIN DES FLEURS	LE KIOSQUE A PIZZAS
Secteur	Alimentaire	Distribution	CHR
Sous-secteur	Diététique, bio	Fleuriste	Vente à emporter
Création franchise	1997	1987	2004
Nombre de points de vente	25	80	500
Type de contrat	Franchise	Franchise	Licence de marque
Durée du contrat (année)	7 ans	7 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	15000	17000	0
Apport personnel (€)	50000	50000	25000
Niveau d'investissement (k€)	minimum 110 K€	180 à 220 K€	115 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 1,7%	NC / 6%	0€ / 0€
Redevance publicitaire	NC	1.50%	0€
Surface (m ²)	100-800 m ²	100 à 150 m ²	11
CA moyen	NC	410 K€	200 K€
Contact	Bertrand PEROT NC bertrand.perot@grandpanierbio.fr	Julie LAFON 05 57 81 20 83 developpement@floranova.fr	Davy HONORE 0625774975 davy.honore@kap-co.fr

Enseigne	LE PATACRÊPE	LE PETIT CASINO	LE VERANDIER BY TRYBA
Secteur	CHR	Distribution	Habitat
Sous-secteur	Restauration	Supermarché	Vérandas et abris de jardin
Création franchise	NC	2017	2007
Nombre de points de vente	8	170	25
Type de contrat	Franchise	Affiliation	Concession
Durée du contrat (année)	9 ans	5 ans	3 ans puis renouvellement
Droits d'entrée (€)	30000	0	10000
Apport personnel (€)	100000	75000	75000
Niveau d'investissement (k€)	250 > 500 K€ hors fond de commerce	Variable selon projet	150 K€
Royalties / Redevance générale	4% / 4%	NC / 0.80%	0 / sans
Redevance publicitaire	0.5%	0.40%	Forfait 10000 € / an
Surface (m²)	200 > 350 m²	De 150 à 450 m²	100
CA moyen	1 M€	de 600 à 3000 K€	750 K€
Contact	Adrien DE MONTAIGU 0782744704 adrien@le-patacrepe.com	Laurence BENEDETTO NC infoentreprendre@groupe-casino.fr	Magali CHAUDRON 03 88 43 00 20 mchaudron@leverandier.fr

Enseigne	LEADER AVENTURE	LEON	LEONIDAS
Secteur	Auto, moto, bateau	CHR	Alimentaire
Sous-secteur	Services aux entreprises	Restauration à thème	Chocolatier
Création franchise	NC	1893	1968
Nombre de points de vente	1	80	300
Type de contrat	Licence de marque	Franchise ou Location Gérance	Partenariat
Durée du contrat (année)	5 ans	10 ans	à durée indéterminée
Droits d'entrée (€)	30000	50000	0
Apport personnel (€)	30000	350000	50000
Niveau d'investissement (k€)	60 K€	1,3 M€	150 à 450 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 8 %	NC / 5%	NC / NC
Redevance publicitaire	1 %	1%	NC
Surface (m²)	30 m²	450 m²	De 20 à 50 m² pour vente + réserve
CA moyen	500 K€	1,8 M€	Variable
Contact	Philippe DABLANC 0615044301 dablanc@leader-aventure.com	Nathalie BAILLOUX 06 72 79 93 92 n.bailloux@groupe-bertrand.com	Patricia BOUSQUIÉ NC sales@leonidas.be

Enseigne	L'EPICURIEN	LES CHOCOLATS YVES THURIES	LES DOCKS DU MEUBLE
Secteur	CHR	Alimentaire	Habitat
Sous-secteur	Bar à thème	Chocolatier	Mobilier, décoration
Création franchise	2010	1998	1987
Nombre de points de vente	12	65	39
Type de contrat	Franchise	Franchise	Concession
Durée du contrat (année)	5 ans	10 ans	3 ans
Droits d'entrée (€)	10000	19500	3800
Apport personnel (€)	25000	40000	75000
Niveau d'investissement (k€)	75 K€	150 à 250 K€	150 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 1%	Aucunes / Aucune	NC / 3900 € HT / an
Redevance publicitaire	2%	2%	NC
Surface (m²)	40-80	40m²	700-1000
CA moyen	175 à 300 K€	180 à 200 K€	825 € / m² HT
Contact	Christophe GORGERET 04 93 13 01 01 franchise@l-epicurien.fr	Ghislain DES PALLIÈRES 05 63 53 05 05 g.desPallieres@yvesthuries.com	Hugues VANDENBERGUE 01 49 20 89 83 huguesvandenbergue@groupemaxiam.fr

Enseigne	LES DOMAINES QUI MONTENT	LES FROMENTIERS	LES MENUS SERVICES
Secteur	Alimentaire	Alimentaire	Services aux particuliers
Sous-secteur	Caviste	Boulangerie	Livraison repas à domicile
Création franchise	1990	1984	2003
Nombre de points de vente	30	30	105
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	9 ans	9 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	19000	30000	20000
Apport personnel (€)	50000	100000	40000
Niveau d'investissement (k€)	180 à 250 K€	300 à 400 K€ HT	100 K€
Royalties / Redevance générale	1,5% du CA / NC	5% du CA / 0	5,5% du CA / non
Redevance publicitaire	2 % du CA	0	0
Surface (m²)	80 à 120 m²	150 à 200m²	80
CA moyen	300 K€	400 à 600 K€	300 K€
Contact	Emmanuel DE BODARD 0142271455 elise.staub@lesdomainesquimontent.com	Camille VIDAL 0680362922 cvidal@fromentiers.fr	Corinne DUPLAT 06 61 35 83 78 franchise@les-menus-services.com

Rejoignez une franchise
qui partage vos valeurs



FABRICANT FRANÇAIS
— DEPUIS 1960 —



Un projet qui a du sens

Ouvrir une franchise Gautier, c'est l'opportunité de vivre ensemble chaque jour une expérience riche et variée, à votre image.



Agenceur d'intérieur

Nous mettons votre passion pour la décoration et l'agencement d'intérieur au service de nos clients, grâce à nos outils et formations sur-mesure.



Fabrication responsable

Nous travaillons depuis toujours dans le respect des Hommes et de l'environnement, dans nos ateliers vendéens.

120 MAGASINS DANS LE MONDE
RETROUVEZ-NOUS SUR [in](#) | WWW.FRANCHISE.GAUTIER.FR

GAUTIER
Meublez, Vivez

Enseigne	LES PETITS BILINGUES	LES P'TITS BABADINS	LES SAVANTS FOUS
Secteur	Formation, emploi	Services aux particuliers	Sport, loisirs, culture
Sous-secteur	Formation en anglais	Garde d'enfants, crèche	Loisirs pour enfants
Création franchise	1992	NC	2006
Nombre de points de vente	55	95	25
Type de contrat	franchise	filiale	Licence de marque
Durée du contrat (année)	5 ans	NC	7 ans
Droits d'entrée (€)	16000	7800	16500
Apport personnel (€)	20000	7800	15000
Niveau d'investissement (k€)	100 K€ sur 5 ans	NC	30 K€
Royalties / Redevance générale	Incluses / 7% du CA HT	5% / 5%	NC / 5%
Redevance publicitaire	2% du CA HT	NC	2%
Surface (m ²)	100 m ²	500m ² minimum	NC
CA moyen	100 K€	185 K€	Variable
Contact	Frédéric BALLNER NC franchise@lespetitsbilingues.com	Corentin LE MAREC 0667854402 corentin.lemarec@lesptitsbabadins.com	Laurence COSTA 06 19 22 27 46 contact@lessavants.fr

Enseigne	LIPPI	LITRIMARCHE	LLAOLLAO
Secteur	Habitat	Habitat	Alimentaire
Sous-secteur	Portail, store et fenêtre	Literie	Glace - Confiserie
Création franchise	NC	1996	2009
Nombre de points de vente	16	104	224
Type de contrat	Concession	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	2 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	5000	5000	12000
Apport personnel (€)	80000	20000	30000
Niveau d'investissement (k€)	200 K€ minimum	69 K€	à partir de 100 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 3,5%	NC / 2% du CA	5% du CA / NC
Redevance publicitaire	1%	1600 € HT / an	1,5% du CA
Surface (m ²)	300/500 m ²	250-800 m ²	Kiosque (12-20m ²) Magasin (dès 25m ²)
CA moyen	800 K€	Variable	250 K€
Contact	Pauline SERVE 0788519895 pauline.serve@lippi.fr	Robert BARBE 02 40 62 15 40 litrimarche@wanadoo.fr	Pascal GUILLEMAND 06 37 67 24 92 pascal.guillemand@llaollaodeveloppement.com

Enseigne	LMT SERVICES - LA MAIN TENDUE	L'ONGLERIE	LOUISE
Secteur	Services aux particuliers	Beauté, santé	Alimentaire
Sous-secteur	Aide à la personne	Institut de beauté	Glace - Confiserie
Création franchise	2003	1983	2018
Nombre de points de vente	10	115	9
Type de contrat	Franchise	Franchise	Concession de marque
Durée du contrat (année)	7 ans	7 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	18000	15000	10000
Apport personnel (€)	20000	20000	30000
Niveau d'investissement (k€)	40 K€	80 K€	50 à 100 K€
Royalties / Redevance générale	0 / 4 % CA	7% / NC	NC / 1% du CA
Redevance publicitaire	1 % CA	3%	1% du CA
Surface (m ²)	20 m ²	30-80	25 m ²
CA moyen	250 à 300 K€	120 à 180 K€	au delà de 200 k€
Contact	Alexy MONFORT 06 22 34 15 57 alex.monfort@lmt-services.fr	Laurence PY 05 57 26 37 00 l.py@l-onglerie.fr	Ludovic SOUQUE 06.20.72.44.33 ludovic.souque@louiseglaces.com

Enseigne	LYNX RH	MAIGRIR 2000	MAIL BOXES ETC.
Secteur	Formation, emploi	Beauté, santé	Services aux entreprises
Sous-secteur	Recrutement	Diététique, minceur	Service divers
Création franchise	2009	2005	1980
Nombre de points de vente	32	40	90
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	5 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	35000	11600	22000
Apport personnel (€)	25000	5000	40000
Niveau d'investissement (k€)	80 K€	11,6 K€	80 K€
Royalties / Redevance générale	NC / % du CA	NC / 5%	6,5% du CA / NC
Redevance publicitaire	NC	600€ / an	3,5% du CA HT
Surface (m ²)	50 en moyenne	30	80 - 120 m ²
CA moyen	1000 K€	40 K€	250 K€
Contact	Jean-Loup WIROTIUS 0760758290 jl.wirotius@mistertemp-group.com	Isabelle BRIVET 03 84 82 33 47 isabelle.brivet@maigrir2000.com	NC NC 01 41 90 12 10 franchise@mbefrance.fr

ET SI LE VRAI SUR-MESURE SE CRÉAIT AVEC VOUS ?



DEVEZ CONCESSIONNAIRE ARTHUR BONNET

Défendre le vrai-sur mesure en pratiquant la co-conception avec vos clients, être fier de vendre des cuisines premium de fabrication 100% française... Rejoignez notre réseau de concessionnaires et profitez de sa puissance nationale. Notre marque est historique et porte les valeurs fortes de créativité, d'exigence, d'authenticité et d'accessibilité. Alors n'attendez pas, ouvrez votre magasin Arthur Bonnet !

