

9 Comparer.

DANS LA VIE QUOTIDIENNE DES FRANCHISÉS

Un franchisé est un entrepreneur indépendant qui gère son point de vente en profitant de l'expérience de l'enseigne.

par Christine Piédalu

Pour Florence Thiolet, l'aventure a commencé le 29 septembre 2020, lorsqu'elle a ouvert la boutique Comtesse du Barry de Neuilly-sur-Seine (Hauts-de-Seine). « Je suis au magasin dès 8 heures 30, raconte-t-elle, pour préparer, consulter mes messages, commencer mon réassort, recevoir des livraisons, vérifier la vitrine de produits frais... pour l'ouverture de 10 heures. » La boutique est située dans l'une des rues les plus commerçantes et bénéficie de la concentration d'entreprises dans la ville et au quartier d'affaires de La Défense, tout proche. Florence Thiolet s'attelle quotidiennement à prospecter cette zone de chalandise. À Noël des cabinets d'avocats lui ont ainsi commandé des coffrets cadeaux pour leurs clients et leurs collaborateurs qu'ils ne pouvaient inviter au restaurant. Priorité des priorités, le développe-

ment commercial est essentiel pour tout entrepreneur. « C'est ce contact avec la clientèle qui m'intéresse, lance Laurent Cartier, franchisé des meubles Gautier à Rennes (Ille-et-Vilaine) avec son épouse Hélène. Au-delà du mobilier, nous sommes de plus en plus des conseillers décoration, il n'empêche, à la fin il faut vendre. » Sa journée est donc consacrée aux clients. Il profite des moments de creux pour peaufiner les dossiers d'aménagement 3D. Courriels, bons de commande... Tout l'administratif se fait avant l'ouverture ou le soir. Il réserve l'heure du déjeuner pour rencontrer des confrères, un réseau d'une quarantaine de chefs d'entreprise et responsables ren-

nais ; des patrons implantés comme lui sur la « route du meuble » ; il adhère aussi à l'association qui défend les droits des entreprises installées sur cet axe de 8 kilomètres. « Cela permet d'être au courant de tout ce qui se passe au niveau local », observe-t-il.

« Si la marque d'une enseigne compte, la personne aussi. Être présent localement est primordial pour se développer », renchérit Davy Rodrigues, gérant de Babychou Services à Fréjus (Var). Au sein de l'agence de 73 salariés actifs pour une centaine de familles clientes, son épouse se charge de l'administratif et des recrutements ; elle organise les rencontres entre l'intervenant et le client ; Davy Rodrigues, lui, s'occupe du commercial. « Je démarque les clubs sportifs, réponds aux inscriptions sur le site, contacte des prospects, propose les devis jusqu'à la signature », détaille-t-il. L'agence est partenaire du club de handball de Fréjus, sponsorise les →

« Si la marque d'une enseigne compte, la personne aussi. Être présent localement est primordial pour se développer »

LE FIGARO ENTREPRENEURS - SPÉCIAL FRANCHISE





matchs où le gérant rencontre des chefs d'entreprise, qui ont besoin de faire garder leurs enfants. Il est également membre du Cercle des partenaires du golfe de Saint-Tropez. Connus des services de la petite enfance de la région, il rencontre les élus locaux et assiste aux vœux des maires. « On y retrouve des amis, des chefs d'entreprise, explique-t-il. Entretenir les liens demande du temps, des soirées, même si actuellement les réunions sont virtuelles. » Ce qu'il regrette.

UN GROUPE WHATSAPP

Passer du temps, s'investir dans le développement de sa société est le lot de tout chef d'entreprise. « Il faut être à fond maintenant, pour être un peu plus zen pour l'avenir », estime Xavier Perroux, qui a ouvert une boutique de thé Dammann Frères à Dijon (Côte-d'Or) il y a un an et demi. Il tient aussi un magasin de torréfaction à Chalon-sur-Saône (Saône-et-Loire) et jongle entre les deux, avec l'aide d'une cogérante et deux employés.

