



Naturhouse France

Etapes d'un succès

Le CEDRE – 29/01/2013

Olivier ROQUES
Directeur Général
Naturhouse France, Belgique



**De la
Génèse
Au
Monde**



La vision de Felix Revuelta

- A 25 ans, il vend **des compléments alimentaires français en Espagne**
- A 45 ans, **il fonde Naturhouse**
- Face à la difficulté de vendre en circuit traditionnel (pharmacie, herbo, GMS...), **il décide de créer son propre circuit sélectif**
- **Coup de génie: GRATUITE du service vs. paiement du produit**



Top 50 des fortunes espagnoles
Management descendant / orienté résultats

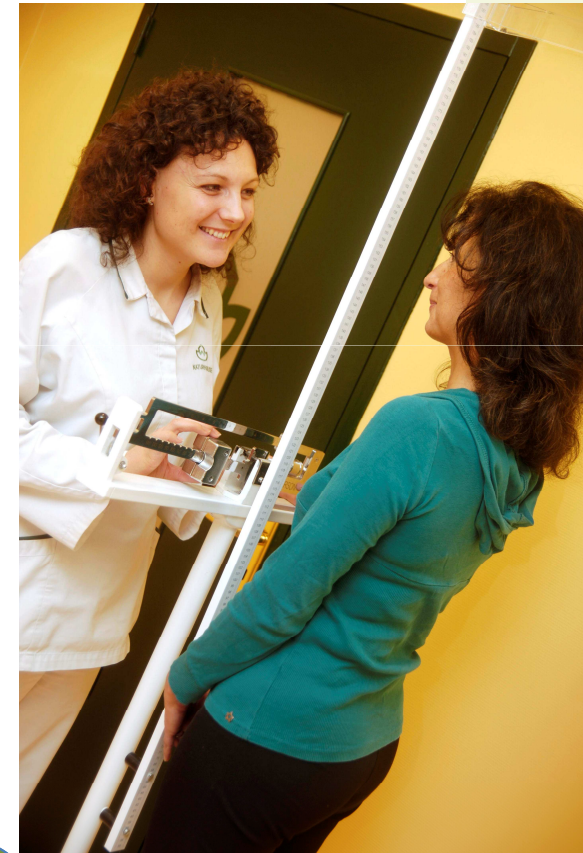


Un centre Naturhouse



1

**Espace Vente
Compléments alimentaires**



2

Bureau Consultations



Les difficultés 1992 - 1998

- **Première boutique Pays Basque :**
 - ❑ échec / modèle pas au point
 - ❑ Local n°1 / cible high end (erreur)
- **Démarrage quartiers medium , low end Barcelone**
- **Choix de la franchise en 1998**
- **Année 2000 : décollage 100 centres**
- **2008: Apogée 1.250 centres (250 M€ consolidé)**



2005 – 2008 : 200 ouvertures / an



Internationalisation 2003



- **Portugal 2001**
 - ❑ Culture proche Espagne => succès immédiat (120 centres)

- **France 2003**
 - ❑ **6 ouvertures / échec**

- **2005:**
 - ❑ Filiales **France, UK, Allemagne, Italie, USA, Mexique, Grèce, Pologne**
 - ❑ Reste du monde Master (50 à 200K€ le ticket)

Echecs: UK, Allemagne, Grèce, USA



Filiale ou Master ?

➤ **Marchés majeurs: Filiale (à priori)**

- Enjeux stratégique long terme
- Maîtrise de la marque, du concept
- Rentabilité ++ (taille du marché)
- Mais ...Risque financier court terme ++**
- Organisation internationale à mettre en place

➤ **Marchés mineurs: Master**

- Accélération du développement mondial
- Risque financier - -
- Mais ...non contrôle marque, image, concept**
- Si échec Master = pays grillé



Succès Masters: Czeck, Roumanie...
Echec Belgique => repris en filiale



Succès à l'étranger ?



- **Le bon concept est-il suffisant ? NON**
 - Se forger une culture INTERNATIONALE
 - Choisir les Hommes**
 - Etre patient (medium / long terme)
 - Avoir les moyens d'être patient
 - L'adaptabilité du concept au marché local





NH en France



Notre Vision

Lutter contre l'obésité et le surpoids passe par le réapprentissage des fondamentaux de l'éducation alimentaire.