ORIGINE
FRANCE®
GARANTIE

PLUS D'INFOS SUR

arthur-bonnet.com/ouvrir-un-magasin/

BVCert. 6019325

Arthur Bonnet
Cuisine & Rangement

Enseigne	MAISON ET SERVICES	MAISONS ARLOGIS	MAITRE CORBEAU
Secteur	Services aux particuliers	Immobilier	CHR
Sous-secteur	Ménage	Construction de maisons individuelles	Restauration traditionnelle
Création franchise	1999	1997	2002
Nombre de points de vente	150	15	3
Type de contrat	Partenariat	Partenariat	Partenariat
Durée du contrat (année)	7 ans	7 ans	5 ou 7 ans
Droits d'entrée (€)	0	35000	35000
Apport personnel (€)	15000	100000	100000
Niveau d'investissement (k€)	70 K€	200 K€	Min. 270 K€
Royalties / Redevance générale	NC / De 5% à 1%	0 / 870 €/mois + 870 € par chantier	NC / -5 % du CA HT
Redevance publicitaire	Inclue	400 €/mois + 400€/mois	-1 % du CA HT
Surface (m ²)	50 m ²	100	Min. 100 m ²
CA moyen	240 K€	2400 K€	Min. 500 K€
Contact	Paul SOUTRA 07 85 49 94 85 psoutra@maison-et-services.com	Alexandre COURAT 04 72 81 62 00 a.courat@groupe-perspectives.com	NC NC NC developpement@maitre-corbeau.com

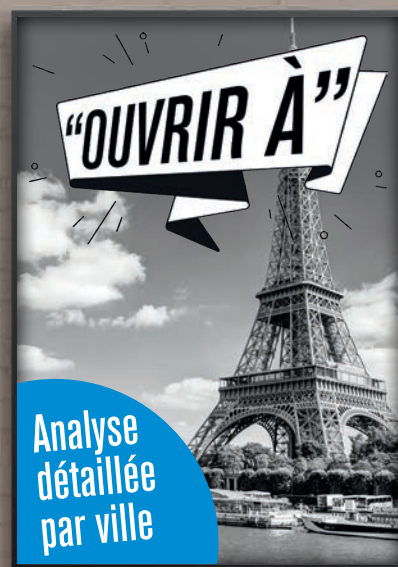
Enseigne	MAMIE MESURE	MANHATTAN STORE	MARC O POLO
Secteur	Distribution	CHR	Equipement de la personne
Sous-secteur	Epicerie, droguerie	Restauration rapide	habillement/chaussures/accessoires
Création franchise	2016	2011	1967
Nombre de points de vente	11	12	110
Type de contrat	Franchise	Licence de marque	Affiliation/franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	3 ans	3 ans renouvelables
Droits d'entrée (€)	14000	19000	0
Apport personnel (€)	20000	75000	50
Niveau d'investissement (k€)	de 100 à 150 K€	250 K€	NC
Royalties / Redevance générale	0% / 4% mensuel du CA HT	NC / 3%	NC / NC
Redevance publicitaire	1% la première année	3%	NC
Surface (m ²)	environ 100 m ²	80	100 m ²
CA moyen	250 K€	500 K€	450 K€
Contact	Marine GODET 06.50.27.37.68 bonjour@mamiemesure.fr	Serge PADOVANO 04 42 20 21 52 serge@manhattanhotdog.com	Nathalie JOURNE 0611586511 nathaliejourne@marc-o-polo.com

Enseigne	MARCHE AUX AFFAIRES	MARIE BLACHERE	MARY COHR
Secteur	Distribution	Alimentaire	Beauté, santé
Sous-secteur	Discount, Dépôt-vente	Boulangerie	Institut de beauté
Création franchise	1984	2004	1977
Nombre de points de vente	304	650	150
Type de contrat	Franchise	Franchise	Affiliation
Durée du contrat (année)	6 ans	7 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	10000	60000	12000
Apport personnel (€)	80000	150000	30000
Niveau d'investissement (k€)	300 K€	600 K€	80 à 150 K€
Royalties / Redevance générale	0 / 6%	NC / 5 %	Aucunes / NC
Redevance publicitaire	0	1,5 %	0
Surface (m ²)	1000	300 à 400m ²	60 à 120 m ²
CA moyen	800 K€	1.2 M€	150 à 200 K€
Contact	Bernard LEVY 06 75 21 86 08 bernard_levy@marcheauxaffaires.fr	Jean Marc CONRAD 0620515156 franchise@blachere.fr	Edouard FALGUIERES 0627471751 efalguieres@guinot.com

Enseigne	MASMOUDI	MAUD DERMO ESTHETIC	MAXILITERIE
Secteur	CHR	Beauté, santé	Habitat
Sous-secteur	SALON DE THE	Institut de beauté	Literie
Création franchise	1972	2013	NC
Nombre de points de vente	4	4	39
Type de contrat	Franchise	Franchise	Concession
Durée du contrat (année)	10 ans	5 ans	3 ans
Droits d'entrée (€)	10000	22000	3950
Apport personnel (€)	50000	35000	65000
Niveau d'investissement (k€)	150 K€	NC	65 K€
Royalties / Redevance générale	Aucunes / NC	5% / 3%	NC / 2,64 K€
Redevance publicitaire	0	2%	NC
Surface (m ²)	50 m ²	60 m ²	250 m ²
CA moyen	NC	NC	NC
Contact	Rahma BOUZID 0021697267257 rahma@masmoudi.com	Alice CUPILLARD 06 50 70 15 39 alice@maud.pro	NC NC NC developpement@groupemaxiam.fr

DÉCOUVREZ NOS FICHES PRATIQUES

Pour vous lancer en franchise !



Disponible sur notre boutique

AU PRIX DE 1,90 €



Enseigne	MEDIRECT HOMECARE	MEILLEURTAUX	MELLOW YELLOW
Secteur	Services aux particuliers	Services aux particuliers	Équipement de la personne
Sous-secteur	Santé	Courtage	Chaussures
Création franchise	2004	1999	2012
Nombre de points de vente	1	360	22
Type de contrat	Franchise	Franchise	Commission affiliation
Durée du contrat (année)	5 ans	5 ans	NC
Droits d'entrée (€)	20000	50000	10000
Apport personnel (€)	15000	50000	20000
Niveau d'investissement (k€)	40 à 50 K€	200 K€	80 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 6%	NC / 6,5% à 8.50%	NC / NC
Redevance publicitaire	2%	200 € à 400 € par mois	NC
Surface (m²)	Plus de 25 m²	60 à 120m²	35-50
CA moyen	350 K€	450 K€	NC
Contact	Pierre RECOUPE 06 60 67 12 70 franchise@medirect.fr	Guillaume CAZABAN 0675673919 gcazaban@meilleurtaux.com	Hervé KIT 06 87 80 27 46 hkit@eram.fr

Enseigne	MEMPHIS	MÉTHODE LAURAND	METHODE MEER
Secteur	CHR	Beauté, santé	Services aux particuliers
Sous-secteur	Restauration à thème	Diététique, minceur	Santé
Création franchise	NC	1992	2005
Nombre de points de vente	79	40	30
Type de contrat	Franchise	franchise ou location de matériels	Partenariat
Durée du contrat (année)	10 ans	7 ans renouvelables sans frais	1 an reconductible
Droits d'entrée (€)	45000	3500	0
Apport personnel (€)	150000	15000	12500
Niveau d'investissement (k€)	à partir de 730 K€ ht	en franchise 13,5 K€ tout compris	12,5 K€
Royalties / Redevance générale	5% / 7%	250€/mois / NC	0€ / Aucune année 1
Redevance publicitaire	2%	0€	0€
Surface (m²)	environ 300 m²	35 m²	Possibilité d'exercer chez soi.
CA moyen	1,2 M€ HT	65 K€	45 K€
Contact	Maeva ANDRÉ 0466679165 developpement@memphis-coffee.com	Isabelle GARDÈRES 09.54.95.26.45 info@laurand.com	Nathalie MEER 06 19 01 66 69 nmeer@methode-meer.com

Enseigne	MEXX	MICHAËL ZINGRAF REAL ESTATE	MICHEL SIMOND
Secteur	Équipement de la personne	Immobilier	Immobilier
Sous-secteur	Prêt à porter	Agence immobilière	Immobilier commercial
Création franchise	NC	1977	1991
Nombre de points de vente	NC	22	+ de 50
Type de contrat	Franchise	Licence de Marque	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	NC	7
Droits d'entrée (€)	9 K€	43500	50000
Apport personnel (€)	50000	0	75000
Niveau d'investissement (k€)	1,2 K€ / m²	NC	150 K€
Royalties / Redevance générale	NC / NC	0 / 7% du CA	NC / Moyenne : 14%
Redevance publicitaire	2% des achats annuel	0	0
Surface (m²)	100 m²	minimum de 50m²	80 - 100
CA moyen	476 K€ pour 100 m²	NC	450 K€
Contact	NC NC NC ejury@progressium.fr	Fabrice BLACHER 0637260128 f.blacher@michaelzingraf.com	Mélanie ALOUI 0450031212 recrutement@msimond.fr

Enseigne	MIDAS FRANCE	MIKIT	MOBALPA
Secteur	Auto, moto, bateau	Immobilier	Habitat
Sous-secteur	Entretien automobile	Construction de maisons individuelles	Cuisiniste
Création franchise	1976	1983	1907
Nombre de points de vente	367	130	310
Type de contrat	Franchise	Franchise ou courtage affiliation	Concession
Durée du contrat (année)	10 ans	7 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	25000	37000	0
Apport personnel (€)	60000	15000	80000
Niveau d'investissement (k€)	200 - 250 K€	40 ou 100 K€	350 K€
Royalties / Redevance générale	4% / NC	NC / 6%	NC / NC
Redevance publicitaire	3%	2,5%	1,9% des achats de marchandises
Surface (m²)	250 à 500 m²	60 m²	200-400
CA moyen	500 K€	1500 K€	1400 K€
Contact	Inès CHARARA 0130825693 recrutement-franchise@midas.fr	Laurence NAVARRO 01 39 18 81 48 l.navarro@mikit.fr	Pierre ROSTAN 0480480156 prosttan@mobalpa.com

Enseigne	MOBILIER DE FRANCE	MON COURTIER ENERGIE	MON MEILLEUR BANQUIER.COM
Secteur	Habitat	Energie	Services aux particuliers
Sous-secteur	Mobilier, décoration	courtage en énergie	Courtage
Création franchise	1925	2017	NC
Nombre de points de vente	100	24	40
Type de contrat	Licence de marque	Licence de marque	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	2 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	0	17500	12500
Apport personnel (€)	150000	30000	10000
Niveau d'investissement (k€)	350 K€	50 K€	25 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 3,2% du CA	0 / 20% CA	Aucunes / 5 % du CA
Redevance publicitaire	0.8%	5% CA	0
Surface (m ²)	minimum 850	NC	30-50 m ² pour l'agence
CA moyen	En fonction de la surface 1790 €/m ²	NC	120 à 150 K€
Contact	Micjel KERGONNAN 06 48 35 48 14 mkergonnan@mobilier-de-france.com	Guillaume ROUAUD 07 57 42 50 30	Sébastien PONCELET 06 38 04 57 37 s.poncelet@agencemmb.com

Enseigne	MONCEAU FLEURS	MONDIAL PISCINE	MONDIAL TISSUS
Secteur	Distribution	Habitat	Distribution
Sous-secteur	Fleuriste	Piscine et spa	Equipement de la maison
Création franchise	1965	2002	1981
Nombre de points de vente	180	90	113
Type de contrat	Franchise	Concessions	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	5 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	20000	0	18000
Apport personnel (€)	70000	30000	70000
Niveau d'investissement (k€)	210 K€	40 K€	350 €/m ²
Royalties / Redevance générale	NC / 6%	NC / 750€	0 / 7% du CA HT
Redevance publicitaire	jusqu'à 2%	NC	0
Surface (m ²)	80 à 150	150 m ²	350 à 800 m ²
CA moyen	800 K€ Paris et 400 à 600 K€ hors paris	NC	800 à 1400 K€
Contact	NC SERVICE DÉVELOPPEMENT 0180002034 developpement@emova-group.com	Laurent CHAPUIS 02 43 42 48 70 contact@mondialpiscine.fr	Sophie MONTINTIN LAMBIN 0437851205 slambin@mondialtissus.com

Enseigne	MONOP'	MONOPRIX - MONOP'	MONSIEUR ALBERT
Secteur	Distribution	Distribution	CHR
Sous-secteur	Supermarché	Supermarché	Restauration rapide
Création franchise	1932	1932	2016
Nombre de points de vente	100	405	8
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	5 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	0	0	25000
Apport personnel (€)	250000	300000	50000
Niveau d'investissement (k€)	800 K€	+ 1 M€	environ 250 K€
Royalties / Redevance générale	0 / 1.5 % sur le CA	NC / 2%	NC / 5%
Redevance publicitaire	0	0.15%	1%
Surface (m ²)	De 300 à 450m ²	de 300 à 3500 m ²	60 à 120 m ²
CA moyen	3 M€	4 M€	400 à 800 K€
Contact	Ludovic ALLAMEL 01 78 99 84 71 lallamel@monoprix.fr	Ludovic ALLAMEL 06 44 11 66 23 lallamel@monoprix.fr	Philippe DASSIÉ + 33 6 61 59 96 60 info@mr-albert.com

