



JeanSamper (/membre/jeansamper) > Franchise & c...
01 octobre 2018

(/membre/jeansamper)

Franchises en petites villes, possibilité ou illusion ?



()

La FNCV, présidée par Jean-Pierre Lehmann, est particulièrement active dans la dynamisation des centrss-villes.



Le Franchise Business Club est intervenu sur ce sujet à la demande de la FNCV , Fédération Nationale des Centres-Villes - Les Vitrines de France - lors de son Grand Rendez-Vous National à Paris qui réunit le 24 septembre 700 participants particulièrement impliqués.

Nicolas Rossignol, journaliste animateur de la journée, posa la question suivante à Jean Samper, intervenant pour le Franchise Business Club : "**Quand on se déplace dans les petites villes, on constate qu'il n'y a pas ou peu de franchises**, les Vitrines de France, depuis longtemps, pensent que des concepts adaptés pourraient être développés par les franchiseurs ou alors sous forme de coopératives ou de regroupement de quelques commerçants dans un même espace ?"

Voici la réponse donnée par Jean Samper.

Rappelons d'abord que les petites villes voudraient que les franchiseurs s'intéressent davantage à elles pour deux raisons.

- 1) les enseignes en franchise ont une notoriété, une image de marque et un pouvoir d'attraction capables de fixer le consommateur sur place et de **limiter l'évasion commerciale.**
- 2) Le savoir-faire, la formation et l'assistance apportés par le franchiseur au franchisé **limitent le taux d'échec.**

Pour expliquer le trop petit nombre de franchises en petites villes, il faut d'abord comprendre les motivations d'un franchiseur classique et les freins rencontrés dans les petites villes.

Les MOTIVATIONS du FRANCHISEUR

Le franchiseur recherche un **développement rapide du réseau et un effet de levier financier** maximal car le financement des unités du réseau est fait par les franchisés, lui-même se concentrant sur la structure centrale (marketing, concept, informatique, logistique, achats...) qu'il rentabilise plus vite par l'effet de taille du réseau grâce aux réductions de coûts, aux marges, aux redevances....

Il faut ajouter qu'en très grande majorité, les succursales sont moins rentables que les franchisés ce qui renforce l'intérêt de la franchise.

Les FREINS rencontrés par le FRANCHISEUR dans les PETITES VILLES



Le potentiel plus faible induit **généralement des chiffres d'affaires plus faibles**. Les petites villes ont souvent besoin de **gammes adaptées, souvent plus larges**, donc plus de stock à tous les niveaux.

Le franchisé ne peut investir autant que dans les villes moyennes pour le local, le stock, le matériel, la décoration ce qui provoque un **risque de franchise au rabais**. Il en va de même pour le droit d'entrée et **les revenus du franchiseur seront plus faibles** car les redevances assises sur le chiffre d'affaires seront plus basses.

Or le coût d'un franchisé pour le franchiseur est plus élevé dans l'absolu ou au moins en pourcentage du capital qu'il a investi et du CA réalisé. En effet un CA plus faible chez le franchisé ne réduit pas le coût de la formation, de l'aide au démarrage et de l'assistance continue pour le franchiseur. C'est même souvent le contraire car il faut faire plus d'efforts spécifiques pour rentabiliser l'unité franchisée.

De plus le coût du recrutement du franchisé, de la recherche du local, etc.. sont au moins identiques aux villes moyennes et parfois plus élevés. **Le Franchiseur doit investir plus pour gagner moins.... si on s'y prend de la manière habituelle. Le levier financier, motivation principale du franchiseur, est donc moins bon.**

Mais l'espoir n'est pas perdu, au contraire.



Comment faire pour attirer les franchiseurs si on considère que la vie commerciale des petites villes est importante ? Et c'est le cas !

Deux cas de figures sont à traiter. Amener des franchises existantes dans les petites villes et Créer des concepts Ad Hoc à partir de l'existant en petites villes.

Pour des concepts existants que l'on veut attirer

Parmi les solutions déjà parfois utilisées on peut **faciliter ou subventionner les travaux** de façades et même de coque. Certaines villes apportent aussi des subventions **abondant** partiellement les **premiers mois de loyer**.

Plus récemment les **boutiques à l'essai** sont apparues et permettent de tester le marché mais sans que le local ne soit mis aux normes du franchiseur ce qui est un frein au pouvoir d'attraction de l'enseigne. Ceci dit pour un test, pourquoi pas ?

Le Franchise Business Club préconise de travailler à faciliter le rapprochement entre franchiseur, candidat et emplacement en utilisant plusieurs moyens que nous nous proposons d'étudier et de mettre en oeuvre avec les organismes concernés, prioritairement la FNCV les vitrines de France :

- **un espace petites villes dans les salons de la franchise** nationaux ou régionaux
- **un site web ad hoc ou/et des parties spéciales petites villes** dans les sites de recrutement de franchisés existants
- **un guide permettant aux mairies de savoir** quoi et comment **répondre aux franchiseurs** sur ce qu'ils ont besoin de savoir notamment sur les volontés et actions de la mairie pour l'urbanisme commercial.

Mais on doit aussi créer des concepts spéciaux pour les petites villes

La FNCV suggère notamment de **regrouper des enseignes** de produits ou services compatibles dans un même local avec un seul ou plusieurs exploitants ? (ex : Comtesse du Barry + Cavavin) C'est une idée souvent évoquée mais il faut penser à une seule informatique commune pour un management de réseau unifié et économique. Il faut aussi tenir compte que

les savoir-faire des dites enseignes étant différents il faudra les réunir dans un nouveau savoir-faire. Ce n'est pas impossible mais c'est un investissement à prendre en compte.

