

EXPLOITER UN CONCEPT COMMERCIAL ÉPROUVÉ

10 nouvelles franchises en Belgique

Prise de risque financier, changement de statut, gestion des ressources humaines... Se lancer comme franchisé n'est pas une mince affaire. Nous avons recueilli les conseils de cinq experts du secteur et sélectionné dix nouveaux franchiseurs étrangers qui souhaitent se lancer en Belgique.

BENNY DEBRUYNE ET SANDRINE VANDENDOOREN

Gilbert Lardinois, secrétaire général de la Fédération belge de la franchise: «Le candidat indépendant doit peser le pour et le contre de ce changement de statut et s'assurer que son cercle familial accepte son choix. Choisir un franchiseur, c'est comme choisir une épouse! Certains semblent présenter des avantages, mais il vaut mieux en choisir un sérieux avec lequel on pourra faire un long voyage.» Son

deuxième conseil: il ne faut pas considérer le droit d'entrée ou la redevance comme un critère de marché, mais bien soulever les bénéfices obtenus en contrepartie (formation, notoriété, support, prix d'achat, etc.).

Chantal Heymans, directrice générale de Cash Converter: «Quelle que soit l'activité, passez quelques jours dans plusieurs points de vente existants, afin d'appréhender votre quotidien pour les années à venir.» Elle conseille aussi d'interroger un maximum de franchisés du réseau sur leur expérience et les pièges à éviter.

Pierre Demolin, avocat associé chez DBB Law: «Le futur franchisé doit se renseigner sur le franchiseur et, en particulier, sur l'information précontractuelle que ce dernier est tenu de communiquer en vertu de la loi du 19 décembre 2005 (NDLR: le nombre de contrats conclus et qui ont pris fin au cours de ces trois dernières années, etc.). Autre tuyau: demander des explications sur le contrat de franchise communiqué par le franchiseur avant de le signer. «La plupart des contrats ne



De gauche à droite: Raymond Ghysels, Pierre Demolin, Chantal Heymans, Yves Delaye et Gilbert Lardinois

peuvent être modifiés, sauf sur certains points – durée, garanties, droit d'entrée, redevances durant la période de lancement... –, qui peuvent faire l'objet d'un avenant au contrat. Si aucune modification n'est possible, le candidat doit au moins être conscient des engagements qu'il prend.»

Raymond Ghysels, expert comptable et professeur à la Solvay Brussels School: «Le candidat franchisé doit établir un

plan d'affaires et financier réaliste et surtout ne pas oublier de prévoir une alternative, dans l'hypothèse où le lancement serait un échec.»

Yves Delaye, directeur du réseau Delitrateur: «La franchise permet d'accéder à des métiers très divers que le candidat n'aurait peut-être pas pu pratiquer seul. Tant qu'à choisir une franchise... autant en choisir une dans laquelle on se réalise.» Son deuxième conseil: interroger dès le départ le franchiseur sur les étapes proposées depuis le premier entretien jusqu'à la signature d'un contrat (rencontres avec d'autres franchisés, stage de découverte, lecture du contrat, etc.) afin, dit-il, d'apprendre à se connaître.

Enfin, du point de vue financier, sachez que 4/9 du capital de lancement peut être apporté par le **Fonds de participation**. Le franchisé doit financer lui-même 1/9 et obtenir les 4/9 restants auprès d'une banque. Les concepts de franchise ont en effet déjà apporté la preuve de leur solidité, ce qui réduit les risques pour les banques.



Mode écolo pour hommes

Nom? Origeen

Concept? Vêtements et accessoires écologiques, éthiques et *trendy* pour hommes. Le concept écologique se traduit également par l'utilisation de matériaux respectueux de l'environnement dans la construction des boutiques, et se reflète dans les partenariats (l'un d'eux vise notamment à recycler les vieux jeans).



Groupe cible? Hommes de 25 à 35 ans, public urbain

Magasin? De 80 à 120 mètres carrés au centre-ville ou dans des centres commerciaux urbains

Entreprise? Origeen a démarré en 2008 avec un magasin en ligne. La première boutique a ouvert ses portes en mars 2010 à Lyon. Une

deuxième devrait être inaugurée bientôt à Paris. La société a été créée par quatre entrepreneurs lyonnais et est soutenue par l'investisseur providentiel Cigalyon.

Investissement du franchisé? Le droit d'entrée – environ 20.000 euros – n'est pas élevé, mais il faut encore y ajouter l'investissement dans le magasin. Le franchisé est invité à signer une charte éthique.

