Baromètre L'indicateur de la franchise Caisse d'Epargne

Édition 2013

CAISSE D'EPARGNE

LA BANQUE. NOUVELLE DÉFINITION.

Vous avez un projet d'entreprise sous enseigne (franchise, groupement coopératif…) ? Ce document ne devrait pas vous laisser indifférent !

Il a pour objet principal de vous guider dans vos réflexions et de vous faire découvrir (ou redécouvrir) l'étendue des services supports que peut vous proposer une tête de réseau. Vous noterez également les motifs de satisfaction et les points d'amélioration soulevés par les franchisés installés.

Nous tenons à remercier l'ensemble des partenaires pour leur soutien et leur implication dans ce baromètre - L'indicateur de la franchise Caisse d'Epargne.

L'Indicateur de la FRANCHISE & du commerce organisé

fédération française de la franchise

Sylvia Pinel
Ministre de l'Artisanat,
du Commerce
et du Tourisme

La France est le premier pays d'Europe en nombre de réseaux de franchise. Ces franchises rencontrent un succès croissant et constituent une force d'innovation, de structuration et de professionnalisation des métiers.

Je suis heureuse de voir que de plus en plus de créateurs et de repreneurs d'entreprises sont séduits par cette forme de commerce. Mon objectif est de renforcer et de dynamiser toutes les formes de commerce par tous les leviers possibles d'amélioration.

Je salue la création de ce baromètre, conçu par des acteurs de la profession qui ont partagé leurs bonnes pratiques. Il sera diffusé au plus grand nombre afin d'aider les commerces franchisés dans leurs projets de développement. Que ce soit pour l'aide au démarrage, le fonctionnement au quotidien ou encore la gestion financière des entreprises, il sera un outil utile pour tous les entrepreneurs.

Notre pays est fort de ces entreprises qui contribuent à redresser son économie. C'est aussi à travers des initiatives comme celle-ci que nous parviendrons à nous développer encore davantage.

Sommaire

Sylvia Pinel,
Ministre de l'Artisanat, du Commerce et du Tourisme ____ 3

Christine Fabresse,
Directrice du Développement Caisse d'Epargne ____ 5

Chantal Zimmer,
Déléguée générale Fédération Française de la Franchise ____ 6

Marc Mossé,
Gérant L'indicateur de la franchise ____ 7

> PAROLES DE FRANCHISÉS

Ugo Pezzetta, Franchisé Speedy ____ 8

Patrick Marchand, Franchisé Cavavin ____ 9

Éric Azan, Franchisé Quick ____ 10

> SYNTHÈSE

Synthèse des résultats ____ 11 - 19

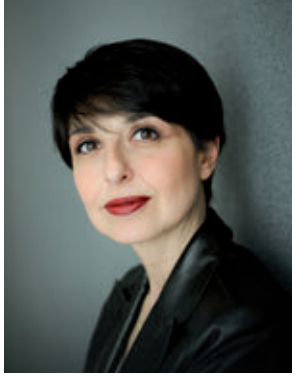
Florent Lamoureux,
Directeur du Marché des Professionnels Caisse d'Epargne ____ 20

> PALMARÈS BAROMÈTRE
CAISSE D'EPARGNE - L'INDICATEUR DE LA FRANCHISE.

Première place - La Pataterie ____ 21

Deuxième place - Bistrot du Boucher ____ 22

Troisième place - Temporis ____ 23



Établir une relation de confiance dans la durée avec franchiseurs et franchisés.

Parce qu'elle croit pleinement aux vertus de ce modèle entrepreneurial qui combine convergence d'intérêts entre chefs d'entreprise et partage d'expérience, et pour répondre aux attentes des têtes de réseaux, les Caisses d'Epargne se sont dotées d'un outil national : le pôle franchise.

Dans la perspective de financer les projets des futurs partenaires des réseaux, le pôle franchise noue des relations privilégiées avec des têtes de réseau, développe des bases d'informations sur les réseaux commerciaux et anime les référents franchise répartis en région sur les 17 Caisses d'Epargne.

Le pôle national franchise irrigue le réseau Caisse d'Epargne des demandes de financement.

À l'image des réseaux de franchise et des groupements coopératifs, la Caisse d'Epargne, banque universelle, crée et développe ses relations en proximité grâce à son réseau important d'agences (4 300) et aux valeurs et engagements de "La Banque. Nouvelle Définition".