Enseigne	MORGAN	MR BRICOLAGE	MURS ET FONDS.COM
Secteur	Equipement de la personne	Distribution	Immobilier
Sous-secteur	Prêt à porter	Bricolage	Immobilier commercial
Création franchise	1989	1965	2013
Nombre de points de vente	175	896 (au 30/06/2021)	NC
Type de contrat	Affiliation	Charte de l'adhérent	Mandataire
Durée du contrat (année)	5 ans	3 ans	NC
Droits d'entrée (€)	8000	9150	0
Apport personnel (€)	40000	150000	0
Niveau d'investissement (k€)	200 K€	NC	4 mois de trésorerie
Royalties / Redevance générale	NC / 40% HT du CA	0 / 2% CA HT	NC / NC
Redevance publicitaire	300€ / mois	0,75% du CA HT	84 € ht / mois
Surface (m ²)	120-170	DE 500 A 6000 M ²	NC
CA moyen	NC	NC	NC
Contact	Damien VAUCHEL 02 99 19 98 98 dvauchel@groupe-beaumanoir.fr	Céline DIANE 0624930003 celine.diane@mrbricolage.fr	Pierre-Yves CHEVALIER 02 99 19 50 50 contact@murs-et-fonds.com

Enseigne	MY LITTLE WARUNG	MYBIKE	N'JOY
Secteur	CHR	Auto, moto, bateau	Sport, loisirs, culture
Sous-secteur	Restauration rapide	Cycles	Loisirs pour enfants
Création franchise	2011	2019	2008
Nombre de points de vente	25	NC	11
Type de contrat	Franchise	Licence	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	5 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	36000	5000	8000
Apport personnel (€)	100000	15000	10000
Niveau d'investissement (k€)	200 à 250K€	69 K€	NC
Royalties / Redevance générale	4% CA HT / NC	8% du CA HT / NC	10% sur le CA / NC
Redevance publicitaire	1% CA HT com nationale	2% du CA HT	NC
Surface (m²)	100 m²	5 m²	Zone de stockage : 14M²
CA moyen	600 K€	120 K€ pour le 1 ^{er} camion Pilote de Madrid	50 à 75 K€
Contact	Julien SIBELLAS 0683054068 julien.sibellas@mylittlearung.com	Samuel AICHOUBA 01.34.12.45.82 contact@mybike.bike	Loïc DUCHATEAU 06 77 52 45 96 contact@njoy.fr

Enseigne	NACHOS	NAIL'MINUTE	NAOS IMMOBILIER
Secteur	CHR	Beauté, santé	Immobilier
Sous-secteur	Restauration rapide	Institut de beauté	Agence immobilière
Création franchise	2013	1997	2012
Nombre de points de vente	16	300	180
Type de contrat	Franchise	Franchise	Agent commercial / portage salarial / présidence
Durée du contrat (année)	7 ans	7 ans	Indéterminé / Pas d'engagement
Droits d'entrée (€)	25000	5000	124
Apport personnel (€)	60000	30% de l'investissement avec mini 10	0
Niveau d'investissement (k€)	280 K€ minimum	A partir de 45 K€	0
Royalties / Redevance générale	NC / 6% dont publicité	0 / fixe mensuelle/poste	20% à 30% / NC
Redevance publicitaire	NC	comprise	129€ HT / mois
Surface (m²)	Entre 120 et 200 m²	30 m²	NC
CA moyen	900 à 1000 K€	80 K€ HT après 2 ans d'exploitation	120 K€ HT / an
Contact	Jean Philippe BOSC 0607179872 jeanphilippe.bosc@nachos.fr	Agathe DOMINGUES 01.53 .30.73.02 / 06.49.49.25.26 developpement@bodyminute.fr	Thu TRANG 0623986219 recrutement@naosimmobilier.com

Enseigne	NATURHOUSE	NESTENN	NETTO
Secteur	Beauté, santé	Immobilier	Distribution
Sous-secteur	Diététique, minceur	Agence immobilière	Hard-discount
Création franchise	2006	2017	2001
Nombre de points de vente	400	440	295
Type de contrat	Franchise	Franchise	Groupement d'indépendant
Durée du contrat (année)	5 ans	6 ans	15 ans
Droits d'entrée (€)	600	20000	0
Apport personnel (€)	10000	40000	65000
Niveau d'investissement (k€)	de 40 à 80 K€	100 - 150 K€	Variable selon la taille et la typologie
Royalties / Redevance générale	NC / 0 €	5% / NC	nc / nc
Redevance publicitaire	0	380€ / mois	nc
Surface (m²)	40 à 80m²	50	De 650 à 1 000 m²
CA moyen	NC	350 K€	nc
Contact	François GAYDIER 05 63 46 31 36 franchise@naturhouse.fr	Romain ODANO 0494121787 r.odano@nestenn.com	Vanessa BESSE 0169641020 udm_recrutement@mousquetaires.com

Enseigne	NIPPON PIECES SERVICES	NORAUTO	O'TACOS
Secteur	Auto, moto, bateau	Auto, moto, bateau	CHR
Sous-secteur	Entretien automobile	Entretien automobile	Restauration rapide
Création franchise	1993	1970	2007
Nombre de points de vente	20	410	305
Type de contrat	Contrat de concession	franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	3	5 ans x 2	10 ans
Droits d'entrée (€)	selon le pays	20000	25000
Apport personnel (€)	50000	100000	80000
Niveau d'investissement (k€)	selon le pays	450 K€	350 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 3%	1,9% à 3% du CA / NC	7 % / 5 %
Redevance publicitaire	NC	2% de CA HT	2 %
Surface (m²)	NC	700 m²	Minimum 100 m²
CA moyen	nc	1,4 M€	900 K€
Contact	Olivier DELFORGE 03 20 62 28 06 franchise@nippon-pieces.com	Jean-Pierre GUMEZ 03 20 60 75 58 franchise@norauto.fr	Iheb JEBALI 06 27 53 26 94 / 01 85 78 06 20 iheb.jebali@o-tacos.fr

Mondial Box[®]

"Libère l'espace"

Rejoignez le 1^{er} réseau
de Self-Stockage Drive[®] en France

OPPORTUNITÉ
INVESTISSEUR



&

Nouveau
Mondial Box[®]
CITY[®]

MAINTENANT
EN CENTRE-VILLE !

Devenez franchisé !

PROFITEZ D'UNE ACTIVITÉ RENTABLE À FORT POTENTIEL

Et optimisez votre patrimoine sur un marché en forte croissance et bénéficiez :

**UN CONCEPT
INNOVANT**

- ✓ D'un accompagnement de A à Z.
- ✓ De conditions financières d'entrée attractives.
- ✓ D'un risque limité et retour sur investissement rapide.
- ✓ Des avantages d'une marque et d'un réseau national établi.
- ✓ D'une activité nécessitant peu de personnel.
- ✓ D'une identité visuelle forte.

Investissez et gagnez plus avec Mondial Box[®]

www.mondialbox.com

Contactez-nous : franchises@mondialbox.com

Enseigne	O2 CARE SERVICES	OCEAZUR	OLIVIER DESFORGES
Secteur	Services aux particuliers	Habitat	Habitat
Sous-secteur	Aide à la personne	Piscine et spa	Energies renouvelables
Création franchise	1996	2004	1845
Nombre de points de vente	374	15	60
Type de contrat	Franchise	Licence de marque	Commission Affiliation
Durée du contrat (année)	7 ans	5 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	45000	9000	10000
Apport personnel (€)	25000	10000	50000
Niveau d'investissement (k€)	80 K€	10 K€	NC
Royalties / Redevance générale	NC / 5%	au réel / NC	NC / NC
Redevance publicitaire	2%	150 € / mois	NC
Surface (m ²)	60	pas obligatoire	50-80 m ²
CA moyen	325 K€	130 K€	NC
Contact	Marina CHARRIER NC franchise@o2.fr	Marianne SARZIER 0679002112 m.sarzier@oceazur.com	Geoffroy HUMBERT 0611439440 ghumbert@fremaux.fr

Enseigne	OLIVIERS&CO	ON AIR FITNESS	OPTICAL DISCOUNT
Secteur	Alimentaire	Sport, loisirs, culture	Equipement de la personne
Sous-secteur	Epicerie fine	Club de sport	Optique
Création franchise	NC	2017	1995
Nombre de points de vente	60	20	118
Type de contrat	Concession	Contrat de franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	7 ans	3 ans
Droits d'entrée (€)	12000	35000	9000
Apport personnel (€)	35000	350000	40000
Niveau d'investissement (k€)	105 K€	1,2 à 2 M€	100 K€
Royalties / Redevance générale	0 / 0	NC / 6%	NC / 3 %
Redevance publicitaire	0	1%	4 %
Surface (m ²)	25 à 50m ²	à partir de 1000m ²	80
CA moyen	250 K€/an	de 1 à 1,5 M€	300 K€
Contact	Melchior LE GUAY 0635996417 mleuguay@oliviers-co.com	Alexis BOLLE 0628787127 alexisbolle@onair-fitness.fr	Jimmy DRAMÉ 06 98 74 92 76 jdrame@opticaldiscount.com

Enseigne	ORPI	OYA	PALAIS DES THES
Secteur	Immobilier	Distribution	Alimentaire
Sous-secteur	Agence immobilière	Fleuriste	Café, thé
Création franchise	1966	1997	1987
Nombre de points de vente	1350	20	87
Type de contrat	Coopérative	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	illimité	7 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	20000	8500	12000
Apport personnel (€)	50000	30000	75000
Niveau d'investissement (k€)	NC	100 K€	entre 140 K€ et 180 K€ (hors DAB)
Royalties / Redevance générale	NC / NC	NC / 3% du CA HT	NC / 3% des achats
Redevance publicitaire	NC	1.5% du CA HT	0
Surface (m ²)	NC	60-100	40/60 m ² (surface de vente)
CA moyen	NC	250 K€	NC
Contact	Faiza BAGHDAD +33 (0)1 53 80 99 99 developpement@orpi.com	Julie LAFON 05 57 81 20 83 developpement@floranova.fr	Marion BRAMI NC franchise@palaisdesthes.com

Enseigne	PANIER DES SENS	PANIER SYMPA	PANO
Secteur	Beauté, santé	Distribution	Services aux entreprises
Sous-secteur	Cosmétique naturelle	Supermarché	Communication, publicité
Création franchise	2001	1969	1980
Nombre de points de vente	5	200	150
Type de contrat	Franchise	Affiliation	Licence de marque
Durée du contrat (année)	5 ans	5 ans	9 ans
Droits d'entrée (€)	12000	0	25000
Apport personnel (€)	30000	15000	15000
Niveau d'investissement (k€)	80 à 120 K€	30 K€	à partir de 47,5 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 4% sur les ventes	NC / NC	NC / à partir de 299 €/mois
Redevance publicitaire	1% du CA	Moins de 1 % du CA TTC	NC
Surface (m ²)	Surface de vente totale : 45 m ² minimum	80 m ²	50 à 120 m ²
CA moyen	250 K€ TTC	250 à 350 K€	Entre 200 et 300 K€.
Contact	Vincent RENARD 0603229170 vrenard@panierdessens.com	Michel FARINHA 02 38 46 84 68 michel.farinha@codifrance.fr	Maxime ROQUES 06 21 39 19 58 developpement@pano-group.com

