

**Le Cabinet ACDL Expertise vous informe :**

## **Franchiseur : quelles questions se poser avant de lancer son réseau ?**

**Lancer un réseau est un pari. Le franchiseur doit veiller à bien s'organiser pour optimiser ses chances de réussite.**

Depuis dix ans, le nombre de réseaux de franchise ne cesse d'augmenter en France. En 2018, on dénombrait 2004 franchiseurs pour 75 193 points de vente et magasins selon la [Fédération française de la franchise](#). Ces entrepreneurs indépendants ont en commun un concept novateur.

« *Qu'il s'agisse d'un produit, d'un service ou d'une technologie, la première question à se poser est : « Quels sont les facteurs de différenciation par rapport au marché actuel et à la concurrence ? »* », explique Jean-Paul Marcou, expert-comptable du cabinet ACSO, membre du groupement France Défi.

### **À LIRE AUSSI**

#### **Commerçants : comment bien choisir l'emplacement de votre boutique ?**

La réponse à cette question initiale est déterminante avant de développer un réseau et convaincre de futurs franchisés de rejoindre l'aventure. À ce titre, le document d'information précontractuel (DIP), à remettre au moins vingt jours avant la signature du contrat, doit lever les zones d'ombres. Il contient toutes les informations dont le franchisé a besoin pour s'engager en connaissance de cause, une présentation du réseau et l'état du marché, notamment.

« *Il est par ailleurs recommandé de disposer au moins d'une entreprise « pilote » pour montrer que le concept fonctionne réellement* » Jean-Paul Marcou, expert-comptable

#### **Les études de marché, outils indispensables du franchiseur**

L'autre interrogation principale tient au modèle économique qu'il faudra déterminer, via un plan de développement. Il s'agit, en s'appuyant sur des études de marché et de faisabilité, de définir le public cible de franchisés, et de délimiter l'implantation visée et l'occupation du territoire.

« *Quelle taille de ville ? Plutôt en centre-ville, ou en périphérie ? Combien de franchises ?* » détaille Jean-Paul Marcou. Le franchiseur doit aussi veiller à l'accompagnement du franchisé : assistance lors de l'ouverture, formation du personnel, aide à la commercialisation... « *Cela suppose de réfléchir en amont à son organisation. Et au financement de sa croissance.* »

#### **Un concept pérenne**

En découle le calcul de la redevance, généralement mensuelle, et du droit d'entrée dans la franchise, qui assureront la pérennité économique du franchiseur.

« *Il devra comparer les pratiques du marché pour l'activité choisie et se positionner en fonction de sa stratégie de développement* », explique Jean-Paul Marcou, qui rappelle que le franchiseur reste le garant de l'image de sa marque ainsi que de celle du [réseau](#).

Les banques, organisées au niveau national dans des pôles de franchise, pratiquent une cotation régulière des franchiseurs. La solidité financière, l'organisation, la notoriété du franchiseur et la qualité des produits et services sont autant de critères essentiels pour un bon référencement, et pour obtenir le financement des futurs franchisés. Pour assurer le devenir du concept, aussi.

*« Le franchiseur doit s'interroger continuellement sur la manière de maintenir et faire progresser son produit ou son service. L'innovation est une notion essentielle »,* estime l'expert-comptable.

Publié le mardi 21 janvier 2020 à 12h34

Par [Arnaud Bertrand](#)

**Les collaborateurs du cabinet se tiennent à votre disposition pour tout renseignement complémentaire.**

Votre expert-comptable : Guillaume GAHIDE 03.27.62.18.11 / [ggahide@acdl.fr](mailto:ggahide@acdl.fr)