Chiffre d'affaires moyen après deux ans? Non communiqué

Projets en Belgique? Origeen veut ouvrir à Bruxelles un magasin phare qui assurera aussi la livraison des ventes en ligne en Belgique.

www.origeen.fr

Glaces italiennes à la française

Nom? Amorino

Concept? Fabrication des glaces italiennes artisanales avec des produits de qualité tels que des œufs bio et de la vanille de Madagascar. Les colorants sont bannis par Amorino, qui propose actuellement une vingtaine de parfums dans ses magasins, ainsi que du chocolat au lait artisanal.

Groupe cible? Tous les consommateurs friands de glaces de bonne qualité et prêts à en payer le prix

Magasin? Amorino tente de créer une ambiance intemporelle et authentique dans ses magasins, qui recouvrent chacun environ 50 mètres carrés (30 pour le magasin proprement dit, 20 pour la remise). Seules les glaces d'Amorino peuvent y être vendues.



Entreprise? La société française a ouvert son premier point de vente en 2002 à Paris. Elle a exporté le concept en 2009 et possède actuellement 38 magasins en France, un en Italie et en Autriche, deux au Royaume-Uni, trois en Allemagne et quatre en Espagne.

Investissement du franchisé? L'investissement total s'élève à 500.000-600.000 euros. La redevance annuelle représente 3% du chiffre d'affaires. Le personnel suit une formation sur l'accueil des clients.

Chiffre d'affaires moyen après deux ans? 430.000 euros

Projets en Belgique? Cherche un partenaire pour un magasin à Bruxelles

www.amorino.com/fr/



Senteurs provençales lettones

Nom? Attirance

Concept? Commercialise 260 produits de beauté et parfums provençaux. « Notre avantage par rapport à la concurrence? Nous réalisons tous les produits nous-mêmes, ce qui nous permet de garantir leur qualité, tout en pratiquant des prix raisonnables », soutient Martins Jaunzems, directeur des ventes chez Attirance.



Groupe cible? Consommateurs de 17 à 45 ans, surtout les femmes; de nouveaux produits devraient bientôt cibler les hommes.

Magasin? Surface de 20 à 50 mètres carrés dans les centres commerciaux qui visent une clientèle aisée, dans les rues principales des centres-villes ou des centres touristiques.

Entreprise? Créée en 2003 en Lettonie, elle franchise son concept depuis 2007 et compte 26 magasins, notamment en Russie, en Italie, en Allemagne, en France et au Canada.

Investissement du franchisé? Au moins 50.000 euros, plus 3.000 euros de droit d'entrée

Chiffre d'affaires moyen après deux ans? 25.000 euros par mois

Projets en Belgique? Attirance est en contact avec quelques candidats et espère ouvrir son premier magasin belge avant la fin de l'année.

www.attirance.com



Pommes de terre au resto

Nom? La Pataterie

Concept? Plats bon marché de pommes de terre, servis dans une grange rustique aménagée en un sympathique restaurant. Attache une grande importance à ce que les enfants passent un bon moment.

Groupe cible? Mangeurs de pommes de terre âgés de 7 à 77 ans



Magasin? Implantation en périphérie de villes provinciales (100.000 habitants)

Entreprise? Elle a ouvert son premier restaurant en 1996, en compte 82 en ce moment et ambitionne d'en ouvrir encore une trentaine en 2012 pour franchiser le cap des 150 restaurants. Parmi ceux-ci, 140 sont franchisés, les autres sont des filiales.

Investissement du franchisé? 45.000 euros de droit d'entrée et

un investissement total de 500.000 euros, dont 100.000 d'apport personnel

Chiffre d'affaires moyen après deux ans? 700.000 euros. Cent cinquante clients par jour, qui dépensent en moyenne 17,50 euros

Projets en Belgique? L'entreprise française recherche des franchisés

www.lapataterie.com



Pâtes strasbourgeoises à emporter (I)



Nom? Mezzo di Pasta

Concept? Pâtes diététiques à emporter. Les clients peuvent choisir entre plusieurs sortes de pâtes et de sauces, servis dans un emballage en carton. Contrairement à son concurrent Nooï (cf. ci-contre), actif dans la même ville, Mezzo di Pasta propose des pâtes fraîches à base d'œufs.

Groupe cible? Des étudiants aux cadres

Magasin? 80 mètres carrés, mais peut être plus petit ou plus grand

Entreprise? Une marque de MDP Développement. Le premier restaurant a ouvert ses portes en 2002 à Strasbourg. Aujourd'hui, l'entreprise possède 33 points de vente, dont 23 en France. On peut aussi déguster les pâtes de Mezzo di Pasta au Luxembourg, en Suisse et en Slovaquie, et de nouveaux marchés seront bientôt prospectés.

Investissement du franchisé? 20.000 euros de droit d'entrée. La redevance annuelle s'élève à 5% du chiffre d'affaires. L'investissement total représente quelque 280.000 euros.