Notre souhait le plus fort est d'installer une relation de confiance dans la durée en répondant à la multiplicité de vos besoins, de l'installation au développement et à la cession de votre entreprise.

La création d'entreprise est une belle aventure !

Christine Fabresse
Directrice du Développement
Caisse d'Epargne

Chantal Zimmer
Déléguée générale

fédération française de la franchise

Depuis 1971, au service des franchiseurs et des franchisés.

> Pérenniser et faire évoluer le modèle de la franchise dans le respect de la déontologie.

La Fédération Française de la Franchise contribue depuis sa création à l'essor de cette forme de commerce tout en garantissant le respect du code de déontologie européen.
Elle s'est imposé plusieurs missions : représenter et servir ses adhérents, faire la promotion du modèle auprès de futurs franchisés et franchiseurs pour leur faire connaître ses avantages et ses expériences.

Attentive aux mutations économiques et technologiques, la FFF met en place des actions pour pérenniser la franchise et la faire évoluer, en s'appuyant notamment sur les réflexions de son Comité scientifique.

En veille constante sur son secteur d'activité, la FFF se félicite de la mise en place de ce nouvel outil mesurant la satisfaction des franchisés et offrant aux différents acteurs économiques une analyse éclairée sur de nombreuses thématiques-clés de la franchise.

www.franchise-fff.com

Un outil reconnu par tous les acteurs du secteur.

L'indicateur de la FRANCHISE & du commerce organisé

Marc Mossé
Gérant

> Notre indépendance est la meilleure garantie quant à l'impartialité des résultats que nous produisons.

L'indicateur de la franchise est un organisme indépendant dont le métier est de réaliser des audits de satisfaction des franchisés des réseaux de franchise et de commerce organisé.

Ces audits sont de précieux outils de pilotage pour les têtes de réseaux.

Avec leur accord, ces études sont ensuite publiées et constituent une source d'information clef pour les candidats à la franchise, les franchisés déjà en place et, de manière plus générale, pour l'ensemble des acteurs économiques qui s'intéressent au secteur de la franchise et du commerce organisé.

Plus de 120 réseaux se sont déjà prêtés à ce test et ont prouvé leur esprit de transparence et le niveau de satisfaction de leurs franchisés.

NOS MISSIONS

- Éclairer vos décisions
- Sélectionner les réseaux les plus performants du point de vue des franchisés.

www.lindicateurdelafranchise.fr

Franchiseur et franchisé : partenaires avant tout

Initialement, nous avions une activité très familiale. Vu le changement du mode de consommation des français, les chaînes qui grandissent de plus en plus, et pour la pérennité de l'entreprise, nous nous sommes dit qu'il serait bien de s'adosser à un franchiseur. Cela permet au client d'avoir un produit identique quel que soit l'endroit où il va : le même produit, le même service au même prix. Et cela est très important pour le consommateur.

La principale amélioration que je constate, c'est celle de l'interaction entre le franchiseur et le franchisé. **Le franchiseur doit nous voir comme des partenaires :** nous avons un but, un intérêt qui est le même. Il s'agit de travailler ensemble, en synergie. Un point important à mon sens : **le franchisé devrait participer aux décisions stratégiques** car si demain le franchisé réussit, le franchiseur fera de même, et *vice versa*.

> Nous avons un but, un intérêt qui est le même. La réussite de l'un dépend de celle de l'autre.

Ugo Pezzetta
Franchisé Speedy

Deux points essentiels : la formation et la communication

S'installer seul me paraissait un parcours du combattant. La franchise me permet d'avoir un cadre pour ne pas être seul : ni dans mon projet d'installation, ni, par la suite, dans mon travail quotidien.

Le premier contact que j'ai eu avec Cavavin s'est tenu **au salon des entrepreneurs.** J'ai entendu le responsable lors d'une conférence, et son discours m'a séduit. Il ne recherchait pas des spécialistes, mais plutôt des gens capables d'accompagner un client, de gérer un point de vente et d'intégrer réellement un réseau.

J'ai suivi une formation de quinze jours, un point très important. À mon sens, des remises à niveau régulières sont importantes.

Au niveau de la communication, **il faut bien prendre en compte les spécificités régionales** de chaque point de vente. En effet, mes problèmes ne sont pas les mêmes que les personnes qui se situent en province.

Patrick Marchand
Franchisé Cavavin

> Des remises à niveau régulières sont indispensables pour progresser.