Même remarque de la part de Catherine et Pascal Courant, qui ont ouvert La Mie Câline en 2013 sur la zone commerciale d'Ancenis (Loire-Atlantique) et s'occupaient de tout au départ. Ouverts 7 jours sur 7, ils emploient aujourd'hui 10 salariés. « Il y a encore deux ans j'étais tout le temps sur le terrain. Nos deux enfants nous ont dit plus tard qu'ils avaient mal vécu les deux premières années », confie Catherine Courant. David Gerardy, franchisé Repair'stores à Metz et Thionville (Moselle), se souvient aussi de ses débuts, à la fin de 2015 : « J'étais en clientèle de 8 h 30 à 18 heures, raconte-t-il. Le soir, je passais beaucoup de temps en gestion et en organisation, car j'ai immédiatement été dans une phase de développement », note le franchisé. Dès le troisième employé et jusqu'à l'arrivée de son assistante fin 2019, il cumulait les fonctions de technicien, de manager, de responsable RH et de commercial. Avec cinq techniciens aujourd'hui, il est plus souvent au bureau et, point très important souligne-t-il, il peut se consacrer à ses enfants en garde alternée. « Le vendredi matin avec les techniciens nous nous réunissons,



Xavier Perroux a ouvert une boutique de thé Dammann Frères à Dijon (Côte-d'Or).

ajoute-t-il. Je reprends les brouillons des devis et nous en parlons ensemble. Nous discutons des difficultés de la semaine pour mener le travail à son terme. »

Mais un franchisé n'est pas seul. « Il est juridiquement, financièrement indépendant, pleinement aux manettes. Il va gérer, communiquer, manager... et profiter de l'expérience de l'enseigne », rappelle Christophe Bellet, dirigeant du cabinet de conseil Gagner en Franchise. Le lien avec le franchiseur et avec ses confrères est réel. Les franchisés Gautier de la région Ouest ont créé un groupe WhatsApp. « Dès qu'il y a une question, un souci, on peut s'appeler. Le responsable région est aussi très présent et on peut avoir facilement accès à la direction. Ce côté familial de l'enseigne m'a tout de suite plu », remarque Laurent Cartier. Catherine Courant, qui fait partie de deux commissions au sein de la Mie Câline, est d'accord. « On peut remonter les informations du terrain, se poser les bonnes questions, échanger des idées », observe-t-elle.

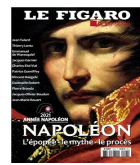
LA PANDÉMIE A RENFORCÉ LES LIENS

Les commissions réunissent franchisés élus et direction. Elles sont certes consultatives mais n'en demeurent pas moins essentielles. Telle celle créée pour la logistique par Repair'stores. « Le principe de l'enseigne est basé sur un technicien

franchisé et son véhicule, explique David Gerardy qui fait partie de la commission. Or nous sommes une petite dizaine à avoir plusieurs employés et le modèle est en train de se développer, d'où la nécessité de modifier le logiciel. » Il échange aussi régulièrement avec ses confrères de Nantes et de Lyon, dans le même cas de figure que lui ; ils peuvent lui faire part de leur expérience.

La pandémie a renforcé ces liens et fait ressortir les franchiseurs les plus à l'écoute. « Très vite nous avons été informés des dispositions légales lors du confinement par la direction de Gautier. Pour le second nous étions prêts pour le "click and collect". », apprécie Laurent Cartier.

Repair'stores a envoyé des fiches types à ses franchisés qui les ont fait parvenir à leurs clients pour assurer la sécurité pendant leurs interventions. Avant les fêtes de fin d'année, Dammann a fait le point avec ses licenciés sur la manière de gérer le flux de clientèle en respectant les règles de sécurité, rappelle Xavier Perroux, qui a reçu plus de 180 clients le samedi avant Noël et la veille du 1^{er} janvier. Catherine et Pascal Courant ont mis leur équipe au chômage partiel. Catherine Courant a repris le poste sandwichs, son mari la production. Ils ont été vite rejoints par une assistante vendeuse ayant demandé à revenir. Chaque vendredi, Catherine contactait son équipe pour prendre des nouvelles et rassurer.



