

## FRANCHISES

# OU SONT LES UNITES PILOTES ?

*Sur 300 enseignes représentant plus de 22000 franchisés : un tiers ne compte aucune unité en propre. La règle des 3/2 serait-elle dépassée ?*

**N**ous avons, à l'occasion de la publication de notre "Annuaire des Franchises Qui Recrutent" - édition 1993 - étudié, entre autres, la structure de plus de 300 réseaux. Premier résultat notable - parmi bien d'autres sur lesquels nous reviendrons - près d'une centaine de franchises (91 exactement) n'ont - ou ne déclarent aujourd'hui avoir - aucune unité pilote.

Et ce, dans tous les secteurs d'activité, ou presque, et quelle que soit la taille du réseau. Qu'il s'agisse d'enseignes de forte notoriété comme *Connexion* ou *Century 21*, ou de chaînes en période de démarrage.

Alors, cette règle bien connue des 3/2, selon laquelle tout franchiseur doit avoir fait fonctionner pendant deux ans, trois magasins dans des sites différents avant de proposer son concept à d'éventuels candidats, serait-elle périmée, inadaptée ?

Comme toute règle, sa validité est relative. *Baskin Robbins* ou *Century 21* n'ont en France aucun pilote. Mais ils disposent aux Etats-Unis de milliers de points de vente dont on peut penser, vu le succès durable de ces enseignes, qu'ils suffisent à tester le savoir-faire du franchiseur.

Et cela est vrai pour d'autres grandes enseignes ayant dépassé les 100 boutiques en France : qu'elles ne possèdent en propre

aucun point de vente n'est pas forcément inquiétant.

C'est sans doute différent pour de jeunes réseaux qui lancent leur concept sans l'avoir préalablement et personnellement testé. Mais là aussi, la règle des 3/2 montre ses limites. Car il s'agit parfois d'occuper le marché rapidement. Les deux ans que l'on occupera à respecter le dogme peuvent très bien être utilisés par d'autres entrepreneurs moins scrupuleux peut-être ou tout simplement plus hardis, et qui vous couperont l'herbe sous les pieds.

S'engager avec un tel réseau comporte évidemment des risques. Le franchiseur n'a pas fait l'expérience du magasin, de l'agence, de l'hôtel qu'il vous propose. Mais peut-être a-t-il d'autres atouts en mains. Ainsi, lorsque Alain Constant, deux ans après avoir cédé *Agences n° 1* au GAN est revenu sur le marché immobilier en créant de toutes pièces *Promax*, sa réputation était telle qu'elle lui a permis non seulement de développer rapidement cette affaire, mais également de réussir un rapprochement avec Catherine Mamet, dont il est devenu président au bout de quelques mois.

Ceci étant il convient que les candidats franchisés vérifient bien, pour ces réseaux "sans pilote", surtout les plus jeunes, qu'il y a bien, tout de même, un concept réel et un pilote à la tête. Avec une compétence et les appuis financiers nécessaires.

Mais le fait est là. Sur 337 réseaux parmi les plus dynamiques et significatifs du pays, près d'un sur trois n'applique pas la règle des 3/2.