La franchise comme levier de développement

Avec un parcours d'école de commerce, j'ai naturellement été séduit par le business. J'ai choisi dans un premier temps de me lancer dans la restauration rapide en tant qu'indépendant car c'est un secteur qui me plaisait personnellement. Et quand j'en ai vu l'évolution, **j'ai souhaité, pour me développer, me lancer en franchise.**

À ce jour, j'exploite 8 restaurants Quick et j'en suis pleinement satisfait.

Le franchiseur doit pour moi être à l'écoute et anticiper sur les besoins du franchisé, créer les moyens et l'organisation à mettre en place avec l'ensemble des franchisés au travers de commissions ou de toute autre organisation qu'il jugera utile, en fonction des besoins et de la spécificité du réseau.

De cela dépendra le développement de l'enseigne.

Éric Azan
Franchisé Quick

La tête de réseau gagnera toujours à écouter ses franchisés.

Synthèse des résultats

Baromètre L'indicateur de la franchise Caisse d'Epargne 2013

Méthodologie

Ce baromètre a pour objet de donner **une mesure objective de la réussite et de la satisfaction** des membres des réseaux de franchise et de commerce organisé.

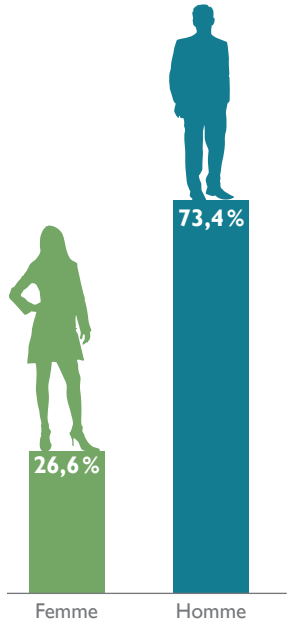
Il compile les audits réalisés par l'indicateur de la franchise auprès de tous les franchisés des 59 réseaux étudiés.

Au total, **3489 franchisés ont ainsi été interrogés,** tous secteurs d'activité confondus : un tel échantillon est une première !

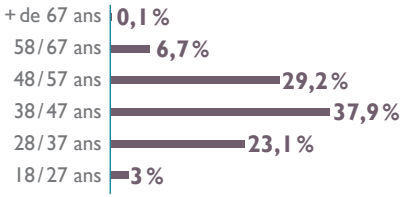
Le profil des franchisés interrogés

Situation personnelle

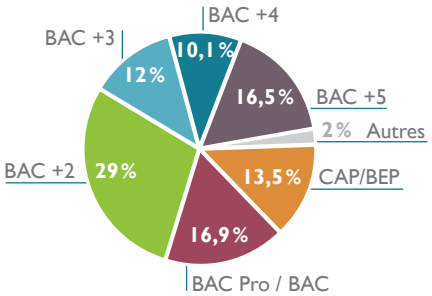
> Sexe



> Âge



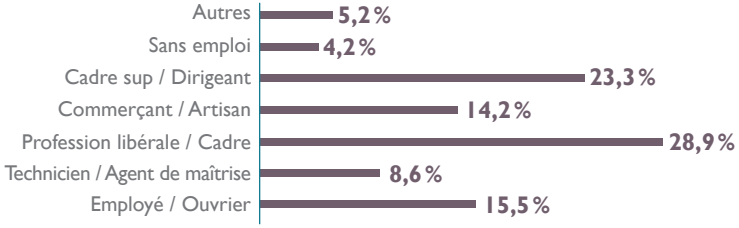
> Niveau d'études



Activité professionnelle

> La façon dont ils gèrent leur entreprise

> Leur statut avant de devenir franchisé



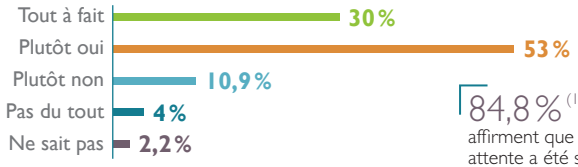
Le sentiment de réussite des franchisés

Moyenne de satisfaction

> **82 %** des franchisés ont le sentiment d'avoir réussi.