« Ne pas rester seul : c'est tout l'intérêt du réseau »



HERVÉ LEPIEZ,
Franchise Apef,
à Bruz, à Rennes
et à Saint-Malo
(Ille-et-Vilaine)

Docteur en pharmacie, Hervé Lepiez, franchisé Apef depuis 2008, est aujourd'hui à la tête de trois agences de service à la personne en Ille-et-Vilaine, à Rennes, à Bruz et à Saint-Malo. « *Je suis dans le pilotage des agences et la gestion des salariés. Je reste dans le domaine du service* », résume-t-il. Chacun des bureaux compte un à deux responsables et une à deux coordinatrices de secteur qui s'occupent des aides à domicile, de leur planning, leur recrutement, de la recherche de nouveaux clients. Une journée à une demi-journée par semaine, Hervé Lepiez se rend en agence. « *Je fais le point avec les équipes, traite des problèmes de recrutement, des facturations, des salaires, de la mise en place des pré-entretiens de recrutement, etc. Le reste de la semaine nous sommes en lien à distance en visioconférence* », explique le franchisé. Grâce au logiciel Apef, il peut vérifier l'ensemble de son activité : comptabilité, qualité, procédures, congés... « *Avec trois bureaux, cela prend beaucoup de temps* », confie-t-il. Avec ses équipes il travaille aussi sur de nouvelles missions, comme la récente application de l'enseigne. Depuis le mois de mars, une Carte bleue permet aux aides à domicile de faire les courses en toute sécurité pour

les bénéficiaires. Les sommes dépensées avec la carte sont ensuite prélevées sur le compte du client, qui pourra vérifier les factures sur son téléphone. Hervé Lepiez participe à deux des commissions qui se réunissent ordinairement tous les deux mois à Paris ou au siège, à Montpellier. « *Actuellement, tout se passe à distance* », précise-t-il. La commission franchise joue les relais entre les franchisés et la tête de réseau fait remonter les idées, propositions, question du terrain. La commission qualité s'assure des procédures transmises, de leur amélioration. « *Apef est un réseau certifié Afnor, il y a donc des procédures à respecter et à améliorer en permanence. La tête de réseau nous expose aussi sa vision et ses perspectives* », détaille-t-il. Avec 80 franchisés, le nombre reste assez limité pour que les gérants se connaissent bien. « *La famille Apef se parle beaucoup par téléphone, on s'envoie des mails*. » Son expérience sert aux nouveaux venus. « *Le franchisé de Caen a ouvert il y a deux ans. Il m'appelle de temps en temps pour des conseils : comment recruter en urgence, répondre à une demande un peu atypique... Nous sommes présents lorsqu'il y a des questions, des doutes. C'est tout l'intérêt du réseau : ne pas rester seul.* » Christine Piédalu

« Nous échangeons et nous nous apportons mutuellement »

Son agenda est bien réglé. « *Les trois premiers jours de la semaine sont réservés aux rendez-vous avec les fournisseurs, à la communication, la comptabilité... À partir du jeudi, je passe une demi-journée dans chaque agence* », expose Rémi Vallée, 37 ans, gérant de trois concessions du cuisiniste Mobalpa. En magasin, il fait le point avec le directeur sur les chantiers. « *Lors du premier confinement, les usines du groupe ont fermé pendant deux mois. Conjugué à l'engouement pour l'électroménager, cela a rallongé des délais de livraison*. » S'il manque un four ou un réfrigérateur, il faut puiser dans le stock, dans le matériel d'exposition ou s'arranger avec un confrère. Rémi Vallée examine aussi la performance de chaque

