



NOUVELLE RUBRIQUE !

REPRISE & FRANCHISE

Et si vous repreniez une franchise...

A l'instar de la reprise d'une entreprise, la création/reprise d'une franchise est une aventure entrepreneuriale à part entière, mais mieux balisée, plus encadrée et au final moins risquée. Voilà pourquoi elle constitue aujourd'hui une alternative motivante et rassurante pour un nombre croissant de repreneurs potentiels. Conçue pour répondre aux questions que se posent des porteurs de projet qui ne savent pas encore s'ils reprendront une PME ou une franchise, cette nouvelle rubrique n'a qu'un objectif : les orienter dans leur réflexion en les mettant sur la piste de concepts porteurs et de solutions de financement et les faire profiter du témoignage de ceux qui ont sauté le pas.

Pilotage d'entreprise

RIVALIS RIVALISE D'INGÉNIOSE POUR STIMULER L'EMBAUCHE PAR LES TPE

Le N°1 du pilotage d'entreprise créé il y a tout juste 20 ans fait feu de tout bois pour stimuler l'emploi en France. « Avec Rivalis, les TPE pourraient embaucher 4 fois plus » lance Caroline Voinot, Dg de Rivalis. Et d'argumenter sur l'importance pour le futur employeur de disposer des bonnes informations avant de prendre sa décision d'embauche : « Un chef d'entreprise embauche par nécessité et il le vit le plus souvent comme un stress car aujourd'hui, tous les petits patrons ont peur. Peur des charges, des prud'hommes, des congés maladie, de ne pas embaucher la bonne personne. Alors il faut donner les moyens au dirigeant de prendre la bonne décision, de ne pas se tromper. »

Et c'est tout l'enjeu du pilotage d'entreprise selon Rivalis : fournir au dirigeant les bonnes informations pour prendre la bonne décision, savoir s'il va gagner de l'argent ou en perdre en embauchant et avoir l'avis d'un conseiller externe. Dans un cas sur deux, le chef d'entreprise franchit le cap de l'embauche. A l'image de Yohann, artisan maçon en Vendée, qui, utilisateur de Rivalis depuis 2009, embauche un salarié de plus chaque année. « Avec mon conseiller Rivalis, nous avons travaillé sur ma rentabilité. Notre objectif était que l'entreprise soit plus performante et dégage du résultat. La méthode du pilotage Rivalis me permet de connaître immédiatement l'impact d'une embauche sur le résultat net de l'entreprise et donc si j'ai intérêt ou non à embaucher, c'est immédiat. J'ai commencé mon activité avec un salarié. Aujourd'hui, j'ai embauché 4 ouvriers et 2 apprentis, j'avais juste besoin d'être rassuré. »

Créé en 1994 par un chef d'entreprise alsacien, le réseau Rivalis compte aujourd'hui 210 conseillers qui accompagnent 8 500 utilisateurs, tous artisans, commerçants, professions libérales et TPE. « Alors que seulement 12% des TPE (0 à 19 salariés) déclarent avoir embauché en 2013, les entreprises accompagnées par Rivalis sont 54% à avoir embauché, soit 4 fois plus » conclut Caroline Voinot.



RIVALIS, CO-PILOTE AUX CÔTÉS DES ARTISANS CARROSSIERS

La Fédération française de la carrosserie, forte de ses 1 800 entreprises adhérentes, vient de tirer les premiers enseignements du partenariat noué avec Rivalis, et ils sont encourageants, à en croire Patrick Chilton, président de la FFC : « Après une période de test de quelques mois, nous sommes très heureux de réaffirmer notre confiance en Rivalis qui aide les artisans carrossiers dans l'amélioration de leur rentabilité. Les résultats et les personnes rencontrées montrent non seulement l'efficacité de la méthode Rivalis, mais aussi la confiance mutuelle que nous avons scellée. C'est un partenariat gagnant-gagnant. »

