



# Les clés pour devenir franchiseur



()

Devenir franchiseur

Le développement en franchise est une pratique commerciale de plus en plus courante pour de nombreuses enseignes souhaitant associer des tiers partenaires à leur développement. Pour autant, **devenir franchiseur requiert des prérequis et une méthodologie** qui font l'objet de cet article. En particulier, nous regarderons les différents critères nécessaires avant tout recrutement.

## Préambule : L'apprentissage de ce nouveau métier nécessite une réflexion en amont

- Avez-vous suffisamment d'énergie et de caractère pour fédérer un réseau de franchisés ?
- Avez-vous un moral suffisant pour mettre en œuvre un projet d'entreprise engageant votre équilibre financier et votre responsabilité morale ?
- Pensez-vous avoir de réelles qualités relationnelles, du charisme et un sens de la pédagogie ?
- Avez-vous en interne les ressources et les budgets nécessaires ?

# Investir du temps

Monter un réseau de partenaires indépendants va nécessiter de votre part environ 1 jr/semaine dans sa phase projet, en fonction de votre niveau d'accompagnement extérieur. Plus que le temps passé en réunions, c'est surtout le temps d'analyse, de compréhension, de réflexion et de doute qui va être le plus chronophage. De même, un tel projet nécessitera des ressources au sein de votre entreprise pour « alimenter » le projet, ainsi que des budgets pour la prise en charge d'expertises particulières (avocat, architecte, conseil, ...).

## Analyser

Maintenant, il s'agit de juger de la capacité de votre enseigne à être développée en partenariat juridique avec des tiers. Les questions ci-après vont vous permettre de « scorer » votre entreprise, ou du moins d'y voir plus clair dans les conditions de succès.

**1. Quel est l'historique et quel est le montant de chiffre d'affaires de votre société ?** L'ancienneté est gage de pérennité et d'expertise du métier, plus votre entreprise est ancienne, plus le candidat croira en votre maîtrise du concept. En fonction de l'importance de votre société (CA, effectif,...), le candidat sera plus ou moins rassuré sur votre capacité à mettre en œuvre les moyens nécessaires au développement de l'enseigne. De même un niveau de CA supérieur à celui de vos concurrents, démontre une performance commerciale significative, gage d'avantages concurrentiels.

**2. Depuis quand exploitez vous votre concept ? Avez-vous un ou plusieurs pilote(s) pour votre concept ?** Le pilote est indispensable puisqu'il est la preuve de la réussite du concept mais aussi le meilleur moyen d'obtenir un retour d'expérience. Il se doit d'avoir une durée significative en fonction du secteur et de l'emplacement et idéalement dans un ou plusieurs points de vente représentatifs et homogènes. Il pourra évoluer avant un éventuel développement en franchise, en conservant toutefois les grandes lignes du concept.

**3. Avez-vous un nom commercial ou une marque protégée ?** C'est un élément obligatoire puisque les éléments visuels du concept (logo, marque, baseline,...) seront mis à la disposition du partenaire. Il est donc primordial d'en avoir la pleine propriété juridique et il sera nécessaire de créer une charte graphique et/ou une charte architecturale pour l'emploi respectueux de ces derniers par vos futurs partenaires.



**4. Quel est le niveau de valeur ajoutée ou de rareté de votre concept ?** C'est ce que le partenaire va vous acheter. Un franchisé recherche ce qu'il ne pourrait exploiter lui-même seul avec un même résultat. Il recherchera chez vous ce qui lui permettra de démarrer plus vite l'exploitation, d'être plus performant dans la durée et d'obtenir une valeur ajoutée rare. La performance commerciale et financière de vos pilotes doit prouver la valeur ajoutée de votre concept.

**5. L'exploitation du concept nécessite t-elle une qualification, une assurance ou un diplôme ?** Le potentiel de candidats à la franchise est-il suffisant ?

Certaines professions sont règlementées, d'autres nécessitent un diplôme ou une assurance technique, ce sont autant de barrières à l'entrée à identifier. En fonction de ces conditions, le développement pourrait être limité et le nombre cible de partenaires insuffisant face aux coûts de lancement et d'animation d'un éventuel réseau.

**6. A combien s'élèvent les investissements pour un de vos points de vente ?**

Quel est le retour sur investissement ? Plus les investissements sont lourds, plus les candidats seront rares et donc la capacité pour l'enseigne à se développer rapidement sera restreinte. De même, en complément de la rentabilité, le retour sur investissement est un indicateur clé de succès du développement d'un réseau en franchise. Si ce dernier est supérieur à la durée d'un contrat classique, c'est un problème.