Chiffre d'affaires moyen après deux ans? De 300.000 à 400.000 euros

Projets en Belgique? Il existe un point de vente à la gare du Midi à Bruxelles. La maison mère espère en ouvrir deux autres en Belgique avant la fin de l'année.

www.mezzodipasta.com



Pâtes strasbourgeoises à emporter (2)

Nom? Nooï

Concept? Des pâtes à emporter. Le client choisit lui-même le type de pâtes qu'il combine à la sauce et la garniture de son choix. Il existe au total 9.000 combinaisons. Le coût de production est faible: en moyenne, 6 euros.

Groupe cible? Tout le monde; plus particulièrement les adolescents et les jeunes adultes

Magasin? Cherche des emplacements dans les centres commerciaux, les parcs industriels... Nooï aménage des points de vente colorés, leur donne une touche ludique et veille à y organiser diverses actions avec l'aide d'une grande équipe de marketing.

Entreprise? Elle a été créée à Strasbourg en 2006, quatre ans après Mezzo di Pasta, et appartient au groupe Flam's. Elle compte 70 restaurants en France, dont 66 franchisés. Elle est désormais aussi active à l'étranger, notamment à New York et Barcelone.

Investissement du franchisé? 23.000 euros de droit d'entrée, 100.000 euros pour le restaurant et 50.000 euros pour le personnel. Redevance mensuelle: 5% du chiffre d'affaires.

Chiffre d'affaires moyen après deux ans? Environ 200.000 euros

Projets en Belgique? Le premier Nooï vient d'ouvrir ses portes à Louvain. Cherche encore d'autres franchisés.

www.nooi-blog.fr



Mille chemises italiennes

Nom? 7Camicie

Concept? Mille chemises différentes (pour hommes et femmes), dans toutes les tailles et



tous les styles: décontracté, élégant et osé

Groupe cible? Tous les âges

Magasin? Superficie moyenne de 20 à 25 mètres carrés dans



les centres-villes (au moins 50.000 habitants), située à un endroit très fréquenté

Entreprise? L'Italien David Hassan, actif dans le prêt-à-porter depuis 1977, a créé en 1995 la société Distribuzione e Servizi pour commercialiser ses produits. Il s'est spécialisé dans les chemises en créant 7Camicie en 2000. Le premier magasin a été ouvert à Rome. Depuis, on en dénombre 250 dans plusieurs pays.

Investissement? 10.000 euros de droit d'entrée, plus 1.260 euros de redevance annuelle

Chiffre d'affaires moyen après deux ans? Non communiqué

Projets en Belgique? Présente depuis 2009 dans notre pays, la société a ouvert depuis des boutiques à Bruxelles, Courcelles, Mons, La Louvière, Alost, Anvers, Courtrai, Wijnegem, et (bientôt) Liège. Les nouveaux franchisés sont les bienvenus.

www.7camicie.com

Nourriture pour chiens et chats livrée à domicile

Nom? Pet's Planet

Concept? Livraison à domicile de nourriture de qualité pour chiens et chats. Les vendeurs se présentent comme des conseillers en alimentation qui fournissent des informations personnalisées. « Tous les franchisés suivent une formation en alimentation animale », explique Michael Delloye, *general manager* de Voice Select, la *master franchise* qui développe le réseau belge pour Pet's Planet.

Groupe cible? Les propriétaires d'animaux domestiques

Magasin? Cette franchise ne repose pas sur des magasins, mais des régions. Chaque franchisé se voit attribuer une région de 100.000 à 150.000 habitants. Le but est



d'atteindre le plus rapidement possible 500 propriétaires d'animaux. Les franchisés décident eux-mêmes de la manière d'attirer les clients de leur région. Certains préfèrent les salons, les brocantes ou d'autres événements, tandis que d'autres misent sur les publipostages et les bons de réduction.

Entreprise? Créée en 1997 en Italie par la société Prodes, qui appartient au groupe Schiappapietra Finanziaria, spécialisé dans la production d'aliments pour chiens et chats. La chaîne s'exporte depuis 2005.

Investissement du franchisé? Au moins 30 % du financement total. Le droit d'entrée dépend du nombre d'habitants: pour une région de 100.000 habitants, 4.200 euros et une redevance mensuelle de 200 euros sont demandées.