On peut aussi **créer des concepts aux assortiments adaptés**, multimarques, par exemple dans l'habillement. Dans l'enfant on connaît l'exemple Kidiliz qui réunit plusieurs marques du même groupe dans le même magasin mais d'autres possibilités existent.

On DOIT aussi investir dans des solutions de e-commerce et web to store pour compléter l'assortiment du commerçant, le stocker et livrer.

Enfin il faut aussi inverser le processus en aidant la création de franchiseurs à partir des commerçants et artisans isolés qui réussissent en petite ville mais n'ont pas les moyens financiers de créer, dupliquer et développer leur concept. Après tout, un franchiseur n'est-il pas souvent issu d'un petit commerce qui réussit ? S'agissant des petites villes et des potentiels unitaires plus faibles **il faudra travailler plusieurs axes :**

- a) **identifier les perles** à développer en réseau
- b) **réduire le coût de l'audit** de faisabilité d'une franchise ou le subventionner
- c) **bien comprendre que le métier de franchiseur est un métier différent** de celui de boulanger, plombier, commerçant... et qu'il faut donc l'apprendre ce qui suppose formation, conseil, accompagnement..... donc des coûts et du temps que le commerçant à l'origine de la franchise ne passera plus dans son magasin et qu'il faudra donc remplacer par un personnel ayant un coût.

Le Franchise Business Club prend une part active dans ces réflexions et dans la création de process d'identification, accompagnement et boîtes à outils adaptés.





()

Les franchiseurs et experts du Franchise Business Club ont vocation à travailler aux côtés des villes

Et si on recommençait à créer des coopératives de commerçants ?

Pourquoi créer des coopératives ?

Les coopératives de commerçants regroupent des personnes qui veulent lutter contre la concurrence et mettre en commun des moyens pour faire certaines choses (pas nécessairement tout) ensemble.

Les enseignes coopératives existantes ne sont pas nécessairement toutes adaptées aux petites villes. Ni plus ni moins que les réseaux de franchise. Mais **la coopérative est par nature adaptée au travail en commun des commerçants existants...** Problème : les commerçants existants sont rarement prêts à accepter les contraintes pour travailler ensemble dans la même direction.

Comment créer des coopératives ?

Comme pour la création de franchises "locales", il faut commencer par l'identification des perles à développer. Certaines de ces perles voudront devenir franchiseur pour assumer leur risque et maîtriser concept et développement. **D'autres seront moins solides ou simplement plus prudentes et voudront de grouper** avec d'autres commerçants non localement concurrents et seront plus enclins à créer une coopérative.



Leur premier **problème sera de trouver des commerçants compatibles** qui ne soient pas des concurrents locaux. Mais il faudra les aider à trouver ces commerçants compatibles dans les autres régions. qui le fera ? Les CCI, une fédération, d'autres ?

Il faut donc créer un process d'identification des "compatibles", une grille d'évaluation et un process de rapprochement standardisé pour en réduire le coût. Puis il faut créer une boîte à outils spéciale « création de coopérative » permettant différents niveaux d'intégration coopérative : achats, pub, process, informatique de gestion...

La question se pose d'un accompagnement public et/ou privé et de son financement. Mais qui le fait ? Qui finance ?

On s'y met ensemble ?

Le Franchise Business est prêt à coopérer.

Jean Samper

Fondateur du Franchise Business Club



()

[#centres-villes \(/recherche?terms=centres-villes\)](#)

[#commerce \(/recherche?terms=commerce\)](#)

[#commerce associe \(/recherche?terms=commerce%20associe\)](#)

[#franchise \(/recherche?terms=franchise\)](#)

[#franchiseur \(/recherche?terms=franchiseur\)](#)

[#coopérative \(/recherche?terms=coop%C3%A9rative\)](#)

2 ♡_(). ☪_().

🔗_().



Vous devez être connecté pour pouvoir commenter


Connexion ()



Commenter



Recommandations d'article

[\(/article/italie-du-19-au-21-octobre-2023-le-salon-de-la-franchise-renaît-a-milan\)](/article/italie-du-19-au-21-octobre-2023-le-salon-de-la-franchise-renaît-a-milan)
 (membre/jeansamper)

Article


Italie : Du 19 au 21 octobre 2023, le salon de la franchise renaît à Milan

...

♡

🗨

[\(/article/italie-du-19-au-21-octobre-2023-le-salon-de-la-franchise-renaît-a-milan\)](/article/italie-du-19-au-21-octobre-2023-le-salon-de-la-franchise-renaît-a-milan)

[\(/article/la-transmission-du-savoir-faire-en-franchise\)](/article/la-transmission-du-savoir-faire-en-franchise)
 (membre/businessclub)

06 avril 2023


Article

La transmission du savoir-faire en franchise

[\(/article/la-transmission-du-savoir-faire-en-franchise\)](/article/la-transmission-du-savoir-faire-en-franchise)

5 ♡

1 🗨 [\(/article/la-transmission-du-savoir-faire-en-franchise\)](/article/la-transmission-du-savoir-faire-en-franchise)

[\(/article/30454-visiteurs-en-mars-2023-a-franchise-expo-paris\)](/article/30454-visiteurs-en-mars-2023-a-franchise-expo-paris)
 (membre/franchiseexpo)

28 mars 2023

Document

30454 visiteurs en mars 2023 à Franchise Expo Paris

[\(/article/30454-visiteurs-en-mars-2023-a-franchise-expo-paris\)](/article/30454-visiteurs-en-mars-2023-a-franchise-expo-paris)

♡

🗨

[\(/article/30454-visiteurs-en-mars-2023-a-franchise-expo-paris\)](/article/30454-visiteurs-en-mars-2023-a-franchise-expo-paris)





[Mentions légales](#) • [Conditions générales d'utilisation](#) • [Politique de confidentialité \(/confidentialite\)](#)

