

J.-M. Illien (Franchise Management) : « L'enseigne doit maîtriser le métier de franchiseur »

18.06.2010, Propos recueillis par François Simoneschi

« Franchiseur est un métier à part entière, qui vient se juxtaposer au métier d'origine. Il suppose notamment la capacité à anticiper l'évolution du réseau, du comportement des franchisés et de leurs besoins. »

Explication avec Jean-Michel Illien, dirigeant du cabinet Franchise Management.



En franchise, qu'est-ce qu'une idée qui « cartonne » ?

Une idée « cartonne » en franchise parce qu'elle investit un marché porteur ou innovant et parce qu'en même temps l'enseigne maîtrise le métier de [franchiseur](#). Dans le premier cas - marché à fort potentiel -, il faut toujours **vérifier la rentabilité du ou des pilotes** et **rencontrer physiquement les franchisés** en activité afin d'évaluer la qualité de leur relation avec le franchiseur et leur niveau de satisfaction. Le [franchisé](#) investit son capital et son temps de travail dans l'attente des rémunérations les meilleures possibles de ces deux éléments. Un marché innovant n'est pas toujours une obligation : on peut constater que si par exemple le secteur du prêt-à-porter n'est pas le plus florissant actuellement, les enseignes d'un grand groupe breton se portent mieux que le marché, grâce notamment à la puissance d'achat et de communication de ce

groupe et la maîtrise du métier de franchiseur de ses dirigeants.

Quels sont les concepts naissants, proposant des rentabilités intéressantes ?

Le marché des poêles à granulés et à bois, avec une offre de produits très design, profite de la volonté d'une consommation d'énergie plus écologique, avec deux opérateurs, *Aasgard et Wanders*, qui se positionnent avec un vrai [savoir-faire](#) en matière de techniques de vente et de pose. En raison de la crise, le négoce de l'or avec le *Comptoir National de l'Achat d'Or*, propose une rentabilité intéressante au franchisé. Même sur un marché apparemment saturé comme la restauration, certains [concepts](#) ont une approche innovante : *Le Rocher des Pirates* s'adresse à la [clientèle](#) en passant par les enfants, dans un décor ludique – spectacles et animations durant le repas – et avec des zones à l'intérieur du restaurant permettant aux enfants de jouer. L'unité-pilote de ce nouveau format réalise des taux de remplissage impressionnants. Une autre enseigne *Basilic and Co* revisite le marché de la pizza avec une approche originale.

Comment un entrepreneur peut-il faire « cartonner » son idée en franchise ?

Franchiseur est un métier à part entière, qui vient se juxtaposer au métier d'origine. Cet entrepreneur doit savoir **mesurer les besoins du futur franchisé aux niveaux humain, technique et financier** et identifier les **domaines où il peut apporter une valeur ajoutée** au franchisé. Le métier de franchiseur suppose la maîtrise de plusieurs disciplines : communication interne et externe, leadership et organisation, rigueur et sens humain, forte déontologie et enfin capacité à anticiper l'évolution du réseau, du comportement des franchisés et de leurs besoins.

La phase de préparation du **passage en franchise d'un concept dure de 6 à 9 mois**. Elle requiert, de la part du futur franchiseur, la capacité de consacrer une part importante de son emploi du temps à son nouveau métier et à terme la mobilisation de plusieurs collaborateurs sur le métier de franchiseur. Le budget nécessaire à la préparation se situe entre 150 000 € et 250 000 €, hors création de l'unité-pilote, avant de pouvoir commencer à développer le réseau. Tout cela à condition, bien sûr, que le concept soit reproductible !