

DOSSIER DE PRESSE

● Qu'est ce qu'un conseil en franchise ?

Franchise Management joue auprès des franchiseurs et futurs franchiseur le même rôle qu'un franchiseur auprès de ses franchisés : faisabilité du projet, mise en place du projet, optimisation.

En effet si les franchiseurs établissent des « normes » de fonctionnement qui sont communes à tous les franchisés de leur réseau, car elles ont été identifiées comme conditionnant leur réussite, Franchise Management en 35 années de pratique de la franchise a identifié les « normes » communes à tous les réseaux : **ces normes sont alors des « standards »**.

De cette observation est née une méthode de travail facilitant la compréhension du fonctionnement d'une enseigne :

Tout franchiseur pratique deux métiers : Le premier métier, original, dans lequel réside son savoir-faire initial et sa marque caractéristiques de son activité et différent pour chaque enseigne.

Le deuxième métier, celui de franchiseur qui est le même pour toutes les enseignes. (La FFF est le lieu où tous les franchiseurs viennent comparer leur deuxième métier)

Sur ce constat, Franchise Management vient en appui du franchiseur pour l'accompagner dans ses principaux projets de développement.

Il lui permet de prendre du recul sur les problématiques auxquelles il est confronté, de les analyser et de mettre en place la démarche la plus adaptée.

● Domaine d'intervention

Franchise Management peut intervenir sur tous les types de réseaux, et ceci quels que soient :

- leur taille
- leur ancienneté
- leur secteur d'activité.

La valeur ajoutée porte sur tous les domaines du management de réseau tels que :

- Le cahier des charges juridique : Respect de la loi Doubin, DIP, contrat...
- La formation : initiale et continue des franchisés et de leurs équipes...
- L'animation : aide et contrôle des franchisés, dynamique globale...
- Le développement : stratégie, communication et sélection des franchisés...
- Le financier : Calcul efficient des droits d'entrée et redevances, équilibre général...
- L'humain : organisation de la tête de réseau, relations franchiseur-franchisés...

Le Franchiseur pourra ainsi progresser sur la gestion de son réseau tout en se consacrant pleinement à son 1^{er} métier, cœur de son savoir-faire.

● Principales missions

● La création de réseau :

En amont du développement du réseau, Franchise Management détermine :

- La faisabilité en franchise du projet (savoir-faire identifiable, substantiel, secret, transmissible ?)
- La viabilité du modèle économique (flux financiers)
- L'intérêt stratégique par rapport aux caractéristiques du marché
- L'efficacité de l'organisation (et sa capacité à intégrer la fonction franchise)

Franchise Management travaille avec le franchiseur sur la stratégie de développement la plus pertinente à adopter.

Puis, il met en place l'ensemble des outils nécessaires à la gestion du réseau et forme le franchiseur à leur utilisation afin de le rendre complètement autonome sur ce 2^{ème} métier.

● L'optimisation de réseaux existants :

A des phases clés de leur évolution les réseaux de franchise se retrouvent confrontés à des problématiques difficiles à traiter en interne telles que :

- La gestion d'un nombre conséquent de franchisés
- L'homogénéité et le respect du savoir-faire
- L'évolution des relations franchiseur-franchisés
- L'optimisation de la tête de réseau

● Quelle valeur ajoutée apportée par le conseil en franchise ?

Par sa connaissance du fonctionnement et de la vie des réseaux, le conseil a pour principale mission d'anticiper les enjeux majeurs auxquels sera confronté le franchiseur afin de lui permettre d'y répondre le plus efficacement possible.

En effet, il sait par avance par quelles étapes va passer une enseigne en franchise et pourra donc prévoir :

- L'évolution des attentes et comportements des franchisés
- Les modifications managériales à apporter au fil du développement
- Les améliorations organisationnelles à mettre en œuvre
- Les enjeux financiers inhérents au système de franchise (justification des droits d'entrées et redevances)

Beaucoup de réseaux se lancent avec une très bonne idée de départ, un bon concept, mais sans prendre la mesure des spécificités inhérentes à la franchise. Cela se traduit par un certain nombre de phénomènes qui aboutissent à l'échec du projet tels que :

- des savoir-faire mal verrouillés ou mal transmis,
- des modèles économiques défaillants,
- des franchisés mécontents ou en difficultés...

Les exemples sont malheureusement nombreux malgré une amélioration de l'information et l'encadrement d'organismes tels que la Fédération Française de la Franchise.

Il est donc primordial que les franchiseurs soient bien encadrés pour leur permettre de tirer profits de concepts souvent de très bonne qualité mais gâchés par une méconnaissance du métier du 2^{ème} métier (métier de franchiseur).

Franchise Management est basé à Lyon depuis sa création, il y a 18 ans et est intervenu auprès de franchiseurs de toutes tailles (C.A de 1 million d'€ à 255 milliards d'€)

Les consultants sont des ingénieurs de haut niveau (X-Mines – DESS franchise – Master 2 de management des réseaux)

Son dirigeant est membre du Collège des experts de la FFF, membre du Comité Scientifique de la FFF, enseignant en Master 2 d'Ingénierie de Management des réseaux commerciaux et titulaire du Ruban d'Argent de la franchise Française.

Pour retrouver ce texte, le récupérer et compléter votre information connectez vous sur : www.franchise-management.com (rubrique « études et publications »)