*Naturhouse s'engage **à faire perdre du poids** à ses clients, de manière durable*



Présentation du réseau

- 🌿 1.800 centres en Europe
- 🌿 77^{ème} franchise mondiale
- 🌿 Conception & Fabrication Europe

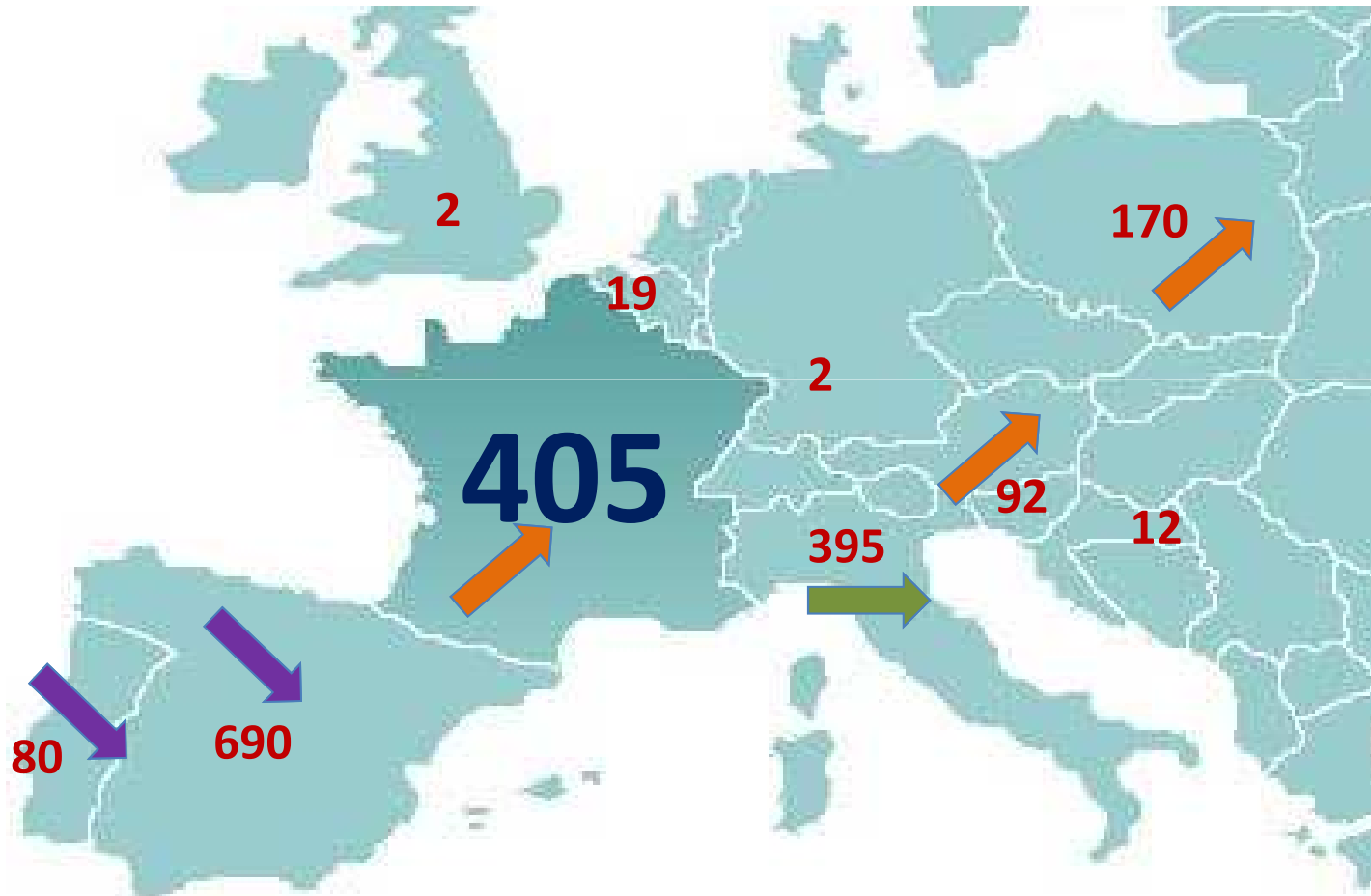
- 🌿 NH France - *1^{er} centre Janvier 2006*
- 🌿 405 centres actifs
- 🌿 656 diététiciennes nutritionnistes
- 🌿 1 Ecole NH Academy
- 🌿 90 salariés



NH France: 1^{ère} filiale dans le monde



NH MONDE 1.800 CENTRES





Quelques chiffres



CA GLOBAL RESEAU

Année	2010	2011	2012	2013
CA consolidé	21,9 M€	36 M€	56 M€	75 M€
Total clients	67 649	133 208	225 248	330 707
Panier moyen	41,35 €	41,99 €	42,59 €	43,17 €

- **CA NH France 2013: 33 M€**
- **Rentabilité 35% av IS**



Nbe CENTRES

Année	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Total	7	27	62	95	156	245	330	396

➤ **Fermetures cumulées: 12**



**Lancer un
concept étranger
en France**

Enjeux & risques



Importer un concept a succès ?