Initiateurs du projet chez Rivalis avec l'appui du siège et de 7 référents région, Sonia Gauthier et Bernard Pichon reviennent quant à eux sur l'utilité d'un tel partenariat dans une filière qui abrite des situations très contrastées : « Nous sommes confrontés à des personnes qui ont des problèmes de rentabilité ou, plus grave, de trésorerie. Dans les deux cas, nous apportons des solutions immédiates et concrètes pour redresser une situation critique et la maîtriser en temps réel. Mais nous intervenons aussi auprès d'entrepreneurs qui marchent bien et souhaitent se développer, se diversifier ou transmettre leur entreprise. Nous sommes des co-pilotes aux côtés des chefs d'entreprise qui restent les vrais pilotes de leur société. Le pilotage d'entreprise a fait ses preuves : nous ne faisons que l'appliquer, avec une vraie dimension humaine dans l'accompagnement que nous proposons. »

Distribution de produits bio

L'EAU VIVE VEUT

JETER L'ANCRE DANS TOUTES LES VILLES DE PLUS DE 100 000 HABITANTS

Après une levée de fonds d'1 Meuros l'an dernier auprès du fonds Audacia, c'est le recrutement de nouveaux franchisés qui est à l'ordre du jour pour l'enseigne bio qui table sur 70 magasins à horizon 5 ans.

Créée en 1979 par Didier Cotte et historiquement implantée dans la région Rhône-Alpes, l'enseigne est aujourd'hui constituée de 31 magasins - 17 en propre et 14 en franchise - et d'un fournisseur alimenté par l'eau des Alpes. L'Eau Vive propose une gamme complète de produits bio qui va fruits et légumes bio à l'alimentation générale et diététique en passant par les cosmétiques et les produits d'entretien écologiques. C'est en s'appuyant sur le savoir-faire de son réseau de magasins intégrés que l'enseigne s'est développée en franchise avec succès depuis 2009. Fort d'un chiffre d'affaires en plein développement (44,4 Meuros en 2013) en augmentation de 17% par rapport à 2012, et d'une levée de fonds de 1 Meuros auprès d'Audacia, L'Eau Vive veut aujourd'hui donner la possibilité à des porteurs de projet de qualité de devenir de véritables entrepreneurs partenaires. Ainsi, les capitaux levés auprès du fonds de Charles Beigbeder doit permettre au franchiseur de densifier son réseau de magasins en propre dans la région Rhône-Alpes et en franchise dans toute la France. L'ambition de L'Eau Vive est d'être présente d'ici 5 ans dans toutes communes de plus de 100 000 habitants avec un parc de 70 points de vente. En outre, l'enseigne a décidé de faire porter ses efforts en 2014 sur la diversification de ses canaux de distribution par le lancement d'un plateforme drive sur internet, les clients de L'Eau Vive pouvant passer et prépayer leurs commandes à distance, puis retirer leurs achats sans attendre. Présente sur un marché de la distribution de produits bio en pleine croissance, L'Eau Vive lance donc un appel à candidature pour sélectionner de nouveaux franchisés. Et compte bien sûr sur le témoignage de ses franchisés pour faire de nouveaux émules.

Raphaël Hourdin, franchisé à Clermont-Ferrand

« La franchise est un excellent compromis pour se lancer dans l'entrepreneuriat à moindre risque. Etre franchisé de L'Eau Vive me permet de bénéficier de l'expérience et des compétences d'un franchiseur qui réussit dans son métier tout en me laissant de l'autonomie et de la flexibilité. Elle me permet aussi de bénéficier de la force du réseau L'Eau Vive en matière de force d'achat, de circuit de logistique et de plan de communication. Dans un environnement où les magasins bio sont en pleine évolution, L'Eau Vive offre un concept de magasin moderne. Le bio doit donner envie, il doit être vivant, résolument tourné vers le futur. Parmi l'offre des magasins bio existants, L'Eau Vive est pour moi l'enseigne qui correspond le plus à ces critères. C'était vrai il y a 5 ans lorsque je me suis engagé, c'est toujours vrai aujourd'hui. »

Lionel Madec, multi-franchisé à Bidart et à Dax

« Par conviction personnelle et par certitude que le marché bio est plein de potentiel, nous avons contacté et pris le temps de rencontrer toutes les enseignes actives sur ce marché. Avec les dirigeants de L'Eau Vive, le courant est bien passé, nous nous sommes sentis en confiance face à des gens ouverts et à l'écoute. Enfin, l'image des magasins

de l'enseigne correspondait au type de magasin que nous imaginions : un magasin bio dynamique, moderne, tolérant, décomplexé dans lequel les nouveaux consommateurs puissent se sentir à l'aise, un magasin qui s'engage mais sans faire la morale et sans culpabiliser les consommateurs, un magasin qui puisse faire la part belle aux démarches de partenariat avec les producteurs locaux.

