

Franchise. Un tremplin pour l'emploi

JEAN-MARC LE DROFF

Publié le 15 janvier 2018 à 07h00



A 28 ans, Emilie Chossec a monté deux sites de self-stockage sous la marque Mondial Box, à Brest et Quimper.

Quatre Français sur dix aimeraient créer leur entreprise ou se mettre à leur compte (). Sur cette proportion, 44% d'entre eux envisagent de se lancer en franchise. Un chiffre qui confirme l'attractivité de ce modèle, notamment pour les personnes en réorientation professionnelle.*

«Les personnes qui se lancent en franchise sont à 75% d'anciens salariés qui ont généralement un profil cadre issu de tous horizons professionnels, mais on voit aussi beaucoup de jeunes qui n'ont pas forcément d'expérience salariée derrière eux», entame Rose-Marie Moins, directrice formation et promotion au sein de la Fédération française de la franchise. «Le premier critère de sélection reste le droit d'entrée. Avec 10.000 ou 20.000 euros d'apport, on peut déjà accéder à certains réseaux, mais la fourchette moyenne se situe généralement entre 50.000 et 60.000 € ». A 50 ans, c'est le choix qu'a fait Stéphane Guéguan en quittant son poste dans une multinationale du travail temporaire. «Je voulais tout simplement de l'indépendance», sourit celui qui s'est installé, il y a un an, à Lorient sous la bannière Aquila RH et vient tout juste d'embaucher son second salarié. Pour monter son agence, il a investi 25.000 € sur ses économies et emprunté 75.000 €. Après avoir utilisé l'aide de Pôle emploi pour se lancer, il pourra commencer à se verser un salaire à partir de mars. «J'aurais pu monter ma propre marque, mais la franchise est un véritable tremplin qui permet d'aller plus vite et de dépenser moins.» «C'est rassurant de faire partie d'une grande famille.»

PUBLICITÉ

Notoriété immédiate

Un avis amplement partagé par Emilie Chossec. À 28 ans cette jeune entrepreneuse a monté deux sites de self-stockage sous la marque Mondial Box, à Brest et Quimper. «J'avais senti que c'était un marché en plein boom et j'avais besoin d'une notoriété immédiate et d'une grande force de frappe sur le web», se souvient-elle. «C'est rassurant de faire partie d'une grande famille, on est formé, accompagné et on bénéficie des outils et du soutien de la marque», estime celle qui emploie quatre salariés et représente désormais la marque dans tout le Finistère.

Un concept clé en main

Patrick Rety, lui, a quitté son poste d'expert comptable pour ouvrir un restaurant Subway, à Rennes, en 2004. Aujourd'hui agent de développement de la marque en Bretagne-Pays-de-la-Loire, il ne regrette pas son choix. «C'est primordial de choisir une marque qui a déjà fait ses preuves, mais que l'on vienne de l'immobilier, de la grande distribution ou de la banque, on arrive avec un concept clé en main et on bénéficie d'audits, de formations gratuites pour soi et ses équipes, etc».

«Avoir l'âme d'un entrepreneur»

«Avant toute chose, il faut s'assurer qu'on a vraiment l'âme d'un entrepreneur et bien choisir son secteur d'activité», reprend Rose-Marie Moins. «Il ne s'agit pas d'aborder le problème à l'envers en se demandant quel secteur est le plus rentable : il faut choisir un domaine que l'on aime, car c'est cette passion qui apportera de la rentabilité. Ensuite, il faut prendre contact avec plusieurs marques pour comparer les droits d'entrée et les accompagnements qu'elles proposent, et rencontrer d'autres franchisés».

() Enquête menée par Banque Populaire/Fédération Française de la Franchise.*

Retrouvez **plus d'articles**

Franchise

commerce

Objectif emploi

emploi