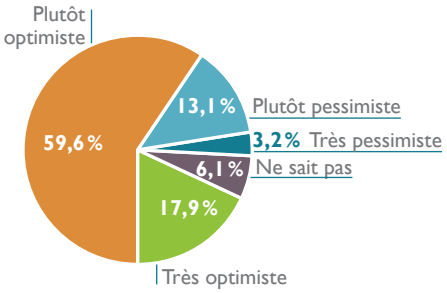
Par rapport à la raison principale qui les a conduits à choisir leur enseigne

> Leur attente a-t-elle été satisfaite ?



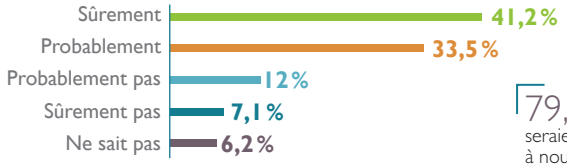
84,8 % (1) affirment que leur attente a été satisfaite.

> En pensant à l'avenir de l'ensemble de leur réseau, ils se disent...



82,6 % (1) se disent optimistes.

> Si c'était à refaire, le referaient-ils, re signeraient-ils ?



79,6 % (1) seraient prêts à signer à nouveau.

(1) Total des réponses positives par rapport à l'ensemble des opinions exprimées.
Les réponses "ne sait pas" ne sont pas comptabilisées dans ce calcul.

Baromètre L'indicateur de la franchise 2013 - SYNTHÈSE DES RÉSULTATS

L'aide au démarrage

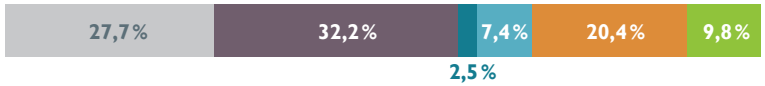
Moyenne de satisfaction

> **78,4 %** des franchisés sont satisfaits de l'aide reçue au démarrage.

Opinion des franchisés concernant l'assistance apportée par leur franchiseur lors de la création de leur entreprise

- Très satisfait
- Plutôt satisfait
- Plutôt mécontent
- Très mécontent
- Pas concerné
- Pas prévu dans le contrat

> La recherche du local

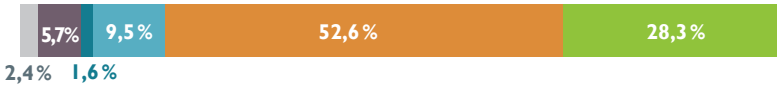


75,2 % (2) des franchisés se disent satisfaits de l'aide apportée pour la recherche du local.

> La recherche de financement

74,9 % (2) des franchisés se disent satisfaits de l'aide apportée quant à la recherche de financement.

> La formation initiale



88 % (2) des franchisés sont satisfaits de la formation initiale proposée par leur franchiseur.

(2) Total des réponses "très satisfait" et "plutôt satisfait" par rapport à l'ensemble des opinions exprimées. Les réponses "pas concerné" et "pas prévu dans le contrat" n'ont pas été prises en compte dans ce calcul car elles n'expriment pas d'opinion de satisfaction ou d'insatisfaction.

Le fonctionnement au quotidien

Moyenne de satisfaction

> **58,5 %** des franchisés sont satisfaits du fonctionnement au quotidien de leur franchise.

Une fois intégrés dans le réseau, voici comment les franchisés notent les points suivants

- Très satisfait
- Satisfait
- Moyen
- Insatisfait
- Très insatisfait

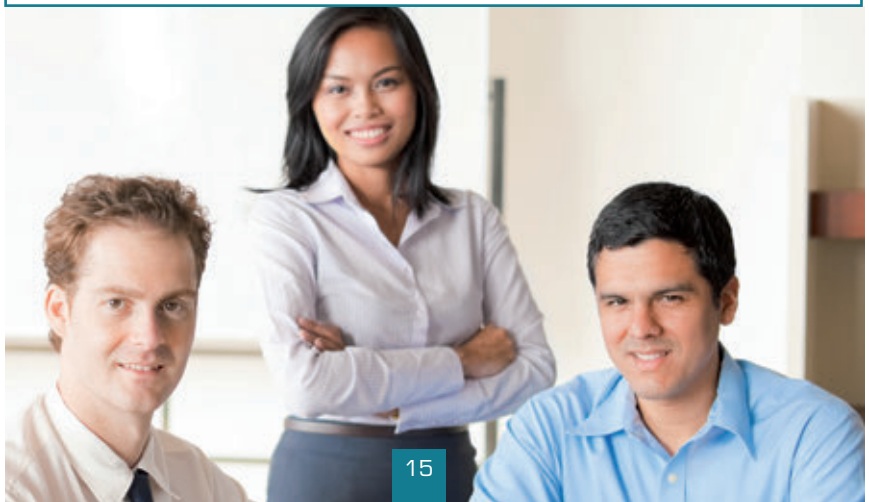
> Leur liberté d'action par rapport au franchiseur

65,4 % (3) des franchisés sont satisfaits de leur liberté d'action.

