



JeanSamper (/membre/jeansamper)
20 mai 2020

(/membre/jeansamper)

Interview de Pierre Fleury spécialiste des études de marché



()

Le Franchise Business Club a souhaité interviewer **Pierre Fleury** (<https://franchisebusinessclub.com/membre/pierrefleury>), fondateur de **PFMarketing** (<https://franchisebusinessclub.com/p/pfmarketing>), cabinet spécialisé dans l'étude de marché pour la franchise et les autres formes de réseaux. Après un peu plus de 10 ans d'existence, PFMarketing se démarque sur le marché par l'accompagnement individualisé qu'il apporte aux enseignes et à leurs candidats.



Comment êtes-vous arrivé dans le monde de la franchise ?

Pierre Fleury : Le cabinet a été créé, à la base, pour venir en aide des créateurs d'entreprises qui ne savaient pas toujours par quel bout prendre l'étape de l'étude de marché. En effet, malgré des projets souvent bien pensés, ils avaient du mal à convaincre des partenaires financiers de la viabilité de leur projet.

Le volume de candidats créant dans le cadre d'une franchise a explosé à partir de 2013/2014, ce qui nous a amené logiquement à accumuler une expérience importante de cette forme particulière d'entrepreneuriat. Rapidement, la qualité de notre travail a été repérée par une enseigne de franchise, puis 2, puis 3...Aujourd'hui plus de 50 réseaux font régulièrement appel à nous !

Depuis vos débuts en franchise quelles missions avez-vous accomplies ?

PF : Notre mission la plus courante est la rédaction et l'actualisation de l'état général du marché, ce rapport que le franchiseur doit remettre à son candidat au sein du DIP, il s'agit d'un état actualisé de la demande et de l'offre sur leur secteur d'activité. C'est un document auquel nous attachons beaucoup d'importance car il nous permet également de maintenir une **connaissance parfaite de chaque secteur d'activité.**

Nous réalisons également les états locaux de marché, qui, pour chaque DIP, donne des informations localisées sur les forces en présence dans la zone que vise le candidat. Ici, nous donnons la pleine mesure de notre maîtrise du géomarketing : nous produisons des cartes qui détaillent les indicateurs ville par ville, quartier par quartier.

Etat Général du Marché et Etat Local du Marché sont des obligations légales mais nous allons bien au-delà de celle-ci en **fournissant au couple franchiseur/franchisé de la matière pour prendre des décisions.**

Plus en amont, nous sommes aussi à l'origine de ces cartes de secteurs qu'il vous arrive peut-être de voir dans les plaquettes de présentations. En effet, peu de concept peuvent se baser sur une carte administrative du territoire avec une logique comme : un département = un secteur. Nous aidons donc les franchiseurs à dresser leur carte du territoire à l'issue d'un processus que nous appelons « sectorisation ».



La partie la plus passionnante de notre métier reste néanmoins la **réalisation d'études d'implantation** (études de marche) pour les candidats. En effet, le degré d'analyse de celles-ci est tellement fin qu'il nous permet d'estimer le chiffre d'affaires potentielle de chaque nouveau projet !

Comment concevez-vous la franchise et votre rôle dans la franchise ?

PF : Nous sommes au cœur de la relation franchiseur/franchisé. Le franchiseur moderne, tel qu'il existe aujourd'hui a tout à gagner à s'appuyer sur des professionnels comme nous : nous l'aidons à estimer le nombre de secteurs qu'il peut créer en France (et à l'étranger), nous l'aidons à mettre en avant des informations de marché pertinentes et fiables. Enfin, nous aidons franchiseurs et franchisés à estimer la viabilité et la pertinence de chaque local envisagé.

Auriez-vous des expériences à relater ?

PF : Je crois que ce qui a été le plus amusant au cours de notre histoire a été notre processus de diversification. En effet, nous aurions pu choisir de nous spécialiser dans un secteur d'activité mais nous avons fait le choix de rester ouverts à tout type de concept. Alors, oui, nous avons une expertise très poussée des secteurs de la restauration, du fitness et du prêt-à-porter mais lorsque la plus grande enseigne française de pompes funèbres nous a contacté, nous n'avons pas hésité, même si cela a nécessité que nous apprenions beaucoup sur ce secteur méconnu !

Par ailleurs, nous avons aussi vu naître des concepts que nous avons accompagnés à leur tout-début et qui maintenant font la Une des magazines. Ces expériences sont de loin les plus enrichissantes car nous avons à faire à des franchiseurs qui sont très ouverts d'esprit et qui nous sollicitent beaucoup plus que les réseaux bien établis et déjà rôdés.

Certains « bébé-réseaux » nous ont d'ailleurs souvent appelés à l'aide pour les aider à convaincre leurs premiers candidats ! Je me rappelle ce réseau qui avait choisi un local à Orléans mais dont le candidat optait pour un autre. Nous nous sommes déplacés et avons émis une troisième hypothèse que l'un et l'autre ont accepté. Aujourd'hui, c'est à l'adresse que nous avons choisi que se situe le restaurant de l'enseigne !



Des conseils à donner ?

PF : Je suis convaincu que la conception puis la croissance d'un réseau doit s'appuyer sur des compétences marketing fortes. Un réseau qui grandira comme cela sera harmonieux. Notre métier est principalement d'empêcher des implantations hasardeuses. Les réseaux que nous accompagnons ont donc un taux d'échec bien plus faible !

Quels sont vos objectifs désormais ?

PF : Nous avons logiquement élargi notre champ géographique à l'international : beaucoup d'enseignes française, de tout âge et de toute taille, franchissent nos frontières. Nous nous sommes adaptés. Nous travaillons déjà sur les marchés espagnols, allemands, suisses, belges, anglais, slovaques, maltais... et même chinois !

Notre souhait est donc de créer une division spécialisée dans ces missions internationales, qui aiderait aussi (comme nous le faisons déjà pour des enseignes anglaises, américaines, suédoises, finlandaises, danoises ou allemandes) les franchises internationales à s'implanter en France.

NOTE du Franchise Business Club : Nous avons invité Pierre Fleury à intervenir lors des **webinars de formation pour futurs franchisés** (<https://franchisebusinessclub.com/article/2eme-webinar-formation-futurs-franchises-le-7-mai>). Il interviendra aussi le 9 juin lors d'un webinar destiné aux franchiseurs sur le thème "**De l'étude de marché au financement des franchisés** (<https://franchisebusinessclub.com/article/de-l-etude-de-marche-au-financement-du-franchise-webinar-le-9-juin>)".

[#elm](#) (/recherche?terms=elm)

[#état local de marché](#) (/recherche?



terms=%C3%A9tat%20local%20de%20march%C3%A9)

[#étude de marché](#) (/recherche?terms=%C3%A9tude%20de%20march%C3%A9%20)

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

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

[#implantaiton](#) (/recherche?terms=implantaiton)

3  



Vous devez être connecté pour pouvoir

Connexion

commenter

Connexion




Commenter



Recommandations d'article


(/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-
renait-a-milan)

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


 (membre/jeansamper)


06
avril
2023

Article

La transmission du savoir-faire en franchise

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

5 

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

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

 (membre/jeansamper)

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)