**7. Votre potentiel de clients est : local, régional, national, international ?** Est-il

lié à une incitation fiscale ? Où à un type de local particulier ? Une enseigne peut avoir un très bon concept, mais lié à une typicité régionale. Il convient de s'assurer de sa possible commercialisation sur un territoire plus vaste. De même le concept peut s'adresser à certains profils de consommateurs dont le potentiel doit être vérifié à plus grande échelle. Prenez garde aux secteurs bénéficiant d'aides financières ponctuelles, si ces aides disparaissent, que devient le modèle économique. Enfin, et compte tenu de l'actuel pénurie de certains locaux commerciaux, il conviendra de définir le niveau de difficulté et de dimensionner son développement en conséquence.

**8. Quel est le niveau d'agressivité commerciale de vos concurrents (faible, modéré, élevé) ?** Il est intéressant d'analyser la nature actuelle des relations et pratiques commerciales dans le secteur d'activité pour mieux se préparer.

Certains secteurs sont très présents en franchise, et il est difficile d'y rentrer sans pouvoir présenter un avantage concurrentiel.

**9. Votre concept est-il organisé (très bien modélisé et documenté) ?** Le savoir

faire de votre concept, c'est à dire les outils administratifs, commerciaux, marketing,... nécessaires à l'exploitation du concept par un tiers partenaire,



doivent être modélisé avec rigueur pour pouvoir être transmis aux partenaires via la formation et l'accompagnement. Ces outils peuvent donc prendre la forme de « manuels opératoires », de bases de connaissances informatiques ou de simples fiches plastifiées... cela dépendra de leur complexité et de leur utilisation.

**10. Combien de temps cela prend pour être formé à votre concept ?** Plus le concept est technique dans la commercialisation ou la mise en œuvre, plus la formation est complexe, et plus le niveau d'exigence pour les partenaires sera fort. Partant du principe que le savoir faire est nécessaire au succès d'une franchise, et que sa transmission le gage de sa bonne utilisation, la durée et la complexité de la formation est un indicateur clé de franchisabilité.

Si vous avez plus de 50% d'avis positifs sur ces questions, alors votre projet de développement semble intéressant et motivant. Des cabinets de conseil en franchise, à l'image d'AXE RESEAUX, peuvent vous aider à modéliser votre concept, réaliser les multiples outils nécessaires à sa duplication, définir le montant d'un droit d'entrée, vous apprendre le nouveau métier de « franchiseur » et vous accompagner dans le recrutement des premiers partenaires.

Laurent Delafontaine  
Fondateur d'AXE RESAUX  
Membre du collège des experts de la FFF  
Adhérent du Franchise Business Club

Vous pouvez joindre Laurent Delafontaine par la messagerie privée du Franchise Business Club si vous êtes membre Bronze ou plus ou alors par mail



[laurent.delafontaine@axereseaux.com...](mailto:laurent.delafontaine@axereseaux.com)

(<mailto:laurent.delafontaine@axereseaux.com>)

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

[#devenir franchiseur \(/recherche?terms=devenir%20franchiseur\)](#)

[#conseil franchise \(/recherche?terms=conseil%20franchise\)](#)

2  1 



Vous devez être connecté pour pouvoir commenter

Connexion ()





Commenter



[\(/membre/laredactionduclub\)](#)

### LaRedactionDuClub (/membre/laredactionduclub...

Bon article qui va permettre aux nouveaux et futurs franchiseurs de gagner du temps et de gagner en professionnalisation. Mais les franchiseurs expérimentés aussi y trouveront à nourrir leur réflexion.

♥ Répondre • 01/07/2019

## Recommandations d'article

[\(/article/la-transmission-du-savoir-faire-en-franchise\)](#) 06 avril 2023

Article

**La transmission du savoir-faire en franchise**

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

5 ♥

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

[\(/article/comment-devenir-un-très-bon-franchiseur-5-9\)](#) (/membre/jeansamper)

Article

**Comment devenir un très bon franchiseur ? 5/9**

[\(/article/comment-devenir-un-très-bon-franchiseur-5-9\)](#)

♥

[1 \(/article/comment-devenir-un-très-bon-franchiseur-5-9\)](#)

[\(/article/les-bases-de-la-franchise-en-9-questions\)](#) (/membre/jeansamper) 24 mai 2023

Article

**Les bases de la franchise en 9 questions**

[\(/article/les-bases-de-la-franchise-en-9-questions\)](#)

♥

[1 \(/article/les-bases-de-la-franchise-en-9-questions\)](#)