> L'entraide entre les franchises du réseau

53,5 % (3) des franchisés sont satisfaits de l'entraide entre les franchisés du réseau.

(3) Moyenne pondérée : "très satisfait" comptant pour 100 %, "satisfait" pour 75 %, "moyen" pour 50 %, "insatisfait" pour 25 % et "très insatisfait" pour 0 %.



Baromètre L'indicateur de la franchise 2013 - SYNTHÈSE DES RÉSULTATS

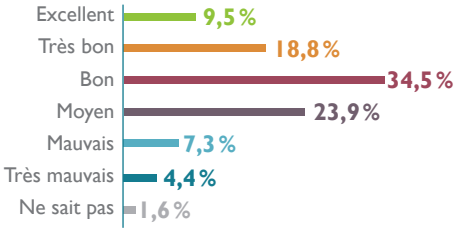
Les services supports

Moyenne de satisfaction

68,5 % des franchisés sont satisfaits des services apportés par l'enseigne.

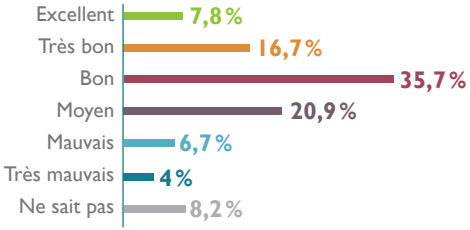
Comment les franchisés jugent le service apporté par leur enseigne, point par point

> Animation interne du réseau



63,9 % (4) des franchisés sont satisfaits de l'animation interne du réseau.

> La formation continue



65,6 % (4) des franchisés sont satisfaits de la formation continue.

(4) Total des réponses "bon", "très bon" et "excellent" par rapport à l'ensemble des opinions exprimées. Les réponses "ne sait pas" n'ont pas été prises en compte dans ce calcul car elles n'expriment pas d'opinion de satisfaction ou d'insatisfaction.

La tête de réseau

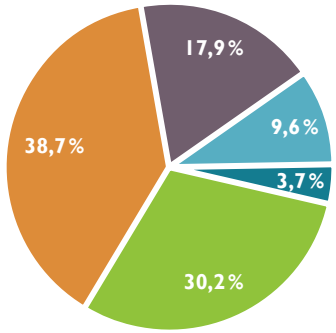
Moyenne de satisfaction

89,8 % des franchisés sont satisfaits de leur franchiseur.

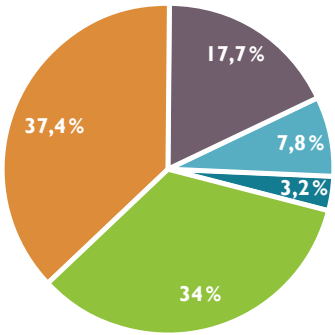
Ce que disent les franchisés de leur franchiseur

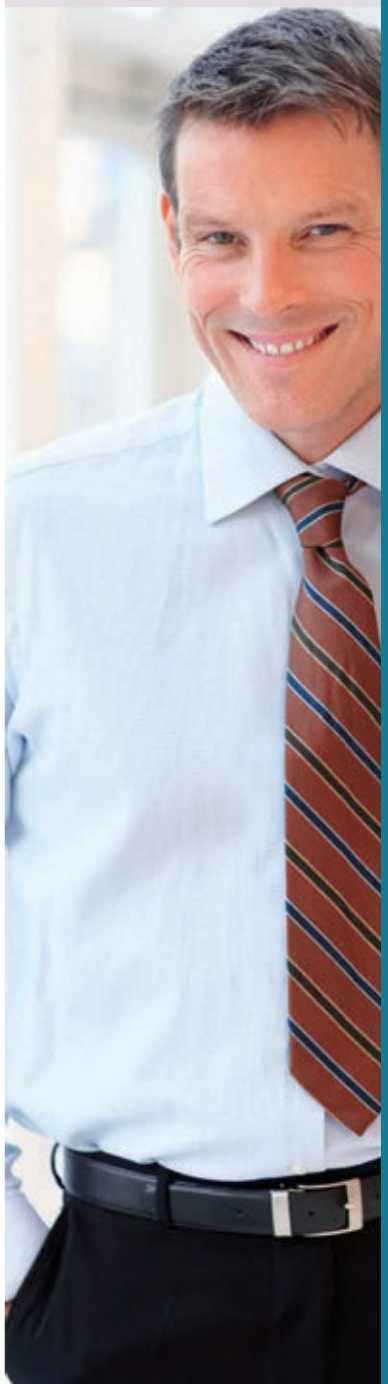
- Tout à fait d'accord
- Plutôt d'accord
- Ni d'accord, ni pas d'accord
- Plutôt pas d'accord
- Pas du tout d'accord

