



© LAURENT CERNOUREA

PROTRAIT-ROBOT DU FRANCHISÉ

- Un homme, dans six cas sur dix
- **Quadragénaire** ou quinquagénaire
- **Un seul point de vente** dans 85 % des cas
- En moyenne **en poste depuis six ans**, seul en magasin (75 % des cas)
- Avec un **apport initial** de moins de 30 000 € dans la moitié des cas, moins de 50 000 € pour les deux tiers
- **2 ans** pour commencer à se rémunérer
- Dans deux cas sur trois avec un **revenu inférieur à 30 000 €/an**.

Franchisé, une liberté qui n'a pas de prix

Les franchisés sont satisfaits de leur sort même si leurs revenus sont loin d'être faramineux. Mais, dans la vague du « moins égale mieux », il n'est pas sûr que cela nuise à leur moral.

Entre son propre patron n'a pas de prix. Ou plutôt si : celui de la liberté. Laquelle n'est pas gratuite, mais en vaut largement la peine, si l'on en croit l'édition 2016 du baromètre L'Indicateur de la franchise/Caisse d'Épargne. Ainsi, 83 % des franchisés, tous secteurs confondus, se disent satisfaits de leur situation. « C'est six points de mieux qu'il y a trois ans, et ce dans un contexte économique pour le moins chahuté, avance Florent Lamoureux, le directeur des marchés des professionnels à la Caisse d'Épargne. C'est une performance à mettre en perspective avec le taux de moral des entrepreneurs qui, tous secteurs confondus, est passé sur la même

83 %

de satisfaction générale
+6 points par rapport à 2013

Source : baromètre 2016 L'Indicateur de la franchise/Caisse d'Épargne

53,4 Mrds€ de CA en 2015
+3,8 %

1 834 réseaux en 2015
+2,1 %

69 483 magasins en 2015
+1,9 %

Source : Fédération française de la franchise, février 2016

période de 70 à 72 % ». En clair, le secteur de la franchise fait dix points de mieux : c'est considérable.

À cela, quelques explications évidentes. Ainsi, ils sont 74 % à apprécier la liberté d'action offerte par leur métier de franchisé, tandis que 97 % estiment avoir affaire à un « bon franchiseur » et que, alléluia, 89 %, s'il le fallait, « signeraient à nouveau » pour se lancer dans l'aventure. « On touche là au juge de paix de cette enquête », soutient Sacha Goepf, codirigeant de Plus que Pro, le groupe désormais propriétaire de L'Indicateur de la franchise. « Sur cette question, la progression est de dix points en trois ans », confirme, quant à lui, Florent

Lamoureux. Pourtant, si l'on descend dans les analyses financières, on se rend compte que le métier de franchisé est tout sauf une sinécure. « Il faut en général compter sur au moins trois ans avant d'atteindre un quelconque retour sur investissement », poursuit Florent Lamoureux.

Doublement seul

Dans deux tiers des cas, le revenu dégagé est inférieur à 30 000 €, et le franchisé exerce son activité le plus souvent dans un seul point de vente (85 % des cas), en y étant encore seul pour satisfaire ses clients, dans trois configurations sur quatre. Double peine, donc... Mais, justement, la franchise a cet

Les métiers

intérêt-là: celui de ne pas laisser le chef d'entreprise seul. 88 % des sondés se déclarent en effet satisfaits de l'aide au démarrage apportée par leur franchiseur. Cela représente une hausse de neuf points par rapport à il y a trois ans et, sur ce point, tous les items auscultés s'affichent en progression, à commencer par la qualité de la formation, qui culmine à des hauteurs rarement vues: 92 % (+ 4 points).

On retrouve le même plébiscite dans les rapports à sa tête de réseau: 94 % d'opinions favorables (+ 4 points). Autant d'éléments qui permettent aux franchisés d'avoir le moral au beau fixe, pour 90 % d'entre eux (+ 8 points). Si l'on doit absolument chercher la petite bête, il faut regarder du côté des

© JEAN CHISANO/CASSE D'ÉPARGNE



« On voit fleurir de plus en plus de concepts de services, sans pas-de-porte, et avec bien moins de contraintes. »

Florent Lamoureux, directeur des marchés des professionnels à la Caisse d'Épargne

fonctions support (78 % d'opinions favorables néanmoins, en très nette croissance de dix points en trois ans) et, surtout, dans les notions liées à l'exercice quotidien du métier, qui ne satisfont guère que 59 % des sondés.

C'est d'ailleurs sur ce terrain-là que l'on observe la seule tendance baissière mise en lumière par ce quatrième baromètre

L'Indicateur de la franchise/Caisse d'Épargne. Ainsi, si l'entraide est tout juste jugée acceptable par la moitié des franchisés (53 %), les questions relatives à la notoriété de l'enseigne ou du réseau laissent, elles, clairement à désirer. Sur ce dernier élément, huit points de confiance ont été abandonnés sur la route en trois ans, pour tomber à un tout petit (et vraiment pas satisfaisant) 48 %.

