



**DEVENIR FRANCHISE**  
Conseils

# Age, qualités, expérience : avez-vous le profil ?

Avez-vous profil idéal pour rejoindre une enseigne du commerce indépendant organisé ? Voici un portrait-robot des candidats recherchés en priorité par les têtes de réseau.

**C**haque année depuis 2004, l'enquête annuelle de la franchise dresse un état des lieux de cette forme de commerce organisé, qui représente 1 976 réseaux, 74 102 points de vente et pèse 59,55 Mds€ de chiffre d'affaires. Selon la 15<sup>e</sup> édition de cette enquête réalisée par l'institut CSA pour la Banque Populaire, en partenariat avec la Fédération française de la franchise, la représentativité des femmes est en baisse, avec 38 % de femmes franchisées en 2018, contre 43 % en 2017. L'âge moyen du franchisé, 47 ans, est quant à lui resté stable depuis 2015. A l'ouverture de leur premier point de vente, l'âge moyen est de 35 ans, et près d'un sur deux est alors âgé de 18 à 34 ans. Avant d'ouvrir leur point de vente, 74 % d'entre eux étaient salariés, 53 % travaillaient dans le même secteur d'activité et 32 % en ont changé. 35 % des franchisés déclarent que leur conjoint

travaille avec eux dans l'affaire et 15 % disent bénéficier de son aide.

#### Le commerce associé dresse le portrait de ses adhérents

Le chef d'entreprise "type" du commerce coopératif et associé, lui, est un homme de 51 ans qui est arrivé sur le marché du travail à 22 ans. C'est ce qui ressort d'une enquête menée par la Fédération du commerce coopératif et associé (FCA) auprès d'un échantillon représentatif de 10 000 d'entre eux.

Alors que l'âge moyen des créateurs d'entreprise en France est de 38 ans et demi selon l'Insee, l'entrepreneur du commerce coopératif et associé a passé ce cap à 37 ans, après 15 années de salariat, selon cette étude. Il est aujourd'hui à la tête d'un à deux points de vente dans une ville de moins de 90 000 habitants et compte 11 salariés. Des résultats qui nuancent

l'image de coopératives réservées aux professionnels en activité dans le même métier.

L'étude FCA révèle aussi que ces entrepreneurs connaissaient déjà le modèle du commerce coopératif et associé avant de se lancer : plus d'un sur trois était en effet employé par l'enseigne à laquelle il a ensuite adhéré.

**Selon l'enquête annuelle de la franchise, la proportion de femmes franchisées en France serait désormais de 38 %.**



concerne l'âge de leurs candidats. Pour les chaînes qui s'y montrent attentives, la tranche des 30 à 40 ans est la plus appréciée. Suivent les plus de 40 ans, puis les moins de 30 ans. Et les franchiseurs attirent souvent des candidats à leur image, comme le souligne Grégoire Clément, Dirigeant associé du réseau de restauration rapide *Bagel Corner* : *"Nos franchisés ont soit autour de 40 ans : ils se lancent après avoir fondé une famille et constitué un apport, soit autour de 30 ans... comme mes associés et moi!"*.

Troisième résultat à retenir : près de

**A l'ouverture de leur premier point de vente, l'âge moyen des franchisés est de 35 ans, 37 ans pour les coopérateurs.**

la moitié des réseaux n'exprime pas de priorité quant au CV des franchisés qu'ils recrutent. Ceux qui en ont ciblent d'abord les commerçants ou du moins, des candidats dotés des qualités propres à cette population (sens

Et que le commerce coopératif et associé est une véritable vocation pour 6 entrepreneurs sur 10.

### Avant tout des commerçants ou des cadres

D'après les enquêtes menées par la rédaction de *Franchise Magazine*, cette fois auprès des enseignes qui recrutent des chefs d'entreprise indépendants, quelle que soit leur mode d'organisation (franchise, coopérative, concession, commission-affiliation...), la majorité des chaînes ne privilient ni les hommes ni les femmes dans leur recrutement. Seules de rares enseignes indiquent donner la priorité aux femmes, en majorité des concepts du monde de la beauté ou encore du meuble et décoration. Ainsi, le réseau *Heleen Doron English*, dédié à l'apprentissage de l'anglais, serait composé à 90 % de femmes dans les 36 pays dans lesquels il est implanté. Il a décidé de

cibler en priorité les femmes en reconversion professionnelle, car son concept serait particulièrement attractif pour celles qui souhaitent entreprendre, ou se reconvertis, tout en conciliant vie de famille et vie professionnelle.

Tandis que d'autres privilient les hommes, surtout dans la rénovation de l'habitat, mais aussi dans l'automobile, la restauration et les loisirs sportifs. Enfin, quelques-unes disent vouloir recruter des couples, comme la chaîne de puériculture *Bébé 9* : *"Nous favorisons les couples dotés de la volonté d'entreprendre, d'un esprit commercial, du sens du service client et de compétences en management, car rien ne se fait sans de bonnes équipes en magasin"*, explique Olivier Chameyrat, son Directeur Général.