Enseigne	PARTNERS CARD	PASSION BEAUTE	PASSTIME
Secteur	Sport, loisirs, culture	Beauté, santé	Sport, loisirs, culture
Sous-secteur	Librairie, presse, carterie	Parfumerie - cosmétiques	Divers
Création franchise	2002	1988	2005
Nombre de points de vente	17	150	90
Type de contrat	Concession	Coopérative	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	5 ans	2 ans renouvelable
Droits d'entrée (€)	8000	10000	5900
Apport personnel (€)	30000	100000	14724
Niveau d'investissement (k€)	30 K€	350 à 500 K€	25 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 0€	Aucunes / 493 €/mois	NC / A partir de 500€
Redevance publicitaire	0€	415 € HT fixe/mois	1%
Surface (m ²)	NC	120 à 180 m ²	non nécessaire
CA moyen	NC	CA réalisable après 3 ans : 690 K€	230 K€
Contact	Vincent BUSHELL 06 61 82 14 14 contact@partners-card.fr	Jean Michel POLLET 01 41 79 64 42 jm.pollet@passionbeaute.fr	Philippe COURTIAL 00 33 6 17 53 70 10 franchise@passtime.eu

Enseigne	PAUSE CAFE	PAVEFAST	PB COSMETICS
Secteur	Equipement de la personne	Habitat	Beauté, santé
Sous-secteur	Prêt à porter	Jardin	Parfumerie - cosmétiques
Création franchise	2000	NC	2007
Nombre de points de vente	60	10	21
Type de contrat	Affiliation	Applicateur agréé exclusif départemental	Contrat affiliation exclusif
Durée du contrat (année)	1 an	1 an renouvelable	9 ans
Droits d'entrée (€)	0	5000	15000
Apport personnel (€)	0	5000	15000
Niveau d'investissement (k€)	NC	5 K€	50 K€
Royalties / Redevance générale	NC / NC	0 / 0	0 / 0
Redevance publicitaire	NC	0	0/mois
Surface (m ²)	30	NC	60 m ²
CA moyen	NC	300 K€	140 K€
Contact	Cyrille LOPEZ 06.03.24.19.53 cyrille.lopez@ryvia.fr	Christophe DESIRE 0556970519 sofadescd@orange.fr	herve BOUCHET 0473545028 hbouchet@rgm.fr

Enseigne	PEPPER GRILL	PERENE	PETITS-FILS
Secteur	CHR	Habitat	Services aux particuliers
Sous-secteur	Restauration	Mobilier, décoration	Aide à la personne
Création franchise	2018	1986	2007
Nombre de points de vente	8	80	210
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	5 ans puis tacite reconduction	7 ans
Droits d'entrée (€)	25000	20000	19800
Apport personnel (€)	80000	60000	26000
Niveau d'investissement (k€)	300 K€	250 K€	de 55 K€ à 78 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 5%	NC / NC	NC / 6%
Redevance publicitaire	2%	2.50%	2%
Surface (m ²)	Minimum 150 m ²	100-200	30
CA moyen	700 K€	700 K€ HT	300 K€/600 K€ selon l'investissement
Contact	Alexandre CREVON 07 69 23 62 56 alexandre.crevon@storydeveloppement.com	Anouchka BROGGIO +33 6 68 06 60 47 developpement@perene.com	Laurent WATTEZ 0184011115 franchise@petits-fils.com

Enseigne	PICARD	PIGIER	PIL'VITE
Secteur	Alimentaire	Formation, emploi	Distribution
Sous-secteur	Surgelés	Formation	Accessoires
Création franchise	1973	1850	1993
Nombre de points de vente	1050	25	72
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	6 ans renouvelable 4 ans	5 ans	10 ans
Droits d'entrée (€)	25000	20000	15000
Apport personnel (€)	100000	150000	30000
Niveau d'investissement (k€)	350 K€ en moyenne	350 K€	90 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 2 %	NC / 5%	NC / 6% du CA
Redevance publicitaire	0,5 %	1.20%	1% du CA HT
Surface (m ²)	250 à 300m ²	600-1000	15 à 40 M ²
CA moyen	550 à 750 K€	500 K€	170 K€
Contact	NC DIMENSIONS HUMAINES NC recrut@dimensions-humaines.fr	Yoann HOUËIX 06 42 01 48 11 yoann.houeix@pigier.com	Hervé MAGINIER 0477337096 hmaginier@gmail.com

Enseigne	PITA PIT	PITAYA	PIVANO
Secteur	CHR	CHR	CHR
Sous-secteur	Sandwicherie	Restauration à thème	Restauration rapide
Création franchise	2013	2010	2004
Nombre de points de vente	10	128	3
Type de contrat	Franchise	Franchise	Licence de marque
Durée du contrat (année)	7	10 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	20000	35000	17500
Apport personnel (€)	50000	100000	30000
Niveau d'investissement (k€)	1300 €/m²	à partir de 350 K€	200 K€
Royalties / Redevance générale	5% / NC	NC / 6%	5% / NC
Redevance publicitaire	3% en national	2%	NC
Surface (m²)	80m²-120m²	80 à 200 m²	70-120
CA moyen	selon l'emplacement, entre 450 K€ et 700 K€	1,2 M€	300 - 650 K€
Contact	Manon COMMUNIER 06 29 67 37 96 developpement@pitapit.fr	Stéphane CLEMENT 07.63.47.00.46 s.clement@pitayaresto.fr	Pascal DUCROS 06 75 03 76 19 pascalducros@pivano.fr

Enseigne	PIZZA COSY	PIZZA TIME	PLANET SUSHI
Secteur	CHR	CHR	CHR
Sous-secteur	Pizzeria	Restauration rapide	Sushi
Création franchise	2010	1999	1998
Nombre de points de vente	47	50	50
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	7 ans	9 ans
Droits d'entrée (€)	30K€	20000	40000
Apport personnel (€)	50K€ min.	50000	100000
Niveau d'investissement (k€)	350K€	200 K€	300 K€ hors local
Royalties / Redevance générale	0 / 4%	NC / 5%	NC / 5%
Redevance publicitaire	2%	2%	2%
Surface (m²)	100m²	entre 80 et 150 m²	A partir de 60 m²
CA moyen	768K€	plus de 500 K€	1.2 M€ HT
Contact	Noémie LE ROY 07.48.72.53.48 franchise@pizzacosy.fr	Alexandre CREVON 0769236256 alexandre.crevon@storydeveloppement.com	Louis BESSIERE 06 61 16 07 17 lbessiere@planetsushi.fr

Enseigne	PLANETE FITNESS	PLANETE GARDIENS	PLEIN CIEL
Secteur	Sport, loisirs, culture	Services aux entreprises	Distribution
Sous-secteur	Remise en forme	Entretien des locaux	Fourniture de bureau
Création franchise	2005	1997	NC
Nombre de points de vente	50	6	180
Type de contrat	Licence	Franchise	Licence d'enseigne
Durée du contrat (année)	5 ans	7 ans	3 ans
Droits d'entrée (€)	15000	13500	3300
Apport personnel (€)	50000	15000	40000
Niveau d'investissement (k€)	à partir de 150 K€	50 K€	à partir de 120 K€
Royalties / Redevance générale	2% / 490 HT Mensuel	4.2% du CA HT / NC	NC / 0,1% à 0,6%
Redevance publicitaire	0	0.3% du CA HT	0,1% à 2,50%
Surface (m²)	à partir de 400 m² minimum	40 m²	100 à 500 m²
CA moyen	400 K€	200 K€	Variabe suivant profil
Contact	Sébastien ABRANTES 0783944319 sebastien.abrantes@groupeimpulsion.fr	Souha BEN KHALED 06 23 83 04 46 developpement@planete-gardiens.com	Hugues POUCHELLE 01.49.38.82.58 hugues.pouchelle@adveo.com

Enseigne	PLUS QUE PRO	POINT B	POINT S
Secteur	Services aux entreprises	CHR	Auto, moto, bateau
Sous-secteur	Communication, publicité	Burger	Entretien automobile
Création franchise	2014	2017	1971
Nombre de points de vente	34	50	614
Type de contrat	Partenariat	Franchise	Franchise Coopérative
Durée du contrat (année)	5	7 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	43500	25000	5000
Apport personnel (€)	5000	150000	30000
Niveau d'investissement (k€)	43,5 K€	350 K€	30 à 400 K€
Royalties / Redevance générale	NC / NC	NC / 5%	Variable / 4 500€ à 12000 €
Redevance publicitaire	NC	2%	4 000€
Surface (m²)	NC	200 m²	De 150 à 1000 m²
CA moyen	120 K€	1,2 M€	150 à plus 1000 K€
Contact	Jean-Luc BURLET 06 46 76 17 58 recrutement@network-plus-que-pro.fr	Mohamed BOUARFA NC developpement@pointb-officiel.com	Philippe FRANCHINO NC developpement@points-france.fr

Créer son entreprise, c'est possible à tout âge et pour tous les budgets !



Christophe
Franchisé
d'une enseigne
d'immobilier

La rencontre décisive et la dynamique d'un réseau pour créer mon entreprise



by **fff** Fédération Française Franchise

20-23 MARS 2022
PARIS - PORTE DE VERSAILLES

C'est là que votre avenir se décide !

Le plus grand nombre d'idées pour créer son entreprise : 500 enseignes // Des nouveaux concepts chaque année
Conférences, ateliers et coachings gratuits // Des professionnels du financement et des conseils d'experts pour faire avancer votre projet.

Franchise Expo Paris accompagne le développement de votre business toute l'année : salon, webinaires, rencontres en ligne...

Commandez votre badge sur www.franchiseparis.com avec le code PAB2JH

Organisé par



Avec le soutien de :

CADREMPLOI



LE FIGARO



Enseigne	POINT SOLEIL	POIVRE ROUGE	POKAWA
Secteur	Beauté, santé	CHR	CHR
Sous-secteur	Bien être	Restauration	Restauration rapide
Création franchise	2000	2010	2017
Nombre de points de vente	50	31	70
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	7	7 ans
Droits d'entrée (€)	12000	45000	35000
Apport personnel (€)	80000	150000	80000
Niveau d'investissement (k€)	180 à 250 K€	Variable selon la taille et la typologie	350 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 150 € HT/cabine/mois	4% / NC	6% / 35 000 HT + 7 000 HT (formation)
Redevance publicitaire	400 € / mois	1%	2%
Surface (m ²)	80-120	140 places assises	100m ²
CA moyen	200 à 300 K€	NC	1 M€
Contact	Hervé CORLAY 0682882999 herve.corlay@wellnessgroup.fr	Timothée BLAIZE 06 49 32 38 43 t.blaize@poivre-rouge.com	Fanny DESFEUX 0604104631 fanny.desfeux@pokawa.com

Enseigne	POMME DE PAIN	POMPES FUNEBRES DE FRANCE	PORTE-MONNAIE VOUS BIEN
Secteur	CHR	Services aux particuliers	Habitat
Sous-secteur	Sandwicherie	Funéraire	Portail, store et fenêtre
Création franchise	1980	2016	2013
Nombre de points de vente	125	150	12
Type de contrat	Franchise en France - Master Franchise	Franchise	Contrat d'adhésion
Durée du contrat (année)	9 ans	7 ans	3 ans renouvelable
Droits d'entrée (€)	20000	20000	0
Apport personnel (€)	120000	30000	0
Niveau d'investissement (k€)	200 à 300 K€	150 K€ HT à 200 K€	0
Royalties / Redevance générale	5% / NC	4% / NC	0% / 900€ HT/AN
Redevance publicitaire	2%	NC	0
Surface (m ²)	120-150	60 à 100 m ²	90
CA moyen	450 K€	environ 350 K€	Variable
Contact	Fabrice SILVAN 01 53 62 50 47 fabrice.silvan@pommedepain.fr	Sandrine THIEFINE 01 84 19 56 70 candidat-franchise@pfdefrance.com	Dimitri REIMONEN 06 66 50 90 95 contact@portemonnaievousbien.fr

