

Nos « Coups de cœur »



© JEAN-PAUL GUILLOTEAU / L'EXPRESS

Conversations animées pour le jury des premiers « coups de cœur » de la franchise.

Pour la première fois, L'Express décerne, en partenariat avec l'Observatoire de la franchise, ses « Coups de cœur » à des réseaux qui ont su concilier croissance, participation, innovation, audace...

Une première ! Le 8 janvier 2009, au siège de L'Express, rue de Châteaudun à Paris, s'est réuni le jury chargé de déclarer ses Coups de cœur à des réseaux de franchise. En prévision de la publication de la sixième édition de ce hors-série consacré à la franchise, la rédaction du magazine a souhaité initier une opération

spéciale, destinée à mettre en valeur des enseignes pour leurs réalisations et leur stratégie de développement. L'Express s'est rapproché de l'Observatoire de la franchise, portail pionnier sur Internet, reconnu par les professionnels (*lire encadré*), pour organiser ces Coups de cœur. Les deux partenaires ont présélectionné une quarantaine d'enseignes en évaluant les réseaux sous un angle spécifique, dans l'une des cinq catégories suivantes :

- **Coup de cœur de la pérennité et de la croissance maîtrisée** : il distingue une enseigne de plus de dix ans d'existence, ayant bien géré l'expansion de son réseau, avec un actionnariat « stabilisé » et une bonne gouvernance.
- **Coup de cœur du réseau participatif** : un réseau qui a mis en place des outils de concertation et de dialogue, associant étroitement ses franchisés à ses évolutions, avec un réel souci de progrès et d'innovation. ●●●

Le jury des Coups de cœur 2009

- **Présidente** : Christine Kerdellant, directrice adjointe de la rédaction de L'Express.
- **Autres représentants de L'Express** : Eric Matton, directeur exécutif de L'Express, Jacques Trentesaux, rédacteur en chef adjoint, Myriam Greuter, journaliste et Jacques Gautrand, consultant éditorial.
- **Pour l'Observatoire de la franchise** : Samuel Burner, journaliste.
- **Experts et professionnels de la franchise** : Eric Azan, administrateur de la FFF, président de l'association des franchisés Quick ; Philippe Delaporte, responsable du Pôle commerce et distribution de l'Assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie ; M^e Monique Ben Soussen, avocate, secrétaire générale du Cidef (Centre d'information des franchisés) ; M^e Marc Lanciaux, avocat, membre du Collège des experts de la FFF ; Sybille Loth, responsable du développement du groupe Exco (expertise-comptable et audit) ; Rozenn Perrigot, maître de conférences à l'IAE de Rennes (Université de Rennes 1) et professeur associé à l'ESC Rennes-School of Business ; Jean-Christophe Sozza, responsable franchise et commerce associé, groupe Banque Populaire ; Elisabeth Vinay, économiste, APCE (Agence pour la création d'entreprises).

L'Observatoire, une référence sur la toile

Créé en 1997, l'Observatoire de la franchise est un site d'information devenu la référence du Net en matière de mise en relation franchiseur-franchisé. Propriété du groupe Reed depuis fin 2008, le site compte 220 clients franchiseurs abonnés au site et plus de 290 000 visites/mois.

•••

• **Coup de cœur du nouveau concept** : il doit être original, novateur et prometteur. Et proposé en franchise depuis moins de trois ans.

• **Coup de cœur de la stratégie export** : il salue le développement remarquable d'un réseau français à l'étranger.

• **Coup de cœur de l'enseigne étrangère en France** : il remarque une implantation réussie dans notre pays, en termes d'originalité, d'adaptation et de souci de développement pérenne.