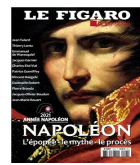
vendeur. « *J'ai un rôle de coach auprès du directeur et de conseil auprès des vendeurs.* » Le jeune dirigeant n'est pas un novice. À 19 ans, il débutait dans le métier. À 27 ans, il reprenait la concession de Vendôme (Loir-et-Cher) et, trois ans plus tard, celle de Saumur (Maine-et-Loire). Il en a ouvert une à Tours (Indre-et-Loire) en 2020. Rémi Vallée emploie 21 personnes. D'ici à trois ans, il veut proposer à ses directeurs de s'associer afin de les fidéliser et d'ouvrir d'autres magasins. « *Il est important qu'ils puissent s'inscrire dans l'avenir avec moi* », assure-t-il. Il aime transmettre mais aussi apprendre. Il participe à plusieurs commissions de Mobalpa, dont un groupe de progrès. « *Notre métier a beaucoup évolué. Des confrères viennent de secteurs différents. Ils ont d'autres expériences, par*

exemple en finance. Nous échangeons et nous nous apportons mutuellement. » Le comité d'enseigne, lui, est composé de concessionnaires et de la direction de Mobalpa. C'est le seul dont les réunions ont été maintenues malgré le Covid, en visioconférence. « *Nous avons pu travailler sur la vente à distance, anticiper la réouverture après le premier confinement, déterminer quel soutien Mobalpa pouvait apporter* », détaille Rémi Vallée. Les franchisés se sont équipés de webcam pour finaliser les contrats en cours avec les clients et prendre de nouveaux des rendez-vous. Mobalpa a mis au point un service de prise de cotes à distance. « *J'étais à -35 % pendant le confinement et cet été à +30 %.* La pandémie a recentré les gens sur leur intérieur. » C. P.



RÉMI VALLÉE,
Franchise
Mobalpa,
à Vendôme
(Loir-et-Cher),
Saumur
(Maine-et-Loire)
et Tours
(Indre-et-Loire)





« On échange, on apporte des idées, on en reçoit de nouvelles »

Stéphanie Cantoni est une des trois femmes franchisées de l'enseigne **Astikoto**, un réseau de 15 centres de lavage écologique, créé par son frère, **Jean-Noël Cornuaille**. Et c'est avec son mari, Bruno, qu'elle exploite trois stations, à Vallet, près de Nantes (Loire-Atlantique), à Beaupréau-en-Mauges et à La Pommeraye, non loin d'Angers (Maine-et-Loire). « Nous sommes associés gérants, explique Stéphanie Cantoni. Au début je participais à l'administratif et travaillais occasionnellement avec lui. Depuis l'achat du centre de Beaupréau en 2018, je m'occupe seule de cette station, mon mari se charge de celle de Vallet. La Pommeraye est un self, sans dispositif Care-Box. » Ce service Care-Box assure la maintenance esthétique des automobiles, le système de lavage économise et recycle l'eau et utilise de produits d'entretien écologiques. « Je

suis esthéticienne mais pour des véhicules », sourit la franchisée. Au nettoyage de fond en comble de la voiture, peut s'ajouter la pause de films solaires ou le traitement des carrosseries. « Les garages nous sollicitent beaucoup, ils n'ont pas le temps d'un peaufinage complet et représentent 30 % à 40 % de l'activité. Nous travaillons également pour les particuliers et les entreprises », ajoute Stéphanie Cantoni. Sa station est ouverte du lundi après-midi au samedi à midi. Elle consacre le lundi matin au travail administratif pour les trois sites. Pendant le confinement, les trois stations du couple sont restées ouvertes, **Astikoto** ayant bénéficié de l'autorisation accordée aux garages chargés de l'entretien et la réparation. Le couple a investi dans des appareils de désinfection des habitacles automobiles, ce qui n'a pas empêché une baisse de leur activité. La chef