Enseigne	POUTINEBROS	PREMIERE CLASSE	PROCOMM
Secteur	CHR	CHR	Immobilier
Sous-secteur	Poutines et burgers	Hôtellerie	Immobilier commercial
Création franchise	2014	NC	NC
Nombre de points de vente	2	NC	20
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	10 ans	de 2 à 5 ans
Droits d'entrée (€)	23000	1000	25000
Apport personnel (€)	80000	500000	50000
Niveau d'investissement (k€)	250 K€	NC	100 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 5%	NC / 650 K€	Aucunes / 950 € / mois (Franchise + GIE)
Redevance publicitaire	1%	1%	0
Surface (m ²)	100 m ² mini	NC	50 à 100 m ²
CA moyen	1 M€	NC	250 K€
Contact	Grégory CHEREL 06 62 31 64 39 franchise@poutinebros.com	Christophe NOVELLON NC cnovellon@louvre-hotels.com	Valérie VIGNALS 0617761166 v.vignals@procomm.fr

Enseigne	PROMOCASH	PROMOVACANCES	PROVENC'HALLS
Secteur	Distribution	Sport, loisirs, culture	Alimentaire
Sous-secteur	Supermarché	Divers	Fruits et Légumes
Création franchise	1965	1998	NC
Nombre de points de vente	144	94	60
Type de contrat	location gérance ou Investissement	Mandat	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	Indéterminée	7 ans
Droits d'entrée (€)	0	12000	10000
Apport personnel (€)	7500	40000	50000
Niveau d'investissement (k€)	A partir de 200 K€ pour un investisseur	130 / 150 K€	200 K€
Royalties / Redevance générale	0 / NC	0 / Non	NC / 1 %
Redevance publicitaire	NC	0	1%
Surface (m ²)	1000-4000	40/50 m ²	100 à 400 m ²
CA moyen	NC	NC	1.5 M€ de CA par unité
Contact	Laetitia MARQUES 0164508198 laetitia_marques@carrefour.com	Guy TETREL 01 70 36 47 16 gtetrel@karavel.com	Jean-Marc CONRAD NC franchise@blachere.fr

Enseigne	PROXI	PUBLITICKET	QIPAO BEAUTY
Secteur	Distribution	Services aux entreprises	Beauté, santé
Sous-secteur	Alimentaire	Communication, publicité	Institut de beauté
Création franchise	1959	1995	2013
Nombre de points de vente	1502	23	128
Type de contrat	Contrat de négoce	Contrat de franchise	Licence de marque
Durée du contrat (année)	NC	5 ans	5
Droits d'entrée (€)	0	7000	7900
Apport personnel (€)	20000	7000	25000
Niveau d'investissement (k€)	NC	faible	150 K€
Royalties / Redevance générale	NC / NC	0 / non	490 €/mois / 0
Redevance publicitaire	NC	0	0
Surface (m ²)	60 m ² à plus de 250 m ²	non	70
CA moyen	250 à 750 K€	entre 100 et 300 K€	240 K€
Contact	Charlotte ARZUR +33 (0) 6 42 65 48 78 charlotte_arzur_thievre@carrefour.com	Pascale BORDON 01 60 04 60 60 contact@publitticket.fr	François CROCE 0752632983 croce@mf1977.com

Enseigne	QUADRO – INTÉRIEURS SUR MESURE	QUICK RESTAURANT	RAISON HOME
Secteur	Habitat	CHR	Habitat
Sous-secteur	Equiperment de la maison	Burger	Cuisiniste
Création franchise	1988	NC	2000
Nombre de points de vente	60	107	100
Type de contrat	Contrat de partenariat	Location gérance avec investissements	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	9 + 9 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	10000	35000	15000
Apport personnel (€)	50000	200000	15000
Niveau d'investissement (k€)	Entre 120 et 200 K€	800 K€	50 à 60 K€
Royalties / Redevance générale	0 / 390€/mois	5% / NC	4% / NC
Redevance publicitaire	1500 € HT annuel + 2,5% des achats HT	5%	2%
Surface (m ²)	Centre-ville 100-150m ² / Autre: 200m ²	400 à 3 500	NC
CA moyen	De 500 à 1200 K€ selon l'implantation	NC	300 K€
Contact	Slav SAVOV 06 07 86 00 60 slav.savov@magasin-quadro.fr	Gaëtan KORNIG 06 07 77 55 36 gaetan.kornig@quick.fr	Loïck PRAT 0649223246 candidats@raisonhome.com

Enseigne	RAPID'COUTURE	REAUTE CHOCOLAT	REGUS
Secteur	Services aux particuliers	Alimentaire	Immobilier
Sous-secteur	Service divers	Chocolatier	Co-working
Création franchise	1987	1954	1989
Nombre de points de vente	100	60	125
Type de contrat	Concession	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	7 ans	10 + 5 ans + 5 ans
Droits d'entrée (€)	7500	10000	36000
Apport personnel (€)	3000	100000	300000
Niveau d'investissement (k€)	30 K€	350 K€	500 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 250€ / mois	de 1% à 4% / NC	6% / 6%
Redevance publicitaire	NC	2%	2%
Surface (m ²)	35	200	1000 m ²
CA moyen	60 K€	500 K€	800 K€
Contact	Florian DE KERGORLAY 02 40 46 46 48 contact@rapid-couture.com	Catherine LEROY 06 75 42 34 33 c.leroy@saveursetdelices.com	Thibault ARCHER 01 87 16 90 11 franchise.fr@iwgplc.com

Enseigne	RENOVAL	REPAR'STORES	REZO XIMO
Secteur	Habitat	Habitat	Immobilier
Sous-secteur	Vérandas et abris de jardin	Portail, store et fenêtre	Agence immobilière
Création franchise	1983	2009	2009
Nombre de points de vente	88	233	80
Type de contrat	Contrat de Concession	Franchise	Agent Co - Auto Entrepreneur
Durée du contrat (année)	3 ou 5 ans	6 ans	Indéterminée
Droits d'entrée (€)	25000	20000	299
Apport personnel (€)	50000	5000	0
Niveau d'investissement (k€)	80 K€	45 K€	NC
Royalties / Redevance générale	0 / NC	NC / 4% CA mensuel	NC / NC
Redevance publicitaire	3000 € + 1 à 2.5 % du CA par an	300 €/mois	NC
Surface (m ²)	150 m ² à 500 m ²	Pas de local commercial	NC
CA moyen	750 K€	140 K€	100 K€
Contact	Jean-Pascal COUSSEAU 02.41.49.15.49 jp.cousseau@renoval.com	Guillaume VAROBIEFF 04 67 07 30 00 guillaume.varobieff@reparstores.com	NC NC NC recrutement@rezoximo.com

Enseigne	RH SOLUTIONS	ROADSIDE	ROADY
Secteur	Formation, emploi	CHR	Auto, moto, bateau
Sous-secteur	Recrutement	Restauration rapide	Entretien automobile
Création franchise	2003	2014	2004
Nombre de points de vente	24	8	147
Type de contrat	Franchise	Contrat de franchise	Groupement d'indépendants
Durée du contrat (année)	7 ans	7 ans	15 ans
Droits d'entrée (€)	23000	28000	0
Apport personnel (€)	40000	100000	75000
Niveau d'investissement (k€)	80 K€	350 à 400K€	Variable selon la taille et la typologie
Royalties / Redevance générale	NC / 1,34%	NC / 5% du CA HT	nc / NC
Redevance publicitaire	0.4%	1% du CA HT	nc
Surface (m ²)	NC	150 m ² (hors réserve)	Atelier de 300 m ²
CA moyen	2000 K€	Entre 800 et 1000 K€	nc
Contact	Stephanie POUJET 0561533134 poujet@rh-solutions.com	Luc LAURENT NC welcome@roadside.fr	Vanessa BESSE 0169641020 udm_recrutement@mousquetaires.com

Enseigne	ROUGEGORGE LINGERIE	SAGA COSMETICS	SALADBAR GREEN IS BETTER
Secteur	Equiperment de la personne	Beauté, santé	CHR
Sous-secteur	Prêt à porter	Parfumerie - cosmétiques	Salad bar
Création franchise	1992	1999	2007
Nombre de points de vente	250	35	70
Type de contrat	affiliation	Licence	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	4 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	12000	12133	30000
Apport personnel (€)	80000	50000	70000
Niveau d'investissement (k€)	entre 1000 et 1500 €/m ² selon ville	150000	250 K€
Royalties / Redevance générale	0 / NC	NC / 2%	0 / 6,5%
Redevance publicitaire	2% du CA HT	0€	0
Surface (m ²)	80 et 120 m ²	40-70	de 75 à 125 m ²
CA moyen	400 K€ minimum	654 K€	600 K€
Contact	Hermance TEA 07.61.59.12.86 htea@rougegorgelingerie.com	Xavier LANOUE 0786265779 xavier@sagacosmetics.com	Annie GUERIN + 33 1 76 43 18 97 partner@greenisbetter.fr

Enseigne	SANTOSHA	SCHMIDT	SEGAFREDO ZANETTI
Secteur	CHR	Habitat	Alimentaire
Sous-secteur	Restauration	Cuisiniste	Café, thé
Création franchise	2007	1934	1973
Nombre de points de vente	21	500	11
Type de contrat	Franchise	Concession	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	illimitée	5 ans
Droits d'entrée (€)	25000	0	25000
Apport personnel (€)	75000	50000	50000
Niveau d'investissement (k€)	120 à 300 K€ hors fond de commerce	350 à 500 K€	NC
Royalties / Redevance générale	5% / 5% + 1% du CA HT	0 / 2% CA achat meubles HT	4% / NC
Redevance publicitaire	1% du CA HT	5k €	NC
Surface (m ²)	min 75m ²	100 m ² en centre-ville - 250 m ²	De 20 m ² (kiosque) à 150 m ²
CA moyen	700 à 900 K€	2 M€	NC
Contact	Guillaume VOIDROT 0678105114 guillaume@santosha.cool	Véronique ROBERT 06 17 48 46 99 veronique.robert@groupe.schmidt	Houé SYLVIE 0617480719 sylvie.houe@segafredo.fr

Enseigne	SELF COIFF	SELF TISSU	SENIOR COMPAGNIE
Secteur	Beauté, santé	Equiperment de la personne	Services aux particuliers
Sous-secteur	Salon de coiffure	Mercerie et couture	Aide à la personne
Création franchise	1987	1985	2007
Nombre de points de vente	27	27	136
Type de contrat	Partenariat	Concession	Franchise
Durée du contrat (année)	7 puis 4 par tacite reconduction	5 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	15000	26000	25000
Apport personnel (€)	5000	50000	25000
Niveau d'investissement (k€)	85 K€	350 K€ au m ²	75 à 80K€
Royalties / Redevance générale	4% HT du CA / NC	2% / non	NC / 4% (dégressif)
Redevance publicitaire	NC	0	2% (dégressif)
Surface (m ²)	80	350 à 700 m ²	30-60
CA moyen	NC	550 à 700 K€	400 K€
Contact	Chris COMTESSE 03 90 41 18 18 chris@groupepsc.eu	Cabinet MA-DE-RE 06 73 93 03 38 contact@ma-de-re.com	Jean-Michel GARCIA 06 13 43 59 99 jean-michel.garcia@groupe-zephyr.fr

Enseigne	SERGE COMTESSE	SERGENT MAJOR	SHAMPOO/MICHEL DERYN
Secteur	Beauté, santé	Équipement de la personne	Beauté, santé
Sous-secteur	Salon de coiffure	Mode enfantine	Salon de coiffure
Création franchise	1987	1987	1980
Nombre de points de vente	12	509	150
Type de contrat	Partenariat	Commission Affiliation	Franchise
Durée du contrat (année)	7 puis 4 par tacite reconduction	5 ans	5 ans / 10 ans
Droits d'entrée (€)	15000	10000	8500
Apport personnel (€)	5000	60000	10000
Niveau d'investissement (k€)	100 K€	travaux 1000 € / m ² + droit au bail	120 K€
Royalties / Redevance générale	4% HT du CA / NC	0€ / NC	NC / proportionnelle au CA
Redevance publicitaire	NC	NC	Proportionnelle au CA
Surface (m ²)	80	90 + réserve	50 à 100 m ²
CA moyen	NC	400 K€	400 K€
Contact	Chris COMTESSE 03 90 41 18 18 chris@groupecsc.eu	Jean-François ROCHER 06 80 67 82 17 jfrocher@groupe-gpe.com	Pascal BOURLON 06.09.20.02.66 developpement@shampoo.fr