Devenir franchisé de L'Eau Vive nous a permis de bénéficier d'un référencement étudié et construit avec des conditions d'achat qui nous permettent de mettre en œuvre concrètement notre credo : le bio accessible au plus grand nombre ! ».



Construction de maisons individuelles



**MIKIT
DÉBUT D'ANNÉE
EN FANFARE
POUR MIKIT
QUI ACCUEILLE
8 NOUVEAUX
FRANCHISÉS**

Troyes, Salon de Provence, Gisors, Joué les Tours, Toulouse, Ouest, Valenciennes, Colmar et Coignières : début d'année en fanfare pour Mikit, le premier constructeur de maisons individuelles en prêt à finir, qui vient de finaliser l'ouverture de 8 agences et table sur un objectif pour 2014 de 25 ouvertures. Un succès qui n'est pas pour surprendre Damien Heng, président de Mikit, et qui vient récompenser l'antériorité de l'enseigne et sa capacité à se renouveler : « Quand on veut entreprendre, on est animé par l'ambition de réussir, tout en cherchant à limiter les risques. D'où le choix d'une franchise Mikit. Franchiseur depuis plus de 30 ans, nous avons fait nos preuves et réussi à devenir leader sur notre marché dans le respect de nos valeurs. »

De fait, en l'espace de 30 ans, Mikit s'est imposée comme l'enseigne N°1 sur son marché avec un réseau de 130 agences et une formule originale, le « prêt à finir » qui permet aux acheteurs de réaliser une économie de 30% sur le prix de la maison. Une enseigne qui s'est adaptée aux nouvelles conditions du marché en entreprenant une transformation en profondeur depuis 2012 et en proposant deux types de contrats à ses candidats franchisés : franchise et micro-franchise. « La micro-franchise est destinée aux candidats à la franchise qui, bien que présentant un profil adapté, se heurtent à l'obstacle financier de l'apport initial, argumente Yann Desury, directeur du développement de Mikit. Moyennant un droit d'entrée inférieur et une zone de prospection commerciale réduite de moitié par rapport à une agence classique, le franchisé pourra démarrer son activité en home office ou dans un bureau d'affaires. L'entrepreneur pourra ainsi basculer sur une franchise classique, les droits d'entrée initiaux seront alors déduits des nouveaux droits. Sur 8 nouveaux franchisés en 2014, 4 ont choisi cette formule. »

Parfumerie sélective

BEAUTY SUCCESS

S'ENRICHIT DE 16 POINTS DE VENTE EN 2013 ET RÈNOVE SON PARC

Enseigne N°1 de la parfumerie sélective en franchise et 4ème acteur du secteur avec 292 points de vente dont 1997 en franchise, 88 en succursales et 7 affiliés, Beauty Success totale un chiffre d'affaires consolidé de 230 Meuros. Seule enseigne à combiner trois activités - parfumerie, institut de beauté et parapharmacie -, Beauty Success a engrangé 16 ouvertures sur l'année 2013, dont 4 hors métropole (Nouméa, Baie Mahault, Casablanca, Fes). Parmi ces nouvelles implantations ou reprises (Contrexville), on peut citer Juan les Pins, Tassin la Demi Lune, Soustons, Puteaux, Orléans ou encore Tain L'Hermitage. Parallèlement, le réseau a fait peau neuve en convertissant 20% de son parc au nouveau concept architectural, soit 58 points de vente au total.

Formation à l'anglais

WALL STREET ENGLISH, L'ENSEIGNE OUVRE L'ÎLE DE FRANCE À LA FRANCHISE...