d'entreprise estime pour autant qu'elle n'a pas à se plaindre et reste confiante. Elle compte aussi sur le développement local. « La zone d'activité de Beaupréau se développe, une entreprise de composants électroniques de 450 salariés s'y installe prochainement. Et le centre de lavage est situé sur un axe passager non loin de Cholet », explique-t-elle. Après avoir collaboré pendant deux ans à la commission achats, Stéphanie Cantoni a intégré depuis peu la commission communication d'**Astikoto**. « Cela me permet de voir d'autres aspects de la franchise, de comprendre peu à peu tout ce qui se passe dans ce domaine, dit-elle. J'ai appris par exemple comment étaient gérés les achats, ce qui est possible pour obtenir des tarifs intéressants pour les franchisés. On échange, on apporte des idées, on en reçoit de nouvelles, c'est très formateur. »

Christine Piédalu



STÉPHANIE CANTONI
Franchisée
Astikoto,
à Vallet
(Loire-Atlantique),
Beaupréau-en-
Mauges et
La Pommeraye
(Maine-et-Loire)

« Le métier demande de la rigueur et beaucoup d'organisation »

Au départ, il pensait s'installer en indépendant comme courtier en travaux. « Puis, nous nous sommes tapés dans la main avec le fondateur de La Maison des Travaux, **Philippe Courtoy** », confie Pascal Rambaud, franchisé à Asnières (Hauts-de-Seine) depuis novembre 2019. Cet ancien chef d'entreprise du bâtiment couvre un périmètre d'exclusivité de six communes dans les Hauts-de-Seine et forme aux métiers d'extension et de rénovation énergétique de l'enseigne. « Le métier demande de la rigueur et beaucoup d'organisation, souligne Pascal Rambaud. Le plus difficile est de traiter 10 projets qui avancent à des rythmes différents. Il faut trouver le bon équilibre entre la gestion, la partie opération et la prospection. » Le matin, il commence par vérifier son compte bancaire car ce sont les entreprises qui le régulent, non les clients finaux. Il regarde ensuite tous les projets entrés dans l'outil CRM de l'enseigne. « Il m'apporte la visibilité nécessaire au calendrier de ma journée. » Pascal Rambaud s'appuie sur plusieurs leviers pour prospecter, le site internet de l'enseigne, les réseaux sociaux, les campagnes nationales. Il anime un webinaire sur la rénovation énergétique qui attire architectes, décorateurs, agents

immobiliers et lui permet d'élargir son réseau. L'agence située face à la mairie attire aussi. « Les gens mémorisent l'adresse et nous appellent. » Car Pascal Rambaud n'est pas seul, il travaille avec deux partenaires indépendants. Après une première prise de contact par téléphone, il se rend chez les clients. Ensuite, le travail détaillé s'effectue à l'agence avec plans, échantillons avant l'estimation. « Notre rôle est de faire entrer les rêves dans le budget, de revenir avec des propositions qui correspondent au financement, quitte à effectuer des arbitrages sur ce qu'ils pourraient réaliser eux-mêmes, ce qui peut attendre. » L'artisan retenu réalise le devis, Pascal Rambaud dispose d'un panel d'une soixantaine d'entreprises du bâtiment qu'il connaît bien. Une fois le devis signé, le courtier n'intervient plus. Tous les deux mois avec des franchisés voisins, il organise des réunions. « Nous échangeons sur nos pratiques, nous nous appelons très régulièrement. Nous avons des entreprises, des fournisseurs, des distributeurs en commun. » Pascal Rambaud commence chaque matin à 8 heures, termine vers 19 heures voire plus (hors couvre-feu). Les clients étant disponibles en fin de journée ou le week-end, il faut être flexible. C. P.



PASCAL RAMBAUD,
franchise
La Maison
des Travaux,
à Asnières
(Hauts-de-Seine)