Enseigne	SHERPA	SHIVA	SHOP COIFFURE
Secteur	Distribution	Services aux particuliers	Beauté, santé
Sous-secteur	Supermarché	Ménage	Salon de coiffure
Création franchise	2002	2002	2006
Nombre de points de vente	117	300	60
Type de contrat	Adhésion à la Coopérative	Franchise	franchise
Durée du contrat (année)	Pas de contrat	7 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	1500	70	0
Apport personnel (€)	50000	50000	40000
Niveau d'investissement (k€)	250 K€	100 à 300 K€	120 - 200 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 0.80%	NC / 1,50% de l'encaissement	0 / 190€ fixe
Redevance publicitaire	0.30%	1,50 % de l'encaissement client	0
Surface (m ²)	200 m ²	40 à 80 m ²	70-200
CA moyen	NC	250 K€	NC
Contact	Michel ALBERT 06 14 91 09 02 michel.albert@sherpa.net	Olivier GUI TER 01 73 01 13 35 olivier.guiter@shiva.fr	Christophe JONDOT 0668403357 c.jondot@shopcoiffure.eu

Enseigne	SIGNARAMA	SIGNORIZZA	SILIGOM
Secteur	Services aux entreprises	CHR	Auto, moto, bateau
Sous-secteur	Communication, publicité	Pizzeria	Pneumatiques
Création franchise	1985 aux USA	2018	1998
Nombre de points de vente	45	27	215
Type de contrat	Franchise	Franchise	contrat d'adhésion
Durée du contrat (année)	10 ans	9 ans	3 ans
Droits d'entrée (€)	36000	35000	5000
Apport personnel (€)	30000	120000	30000
Niveau d'investissement (k€)	à partir de 80 K€	450 à 750 K€ selon foncier	100 à 150 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 6%	NC / 3%	NC / à partir de 1000€ par an
Redevance publicitaire	1%	0,85 %	2000€ par an
Surface (m ²)	à partir de 60m ²	250 à 350 m ²	à partir de 300m ²
CA moyen	de 200 à 450 K€	700 à 1200 K€	900 K€
Contact	Rouba FOSSAT 01 46 28 05 80 franchise@signarama.fr	Jean-Philippe BREUZE 02 52 75 02 60 jean-philippe.breuze@signorizza.fr	Thierry MARMOUGET 0482250220 contact@siligom.fr

Enseigne	SIMPLICI CAR – BIKE – LEASE	SIMSIZE	SINGER
Secteur	Auto, moto, bateau	Distribution	Services aux particuliers
Sous-secteur	Achat / vente de véhicule	Réparations de téléphones/tablettes	Service divers
Création franchise	2011	2013	1871
Nombre de points de vente	48	3	260
Type de contrat	Franchise	Franchise	Concession
Durée du contrat (année)	6 ans	5 an(s)	3 ans
Droits d'entrée (€)	19000	22000	0
Apport personnel (€)	20000	50000	10000
Niveau d'investissement (k€)	30 à 50 K€	150 K€	20 à 35 K€
Royalties / Redevance générale	1000 €/mois / NC	3% / 5%	NC / 0 EUR
Redevance publicitaire	NC	2%	0
Surface (m ²)	de 30m ² à 1 500m ²	30m ²	45 m ²
CA moyen	3,8 M€	500 K€	200 K€
Contact	Yoni DAYAN 0658520238 dayanyoni@gmail.com	Samuel MARCILHAC 06 79 03 20 74 contact@simsize.com	Fabien FOURNOL 0675654083 fabien.fournol@orange.fr

Enseigne	SMART BODY	SO.BIO	SOCOO'C
Secteur	Beauté, santé	Alimentaire	Habitat
Sous-secteur	Bien être	Diététique, bio	Cuisiniste
Création franchise	NC	2005	2007
Nombre de points de vente	5	56	179
Type de contrat	Concession	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	7 ans	5 ans puis tacite reconduction
Droits d'entrée (€)	9000	1% du CA 2ème année	15000
Apport personnel (€)	60000	200 K€	60000
Niveau d'investissement (k€)	120 à 150 K€	800 K€	300 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 150 €/mois/machine	NC / 1,5% du CA HT	0 / 6 500€ / an
Redevance publicitaire	400 €/mois	1% du CA HT	1,5% du CA HT
Surface (m²)	100m²	500m² de vente + 150m² de réserve	250-400
CA moyen	250 K€	2 M€	2,6 M€
Contact	Christine BARONE 0608834990 christine.barone@wellnessgroup.fr	Elisa MOLLEN AUBRY 06 31 98 54 80 emollen@sobio.fr	Arnaud ALLANTAZ 0698478363 aallantaz@socooc.com

Enseigne	SOGOOD	SOLIS / BIO ONE	SOPHIE LEBREUILLY
Secteur	CHR	Services aux entreprises	Alimentaire
Sous-secteur	Restauration rapide	Service divers	Boulangerie
Création franchise	2008	2006	2013
Nombre de points de vente	24	8	23
Type de contrat	Franchise	partenariat pour le développement et la disti	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	illimité	7 ans
Droits d'entrée (€)	19000	12500	35000
Apport personnel (€)	80000	20000	0
Niveau d'investissement (k€)	1200 €/m²	15 K€	NC
Royalties / Redevance générale	NC / 5%	1% / 1k€	0 / 5% du CA HT
Redevance publicitaire	1.50%	NC	1% du CA HT
Surface (m²)	100-200	40 m²	NC
CA moyen	400 K€	500 K€	1 M€
Contact	Ludovic FLIPO 0646336951 ludovic.flipo@sogood.fr	Saber BOUZAZA 0625394009 saber.bouzaza@solis.pro	Jean HAVETZ 0676540583 jean.havetz@sophie-lebreuilly.com

Enseigne	SOS BRICOLAGE	SOWINK	SPAR
Secteur	Services aux entreprises	Services aux entreprises	Distribution
Sous-secteur	Entretien des locaux	Communication, publicité	Supermarché
Création franchise	2009	2006	1932
Nombre de points de vente	110	34	750
Type de contrat	licence de marque	affiliation	Franchise
Durée du contrat (année)	4 ans	5 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	5000	5000	0
Apport personnel (€)	1000	5000	40000
Niveau d'investissement (k€)	5 K€	11 K€	NC
Royalties / Redevance générale	Aucunes / 160	0 / 90€ / mois	NC / 0.80%
Redevance publicitaire	0	0	0.40%
Surface (m²)	aucune	0 m²	De 200 à 400 m²
CA moyen	50 K€ / an	NC	1,3 M€
Contact	Philippe GUÉGANOU 07 63 53 67 62 philippe.gueganou@sos-bricolage.com	Audrey VERGONDY 06 76 65 37 51 a.vergondy@inwest.fr	Laurence BENEDETTO 0477453131 infoentreprendre@groupe-casino.fr

Enseigne	SPAR SUPERMARCHÉ	SPEED BURGER	SPEED QUEEN
Secteur	Distribution	CHR	Services aux particuliers
Sous-secteur	Supermarché	Restauration rapide	Laverie, Pressing
Création franchise	1932	1995	1920
Nombre de points de vente	130	31	800
Type de contrat	Franchise	Franchise	Partenariat
Durée du contrat (année)	7 ans	7 ans	NC
Droits d'entrée (€)	0	16000	0
Apport personnel (€)	75000	40000	20000
Niveau d'investissement (k€)	Variable selon projet	à partir de 170 K€	60 à 100 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 0.90%	à partir de 3% / NC	NC / NC
Redevance publicitaire	0.45%	1%	NC
Surface (m²)	De 400 à 1000 m²	A partir de 90 m²	Minimum 40 m²
CA moyen	plus de 2,5 M€	450 K€ HT	60 à 100 K€
Contact	Laurence BENEDETTO NC infoentreprendre@groupe-casino.fr	Laure LE METER 0241252778 franchise@speed-burger.com	Linda AIT 04 26 20 51 50 info@alliances.fr

Enseigne	SPEEDY	SPOK	SPORT 2000
Secteur	Auto, moto, bateau	CHR	Sport, loisirs, culture
Sous-secteur	Entretien automobile	Restauration rapide	Articles de sport
Création franchise	1978	2005	1966
Nombre de points de vente	477 France - 80 International	45	547
Type de contrat	Franchise	franchise	Coopérative/Partenariat
Durée du contrat (année)	9 ans	7 ans	4 ans
Droits d'entrée (€)	25000	33000	0
Apport personnel (€)	70000	100000	180000
Niveau d'investissement (k€)	Entre 250 et 350 K€ selon le projet	190 K€	400 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 5 % du CA (sans CA pneus)	NC / 5,5%	NC / 0.50%
Redevance publicitaire	5 % du CA HT - à l'exclusion du CA pneus	1% des 5%	1.35%
Surface (m ²)	Entre 300 m ² et 500 m ²	80m ² minimum	600 à 1500 m ²
CA moyen	NC	320 K€	1800 K€
Contact	Eric CALLY NC expansion@speedy.fr	Sophie ARNOUX 0614810895 sophie@spok.fr	Sandrine PLANCHAIS TARAVELLA 01 69 26 20 00 s.taravella@sport2000.fr

Enseigne	SPVIE ASSURANCES	STEAK'N SHAKE	STOCKERSEUL.COM
Secteur	Services aux entreprises	CHR	Services aux particuliers
Sous-secteur	Assurance	Burger	Déménagement, Stockage
Création franchise	NC	2013	2008
Nombre de points de vente	NC	35	45
Type de contrat	franchise	Franchise	Licence de marque
Durée du contrat (année)	5 ans	10 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	20000	50000	15000
Apport personnel (€)	40000	300000	40000
Niveau d'investissement (k€)	50 K€	1 M€	50 - 250 K€
Royalties / Redevance générale	variable / 5%	7% / 6%	NC / Forfaitaire et progressive
Redevance publicitaire	NC	1%	Forfaitaire et progressive
Surface (m ²)	min 50 m ² ou bureau	250-400m ²	Surface minimum : 400 m ²
CA moyen	NC	2 M€	NC
Contact	Jannique SMADJA 0762984183 jannique.smadja@spvie.com	Pierre PICO 0679672614 pierre.pico@steaknshake.mc	Julien BESSIÈRES 0139316920 jbossieres@stockerseul.com

Enseigne	STORY	STRATTO	STUDIO COMME J'AIME
Secteur	Habitat	CHR	Beauté, santé
Sous-secteur	Mobilier, décoration	Restauration rapide	Diététique, minceur
Création franchise	2004	2007	1997
Nombre de points de vente	47	29	75
Type de contrat	Franchise	Franchise ou Licence de marque	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	9 ans (franchise) et 7 ans (licence)	7 ans
Droits d'entrée (€)	3800	30000	10000
Apport personnel (€)	100000	100000	50000
Niveau d'investissement (k€)	300 à 400 K€	250 K€ hors pas de porte	150 K€
Royalties / Redevance générale	NC / 2.40%	5% / NC	NC / 6% du CA
Redevance publicitaire	NC	0.3%	13% du CA
Surface (m ²)	600-1200	30 à 300m ²	100-150
CA moyen	700 à 3050 K€	selon projet	300 K€
Contact	Xavier RONDEAU 02 40 63 76 76 xavier.rondeau@story.fr	Hervé MUSSET NC herve.musset@stratto.fr	Florent MACHEFERT 04 78 05 68 37 florent.machefert@studiocommej aime.fr

Enseigne	STUDIOSANTE	SUBWAY	SUITE DE SOINS
Secteur	Beauté, santé	CHR	Beauté, santé
Sous-secteur	Santé, médical	Restauration rapide	Santé, médical
Création franchise	2004	1965	2012
Nombre de points de vente	45	41000	50
Type de contrat	Franchise	Franchise	Concession
Durée du contrat (année)	5 ans	10 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	30000	10000	12000
Apport personnel (€)	30000	80000	25000
Niveau d'investissement (k€)	95 K€	NC	55 K€
Royalties / Redevance générale	6% du CA / 6 % du CA HT	8% / NC	3% / 3%
Redevance publicitaire	1 % du CA HT	4.50%	1%
Surface (m ²)	80-100 m ²	120 à 150 m ²	80 à 100 m ²
CA moyen	350 K€	NC	350 K€
Contact	Geoffrey VIGNAL 0472341466 dev@studiosante.fr	Magaly ZARKA 0187169609 zarka_m@subway.com	Geoffrey VIGNAL 04 72 34 14 66 dev@studiosante.fr