La théorie retarderait-elle sur la réalité ? ■

## 91 ENSEIGNES SANS UNITÉS PILOTES

ENSEIGNES	Nombre de points de vente	LOISIRS-CULTURE 5 enseignes sur 15 30 %	
EQUIPEMENT DE LA PERSONNE 10 enseignes sur 51 20,5 %		JOUE CLUB	300
		HALLMARK LA CARTERIE	127
		MAXI LIVRES	97
		PHOTOSTAR	94
		SHOP PHOTO VIDÉO	66
LM NORDANE		ALIMENTAIRE DIÉTÉTIQUE 6 enseignes sur 35 17,1 %	
PARFAIT ALIBI		LAURAND	130
CONTRE-PIED		SHOPI	850
GEP !		L'AMI DE PAIN	18
SUPER CHOC		PAIN ET GOURMANDISE	5
VOG COIFFURE		BASKIN-ROBBINS	40
ESPACE TONIC		CAVAVIN	80
GYMNASIUM		C H R 6 enseignes sur 35 17,1 %	
MOVING		AUORE	8
LA FOIR'FOUILLE		HOTELS AKENA	5
PRÊT-A-PORTER 6 enseignes sur 50 12 %		ITALPASTA	9
		PAPAT'SHOW	3
BÉBÉ 9		RESTAUMARCHÉ	46
CHATTAWAK		J'AIME CHAUD	14
NEW BABY		SERVICES AUX PARTICULIERS 19 ENSEIGNES SUR 46 41,3 %	
FER 7		G.T.I. (lavage auto)	25
LEVI'S STORE		AS LOCATION	60
NEW NAN		MISTER KOOL'S	31
EQUIPEMENT DE LA MAISON 12 enseignes sur 54 22,2 %		CATHERINE MAMET	51
AMBIANCE TIFFANY		CENTURY 21	347
GALERIES DE LA TRADITION		DE MAISON PIERRE	12
L'AMEUBLEMENT INTERAMA		LAFORÊT IMMOBILIER	40
LA CAVERNE DES PARTICULIERS		FIDELIO	89
LA MAISON DU PLACARD		UNI-CENTRE	65
MOBICLUB		5 A SEC	550
COSTE		EURO PRESSING	24
GRAND SOMMEIL		G.T.I. (laverie-pressing)	520
CUISINES RÉFÉRENCES		LAVERIE SIPREX	300
LIGNE BAIN		LAVOMATIQUE	550
GUILLEMETS		PRESSING-SIPREX-IGEA	1 300
CONNEXION		SIDEC	330
AMÉLIORATION DE L'HABITAT 17 enseignes sur 30 56,7 %		AIRPORT	15
GAMM VERT		EPVM FRANCE	2
PLANÈTE VERTE		PIEBER	8
VIVRE A LA CAMPAGNE		SERVICES AUX ENTREPRISES 10 enseignes sur 21 47,6 %	
BRICOFRANCE		CAFÉ-BAR FRANCE	15
BRICOSPHERE		ECOTEL	77
BRICOTRUC		EQUIP CLUB	23
MR. BRICOLAGE		PARA PHARM	30
SUPER CATENA		SOGEEEN	2
MONDIAL CHAUFFAGE		SPECIALT	68
PRIMACONFORT SYSTEM		TAXI-COLIS	49
LES STRUCTURES FRANÇAISES		BARTER ASSOCIÉS	5
VÉRANDALYS		QUICK BLOCK	55
VÉRANDAS ROGER AUTAA		YANN PARIS COMMUNICATION	14
ALUFAST			
ESPACE CHARTREUSE			
LES DEMEURES DE PROVINCE			
TEMPERA			

Ces chiffres nous ont été fournis par 337 franchiseurs représentant 22 213 points de vente en franchise.

Ils ont été établis à l'automne 1992. Ils ont pu évoluer depuis. Ils peuvent aussi, parfois, être approximatifs. certains contesteront probablement telle ou telle donnée, jugée trop optimiste ou trop dévalorisante. Mais nous ne pouvons changer les déclarations des réseaux. Elles conservent globalement une valeur statistique qui permet d'établir des raisonnements fiables.

**Précision : nous avons délibérément dans cet article choisi de ne pas différencier les enseignes se réclamant de la franchise de celles préférant employer le terme de "partenariat".**

Sur les 337 enseignes étudiées :  
- 91, soit 27 % du total, n'ont aucun point de vente en propre (ci-dessus).  
- 58 (17 %) comptent jusqu'à 20 %

de "pilotes"...  
- 103 (31 %) affichent entre 20 et 50 % de succursales.  
- 84 (25 %) plus de 50% de succursales dans un réseau.