

LE FIGARO économie

La franchise accompagne davantage ses collaborateurs

Face à des candidats toujours plus nombreux, les enseignes lancent des financements inédits.

CHRISTINE LAGOUTTE
ET CHRISTINE PIEDALU

« Ucar a ouvert une filière jeunes, avec un apport de 50 000 euros, une aide dans la constitution du capital et l'accompagnement à la formation »

COMMERCE Quel que soit l'environnement économique, les réseaux de franchise sont toujours aussi gourmands. À raison de trente ouvertures par an, le loueur de véhicules low-costs Ucar totalise 246 points de vente et en annonce 750 d'ici à 2017. Dans le maintien à domicile des personnes dépendantes, Coviva compte 74 agences spécialisées et en espère 150 dans les trois ans. Quant à l'assureur Swiss Life (430 agences), il s'active sur deux fronts, le renouvellement de ses agents généraux (une trentaine par an à la retraite chaque année) et la barre des 500 agences qu'il devrait atteindre d'ici à fin 2015.

Avec 17 millions de personnes de plus de 60 ans en 2020 selon l'Insee et un besoin estimé à 300 000 intervenants, les statistiques plaident en faveur de l'aide à domicile. « Un secteur comme le nôtre est en plein

essor, reconnaît Mathieu Leroy, directeur commercial de Coviva. L'année dernière, notre chiffre d'affaires a progressé de 60 % et nous attendons une croissance de 41 % cette année. » Le ticket d'entrée pour un franchisé s'élève à 17 500 euros HT et l'investissement total oscille entre 45 et 60 000 euros.

Attirer les jeunes

Dans un secteur où le capital de départ est de 100 000 euros, la moyenne d'âge des candidats à la franchise d'Ucar atteint 45 ans. « Nous rencontrons des jeunes extrêmement intéressés qui ne peuvent pas disposer d'une telle somme », Jean-Philippe Bosc, directeur du réseau. Le franchiséur a donc ouvert une filière jeunes, avec un apport de 50 000 euros, une aide dans la constitution du capital et l'accompagnement à la formation.

Chez Swiss Life, un candidat au rachat d'un portefeuille d'assurance de 100 000 à 150 000 euros doit avoir en moyenne 20 % d'apport person-

nel. « L'assurance est très réglementée, nous faisons notamment, avec le candidat, une étude de faisabilité sur cinq à dix ans. De plus, le futur agent suit une formation habilitante de quatre mois, puis bénéficie d'un soutien particulier sur deux ans », détaille Christine Dumoulin, en charge du recrutement des agents chez Swiss Life.

Spécialiste de la construction de maisons individuelles, Mikit a récemment lancé un concept de « microfranchise » permettant à des candidats de sauter le pas, même si leurs finances sont un peu justes. Ce nouveau modèle ne nécessite pas de local dans un premier temps et le franchisé peut démarrer seul, avec 10 000 à 15 000 euros d'apport per-

sonnel. À la tête d'un réseau de 125 agences, l'enseigne Mikit table sur une quinzaine d'ouvertures en 2013, soit en franchise classique, soit via les microfranchises.

Lancé en 2009 par Autocrea, le concept de set de table publicitaire prend de l'ampleur. Autocrea compte aujourd'hui 34 implantations et 1 485 brasseries partenaires. Il distribue 2 500 000 sets chaque mois. Pour 2013, l'objectif du créateur du réseau, Henry Cavelan, est d'ouvrir une vingtaine de villes supplémentaires, parmi lesquelles Annecy, Bordeaux, Brest, Montpellier, Reims ou Toulon. Le ticket d'entrée est de 14 500 euros hors taxes et l'apport personnel compris entre 20 et 25 000 euros. ■

avis d'experts

Jean-Philippe Bosc Ucar

« Nous avons 246 points de vente et en prévoyons 750 d'ici à 2017. Sur 30 ouvertures par an, 3 sont réalisées par un franchisé existant. Nous rencontrons des jeunes extrêmement intéressés, qui ne peuvent pas disposer des 100 000 euros de capital de départ. Nous avons ouvert une filière jeunes. Ils apportent 50 000 euros, Ucar donne son soutien dans la constitution du capital et un accompagnement renforcé. »



Christine Dumoulin Swiss Life

« Le réseau comporte 430 agences. Nous travaillons sur deux fronts : le renouvellement de nos agents généraux et le développement du réseau. Une trentaine d'agents généraux part à la retraite chaque année. Leurs remplaçants doivent avoir au moins cinq ans d'expérience commerciale terrain. D'autre part, nous voulons atteindre les 500 agences d'ici à fin 2015. Nous nous adressons à nos agents déjà installés. »



Mathieu Leroy Coviva

« Nous comptons 74 agences, nous en espérons 150 dans les trois ans. Le secteur est en plein essor : nous attendons une croissance de 41 % cette année. Chacune des agences se compose de 50 à 60 aides ménagères et auxiliaires de vie, soit 15 à 20 salariées en équivalent temps plein ; le franchisé doit donc avoir une expérience réussie dans le management. »



Lavatrans finance ses sites

Le lavage de poids lourds a sa franchise. Lavatrans, créé en 2003, dispose à ce jour de six franchises (Lyon, Lille, Dunkerque, Nantes, Perpignan, Limoges) et vise une trentaine de sites à l'horizon 2017. Pour l'année prochaine, deux à trois ouvertures sont programmées, notamment sur la région Ile-de-France.

« Pour ces nouvelles implantations, nous avons mis en place un système de financement destiné à réduire le ticket d'entrée du candidat. Nous prenons à notre charge le financement et la réservation des emplacements de nos futurs sites. Le franchisé investit, lui, dans les équipements d'exploitation et nous verse un loyer », explique Mathieu Collin, directeur du développement de l'entreprise familiale.

Lavatrans dispose de six franchises de lavage de poids lourds en France et en vise une trentaine d'ici à 2017. DR



Il est vrai qu'une station de lavage Lavatrans nécessite au moins 4 000 m² de surface, dans une zone à forte accessibilité. L'investissement clés en main s'élève à 250 000 euros, dont un droit d'entrée de 22 900 euros HT.

En rythme de croisière l'activité d'une station de lavage génère un chiffre d'affaires compris entre 350 000 et 450 000 euros à partir de la troisième année (la capacité de lavage d'un site oscille entre 50 et 60 lavages/jour). Outre le franchisé, trois ou quatre personnes sont recrutées à l'occasion d'une ouverture. « Entre 70 et 75 % du lavage d'un poids lourd est réalisé manuellement », rappelle Mathieu Collin.

Afin de fidéliser les transporteurs, Lavatrans a mis au point des systèmes de forfaits. Un « forfait lavage à volonté » et un autre baptisé « forfait Pack », qui permettent à chaque client de choisir la meilleure solution commerciale. La société propose aussi un système de 10 lavages, destiné aux petites sociétés, dans lequel le lavage revient à 36 euros HT.

Lavatrans compte actuellement 700 clients abonnés, représentant 4 700 véhicules. Mais l'entreprise suit individuellement plus d'un millier de clients, pour un chiffre d'affaires de 2,7 millions d'euros. ■

CH. L.

JOURNÉE RTL EMPLOI

DÈS 4H30 : REPORTAGES ET ENQUÊTES DE LA RÉDACTION

DÉPOSEZ ET CONSULTEZ LES OFFRES SUR rtl.fr ET AU 3210*

*0,34€/min

RTL

AVEC

LE FIGARO

Plus d'infos sur rtl.fr

Retrouvez les conseils recrutement WWW.LEFIGARO.FR/EMPLOI et WWW.CADREMPLOI.FR