Enseigne	SUPECO	SUPER U	SWISS LIFE
Secteur	Distribution	Distribution	Services aux particuliers
Sous-secteur	Supermarché	Supermarché	Assurance
Création franchise	2012	1975	1904
Nombre de points de vente	26	756	420
Type de contrat	Franchise Location Gérance & Franchise Invest	Adhésion à une coopérative	Mandataire
Durée du contrat (année)	Location gérance de 3 ans	9 ans	Indéterminée
Droits d'entrée (€)	0	0	0
Apport personnel (€)	7500	250000	30000
Niveau d'investissement (k€)	NC	NC	0 à 350 K€
Royalties / Redevance générale	NC / NC	NC / NC	0€ / 0
Redevance publicitaire	NC	NC	0
Surface (m ²)	de 1000 à 4000 m ²	entre 1000 et 4000 m ²	NC
CA moyen	NC	19 M€	NC
Contact	Laetitia MARQUES 0164508198 laetitia_marques@carrefour.com	Laurence SIMONET 03 89 32 97 38 laurence.simonet@systeme-u.fr	Christine DUMOULIN 01 46 17 27 63 recrutement.agence@swisslife.fr

Enseigne	SWIXIM INTERNATIONAL	TBS	TCHIP COIFFURE
Secteur	Immobilier	Equiperment de la personne	Beauté, santé
Sous-secteur	Agence immobilière	Chaussures	Salon de coiffure
Création franchise	2005	1978	NC
Nombre de points de vente	300 Agents et Courtiers	40	542
Type de contrat	Franchise (pour les agences)	Commission affiliation	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans minimum	6 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	10000	10000	8500
Apport personnel (€)	30000	20000	25000
Niveau d'investissement (k€)	de 40 à 80 K€ suivant le local et ses cond	100 à 150 K€	120 K€
Royalties / Redevance générale	5 % / NC	NC / NC	NC / 800 € par mois
Redevance publicitaire	NC	NC	640 € par mois
Surface (m ²)	50 m ² de plein pied ou sur 2 niveaux	80 à 100 m ²	80 m ²
CA moyen	650 K€	NC	304 K€
Contact	Caroline GOETZ ASSIDI +41 (0)22 347 44 42 c.goetz@swixim.com	Hervé KIT 06 87 80 27 46 hkit@eram.fr	Erwan GIVELET 0185500180 erwan-givelet@vog-groupe.com

Enseigne	TEMPORIS	TERRANOTA	TERRITOIRE D'HOMME
Secteur	Services aux entreprises	Services aux entreprises	Equiperment de la personne
Sous-secteur	Intérim	Etudes, Conseil	Prêt à porter
Création franchise	2001	2009	NC
Nombre de points de vente	176	9	45
Type de contrat	Franchise	Licence	contrat d'adhésion
Durée du contrat (année)	7 ans	7ans	NC
Droits d'entrée (€)	39500	20000	2,5
Apport personnel (€)	60000	10000	15000
Niveau d'investissement (k€)	140 K€	30 K€	selon le projet
Royalties / Redevance générale	NC / 1.5% du CA en année 1	8% / 500 €/mois	0 / oui
Redevance publicitaire	0,3%	NC	oui
Surface (m ²)	100 - 140 m ²	NC	minimum 80
CA moyen	2 M€	35 à 90 K€ de résultat	NC
Contact	Evelyne BATUT 05 62 79 86 05 responsable.developpement@temporis.fr	Virginie MONTMARTIN 06 82 55 89 36 v.montmartin@terranota.fr	Martine LEDENT 0328016483 martineledent@territoiredhomme.com

Enseigne	THERAFORM	TICKET COM	TICKET PROMO
Secteur	Beauté, santé	Services aux entreprises	Services aux entreprises
Sous-secteur	Diététique, minceur	Communication, publicité	Communication, publicité
Création franchise	1993	1999	2001
Nombre de points de vente	90	NC	NC
Type de contrat	Franchise	Franchise	CDI
Durée du contrat (année)	5 ans	illimité	5 ans
Droits d'entrée (€)	12500	8000	4500
Apport personnel (€)	15000	12000	0
Niveau d'investissement (k€)	55 à 80 K€	8000 K€	0 hors PC et véhicule
Royalties / Redevance générale	Aucunes / 450	1000/mois / 0	20% / 70%
Redevance publicitaire	0	0	10 %
Surface (m ²)	20 à 80 m ²	Facultatif, 3/4 des franchises	NC
CA moyen	60 à 100 K€	120 à 400 K€	entre 150 et 200 K€
Contact	Siegfried DORMIGNY 0320512287 developpement@theraform.com	Edmond MICHEL 0672866159 emichel@ticket-com.com	Kamel DJEMAI 03 20 27 26 58 kdjemail@ticket-promo.com

Enseigne	TOM & CO	TOMA INTERIM	TONAVENIR
Secteur	Distribution	Formation, emploi	Services aux particuliers
Sous-secteur	Animalerie	Recrutement	Soutien Scolaire
Création franchise	1991	2006	2009
Nombre de points de vente	175	44	45
Type de contrat	Franchise	franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans renouvelable par tacite reconduction	7 ans	5 ans renouvelable
Droits d'entrée (€)	25000	22000	11000
Apport personnel (€)	100000	50000	20000
Niveau d'investissement (k€)	500 K€	130 à 160 K€ suivant le poste travaux	15 K€ ht
Royalties / Redevance générale	5% / NC	6% 1 ^{ère} année - 9% après / NC	0 / Aucune les 2 premières années
Redevance publicitaire	1%	0,50 % du CA	2500€ ht/an
Surface (m ²)	450 à 800 m ²	à partir de 70 m ²	16 m ² environ (possibilité à domicile)
CA moyen	1150 K€ TTC	2,4 à 2,8 M€ HT / an	25 K€
Contact	Caroline GUNTZBERGER 0661861188 cguntzberger@tomandco.fr	Dominique RAVEL 06 88 04 89 42 - 04 77 40 09 45 franchise@toma-interim.com	Sophie LABORDE-BALEN 06 11 68 38 34 sib@tonavenir.net

Enseigne	TOUJOURS VERT	TOUT A DOM SERVICES	TRANSAKAUTO
Secteur	Habitat	Services aux particuliers	Auto, moto, bateau
Sous-secteur	Jardin	Aide à la personne	Achat / vente de véhicule
Création franchise	2009	1998	2008
Nombre de points de vente	10	160	30
Type de contrat	Concession	Franchise	Licence de marque
Durée du contrat (année)	5 ans	7 ans	6 ans
Droits d'entrée (€)	10000	19500	15000
Apport personnel (€)	17000	18000	15000
Niveau d'investissement (k€)	47 dont 17 K€ de stock initial	37,5 K€	30 K€
Royalties / Redevance générale	0 / 0	0€ / 5%	NC / 750
Redevance publicitaire	100 € HT mensuel	0€	NC
Surface (m ²)	entrepôt de stockage avec showroom	40m ²	50 m ² MINIMUM
CA moyen	200 à 250 K€ HT	3290 K€	250 K€
Contact	Jean-Michel NICOULET 04 67 747 747 direction@toujoursvert.com	Laurence BUCHER 06 09 46 00 18 tads@toutadomservices.com	Brice ORNSTEIN 0778694402 b.ornstein@transakauto.com

Enseigne	TRYBA	TURBO FONTE	TWENTY NAILS
Secteur	Habitat	Habitat	Beauté, santé
Sous-secteur	Portail, store et fenêtre	Cheminées, poêles	Esthétique corporelle
Création franchise	1980	1980	2013
Nombre de points de vente	315	41	15
Type de contrat	Concession	concession exclusive	Franchise
Durée du contrat (année)	3 ans	5 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	0	0	7500
Apport personnel (€)	40000	25000	25000
Niveau d'investissement (k€)	80 K€	145 K€	100 K€
Royalties / Redevance générale	0€ / NC	0 / 0	0 / 3 à 5 %
Redevance publicitaire	1,5 % du CA HT	0	1000€
Surface (m ²)	60 m ² et 150 m ² d'entrepôt	150-200 m ²	15-30M ²
CA moyen	1,35 M€	700 K€	200 à 400 K€
Contact	Marie Emmanuelle ASCENCIO 06 60 18 45 15 MASCENCIO@tryba.fr	Jordane CHEVAUCHEE 06 63 34 44 77 jordane.chevauchee@turbofonte.com	Didier FLIPO 06 24 35 54 27 d.flipo@twentynails.fr

Enseigne	U EXPRESS	ULYSSE	UNICIS
Secteur	Distribution	Services aux particuliers	Services aux particuliers
Sous-secteur	Supermarché	Transport	Agence matrimoniale
Création franchise	NC	1996	1992
Nombre de points de vente	391	100	102
Type de contrat	NC	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	NC	5 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	0	30000	15000
Apport personnel (€)	150000	25000	13000
Niveau d'investissement (k€)	NC	50 K€	20 à 40 K€
Royalties / Redevance générale	NC / NC	0 puis 3% puis 4% / 0% puis 2%, 4%	Incluses / 452 à 904 €
Redevance publicitaire	NC	Incluses	Incluses
Surface (m ²)	entre 400 et 1000 m ²	Pas d'obligation de posséder un local	10-50 m ²
CA moyen	Entre 4 et 5 M€	300 K€	200 K€
Contact	Laurence SIMONET 0389329738 laurence.simonet@systeme-u.fr	Sarah TOUAHRI 0820 825 800 communication@ulyse-transport.fr	Stéphane MAILLARD 0612914348 franchise@unicis.com

Enseigne	UNOPIU	UTILE	VAKOM
Secteur	Habitat	Distribution	Services aux entreprises
Sous-secteur	Jardin	Supermarché	Etudes, Conseil
Création franchise	2012	1995	1988
Nombre de points de vente	4	NC	40
Type de contrat	Franchise	Adhésion à une coopérative	Franchise
Durée du contrat (année)	1 an	9 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	0	0	21500
Apport personnel (€)	15000	70000	10000
Niveau d'investissement (k€)	120 et 150 K€	NC	droit d'entrée + formation + fond
Royalties / Redevance générale	NC / 0	NC / NC	5% / 0
Redevance publicitaire	NC	NC	NC
Surface (m ²)	50/100/150 m ²	entre 150 et 400 m ²	20 m ²
CA moyen	NC	NC	entre 80 et 150 K€
Contact	Helene BENEDETTI 04 42 62 40 79 helene.benedetti@unopiu.fr	Laurence SIMONET 0389329738 laurence.simonet@systeme-u.fr	Anne-Claire FEL 02 32 10 59 20 ddurame@vakom.fr

Enseigne	VAPOSTORE	VELO STATION	VERANDA GUSTAVE RIDEAU
Secteur	Equipement de la personne	Auto, moto, bateau	Habitat
Sous-secteur	Cigarette électronique	Cycles	Vérandas et abris de jardin
Création franchise	2012	2005	1975
Nombre de points de vente	120	14	44
Type de contrat	Partenariat	NC	contrat de concession, loi Dubin
Durée du contrat (année)	6 ans	5 ans	3 ans
Droits d'entrée (€)	10000	10000	15000
Apport personnel (€)	30000	80000	80000
Niveau d'investissement (k€)	100 K€ HT	200 K€ HT	NC
Royalties / Redevance générale	0 / 5% CA Mensuel	Aucunes / 1.090,00€ HT / mois	1% / 1000€/mois
Redevance publicitaire	0	Incluse	800€/mois
Surface (m ²)	40 m ² minimum	De 150m ² à 300m ²	300 m ²
CA moyen	40 K€ HT/MOIS	600 K€	1,4 M€ d'euros minimum
Contact	Maxence MOUTOUSSAMY 0768538796 developpement@vapistore.com	Jean SOUBEYRAND 0688118946 jean.soubeyrand@cyclelab.eu	Bernard COUSIN 02 51 36 62 35 concessionnaire@alu-rideau.fr