Chiffre d'affaires moyen après deux ans? De 160.000 à 180.000 euros pour 100.000 habitants

Projets en Belgique? Quatre franchisés couvrent actuellement chacun une région de 150.000 à 200.000 habitants (deux dans le Hainaut, un à Liège et un au Luxembourg). « A terme, nous visons entre 50 et 60 franchisés en Belgique. Dans trois à quatre mois, nous serons prêts à aborder le marché flamand », précise Michael Delloye.

www.petsplanet.be



Une franchise B2B: des flexibles hydrauliques

Nom? Pirtek

Concept? Le franchisage ne concerne pas que la vente au détail: les entreprises B2B s'y prêtent également. En règle générale, ce serait même meilleur marché. Pirtek se déplace avec un véhicule de dépannage mobile pour réparer les flexibles hydrauliques de machines. Elle prétend pouvoir être sur place en une heure, de jour comme de nuit.

Groupe cible? Les entreprises qui possèdent des excavatrices, des machines de terrassement, des engins agricoles, des machines industrielles...

Magasin? Pas de point de vente, mais un véhicule de dépannage mobile et un entrepôt.



➤ **Entreprise?** Créée par des entrepreneurs australiens en 1980. Deux entrepreneurs britanniques ont acquis les droits pour le réseau européen de franchisés et le développent depuis 1997.

Investissement du franchisé? 25.000 euros de droit d'entrée. Coûts totaux d'environ 300.000 euros; la redevance s'élève à 6,5% du chiffre d'affaires mensuel.

Chiffre d'affaires moyen après deux ans? 500.000 euros
Projets en Belgique? Il existe déjà une dizaine d'implantations, notamment à Merksem, Machelen, Braine-le-Château, Beveren, Genk et Flémalle. La société cherche de nouveaux franchisés à Bruxelles, Charleroi, Liège, Anvers, et Gand. Pirtek est présente depuis longtemps sur le marché belge, mais nous avons choisi de la reprendre comme exemple de franchise B2B.

www.pirtek.be

GENEVIEVE LETHU

Tout pour un repas parfait

Nom? Geneviève Lethu

Concept? Chaîne de magasins qui vendent tous les articles nécessaires pour dresser une table: assiettes, verres, linge de table, accessoires de cuisine professionnels, appareils électroménagers, etc. Elle lance une nouvelle collection sur le marché deux fois par an. La société a un deuxième concept de magasin, Influences de Lethu, pour la périphérie et les centres commerciaux.

Groupe cible? Les femmes aisées de 35 à 55 ans

Magasin? De 80 à 120 mètres carrés dans des endroits très fréquentés, car les achats impulsifs sont importants.

Entreprise? Créée en 1972 en France et établie à Périgny



(près de Paris). Outre ses cinq filiales, elle compte également 110 franchisés (80 en France et 30 dans 20 autres pays). A la suite d'expériences négatives, la société a réduit sa production en Asie de 40 à 10% et l'a de nouveau confiée à des fabricants français.

Investissement du franchisé? Droit d'entrée de 9.600 euros. L'investissement total va de 120.000 à 150.000 euros pour un magasin de 90 mètres carrés.

Chiffre d'affaires moyen après deux ans? 380.000 euros dans les centres-villes, 500.000 dans les centres commerciaux.

Projets en Belgique? A ouvert son premier magasin belge à Tournai, puis un autre en mars à Waterloo. Recherche de nouveaux emplacements dans d'autres villes.

www.genevievelethu.com

Sources: nous avons complété nos informations par des données tirées du site www.franchise.be et du guide «Who's who in Franchising & Partnership in Belgium».

Un consultant américain en franchisage s'installe à Bruxelles



Ramon Vinay (président de Francorp International), Howard Cutman (ambassadeur des Etats-Unis en Belgique) et Nick Boury, gérant de Francorp Belgique

Le mois passé, la société américaine de conseil Francorp, spécialisée dans le franchisage et d'autres stratégies de croissance telles que l'octroi de licences et les concessions, a ouvert son premier bureau à Bruxelles. «Nous sommes le McDonald's de la consultance en franchisage, le plus grand au monde. Notre but est d'ouvrir des filiales dans d'autres pays européens après la Belgique», annonce Nick Boury, gérant de Francorp Belgique. «Chaque pays a ses particularités; aussi est-il important que le conseiller connaisse la culture locale.» Nick Boury a travaillé huit ans à Dubaï comme consultant en franchisage pour le Moyen-Orient. Francorp s'adresse tant aux franchisés qu'aux franchiseurs. Les sociétés qui veulent vérifier si elles sont prêtes pour le franchisage peuvent se tester gratuitement à l'aide d'un outil sur le site web de Francorp. D'après Nick Boury, les concepts de franchisage B2B comme celui de Pirtek (cf. page 67) présentent un potentiel important. «Ils sont intéressants pour les franchisés parce que le niveau d'investissement est faible. On peut ainsi se lancer avec une mise de départ totale de 35.000 à 100.000 euros.»

www.francorp.com