> Fait preuve de capacité d'écoute



> Prêt à apporter son soutien en cas de difficultés

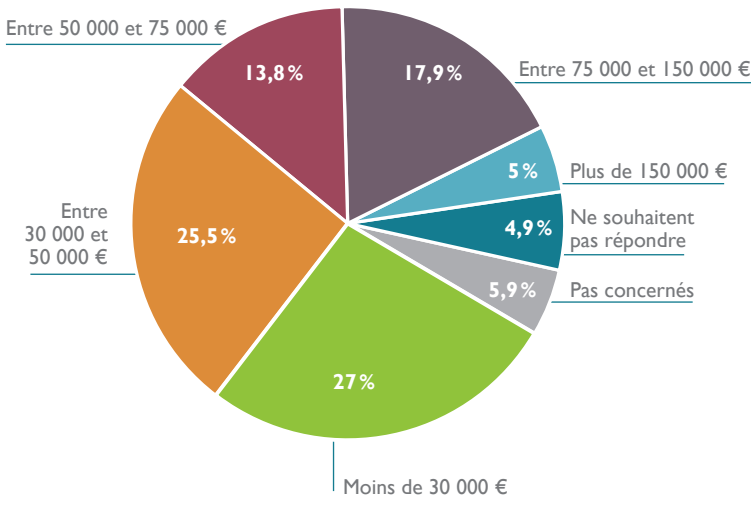




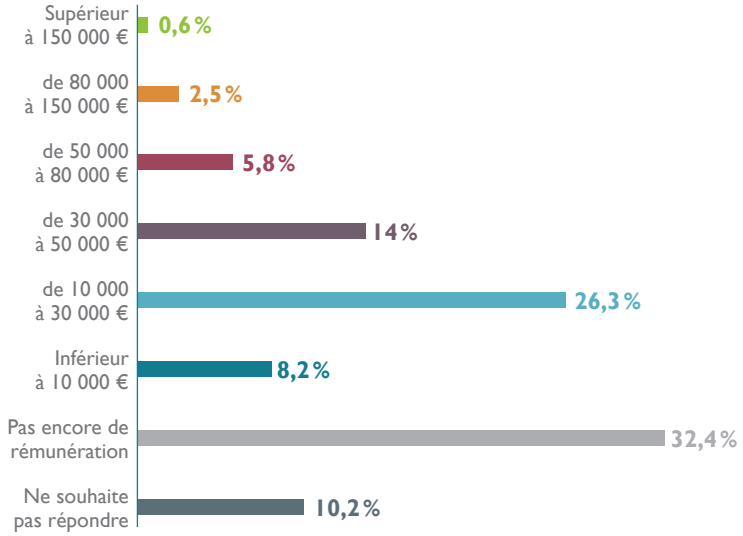
Baromètre L'indicateur de la franchise 2013 - SYNTHÈSE DES RÉSULTATS

Les aspects financiers

Le montant total de l'apport personnel des franchisés pour démarrer leur activité

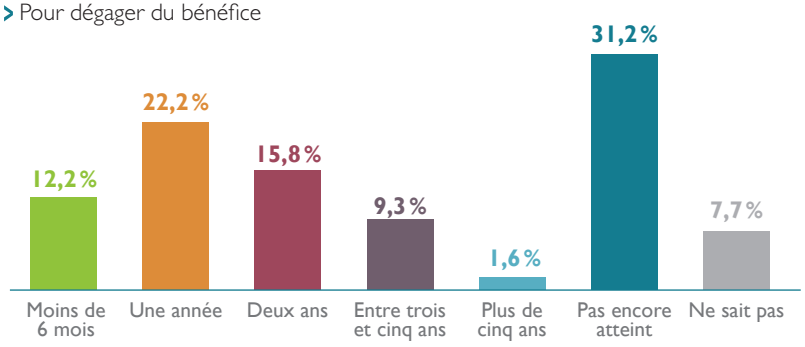


La fourchette dans laquelle se situe le revenu annuel net des franchisés, avant impôt

