



[Visualiser l'article](#)

La franchise comme alternative à la création d'une startup?



Les franchises sont, depuis toujours, considérées comme un bon moyen de devenir entrepreneur avec un concept déjà prouvé. Mais sont-elles une alternative au modèle startup ? Notre partenaire Toute-la-franchise.com tente de nous expliquer les avantages de ce modèle de business.

Une bonne idée à la recherche de moyens !

Illico Travaux, l'Eau Vive, Norauto, Cosméticar... ; tous ces réseaux aujourd'hui bien installés ont débuté dans un esprit start-up sur un marché à créer mais à fort potentiel

Lorsqu'un créateur a une idée innovante plusieurs options s'offrent à lui pour l'exploiter au mieux et au plus vite. Parmi ces options, la création d'une start-up peut être une solution, mais aussi la franchise !

Les idées innovantes promises à un bel avenir développées par les start-up ont toutes un point commun : elles évoluent sur un marché nouveau dont le risque est difficile à évaluer. Cette difficulté d'évaluation est contrebalancée par la forte croissance potentielle de l'entreprise. Une croissance à démarrage fulgurant, qui nécessite souvent des besoins humains importants qu'il faut financer.

La start-up se distingue ainsi des autres entreprises classiques par l'état d'esprit des créateurs. Souvent considérés comme des visionnaires, les fondateurs d'une start-up croient en un marché nouveau ou en création. En ce sens, le business-model n'est pas fixe. L'entreprise se déploie sur des possibilités plutôt que sur un véritable marché bien bordé.

Cette définition de la start-up n'est, à bien y regarder, pas bien éloignée de la logique du franchisage. En effet, très souvent en franchise, le créateur se lance sur un secteur encore vierge où tout reste à faire. Une première expérience réussie en unité pilote démontre l'intérêt et la viabilité de l'idée. Un concept est alors posé. Il permet de dupliquer l'expérience réussie sur d'autres secteurs géographiques. Le développement rapide est ensuite orchestré en mettant le concept à la disposition de franchisés.

Ces franchises à l'esprit start-up



[Visualiser l'article](#)

Le principe d'un concept de franchise est de proposer une activité testée et rentable à des entrepreneurs partenaires. C'est ce que l'on appelle le principe de répétition du succès, un fondamental en franchise ! Ainsi, dès lors que l'idée est validée, qu'elle est modélisable pour être dupliquée, la franchise est la formule la plus utilisée pour faire éclore un leader sur un marché potentiel.

De nombreux exemples sont là pour attester de la pertinence du modèle. Certains de ces exemples ont même révolutionné leurs secteurs à l'image de CapiFrance et A la lucarne de l'immobilier, pionniers dans la création du concept de réseaux de mandataires immobiliers, mais aussi de l'Agence Automobile qui a créé le concept de vente et d'achat d'automobiles pour les particuliers, inspiré du secteur immobilier, d'Illico Travaux, créateur du concept de courtage en travaux, Speed Burger, pionnier dans la livraison de hamburgers à domicile, l'Eau Vive créateur des premiers magasins 100% dédiés à la distribution de produits bio, Norauto pionnier du concept de centre auto, Fitness Boutique créateur du concept de vente de matériel de fitness sur internet, Cosméticar pionnier du nettoyage de véhicules sans eau... Tous ces concepts (et bien d'autres!) ont été en leur temps, des défricheurs d'activité en venant bousculer le marché avec leurs idées nouvelles.

Aujourd'hui encore, la franchise reste une voie royale pour percer rapidement avec une bonne idée. Depuis 2008, malgré la crise, quelque 600 nouveaux réseaux se sont lancés avec succès en France selon les chiffres de la Fédération Française de la Franchise (FFF).

La franchise, un accélérateur de business

Le propre de la franchise est d'accélérer le rythme de déploiement d'un concept en s'appuyant sur les forces vives d'entrepreneurs de terrain qui sont autant d'ambassadeurs de la marque. Les avantages de la franchise peuvent donc se résumer en trois mots : financement, implication, pérennisation !

Financement : Faire le choix d'un développement en franchise d'une idée innovante, permet de démultiplier les sources de financement en s'appuyant sur des créateurs indépendants. Chacun de ces indépendants finance son implantation. Il prend en charge les frais d'installation, de prospection, etc, et finance aussi par ricochet via les royalties, la poursuite du développement du réseau.

Implication : Outre l'aspect financier, l'intérêt de la formule franchise réside aussi dans le fait que localement, chaque franchisé apporte son énergie et son enthousiasme. Au plus proche des clients, les franchisés s'impliquent au quotidien aux côtés de la marque, et mettent tout en œuvre pour développer le business du franchiseur qui est aussi leur business ! L'implication de chaque franchisé dans le réseau assoit le sérieux de l'activité et démultiplie les forces.

Pérennisation : Le réseau agit comme un catalyseur. Les informations de terrain remontent jusqu'à la tête de réseau pour mieux coller à la demande. Le concept évolue ainsi à mesure que le réseau grandit et que le produit/service trouve sa place. La multiplication des points de vente au plus près des consommateurs accroît aussi la visibilité de la marque.

Start-up vs franchise ?

La start-up et la franchise sont toutes deux des options intéressantes pour le lancement rapide d'une idée innovante. Et ces deux solutions peuvent parfaitement être complémentaires !

La preuve : bon nombre de franchises aujourd'hui bien installées ont débuté sous la forme d'une start-up en phase d'amorçage. Ceci étant, toutes les idées développées par les start-up ne sont pas forcément franchisables. En effet, pour être franchisable, un concept doit être duplicable. Cela implique en pratique que l'activité doive être formatée pour pouvoir rester rentable quelle que soit la zone géographique d'exploitation,



[Visualiser l'article](#)

et quel que soit le charisme du franchisé. En clair, dès lors qu'un franchisé applique à la lettre le savoir-faire de son franchiseur, il doit contractuellement obtenir une rentabilité moyenne (réitération du succès). Cette notion de duplicabilité est au cœur de la démarche du franchisage. Elle demande un long travail de conceptualisation en amont qui n'est pas toujours payant à la fin. Cela est d'autant plus vrai quand l'idée de départ évolue sur un marché nouveau dont le risque est difficile à évaluer.



Crédit image : Blueguy via Shutterstock