Rebaptisé Wall Street English, le leader de la formation en anglais en France avec 62 centres et 19 000 stagiaires formés chaque année, vient de lancer un appel à candidatures pour l'Île de France.

Pour la première fois de son existence, le franchiseur, filiale du groupe Pearson depuis septembre 2010, ouvre à la franchise la région Île de France et recherche ainsi activement des entrepreneurs ambitieux. Les profils recherchés sont variés - commerçants, entrepreneurs, franchisés ou employés d'autres réseaux de franchise, propriétaires d'écoles d'anglais indépendantes... - et les villes ciblées Marne la Vallée, Saint Quentin en Yvelines, Versailles, Antony, Vélizy, Créteil ou encore Noisy le Grand. Pour ces centres de taille intermédiaire, Wall Street English propose deux types de formules : un challenge classique avec une équipe de vente à manager en sus de l'équipe pédagogique et un challenge sans vendeurs à manager, le franchisé se consacrant seul aux fonctions commerciales. Outre l'Île de France, l'enseigne table sur l'ouverture d'une centaine d'écoles en France, privilégiant les bassins de 80 000 à 200 000 habitants. Pour tout contact et éventuelle candidature : Philippe Incagnoli : philippe.incagnoli@wsi-groupe.com

... et plante son drapeau à Angers

Wall Street English célèbre son retour à Angers avec l'ouverture d'un tout nouveau centre aux couleurs de sa nouvelle identité. Ce dernier, qui vient d'ouvrir ses portes au 17 rue du commerce, en plein cœur du centre ville, est le 62ème centre du groupe créé et dirigé en France depuis 1993 par Nathanaël Wright. Et l'aboutissement d'un projet entrepreneurial pour son responsable, Thibault Gautier : « Consultant pour la franchise d'Angers pendant deux ans, j'avais à cœur de rester fidèle à Wall Street English. Je n'ai pas hésité lorsque l'opportunité s'est présentée à moi d'ouvrir une nouvelle franchise dans ma ville natale. Après un an d'absence, Wall Street English souhaite à nouveau offrir aux Angevins la possibilité d'accéder facilement à des cours d'anglais et à une méthodologie qui a fait ses preuves. »





Restauration à thème

LA PATATERIE

PRÉVOIT 30 NOUVEAUX RESTAURANTS ET 600 EMBAUCHES EN 2014

Lancé en 1996, le concept de La Pataterie (190 restaurants, 154 Meuros de CA) passe à travers les gouttes de la crise qui frappe le secteur de la restauration assise et pourrait être encore un peu plus impacté par le passage de la TVA de 7 à 10% depuis le 1er janvier dernier. Avec un chiffre d'affaires en hausse de plus de 15% - 154 Meuros en 2013 contre 133 en 2012 - et 32 nouveaux restaurants, l'enseigne qui a mis la pomme de terre au cœur de son concept confirme sa bonne santé. Désignée « enseigne préférée des Français en 2013 » dans sa catégorie, la restauration, La Pataterie doit son succès à une offre généreuse et accessible avec 7 plats à moins de 7 euros 7 jours sur 7 midi et soir.

Détonnant dans le climat de morosité générale, La Pataterie continue de se différencier par son dynamisme et ses performances et prévoit plus de 30 nouvelles ouvertures en 2014, en ligne avec ses objectifs à 3 ans : un réseau de 300 restaurants en France et l'ouverture de plusieurs master franchises à l'international.

Réparation automobile



CRÉDITRELAX ACCOMPAGNE 4 NOUVEAUX FRANCHISES MIDAS

Osny, Pont Sainte Maxence, Viry-Châtillon et nouveau centre à ouvrir dans les Landes : le courtier de référence de Midas vient de boucler 4 dossiers de demande de crédits pour le réseau Midas, leader mondial de l'entretien et des services automobiles. Portée par l'évolution des comportements des automobilistes

s'agissant de l'entretien de leur véhicule, l'enseigne multiplie ses ouvertures de centres ou trouve des repreneurs à ses centres existants, comme l'explique Jean-Philippe Deltour : « Le nombre important de dossiers traités pour le réseau Midas s'explique par le choix de plus en plus de ménages d'opter avec la crise pour un entretien régulier de leur véhicule au lieu d'en changer trop rapidement. Créditrelax est très bien identifié dans son réseau de partenaires bancaires sur ce type d'activité. »

Créditrelax facilite la reprise du centre Midas à Osny...