Deuxième tendance significative : environ trois quarts des réseaux n'affichent pas de priorités en ce qui

### UN REVENU ANNUEL NET DE 35 325 EUROS EN MOYENNE

- Selon la 15<sup>e</sup> édition de l'enquête annuelle de la franchise, le chiffre d'affaires des franchisés est compris entre 500 000 € et 1 M€ pour 21 % des chefs d'entreprise interrogés, il est inférieur à 500 000 € pour 48 % d'entre eux, mais supérieur à 1 M€ pour 30 %.

- Toujours selon cette enquête, la moitié des franchisés interrogés en 2018 ont noté une hausse de leur chiffre d'affaires. Enfin, le revenu annuel net moyen des franchisés s'élève à 35 325 euros, en hausse de 4,1 % par rapport à 2017 (33 90 euros).

- A noter : ces chefs d'entreprise franchisés emploient en moyenne 8,4 salariés (6,8 équivalents temps plein).



Si la majorité des chaînes ne privilégient ni les hommes ni les femmes dans leur recrutement, quelques-unes disent vouloir recruter des couples, comme l'enseigne de puériculture Bébé 9.

du relationnel, de la vente, disponibilité...). Ceux-ci sont courtisés par près de la moitié des enseignes, notamment celles issues des secteurs du meuble, décoration, de l'habillement, mode et accessoires et du commerce alimentaire.

Un peu moins de chaînes se prononcent en faveur des cadres. On les trouve notamment dans le secteur des services (à la personne, aux entreprises et aux particuliers), mais aussi celui de la restauration (à thème et rapide), où les qualités de gestion et de management de ces ex-chefs de services ou directeurs de centres de profits s'avèrent bien utiles. A noter : seule une minorité de réseaux recherche des investisseurs purs, la plupart leur préférant des entrepreneurs opérationnels, qui s'impliqueront dans l'activité quotidienne de leur point de vente. C'est le cas de *Bagel Corner* : "Nous voulons recruter des gens qui ont la niaque, des passionnés du produit et du client. Nous privilégiions les profils de commerçants opérationnels : nous refusons les investisseurs", indique Grégory Clément.

### La franchise permet de se reconvertis dans un nouveau métier

Dernier point-clé : une large majorité d'enseignes ne demandent pas d'expérience dans le métier visé. Même une activité d'amélioration de l'habitat comme *Repar'store* reste largement accessible, souligne son directeur de la franchise, Guillaume Varobieff : "Elle ne nécessite pas d'expérience dans le bâtiment ou commercial. Je vérifie en revanche que les candidats aient des aptitudes manuelles. Je m'assure aussi qu'ils soient à l'aise dans un contexte de relation commerciale. Et évidemment enfin qu'ils partagent nos valeurs. Il n'y a pas beaucoup de critères à remplir pour devenir franchisé *Repar'store*, mais celui-ci est fondamental."

Seule une minorité ne recrute que des candidats issus de leur secteur, parfois selon la technicité du concept. Ainsi, comme le précise Loïc Paitel, Pdg des franchises *Cuisine Plus*, *Ixina* et *Cui-*

Une large majorité des enseignes ne demandent pas une expérience professionnelle dans le même secteur d'activité.

*sines Références*, "le développement de Cuisines Références se fait quasi-essentiellement avec des personnes issues de l'univers de la cuisine et désirant se mettre à leur compte. C'est différent pour *Cuisine Plus* et *Ixina* dont 90 % des franchisés n'avaient aucune expérience du secteur avant de se lancer". A leur intention, le groupe a mis en place la "FBD Training Academy", un programme de formation au management d'entreprise et au métier de cuisiniste.

Pour rejoindre le Groupement des Mousquetaires Intermarché, il ne faut pas forcément être un professionnel du métier, détaille Benoît Matyn, Président de l'Union des Mousquetaires : "Nous recherchons, bien sûr, des femmes et des hommes capables de monter leur entreprise. Chaque chef d'entreprise Mousquetaires a ses traits propres, bien sûr. Tous sont différents. Mais tous travaillent collectivement à la réussite de l'entreprise commune. Actuellement, 40 % des nouveaux adhérents viennent de l'extérieur du Groupement, avec des expériences professionnelles variées : cadres en reconversion, jeunes en sortie d'études, professions libérales, anciens militaires... On peut réussir chez nous même sans être issu de la distribution." Les franchisés *Midas* "doivent savoir expliquer, conseiller, rassurer mais aussi vendre et fidéliser. La dimension technique ne vient plus qu'en second lieu. Le franchisé idéal, c'est celui qui a compris que tout son business n'est lié qu'à une chose : le client. Quand il a intégré cela, son chiffre d'affaires suit", souligne quant à elle Isabelle Mirocha, Responsable de la formation.

"Les candidats ayant une expérience en restauration ou en commerce alimentaire possèdent évidemment toutes les prédispositions pour aborder notre activité. Mais nous accueillons aussi des profils plus atypiques, de cadres en reconversion, par exemple", indique pour sa part David Giraudeau, Directeur Général de la franchise *La Mie Câline*.

Enfin, la grande majorité des réseaux interrogés affirme ne pas accorder d'importance au niveau d'étude et aux diplômes du candidat

Vincent Pompougnac