

## L'Express / Emploi

**CONVERTI** Jean-François Mariottini, franchisé IsoFrance Fenêtres à Fréjus depuis 2012, et son épouse Marie-Laure.



D. LATOUR/ANDIA POUR L'EXPRESS

### FRANCHISE

## Identifier le réseau qui vous correspond

**Prendre le temps de la réflexion pour éviter de se tromper de voie : avant de s'engager avec une enseigne franchisée, il faut procéder avec méthode et discernement.**

Par **Jacques Gautrand**

**L**e chemin est parfois sinueux pour parvenir au but. Jean-François Mariottini a mis deux ans pour concrétiser son projet d'entreprise. Cet ingénieur informatique a travaillé pendant quinze ans comme cadre chez Schneider Electric à Sophia-Antipolis, où il dirigeait une équipe de huit personnes. Lorsque son groupe décide,

en 2011, de déménager à Carros, dans la banlieue de Nice, le jeune quadra réfléchit à créer sa boîte. Ce père de trois filles veut s'implanter à Fréjus, où il habite, afin de concilier vie professionnelle et familiale. Son épouse, Marie-Laure, comptable de formation et gérante de société, l'encourage. Mais pas question de se lancer en solo : « J'ai opté pour la franchise afin de

bénéficier d'un accompagnement, d'un support marketing et commercial. Appartenir à un réseau, cela sécurise un futur créateur », explique-t-il. Initialement, après une solide étude de marché, Jean-François Mariottini avait ciblé le secteur des fournitures de bureau. Après quelques péripéties (voir encadré page 145), il rejoint le réseau IsoFrance Fenêtres, filiale du

### LES ÉVÉNEMENTS DU GROUPE EXPRESS-ROULARTA

- **26<sup>es</sup> Job Rencontres Lyon** Jeudi 17 avril, Cité/ Centre de congrès-Forum 3.
- **34<sup>e</sup> salon paramédical Paris** Mercredi 21 mai, espace Champerret, hall C.
- **72<sup>e</sup> Carrefour des carrières commerciales et 12<sup>e</sup> Job Salon relation client** Paris jeudi 22 mai, espace Champerret, hall C.

groupe alsacien Atrya, un des leaders européens. En octobre 2013, il ouvre sa concession au cœur de sa ville.

Le système de la franchise permet d'entreprendre dans quasiment tous les domaines d'activité. Chaque année naissent de nouveaux franchiseurs, notamment sur des secteurs porteurs ou en vogue. Mais, avant de s'engager avec une enseigne (un contrat dure de cinq à sept ans en moyenne), mieux vaut savoir où l'on met les pieds. Pour cela, il est indispensable de s'informer auprès de multiples sources, de croiser les informations, de consulter des experts, de rencontrer des franchisés... Visiter des salons sectoriels ou des salons dédiés comme Franchise Expo Paris (voir encadré page 144) ou Top Franchise Méditerranée (mi-novembre à Marseille) permet de repérer des réseaux en développement, de découvrir de nouveaux concepts, de sentir les tendances.

Il est important de comparer les franchiseurs identifiés, la qualité et la pertinence de leur savoir-faire, de l'assistance apportée aux franchisés, tant au démarrage que pendant toute la durée du contrat. Bien évaluer l'avantage compétitif que le réseau confère face à la concurrence est essentiel. Et il est

indispensable de mettre en parallèle le montant de l'investissement demandé et la rentabilité prévisionnelle de l'unité franchisée.

### **L'expérience du terrain**

Au-delà des critères économiques et financiers – préalables incontournables au choix de sa future enseigne – il est recommandé de bien analyser l'adéquation entre ses aspirations et le positionnement du réseau ciblé. Pour François Peltier, du cabinet Actas Consultants, l'attirance pour le métier est primordiale. « Le candidat doit d'abord se demander : "Est-ce que j'aime cette activité ?" et "Est-ce que j'aimerais faire ce métier en franchise, c'est-à-dire au sein d'un réseau, en adoptant une norme qui n'est pas la mienne ?" Car un franchisé est un indépendant qui doit aussi être interdépendant. » En effet, si certaines personnes ont des qualités incontestables d'entrepreneur, elles sont trop individualistes pour réussir au sein d'un réseau, avec les contraintes qu'impose la franchise (respect du concept, des process, communication interne, etc.).

Actas Consultants a mis au point un outil d'analyse de profils (« Valeur Humaine Ajoutée ») destiné à valider l'adéquation entre le futur franchisé et son projet. Et a lancé un outil d'autoévaluation en ligne ([www.profil-franchise.com](http://www.profil-franchise.com)) qui permet, en 120 questions, de vérifier la compatibilité de son profil et de l'enseigne.