« Ce dossier est symbolique du passage de relais réussi entre un franchisé et son repreneur. Dans le cas de ce centre, nous avons affaire à une affaire profitable depuis toujours compte tenu de la stabilité des équipes, de l'emplacement commercial et d'un marché porteur. Le repreneur étant très peu endetté et disposant de l'expérience professionnelle et des garanties de patrimoine requises, il a été possible de décrocher rapidement un prêt. »

... et met le pied à l'étrier à un ex-directeur de concession automobile pour créer un centre dans les Landes

« Ce centre automobile situé dans une artère commerçante de la ville nécessitait un prêt d'ouverture. Le projet est porté par un ex-directeur de concession. La somme débloquée permettra d'aménager en plus des 4 ponts, deux bureaux et un atelier, pour une surface totale de 480 m². C'est une banque mutuelle locale qui a finalement validé le projet en moins de 2 semaines. »

Nutrition et diététique

NATURHOUSE

MOISSON DE RÉCOMPENSES POUR NATURHOUSE ET SON DG

Créée en 2006, la filiale française de l'enseigne internationale Naturhouse n'en finit pas de changer de taille : de 21 Meuros en 2010, le chiffre d'affaires est passé à 75 Meuros en 2013 et cette année, le réseau table sur 100 Meuros réalisés avec 475 centres actifs. Une croissance exponentielle due à un concept éprouvé dans le traitement du surpoids par le rééquilibrage alimentaire et au talent d'un homme, Olivier Roques qui a réussi à « industrialiser » comme il dit, le recrutement comme la formation des franchisés. Pas étonnant, donc, que l'enseigne et l'artisan de son développement se soient vus récompenser par deux trophées. Lors de la dernière édition du salon Franchise Expo Paris, Naturhouse a ainsi reçu le trophée des « coups de cœur de la franchise 2014 » décerné par L'Express et l'Observatoire de la franchise et récompensant l'enseigne étrangère la plus performante en France. Quant à Olivier Roques, il s'est vu remettre le 20ème trophée du meilleur directeur de réseau de l'année 2013 lors du 13ème congrès des franchiseurs et directeurs de réseaux organisé par le CEDRE. Il faut dire qu'avec plus de 400 points de vente ouverts en France depuis 2006 et 30 ouvertures pour le seul premier trimestre 2014, Olivier Roques ne manquait pas d'arguments !



Vente de produits d'occasion aux particuliers

CASH CONVERTERS

ESSAÏME DANS LE GRAND SUD

Pas de répit pour le leader mondial de la vente de produits d'occasion aux particuliers qui vient d'ouvrir la bagatelle de 14 magasins sur le 1er trimestre et table sur une trentaine d'ouvertures sur l'année, portant à 140 le nombre total de ses points de vente. Ainsi, depuis le début de l'année, outre Toulon et Montauban, l'enseigne pilotée par Christian Amiard a planté son drapeau à Fribourg, Arles, Perpignan, Villeurbanne, Tulle, Challans et Saint Jean de Luz.

A Montauban, ce sont deux comptables de profession, Claudine Amore et Christian Faltot, qui ont ouvert leur premier magasin Cash Converters en pleine zone commerciale de Montauban. « Le plus difficile pour nous a été de définir le secteur d'activité qui convenait le mieux à un projet de couple, explique Claudine. Après avoir découvert différents concepts au salon de la franchise, notre choix s'est tourné vers Cash Converters pour sa notoriété et le sérieux qu'elle nous a inspiré. » Le 19 mars, c'est à l'initiative de Delphine Dacheux que le Cash Converters de Toulon a ouvert ses achats. Soucieuse de donner un nouveau sens à sa vie professionnelle après la mutation professionnelle de son conjoint dans le Sud, cette ancienne commerçante explique ainsi son coup de cœur pour cash Converters : « Lors du salon de la franchise à Marseille en 2012, puis à Paris en mars 2013, j'ai pu dialoguer avec des représentants de la franchise Cash Converters. Après de nombreux et riches échanges avec les dirigeants de la franchise et certains franchisés, le concept de donner une seconde vie aux produits d'occasion m'a fortement interpellée. Il correspond à ma philosophie et à une évolution très en vogue des mentalités et s'adossant à une identité commerciale très forte. C'est donc naturellement que je me suis engagée avec Cash Converters Europe. »