Sur la base de cette présélection, notre jury, composé de représentants de L'Express, de l'Observatoire de la franchise, de journalistes spécialisés et d'experts, a longuement débattu. Comme le laisse entendre l'appellation Coups de cœur, la subjectivité des membres du

jury n'a pas été bridée. Même si les jurés se sont particulièrement attachés à des critères comme : la solidité de la tête de réseau et la nature de son actionnariat ; la mixité des réseaux (présence de succursales) ; le rythme de croissance ; les moyens consacrés à l'animation et à la formation ; la qualité du dialogue franchiseurs/franchisés ; la capacité d'adaptation et d'innovation... Après des débats animés menés par Christine Kerdellant, directrice adjointe de la rédaction de L'Express, le jury a procédé au vote. Sur la base de la quarantaine de réseaux présélectionnés, les suffrages se sont concentrés sur dix-neuf franchiseurs. Vous trouverez, ci-après, le portrait des cinq lauréats élus parmi eux. Nous félicitons ces enseignes. Nous souhaitons que ce palmarès puisse aussi apporter un éclairage supplémentaire aux candidats à la franchise.

• J.G.

Les 19 réseaux finalistes

« COUP DE CŒUR DU NOUVEAU CONCEPT »

Lauréat : Camping Indigo (Huttopia)

Finalistes : Sineo ; Net Habitat

« COUP DE CŒUR DE LA PÉRENNITÉ »
& DE LA CROISSANCE MAÎTRISÉE »

Lauréat : Class'croûte

Finalistes : Troc.com ; Yves Rocher

« COUP DE CŒUR DU RÉSEAU PARTICIPATIF »

Lauréat : Adhap Services

Finalistes : Quick ; Guy Hoquet ; Jeff de Bruges ; Midas

« COUP DE CŒUR DE LA STRATÉGIE EXPORT »

Lauréat : Carré Blanc

Finalistes : 5 à Sec ; Geneviève Lethu ; Lollipop

« COUP DE CŒUR DE L'ENSEIGNE ÉTRANGÈRE EN FRANCE »

Lauréat : Sign*A*Rama

Finalistes : Cartridge World ; Ka International ; BoConcept

« COUP DE CŒUR DE L'ENSEIGNE ÉTRANGÈRE EN FRANCE »

Sign A Rama tisse sa toile en France

Spécialisée dans la signalétique d'entreprise, l'enseigne d'origine américaine s'adapte depuis 2002 à la culture française sous la houlette d'Olivier et Rouba Fossat.

Avec 860 agences installées aux Etats-Unis et dans une cinquantaine de pays, Sign A Rama fait partie des plus grands réseaux de franchise. En France, l'enseigne est encore peu connue mais son développement régulier (16 franchises fin 2008) devrait lui permettre de gagner rapidement en visibilité. « J'ai découvert cette enseigne de produits de communication visuelle aux Etats-Unis. Après une rapide étude de marché, j'ai décidé de signer un contrat de master franchise et d'implanter l'enseigne en France », explique Olivier Fossat. En 2002, cet ancien cadre ouvre, avec sa femme Rouba, le magasin pilote du réseau dans le XI^e arrondissement à Paris. Pendant quatre ans, il teste le savoir-faire

américain et l'adapte aux spécificités du marché français. « La demande est vraiment différente. Nous avons par exemple développé davantage de produits de PLV et de panneaux intérieurs qu'aux Etats-Unis. Le pilote nous a permis de nous ajuster ». En parallèle, le couple part se former aux Etats-Unis. En 2005, les quatre premiers franchisés sont recrutés. Olivier Fossat les forme, leur apprend le savoir-faire machine, matériel, leur explique le manuel opératoire... « La formation et l'accompagnement sont essentiels chez nous. Nous proposons à nos franchisés un Intranet avec une palette de services, une foire aux questions, des réunions régulières, des séminaires. Mon rôle consiste à leur transmettre un savoir-faire



Olivier et Rouba Fossat, les masterfranchisés.

et à les faire réussir ». Aujourd'hui l'objectif est d'amplifier la croissance pour atteindre 80 unités en France d'ici dix ans. « Nous prévoyons six nouveaux magasins en 2009. Je cherche avant tout des profils de commerçants, avec

un sens aigu du service et de la relation client ». Un investissement global compris entre 160 000 et 220 000 euros (avec 80 000 euros d'apport personnel) est nécessaire pour intégrer le réseau.

• V.F.