François Peltier invite aussi chaque candidat à évaluer les spécificités des enseignes opérant au sein d'un même secteur : fonctionnement de la franchise, qualité du management, de l'animation du réseau, formation et assistance, possibilité de gérer plusieurs sites, etc. De son côté, Thierry Borde, coauteur du livre *Franchisé gagnant* chez Dunod, créateur du cabinet du même nom, a élaboré une méthodologie, sous forme de grilles d'analyse, permettant de « sélectionner le bon concept développé par le bon franchiseur ; d'exiger des franchiseurs les services promis et les bonnes réponses aux bonnes questions ». Et le consultant enjoint de s'assurer que « les attentes des deux parties sont en cohérence ».

## **REPÉRER SA FUTURE ENSEIGNE**

**Grand rendez-vous européen**, *Franchise Expo Paris* tient sa 33<sup>e</sup> édition du 23 au 26 mars 2014 au Parc des expositions de la porte de Versailles. Quelque 460 enseignes françaises et internationales, opérant dans tous secteurs d'activité, sont présentes pour rencontrer de futurs partenaires franchisés. Une centaine de conférences et d'ateliers thématiques sont au programme. Les visiteurs peuvent aussi bénéficier de consultations individuelles avec des experts. Chaque matin, « l'école de la franchise », animée par la Fédération française de la franchise, propose une formation gratuite « futur franchisé » allié à un parcours de visite sur mesure. Le mardi 25 mars, *L'Express* animera une conférence avec l'Observatoire de la franchise et les réseaux lauréats des Coups de cœur 2014. Le dimanche, premier jour du salon, des ateliers ludo-éducatifs pour les enfants de 3 à 10 ans sont organisés par l'enseigne « Viens jouer à la maison », afin de permettre à leurs parents de se rendre à un rendez-vous important en toute sérénité.

[www.franchiseparis.com](http://www.franchiseparis.com)

Mais, avant de signer, rien ne remplace l'expérience du terrain, la rencontre avec de nombreux franchisés dans leur point de vente étant cruciale. Pour Jean-François Mariottini, l'idéal serait que tout candidat puisse vivre une « période d'immersion » de quatre semaines minimum dans un magasin ou une agence franchisée. ● J.G.



**A lire :**  
le hors-série  
de L'Express  
Franchise :  
le guide  
complet  
2014.

**Pour aller plus loin :**  
<http://franchise.lexpress.fr>  
[www.franchise-fff.com](http://www.franchise-fff.com)  
[www.observatoiredefracfranchise.fr](http://www.observatoiredefracfranchise.fr)

## DE LA PASSION DANS SES ACTIONS

**Ingénieur informatique pendant quinze ans chez Schneider Electric à Sophia-Antipolis, Jean-François Mariottini, 44 ans, a commencé une démarche de reconversion en mai 2011. Il a bénéficié du soutien de son employeur et de sa cellule spécialisée, SIE (Schneider Initiatives Entrepreneurs). Pendant plusieurs mois, l'ingénieur planche sur son projet avec méthode : cours sur l'entrepreneuriat ; recherche, benchmarking et ciblage de trois enseignes du secteur des fournitures de bureau ; entretiens avec les dirigeants de la franchise ; stage d'immersion chez un franchisé... Il sollicite également les conseils d'un expert-comptable, d'un avocat et investit 2 500 euros pour la réalisation d'une étude de marché par un cabinet privé. Son choix se porte sur l'enseigne Buro+, pour « le relationnel avec le franchiseur et l'assistance à l'installation promise ».**

Jean-François Mariottini signe son contrat en mars 2012 - avec une clause suspensive, en attendant de trouver un local à Fréjus. Deux mois plus tard, la tête de réseau se retrouve au bord du dépôt de bilan. Heureusement, le fran-

chiseur lui propose de résilier son contrat avant qu'il ne démarre. S'ensuit une période de doutes et d'interrogations, une « traversée du désert » où le soutien de son épouse Marie-Laure s'est révélé décisif. A l'automne 2012, une relation l'orienté vers l'équipement de la maison. L'année suivante, Jean-François Mariottini opte finalement pour le réseau IsoFrance Fenêtres. Cette fois, il réalise lui-même son business plan et son étude de marché.

Aujourd'hui, le quadra ne regrette pas son choix : « Finalement, peu importe le métier, il faut mettre de la passion dans ce que l'on fait. Et trouver une activité dans laquelle les compétences personnelles peuvent se déployer. » Jean-François se dit épanoui dans son nouveau job : « Entreprendre, c'est comme retrouver une seconde jeunesse ! » Les trois premiers mois de l'exercice ont dépassé les prévisions et il envisage d'embaucher deux commerciaux. Son objectif est de retrouver d'ici à trois ans un niveau de revenu comparable à son salaire de cadre et, pourquoi pas, d'ouvrir une seconde agence dans le Var.