EASYCASH

TABLE SUR UNE DOUZAIN D'OUVERTURES EN 2014

Parti il y a 13 ans, le réseau Easycash a passé le cap des 100 Meuros en 2013 et celui des 100 magasins début 2014.

Porté par une croissance constante depuis 5 ans (+225%), le réseau piloté par Joris Escot ambitionne les 200 points de vente à horizon 2020 et au rythme d'une douzaine d'ouvertures par an. « Easycash est le seul réseau dans son domaine à ne pas avoir fermé de magasins ces dernières années, se félicite Joris Escot. Développer le réseau en ouvrant des franchises est une course de fond, pas un sprint, le but n'étant pas de fermer ensuite. » Pour que les futurs franchisés mettent toutes les chances de leur côté, le réseau met à leur disposition un certain nombre d'outils et apporte le plus grand soin à leur formation. A la suite d'un premier entretien, chaque candidat se voit proposer une période d'immersion dans deux magasins distincts du réseau pour se projeter et conforter son choix. Si l'expérience est concluante, s'en suit une formation de 14 semaines. L'une des clés d'une ouverture réussie étant le choix de l'emplacement, Easycash a noué un partenariat depuis 2011 avec Keops. « Ce partenariat nous permet de renoncer à des emplacements qui ne seraient pas idéaux, explique Joris Escot. Il assure

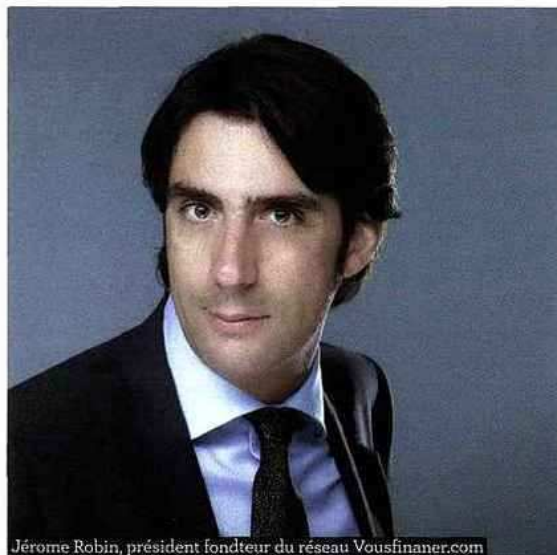
aux franchisés un emplacement de choix à fort potentiel, et cette validation par notre partenaire est un critère décisif d'implantation. » S'agissant de ses critères de recrutement, Easycash souhaite privilégier des profils diversifiés, comme le confirme son directeur de réseau : « L'enseigne recherche des profils confirmés qui ne soient pas uniquement issus de la grande distribution. Une fois les fondamentaux management/gestion/commerce validés, l'état d'esprit et la motivation du candidat sont les leviers qui nous permettront de collaborer avec lui. Nous cherchons l'adéquation entre son profil, ses attentes et ce que le réseau peut lui apporter. » Et Joris Escot d'appeler de ses vœux la candidature de véritables entrepreneurs capables de manager plusieurs points de vente : « A ce jour, 16 franchisés Easycash ont renouvelé l'expérience en ouvrant d'autres points de vente. »