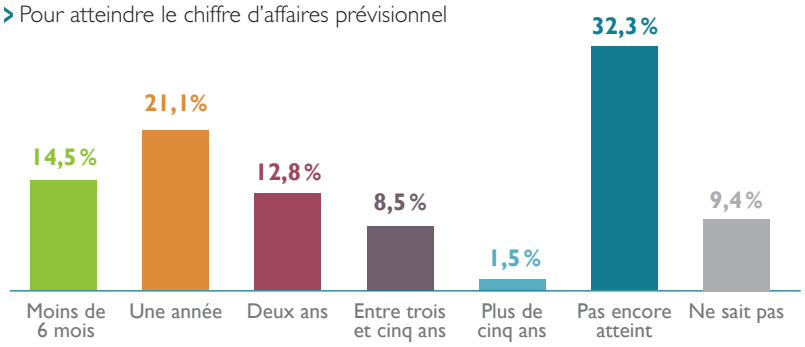


Le temps qu'il a fallu aux franchisés

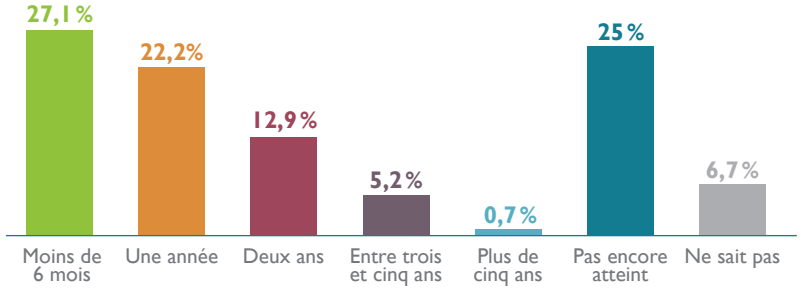
> Pour dégager du bénéfice



> Pour atteindre le chiffre d'affaires prévisionnel



> Pour pouvoir se rémunérer



Baromètre L'indicateur de la franchise 2013 - SYNTHÈSE DES RÉSULTATS

Futurs entrepreneurs, lancez-vous en franchise !

Un modèle de distribution généralement très apprécié des entrepreneurs, la franchise permet de bénéficier du soutien d'un réseau, pour les entrepreneurs qui ne souhaitent pas se lancer "seuls". En tant que banque partenaire de référence dans ce domaine, la Caisse d'Epargne a souhaité explorer les bienfaits et marges de progrès possibles de ce qui constitue la colonne vertébrale de la franchise : "les services supports".

C'est pourquoi la Caisse d'Epargne s'est rapprochée de L'indicateur de la franchise, le seul organisme à interroger tous les membres des réseaux, sur plusieurs critères : profil, degré de satisfaction, sentiment de réussite et niveau de revenus. **Alors, que nous dévoile cet indicateur ?**

L'étude délivre **un message d'ensemble très positif :** 77,3 % se disent satisfaits de leur situation. Malgré la crise, plus des trois quarts des franchisés (78 %) se disent optimistes concernant l'avenir de leur réseau.

Cet optimisme se traduit d'abord avec l'aide au démarrage, avec une satisfaction globale de 78,4 %. Un chiffre qui nous interpelle en tant que banquier puisque 74,9 % des franchisés sont satisfaits de l'aide apportée par le franchiseur dans leur recherche d'un financement bancaire au démarrage de leur activité.

En outre, un chiffre plus qu'éloquent : **89,8 % des franchisés sont satisfaits de leur relation avec la tête de réseau.**

Cependant, on observe une marge de progrès à réaliser pour les têtes de réseau sur l'item "fonctionnement au quotidien". En effet, ce point enregistre le plus faible taux de satisfaction.

Enfin, 84 % des franchisés interrogés estiment que leur attente initiale a été satisfaite et 75 % d'entre eux déclarent qu'ils re signeraient si c'était à refaire.

Et vous, allez-vous vous lancer dans cette belle aventure ?