➔ Enjeux

1. ADAPTATION AU MARCHE FRANCAIS

- Evolution du concept vs. réalité du marché Français
- Gérer l'acceptation / modification / profesionalisation du concept par le « créateur »

2. CONFRONTATION AUX ACTEURS EN PRESENCE

- + réseaux à combattre: Phisiomins, Effe, Hyperminceur...
- leaders du secteur: Weightwatchers, Dukan...

3. GERER UNE ENTREPRISE EN TRES FORTE CROISSANCE

- Changement de dimension tous les 6 mois



Importer un concept a succès ?



Année 0

Seul
avec 1 pilote

1. CROYANCE & PERSEVERANCE

- Transmettre une croyance...faute de chiffres
- Etre pris entre 2 feux : le créateur le marché

2. TROUVER LES PIONNIERS

- Promettre ..du **sang, des larmes... et un REVE**
- Fédérer, partager les bonnes pratiques
- Analyser TOUTES les données marché
- ... ADAPTER



Importer un concept a succès ?



Années 1 à 3

1. NE PAS BACLER LE START-UP

- Ne pas maîtriser son concept
- Se tromper sur les 10 pionniers
- Fermer une franchise = INTERDIT

2. NE PAS BRULER SON CASH

- Travailler son Marketing/Com à budget réduit
- Monter en rentabilité
- Exister sans notoriété

De 1 à 50
franchises



Importer un concept a succès ?



Années 3 - 4

+ 100
franchises

1. INDUSTRIALISER LE PROCESSUS D'OUVERTURES

- Informatisation / Reporting & Contrôle
- Ecosystème / fournisseurs référencés exclusifs
- Exécution : **projet en 3 mois**

2. RENFORCER LES EQUIPES

- Staff siège: 12 DG + 2 Technique + 3 Marketing + 4 Admin
- Régions : 7 Resp. régionaux
- NH Academy 3 + sucursales (20 unités)



Importer un concept a succès ?

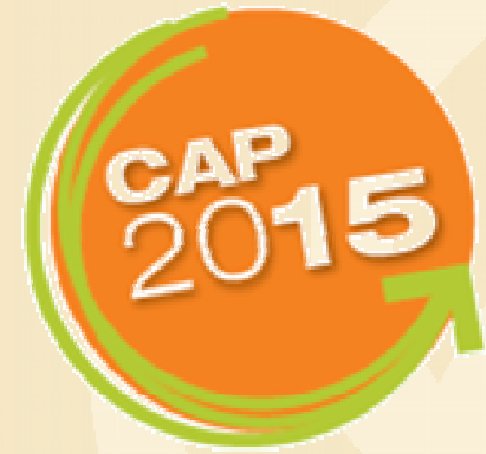


Années 5 et +

+ 300
franchises

- 1. RENFORCER LES PROTOCOLES & LES CONTROLES**
 - Audits / C.mystères
 - Création NH Academy / Centralisation de la formation
 - Premières exclusions du réseau / non respect du concept
- 2. MONTER EN NOTORIETE**
 - Com Nationale 1M€ (TV)
 - Génération du trafic à la charge du franchisé (85% Bouche à Oreille)

What's
NEXT ?





Objectifs



Viser +800 centres

1. INNOVATION PERMANENTE

- Parcours client/ Parcours franchisé
- Former, former...former
- Ingénierie du pilotage réseau (1 Resp. / 120 centres)

2. RENTRER SUR DES ZONES CHALANDISE < 10K habitants

- NH Village
- Point mort < 7K€ / 1 Diététicienne
- Maillage potentiel: 350



Risques



Viser +800 centres

1. PERDRE SON AME

- Ne plus respecter le concept
- Le succès qui tue...

2. NE PAS MAITRISER SON DEVELOPPEMENT

- Cannibalisation des zones
- Ne pas contrôler la QUALITE du réseau
- Ne plus innover



Conclusion



Le surpoids dans le monde...touche 3 milliards de personnes

L'activité physique seule n'est pas suffisante !!!

Naturhouse est là pour vous aider...