Courtage en crédits immobiliers

VOUSFINANCER.COM GAGNE 30 NOUVELLES AGENCES EN 2013

Porté par le taux historiquement bas des taux de crédits en 2013 qui a entraîné une envolée des renégociations de crédits, le challenger de meilleurtaux.com gagne 30 nouvelles agences en 2013 et augmente de 75% sa production de crédits immobiliers intermédiés à 870 Meuros contre 475 Meuros en 2012. « Grâce au niveau historiquement bas des taux de crédit en 2013, le réseau Vousfinancer.com a connu une activité soutenue, explique Jérôme Robin, président fondateur du réseau en 2006. La part des renégociations de crédit immobilier n'a pas dépassé 20% au global car notre modèle est de travailler de façon rapprochée avec les agents immobiliers et ainsi de financer en priorité des projets d'acquisition. Même si les taux remontent légèrement au second semestre 2014, nous prévoyons de continuer notre développement. C'est dans ce cadre que nous venons de mettre en place un partenariat avec le Syndicat national de profession immobilière. » Plus qu'un courtier en immobilier, la stratégie de Vousfinancer.com se base sur un seul et unique interlocuteur, la transparence, la garantie de trouver rapidement - en moins d'une semaine -, la solution de financement la plus adéquate ainsi qu'un accès en temps réel aux taux et politiques de financement des partenaires les plus appropriés. La société, qui comptait 80 agences à fin 2012, fédère aujourd'hui un réseau de 110 franchises réparties dans toute la France composées de professionnels expérimentés.



Jérôme Robin, président fondateur du réseau Vousfinancer.com



Commerce associé

3 NOUVEAUX GROUPEMENTS REJOignent LA FÉDÉRATION DES ENSEIGNES DU COMMERCE ASSOCIÉ

Belle prise pour la FCA présidée par Guy Leclerc qui vient d'agréer trois nouveaux adhérents dans les secteurs du bricolage, de la distribution de produits agricoles et de la distribution de matériel médical. En intégrant la fédération, ces trois groupements de commerçants pourront désormais s'appuyer sur le savoir-faire des 60 autres membres.

- > **COFAQ** représentée par les enseignes Master Pro et Brico Pro, est une coopérative spécialisée dans l'outillage professionnel et le bricolage. Créée en 1954 à l'initiative de 50 quincailliers poitevins et basée à Poitiers, la coopérative est aujourd'hui à la tête d'un réseau de 418 points de vente et plus de 4 000 salariés qui affiche 886 Meuros de CA.
- > **AGRIDIS-HOLDIS**, réseau de distribution d'intrants agricoles (produits phytosanitaires, semences, engrais), fédère aujourd'hui 72 adhérents associés représentant 93 entreprises. Hier centré sur une fonction dédiée aux achats, Agridis est devenu un véritable réseau de distribution adossé à Holdis, structure centrale de services et développement.
- > **LA VITRINE MÉDICALE**, réseau de vente et location de matériel médical au service des professionnels et des particuliers, regroupe plus de 200 magasins spécialisés dans la distribution, la vente et la location de matériel médical auprès des hôpitaux, cliniques, maisons de retraite, professionnels de santé et particuliers.

APPEL A CANDIDATURE

Ces nouveaux concepts qui attendent leurs premiers franchisés !

Bar à bières

CRÉDITRELAX MISE SUR LE NOUVEAU CONCEPT « AU FÛT ET À MESURE »

Au fût et à mesure est un concept de bar à bières qui propose une nouvelle expérience de la dégustation, ludique, conviviale et décalée : posez votre carte prépayée sur votre table, prenez un verre et servez-vous une bonne bière accompagnée de quelques tapas. Vous voulez découvrir une autre bière ? Jouez des coudes et empruntez la pompe de votre voisin ! Né à Lille en 2008, le concept Au Fût et à mesure n'en finit pas de se développer comptant déjà 8 franchises à son actif : Lille, Reims, Nancy, Metz, Clermont-Ferrand, Amiens, Toulouse et Montpellier. Et le réseau développé par Guillaume Pétiat s'apprête à planter son drapeau à Paris avec une ouverture programmée pour le mois de juillet. Dernier franchisé en date, Laurent Ducatel a pu mener à bien son projet grâce au soutien de Créditrelax, pionnier français de courtage de crédit aux professionnels et partenaire de nombreux franchiseurs dont Au Fût et à mesure depuis 2013. « C'est une franchise pleine de promesse, explique Jean-Philippe Deltour, fondateur et associé de Créditrelax.