Enseigne	VIAGIMMO	VIE ET VERANDA	VILLAVERDE
Secteur	Immobilier	Habitat	Distribution
Sous-secteur	Viager	Vérandas et abris de jardin	Jardinerie
Création franchise	2012	1984	1997
Nombre de points de vente	30	37	132
Type de contrat	Licence de marque	Franchise	Franchise et affiliation
Durée du contrat (année)	5 ans	5 ans	5 (franchise) et 3 (affiliation)
Droits d'entrée (€)	25000	10000	Variable
Apport personnel (€)	30000	25000	300000
Niveau d'investissement (k€)	50 K€	90 à 150 K€	1200 K€
Royalties / Redevance générale	0 / 590 € HT / mois + 7%	NC / 5000	NC / NC
Redevance publicitaire	0	Selon CA	NC
Surface (m ²)	30m ²	n/a	3500
CA moyen	175 K€	1300 K€	Selon projet
Contact	Sophie RICHARD 0800 800 310 info@viagemmo.fr	Cyril SANCHEZ 06 10 16 08 64 c.sanchez@vie-veranda.com	Amandine PINAY 04 74 18 42 42 amandine.pinay@sevea.fr

Enseigne	VINS SUR 20	VITA LIBERTE	VITALIS MEDICAL
Secteur	Alimentaire	Sport, loisirs, culture	Formation, emploi
Sous-secteur	Caviste	Club de sport	Recrutement
Création franchise	1992	2012	2007
Nombre de points de vente	8	102	23
Type de contrat	Contrat de concession de marque	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	7 ans	7 ans
Droits d'entrée (€)	9000	18000	25000
Apport personnel (€)	50000	30000	25000
Niveau d'investissement (k€)	150 K€	200 K€	70 K€
Royalties / Redevance générale	3% du CA HT / NC	890 € HT/mois / 1% HT du CA	NC / NC
Redevance publicitaire	NC	NC	NC
Surface (m ²)	90 à 250 m ²	350	En moyenne 50 m ²
CA moyen	280 K€	300 K€	800 K€
Contact	Marion ZVUNKA 03 87 63 06 76 vinsur20marly@gmail.com	Emmanuel GIOBBI 04.91.89.85.25 em.giobbi@gmail.com	Jean-Loup WIROTIUS 0760758290 jl.wirotius@mistertemp-group.com

Cette année, j'écoute la franchise !

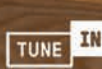


DISPONIBLE SUR



www.cdipodcast.com

ÉGALEMENT DISPONIBLE SUR



Enseigne	VIVAL - GROUPE CASINO	VIVASERVICES	VOLFONI
Secteur	Distribution	Services aux particuliers	CHR
Sous-secteur	Alimentaire	Aide à la personne	Restauration à thème
Création franchise	1999	2007	2012
Nombre de points de vente	Plus de 1700	69	8
Type de contrat	contrat d'approvisionnement	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	7 ans	10 ans
Droits d'entrée (€)	0	23000	45000
Apport personnel (€)	20000	20000	100000
Niveau d'investissement (k€)	Variable selon projet	60 K€	1 M€
Royalties / Redevance générale	0 / 70 €HT/mois	NC / 4% du CA	NC / 5%
Redevance publicitaire	NC	1% du CA	1%
Surface (m ²)	De 60 à 150 m ²	50 m ²	500 m ²
CA moyen	de 200 à 600 K€	250 K€ HT/an	NC
Contact	Laurence BENEDETTO 0477453131 infoentreprendre@groupe-casino.fr	Olivier DELLA DORA 0695952667 olivier.delladora@vivaservices.fr	NC NC 0672799392 franchisevolfoni@groupe-bertrand.com

Enseigne	VOUSFINANCER	VULCO	WAFFLE FACTORY
Secteur	Services aux particuliers	Auto, moto, bateau	CHR
Sous-secteur	Courtage	Entretien automobile	Restauration rapide
Création franchise	2005	1996	NC
Nombre de points de vente	200	230	69
Type de contrat	Franchise	Franchise	Franchise
Durée du contrat (année)	5 ans	5 ans	6 ans
Droits d'entrée (€)	35000	8 500	25000
Apport personnel (€)	20000	70000	90000
Niveau d'investissement (k€)	80 à 120 K€ selon type de contrat	170000	250 à 350 K€
Royalties / Redevance générale	0€ / 6%	de 1,35 % à 2,60 % / 0	NC / 5%
Redevance publicitaire	2%	0	1%
Surface (m ²)	à partir de 50 m ²	à partir de 300 m ²	60 -150 m ²
CA moyen	Environ 100 K€ par producteur	650 K€	550 K€
Contact	Yannis LE GARF 0785686484 yannis.legarf@vousfinancer.com	Marielle BUGEAUD 06 77 69 61 85 marielle_bugeaud@vulco.com	Guillaume DESOBRY NC GUILLAUME@wafflefactory.com

Enseigne	WAKE UP FORM	WALL STREET ENGLISH	WASH&CHECK
Secteur	Sport, loisirs, culture	Formation, emploi	Auto, moto, bateau
Sous-secteur	Club de sport	Formation en anglais	Lavage Automobile
Création franchise	2009	1983	2017
Nombre de points de vente	35	69	70
Type de contrat	Franchise	Franchise reconductible participative	Franchise
Durée du contrat (année)	7 ans	10 ans renouvelables	5 ans
Droits d'entrée (€)	20000	80000	9000
Apport personnel (€)	50000	100000	5000
Niveau d'investissement (k€)	à partir de 250 K€ (variable, donné à titre	300 K€	25 K€
Royalties / Redevance générale	0 / 1€ ht/client actif/mois	7% / 10%	NC / 3,5% du CA
Redevance publicitaire	550€ ht/mois Pack digital	3%	1,5% du CA
Surface (m ²)	500 à 2000m ²	180	NC
CA moyen	300 K€ (donné à titre indicatif)	650 K€	200 K€
Contact	Etienne JAMIN 06 17 58 66 13 wkfc@wakeupform.fr	Philippe INGAGNOLI 01 81 09 17 67 philippe.incagnoli@wse-group.com	Alexis COURRIER 06 59 74 24 40 alexis.courrier@washandcheck.fr

Enseigne	WASH'N DRY	WATERBIKE	WELDOM
Secteur	Services aux particuliers	Sport, loisirs, culture	Distribution
Sous-secteur	Laverie, Pressing	Aquabiking	Bricolage
Création franchise	NC	2011	1983
Nombre de points de vente	1000	90	383
Type de contrat	Accompagnement, partenariat	Licence de marque	Franchise et Partenariat
Durée du contrat (année)	sans contrat	5 ans	5 ans
Droits d'entrée (€)	0	8000	6100
Apport personnel (€)	15000	50000	150000
Niveau d'investissement (k€)	40 à 100 K€	220 - 240 K€	De 450 à 1200 K€
Royalties / Redevance générale	0 / 0	NC / 250€ / mois / par centre	NC / 3,3% du CA HT
Redevance publicitaire	0	0	0,7% du CA HT
Surface (m ²)	35 m ² en moyenne	80 à 100 et plus	De 400 à 4000 M ²
CA moyen	40 à 80 K€	300 K€	De 1.4 M€ à 4 M€
Contact	Emmanuel POINTET 04 71 03 89 42 contact@armstrong-France.fr	Didier TERZIAN 06 73 43 65 97 contact@waterbike.fr	Karim HOUCHE 06 46 15 30 48 karim.houchi@weldom.fr

L'Officiel de la *Franchise* **ABONNEZ-VOUS !**



Coupon à retourner à : **OCIFAM / L'OFFICIEL DE LA FRANCHISE - 100, rue La Fayette - 75485 Cedex 10 - Informations au 01 85 34 71 00**



Je m'abonne pour 5 numéros et je règle mon abonnement, soit 29,90 €, par chèque bancaire ou postal à l'ordre de L'Officiel de la Franchise.

Je profite de l'offre découverte de 5 numéros pour seulement 29,90€* au lieu de 34,50€

Mes coordonnées : Mme M. Nom :

Prénom : Adresse :

Code postal : [][][][][] Ville :

Téléphone :

eMail :

Date et signature

OFFICIEL 216

*Offre réservée aux particuliers

Offre valable jusqu'au 31/12/22, réservée à la France métropolitaine. Les informations ci-dessus sont indispensables au traitement par OCIFAM de votre abonnement. A défaut, votre abonnement ne pourra être mis en place. Conformément à la loi « informatique et libertés » du 6 janvier 1978 modifiée en 2004, vous bénéficiez d'un droit d'accès et de rectification aux informations qui vous concernent, que vous pouvez exercer en vous adressant à OCIFAM/ L'Officiel de la Franchise -100, rue Lafayette - 75485 Paris Cedex 10. Vous pouvez également, pour des motifs légitimes, vous opposer au traitement des données vous concernant.

Enseigne	WINLIGHT INTERNATIONAL	WOKO	X AND O
Secteur	Services aux entreprises	CHR	Équipement de la personne
Sous-secteur	Communication, publicité	Cuisine du monde	Prêt à porter
Création franchise	2001	2006	NC
Nombre de points de vente	3	15	100
Type de contrat	Licence de marque	Franchise	commission affiliation
Durée du contrat (année)	9 ans	7 ans	5
Droits d'entrée (€)	15000	40000	0
Apport personnel (€)	5000	150000	10000
Niveau d'investissement (k€)	15 K€	450 K€	0,8 - 1 K€ du m ²
Royalties / Redevance générale	250 1ère année / 250 1ère année	NC / 5%	NC / 2,4% HT du CA HT
Redevance publicitaire	NC	1%	2%
Surface (m ²)	Pas de local	entre 200 et 250 m ²	60 à 120
CA moyen	+ de 250 K€ possible	entre 1M et 2M€	350 K€ TTC
Contact	Marc OSSWALD 0763345633 om@winlight.fr	Stéphanie ORRICO 06 49 88 94 59 franchise@woko.fr	Axel PIVOT 0638656812 apivot@ikks.com

Enseigne	YELLOW KORNER	YVES ROCHER
Secteur	Sport, loisirs, culture	Beauté, santé
Sous-secteur	Art	Institut de beauté
Création franchise	2006	1959
Nombre de points de vente	150	674
Type de contrat	Commission-Affiliation	Franchise et Location-Gérance
Durée du contrat (année)	7 ans	Franchise (7 ans) / Location-Gérance (3 ans)
Droits d'entrée (€)	15000	10000
Apport personnel (€)	70000	30000
Niveau d'investissement (k€)	150 à 700 K€	à partir de 60 K€
Royalties / Redevance générale	0 / 0	NC / 2% CA produits beauté + 15% CA
Redevance publicitaire	0	3,6 % du CA HT produits de beauté
Surface (m ²)	40 à 200 m ²	à partir de 85 m ²
CA moyen	Variable	NC
Contact	Laura ELBAZ 01 85 65 03 80 laura.elbaz@yellowkorner.fr	Stéphanie VINCENT 07 77 69 56 24 franchise-gerance@yrnet.com



RETROUVEZ TOUTES
LES INFOS ET TOUS LES
RÉSEAUX SUR NOTRE SITE

www.annuairedelafranchise.fr



21

**98,8% DE NOS 925 FRANCHISÉS
NOUS RENOUVELLENT LEUR
CONFIANCE TOUS LES 5 ANS.**

Vous pensez que c'est un hasard ?

Vous souhaitez créer votre agence immobilière ?

Découvrez nos opportunités d'implantation sur century21.fr

Rejoignez le réseau qui fait grandir durablement ses partenaires.

CENTURY 21



*The
American
Restaurant*

Leader français
sur le marché du
Diner Américain

- ★ **80 restaurants** en France et au Luxembourg
- ★ Un marché de la restauration "hors foyer" **porteur**
- ★ **Un réseau structuré** pour apporter conseils et assistance

★ **Un concept adapté** aux envies des consommateurs

★ Membre de la **Fédération Française de la Franchise**



Pour plus d'informations

www.memphis-restaurant.com