Florent Lamoureux
Directeur du Marché des Professionnels
Caisse d'Epargne

PALMARÈS BAROMÈTRE L'INDICATEUR DE LA FRANCHISE CAISSE D'EPARGNE.

Ce baromètre a donné lieu à l'établissement d'un palmarès des réseaux audités. La Pataterie, Le Bistrot du Boucher et Temporis ont été classés en tête par les franchisés interrogés, sur les trois critères que sont la satisfaction, la réussite et la rémunération.

Première place
La Pataterie
"La Pataterie, c'est sympa" !

La Pataterie
RESTAURANT

Des restaurants authentiques, qui se déclinent dans un cadre généreux, mi-campagnard/mi-brocante, où toutes les générations peuvent se faire plaisir en toute convivialité autour du produit phare : la pomme de terre. Un concept alternatif qui bouscule tous les codes de la restauration.

À contre-courant de toutes les modes culinaires, cette enseigne de restauration commerciale assise repose sur un **concept unique** où, dans **un cadre convivial et un décor rural,** les plats sont proposés à partir de 6,95 €, 7 jours/7, midi et soir.
La Pataterie, installée majoritairement en périphérie commerciale des petites et moyennes villes de province, connaît un **large succès depuis ses débuts en 1996**.

2012 marque un nouveau cap pour l'enseigne qui a ouvert son 150e restaurant et clôturera l'année avec plus de 160 établissements en France.

Deuxième place
Bistrot du Boucher

La cuisine française traditionnelle régionalisée

Les restaurants Bistrot du Boucher offrent à leur clientèle une cuisine généreuse et savoureuse, autour des viandes, terroirs et traditions, le tout dans une ambiance chaleureuse et conviviale, avec un excellent rapport qualité / prix.

Au menu : **produits frais, produits du terroir, spécialités régionales, labels, AOC, grands crus et viandes de bœuf de races 100 % françaises** font partie de leur démarche de goût et de qualité. Bistrot du Boucher compte parmi les plus grandes enseignes de restauration en France et se distingue de la concurrence par son concept original. Chaque restaurant est unique et possède **sa propre identité** : pas de standardisation, chaque patron peut apporter sa touche personnelle à son restaurant et à sa carte. Décoré dans un style bistrot brasserie rétro-moderne autour de banquettes en velours rouge, objets et meubles anciens, gravures d'artistes… chaque restaurant propose à sa clientèle **un univers unique, une carte saisonnière et personnalisée !**

Bistrot du Boucher
Restaurant - Brasserie

Né dans les années 80, le **premier restaurant Bistrot du Boucher** voit le jour en région parisienne à Puteaux.

Bistrot du Boucher est aujourd'hui la seule enseigne de restauration en franchise constituée de **restaurateurs de métier,** unis par le **goût de la qualité**, la **passion du métier,** la **cuisine traditionnelle française élaborée sur place** et le plaisir de **recevoir** et de **servir**.

Troisième place
Temporis

Le seul réseau de travail temporaire entièrement en franchise

1er réseau national de travail temporaire et de recrutement en franchise, TEMPORIS, fort de 12 années d'existence, se focalise sur l'apport de solutions en matière de ressources humaines à toutes les entreprises, en intérim comme en CDI.

Temporis est actuellement le **seul réseau développé 100 % en franchise.** Il compte près de **90 agences** sur le territoire français et a réalisé 175 millions d'euros de chiffre d'affaires pour l'année 2012. Ce concept se différencie doublement sur son marché : d'une part en considérant l'intérimaire comme un client, et d'autre part en permettant à tout franchisé Temporis de s'adresser aux patrons de PME en connaissant leurs préoccupations d'entrepreneur.

Choisir la franchise Temporis, c'est exercer **un métier humainement valorisant,** utile à toutes les étapes de la vie : premier emploi, reprise du travail après un congé maternité, complément de retraite pour un senior..., une franchise avec un véritable supplément d'âme.

Temporis
Intérim . Formation . CDI
L'emploi nouvelle génération

BPCE - Société anonyme à directoire et conseil de surveillance au capital de 467 226 960 euros
Siège social : 50, avenue Pierre Mendès France - 75201 Paris Cedex 13 RCS Paris n° 493 455 042 - Crédits photos: Fotolia - iStockPhoto

Plus d'informations

www.caisse-epargne.fr/professionnels

Coupe circuit - Février 2013

CAISSE D'EPARGNE

LA BANQUE. NOUVELLE DÉFINITION.