Le bon emplacement pour sa franchise

LE BON EMPLACEMENT POUR SA FRANCHISE

Indépendamment des moyens de financement de son projet, de l'étude de la concurrence dans le secteur concerné et de l'expérience du franchiseur, un des facteurs clés à la réussite de toute franchise, qu'elle se situe au Etats-Unis, en France ou dans un autre pays, reste le choix de son emplacement. En effet, avant de pouvoir bénéficier de la renommée/succès et du travail préalablement effectué par le franchiseur, le franchisé doit s'interroger sur les opportunités d'affaires qui lui sont offertes et trouver l'emplacement stratégique pour les développer.

Voici un certain nombre d'indications qui ont vocation d'assister le franchisé dans sa recherche d'un emplacement qui devrait lui permettre de prospérer :

(1) **Aborder le concept de la franchise sous tous ses angles** : Comprendre les produits ou services qui vous sont proposés et adopter la vision de votre franchiseur avant d'intégrer son réseau. Il est primordial de choisir l'emplacement de son commerce en fonction de la franchise dont les caractéristiques et particularités amèneront à envisager telle ou telle géolocalisation. Entre autres, certaines considérations sont à prendre en compte : Qu'est ce qui définit votre franchise ? Quel est le public visé *(femmes au foyer, adolescents, célibataires etc.)* ? Ou-vivent-ils (*métropole, Provence, centre-ville)* ? Les consommateurs se déplacent-ils jusqu'à vous ou est-ce l'inverse ? Le cas échéant, existe-t-il dans les alentours des moyens de transports adaptés ?

(2) **Collaborer avec votre franchiseur** : En réalité, chaque franchiseur établit ses propres critères de sélection et généralement le document d'information précontractuel (FDD) remis au candidat franchisé avant tout engagement contient les toutes informations cruciales (concept, marque, expérience, étude de marché etc.) qui permettront de choisir l'emplacement approprié. Par conséquent, une étroite relation entre franchiseurs et franchisés ainsi qu'une bonne communication sont des éléments non négligeables afin que l'opération de franchise puisse se révéler bénéfique à chacun de ses acteurs. Les parties ont des objectifs convergents et forme une « famille » qui se doit de s'entraider pour la réussite de tout le réseau. C'est ce qui rend le modèle de franchise si spécial et chaque franchisé doit pouvoir en tirer avantage. Par ailleurs, un bon franchiseur transmet à ses franchisés son expérience du marché et a le plus souvent déjà pu analyser certains sites, notamment grâce à l'implantation d'anciens franchisés et l'avis d'experts ou d'agents immobilier avec lesquels il travaille. L'existence d'une exclusivité territoriale est également un élément substantiel dans la recherche d'un local et peut constituer une assurance supplémentaire pour le franchisé qui serait le seul à développer la franchise sur le territoire déterminé ;

(3) **Demander conseils aux autres franchisés** : Un avis supplémentaire n'est jamais de trop lorsqu'il s'agit de prendre une décision qui déterminera le succès ou non de votre business. Ainsi, ne vous arrêtez pas aux seules informations recueillies par votre franchiseur et n'hésitez pas à prendre contact avec les autres membres du réseau. Ces derniers ont dû se poser les mêmes questions que vous et faire face aux mêmes problématiques. Vous pourrez ainsi bénéficier de leur expérience et ne pas tomber dans certains pièges ;

(4) **Bien Analysé le(s) site(s) potentiel(s)** : Vous pensez avoir trouvé votre emplacement adéquat ? Certains éléments qui peuvent paraitre banales méritent tout de même votre attention. Par exemple, le site est-il facile d'accès ? Avez-vous choisi une rue avec une bonne orientation (ex. glacier en plein soleil etc.) ? Vos clients peuvent-ils se garer près de votre local ? Allez faire un tour sur le site à différents moments de la journée ainsi qu'à différentes périodes (semaine, weekend, vacances scolaires etc.). En effet, des lieux bondés à certaines heures

peuvent induire en erreur. A titre d'exemple, une franchise de restauration rapide installée sur un campus universitaire fera généralement un bon chiffre d'affaires à l'heure du déjeuner du lundi au vendredi. Mais qu'en est-il du weekend ou des périodes de vacances ? Chaque détail compte. Si votre clientèle touche Parents et Enfants, il ne serait pas judicieux de s'installer près d'un tabac. Tentez de vous entourer de commerces qui vous complémentent (ex. un salon de coiffure pourra aisément profiter de la clientèle d'un institut de beauté). Enfin, la question de la concurrence est toujours à examiner précautionneusement ;

(5) **Faites appel à des professionnels** : Votre choix s'est enfin arrêté sur un emplacement qui vous semble en tout point correspondre à vos objectifs, il est alors nécessaire de travailler avec des spécialistes qui vous permettront d'éviter certains désagrément ou recherches inutiles. Ainsi, l'assistance d'un avocat spécialisé dans le domaine de la franchise, d'un agent immobilier, de votre franchiseur etc. sont des atouts que vous devriez utiliser afin de vous assurer que vos intérêts soient bien représentés (ex. possibilité de résilier ou de prolonger le bail). Ces professionnels ont tout intérêt à ce que cet emplacement soit idéal pour votre franchise et pourront vous indiquer les failles existantes, le cas échéant.

Pour finir, il convient de mentionner qu'aux Etats-Unis il existe certains outils tels que le « geographic-information-systems software », qui permet notamment d'analyser les tendances des consommateurs et leur fréquence de passage sur certain site. De même, il est possible d'avoir accès à des « demographics reports » afin d'analyser les caractéristiques de la population, le niveau des revenus, le mode de vie, le système de transports etc. Toutes ces études et analyses ayant pour objectif que le franchisé puisse bénéficier d'un emplacement qui rendra son commerce le plus rentable possible.

Février 2015

Gilles Menguy

Avocat & Solicitor, GM Avocats

gmenguy@gm-avocats.com