Dans la lignée des sushi bar à plateaux roulants, Au fût et à mesure met le consommateur au cœur du dispositif de restauration. Au vu des premiers résultats enregistrés par les établissements déjà ouverts, on assiste à un engouement rarement observé chez d'autres marques de restauration lors de leur implantation. »

Un enthousiasme qui conforte la jeune enseigne dans son potentiel de développement : « Le système que nous exploitons est, en plus de son côté ludique, en phase avec le marché de la bière, analyse Guillaume Pétiat. Il y a énormément de produits sur le marché et les consommateurs ne peuvent pas tous les connaître d'avance. Au fût et à mesure, le client pourra goûter quelques centilitres de bière avant de décider si le breuvage lui plaît et de se resservir ou non. »



Dearchitecture

Restauration à thème

BAÏLA PIZZA

TABLE SUR 10 OUVERTURES EN 2014

Nice, Saint-Germain du Puy, Champagne au Mont d'Or, Bergerac, Meximieux, Roanne, Albi : attention chaud devant ! L'enseigne de restauration italienne Baïla Pizza créée en 2000 à Poitiers et développée depuis 2011 à l'échelle nationale accélère son développement avec 10 ouvertures programmées en 2014. Forte de ses nouveaux concepts Solo et Solo-Drive, la franchise Baïla Pizza, qui a terminé 2013 avec un chiffre d'affaires de 6,8 Meuros pour 18 établissements, totalisera une trentaine d'établissements d'ici à la fin de l'année. Centre-ville, zone commerciale et maintenant périphérie d'agglomération, la chaîne fait feu de tout bois, comme le confirme Erwan Rouxel, son Dg de Baïla Pizza France : « Nous accélérerons notre déploiement sur les zones de 20 000 à 80 000 habitants. Des marchés où le concept Baïla Pizza performe. Associée à la restauration assise, la vente à emporter est un vrai plus. » Outre sa croissance dans les zones commerciales, l'enseigne mise également sur la génération Solo, un concept de point de vente qui s'adresse aux agglomérations de plus de 30 000 habitants et se positionne en restaurant solo ou solo-drive. Ainsi, Bergerac vient d'accueillir le 1er restaurant solo de la chaîne, un établissement franchisé de 140 couverts avec terrasse et parking attenant.

Quant à la ville de Roanne, elle a été choisie pour accueillir le 1er solo-drive, un événement dans l'univers de la restauration commerciale italienne. Présente au salon Franchise Expo de Paris en mars dernier, l'enseigne, qui envisage le recrutement de 150 emplois de proximité, ira prochainement à la rencontre de ses futurs franchisés en participant à des salons régionaux à Lyon et Marseille.



Vélo électrique

FRANCE VEL

INAUGURE SA 1ÈRE FRANCHISE À MARSEILLE

Surfant sur l'engouement pour les véhicules électriques légers - vélo, scooter ou trottinette électrique - Tom Dumoulin, créateur en 2012 de Tomybike, sa propre marque de vélos à assistance électrique, lance Vel France, la première franchise française de véhicules électriques légers. Installé dans le Var, Tom Dumoulin a choisi d'implanter son magasin pilote à Marseille, une ville où il fait bon se déplacer en vélo. Porté par un segment de marché de vélos à assistance électrique (VAE) en hausse alors que la vente de vélos diminue, Tom Dumoulin lance en mars 2012 la société Vel France qui fabrique et distribue via la vente en ligne les vélos de sa marque Tomybike. Sa promesse : vendre à prix raisonnables des vélos électriques de très grande qualité. Convaincu des beaux jours du vélo électrique et plébiscité par les utilisateurs et les médias, Tom Dumoulin poursuit sa route avec un nouveau cap : développer le premier réseau national de vente et entretien de véhicules légers électriques. « Contrairement à nos voisins européens, nous n'avons pas encore développé l'utilisation du vélo électrique, analyse Tom Dumoulin. Sans compter que de nombreuses collectivités territoriales subventionnent l'achat d'un vélo électrique et que ce dernier devrait profiter des mesures du Plan national vélo. » Les boutiques France Vel proposeront à la vente une gamme complète de vélos à assistance électrique, scooters électriques fabriqués en France et trottinettes électriques ainsi que l'entretien des machines.