Une notoriété en panne

« C'est le gros point noir soulevé par cette enquête, commente Florent Lamoureux, pour la Caisse d'Épargne. Avec le savoir-faire du réseau et les qualités d'assistance apportées, la notoriété fait en effet figure du tripotage de base du bon franchiseur. » Alors quoi? Comment

5 critères clés à la loupe

→ **Pas de retard à l'allumage**
88 % de satisfaction pour l'aide au démarrage (+ 9 points en trois ans)

Plus que satisfaits des formations reçues (dans 92 % des cas) et des conseils liés à l'aménagement et à l'implantation de leur entreprise (86 % de satisfaction pour ces deux aspects), les franchisés

ne se plaignent pas de leur franchiseur, bien au contraire.

→ **Un quotidien pas toujours facile**
59 % de satisfaction au regard du quotidien (stable)

Un franchisé est, par définition, son propre patron dans un ensemble plus grand. Las, s'ils estiment à sa juste mesure la liberté d'action ainsi offerte (74 % de satisfaction),

les franchisés à 53 % regrettent un peu le manque d'entraide.

→ **Un support appréciable**
79 % de satisfaction pour les fonctions support (+ 10 points)

Les efforts apportés sur la logistique sont reconnus (+ 12 points de satisfaction en trois ans, à 81 %), de même que ceux sur la qualité des produits (90 %, + 4 points).

→ **Une tête de réseau bien pensante**
94 % de satisfaction dans les rapports avec la tête de réseau (+ 4 points)

Difficile de faire mieux pour les qualités d'écoute du franchiseur (plébiscitées à 93 %), de même que pour celles de l'assistance en cas de besoin (93 %). De quoi faire dire à 97 % des franchisés

qu'ils ont en face d'eux un « bon franchiseur ».

→ **Un moral au beau fixe**
90 % d'optimistes (+ 8 points)

L'optimisme est de mise pour 90 % des franchisés. Cela représente une proportion en très forte croissance de 8 points depuis 2013, alors même que la situation économique est pour le moins chahutée.

analyser ce mauvais résultat ? « Peut-être faut-il y voir un critère qualitatif », suggère Sacha Goepp. En somme, une sorte de ressenti, pour ne pas dire de

vœu pieu. « *Quelque chose qui aurait à voir avec l'idée que si la tête de réseau communiquait davantage, le franchisé s'en sortirait mieux*, avance Sacha

Goepp. *Voire avec une grille de lecture encore plus favorable qui, finalement, pourrait signifier que le franchisé est tellement fier de son réseau qu'il* ■ ■ ■ ■

Les métiers

■ ■ ■ ■ aimerait le voir plus connu et reconnu. » Bref, on peut tordre cette information dans tous les sens. Mais avec, quand même, le niveau très élevé de satisfaction partout ailleurs enregistré, qui laisse à penser que cette dernière option est sans doute la bonne.

Un changement de cap

Quoi qu'il en soit, cette question liée à la notoriété est intéressante à disséquer plus en profondeur. Car le grand enseignement de ce baromètre est en réalité que les modèles de franchise sont en train de changer énormément. « *Les concepts évoluent vers des structures bien plus souples et plus légères qu'autrefois*, assure Florent Lamoureux. *On voit ainsi fleurir de plus en plus de concepts*



© CATHERINE THEULIN/CAISSE D'ÉPARGNE

« Près de neuf franchisés sur dix signeraient à nouveau pour se lancer dans l'aventure. C'est dix points de plus qu'il y a trois ans. »

Sacha Goepp, codirigeant de Plus que Pro, le groupe désormais propriétaire de L'Indicateur de la franchise

de services, sans pas-de-porte, et avec bien moins de contraintes. » Pour étayer cette affirmation, il n'y a qu'à se pencher sur les questions financières, abordées par l'enquête. Dans la moitié des cas, les franchisés sont arrivés avec un apport de moins de 30 000 €. En trois ans, la proportion est passée de 27 à 50 %, soit 23 points de plus. Un bascule-

ment important, pour ne pas dire sociétal : on navigue là de manière évidente dans le « moins égale mieux »... Cela se retrouve dans les évolutions de chiffre d'affaires : les franchisés réalisant moins de 100 000 € de ventes sont passés, entre 2013 et 2016, de 21 à 33 %. Et, fort logiquement, cela s'observe aussi dans le revenu dégagé : un tiers des franchisés se rémunère moins de 30 000 € par an. Ils n'étaient que 26 % en 2013. Mais, et c'est finalement bien l'essentiel, il est loin d'être certain que ces sept points de différence forment autant d'hommes et de femmes malheureux dans leur métier. C'est peut-être même bien le contraire. Un glissement de société, on vous dit... ■ ■ ■

JEAN-NOËL CAUSSIL

MÉTHODOLOGIE

4^e édition du baromètre L'Indicateur de la franchise/ Caisse d'Épargne, étude basée sur les réponses de 2053 franchisés indépendants, réalisée entre sept. 2015 et sept. 2016, et comparée à une précédente enquête menée en 2013-2014.