

RÉACTIONS SUR LE VIF EN TOUTE FRANCHISE... EXPO 2012



LA FRANCHISE N'EST PAS LE SYSTÈME CONTRACTUEL DE DISTRIBUTION DOMINANT SUR LE MARCHÉ FRANÇAIS DE LA CUISINE, MAIS FORCE EST DE CONSTATER QU'ELLE S'EST FORTEMENT DÉVELOPPÉE DEPUIS LES ANNÉES 2000, SOUS L'IMPULSION DE NOUVELLES ENSEIGNES. POUR CELLES-CI, LE SALON FRANCHISE EXPO EST DEVENU UN RENDEZ-VOUS INCONTOURNABLE, D'AVANTAGE D'AILLEURS EN TERMES D'IMAGES ET DE PRÉSENCE ACTIVE, QUE DE RECRUTEMENT DE NOUVEAUX MAGASINS, ASSURÉ PAR D'AUTRES BIAIS, COMME LE RÉVÈLENT LES CHIFFRES CITÉS PAR LES DIVERS RESPONSABLES INTERVIEWÉS DANS LES PAGES SUIVANTES. AUTRE CONSTAT QUI TORD LE COU À UNE IDÉE REÇUE : LES CANDIDATS À LA FRANCHISE NE SONT PAS PARTICULIÈREMENT INTÉRESSÉS PAR LA CUISINE ÉQUIPÉE, CERTES PORTEUSE, MAIS AUSSI COMPLEXE À GÉRER. CE QUI N'A PAS EMPÊCHÉ LES FRANCHISEURS CONCERNÉS DE JUGER PLUS QUALITATIVE CETTE ÉDITION 2012 DE FRANCHISE EXPO, COMME EN TÉMOIGNENT LES RÉACTIONS SUR LE VIF SUR LES STANDS DE **MOBALPA**, **SoCoo'c**, SCHMIDT, **CUISINELLA**, **CUISINES RAISON**, **IXINA** ET **KVIK**.

(Propos recueillis par J.A)



Thierry Dardel, directeur du développement des réseaux Mobalpa, SoCoo'c :

« Nous sommes présents sur Franchise Expo 2012 pour développer le réseau de concessionnaires Mobalpa et celui de franchisés de SoCoo'c, ces deux enseignes partageant un stand commun de 60 m², comme l'an passé. Cette édition est un excellent cru, tant dans le caractère quantitatif de la fréquentation que dans le profil des visiteurs. Ceux-ci viennent en effet nous voir avec un vrai projet mûri et l'apport personnel nécessaire selon nos critères, ce qui les place dans la phase de choix d'un partenaire. Deux tiers d'entre eux ne cherchent pas particulièrement à ouvrir un magasin de cuisines, mais plus largement à se mettre à leur compte. En revanche, ils se déclarent séduits par notre univers, lorsqu'on leur explique son fonctionnement et son potentiel. D'ailleurs, ils se révèlent souvent d'excellents candidats, davantage parfois même que le tiers des visiteurs venant nous rencontrer avec l'idée



initiale de devenir cuisinistes. De manière générale, la très grande majorité d'entre eux n'ont jamais dirigé de magasin, exerçant auparavant divers métiers salariés dans le privé, voire le secteur public. La moyenne d'âge se situe entre 35 et 50 ans, qu'il s'agisse de notre enseigne jeune habitat SoCoo'c ou de notre enseigne historique Mobalpa. Nous avons compté autant de signataires pour l'une ou l'autre durant cette session de Franchise Expo ».

Toni Familiari, directeur expansion réseaux de la Salm (Schmidt, Cuisinella) :

« Cette édition 2012 de Franchise Expo est l'une des meilleures à laquelle nous avons participé, non seulement en raison de la forte fréquentation, mais aussi et surtout par le fait que les candidats sont bien plus ouverts à la discussion, et bien moins stressés que les années précédentes. Ils ne nous parlent pas de crise, ni d'argent mais restent concentrés sur le métier de la cuisine sur la problématique de création d'entreprise et cela élève le niveau des échanges. De fait, ils s'intéressent réellement à nos deux enseignes et nous nous intéressons particulièrement à leur profil et leurs aptitudes, avant de parler de possibilités financières. Représentées ici sur un stand commun de 70 m², nos enseignes bénéficient d'une forte notoriété,



en vertu de laquelle nous sommes effectivement recherchés sur le marché de la cuisine. Cela n'empêche pas que les personnes qui viennent nous voir ici sont déstabilisées par le nombre croissant d'enseignes présentes sur ce salon dans tous les secteurs d'activité, ce qui génère une confusion concernant leur positionnement, leurs services et les avantages à les rejoindre, y compris dans le domaine de l'aménagement de l'habitat au sens large. Contrairement aux apparences, la cuisine n'est pas forcément un métier qui attire de nombreux candidats, parce que c'est un métier technique et nécessitant de maîtriser des compétences plurielles. C'est pourquoi ils sont curieux et demandeurs de formations pointues et d'accompagnements efficaces par la suite. Nous ne recrutons que des profils issus d'autres univers que la cuisine, qu'il s'agisse de Schmidt ou de Cuisinella, ceci depuis une dizaine d'années. Nous participons au salon de la Franchise depuis 14 ans et il nous apporte en moyenne 6 ouvertures par an. Aujourd'hui, Cuisinella compte 200 magasins en France, avec 10 ouvertures actuellement en cours, et Schmidt en totalise 272, avec 8 inaugurations en cours. Notre ambition est d'enregistrer 25 nouveaux Cuisinella et 15 nouveaux Schmidt à la fin 2012 ».



Laurent Raison, gérant de Cuisines Raison :

« Nous sommes très satisfait de cette première participation à Franchise Expo. Celle-ci a été motivée par un seuil franchisé de développement qui nous incite à recruter davantage de cuisinistes. Nous rencontrons ici des profils très intéressants de personnes qui ont à la fois l'en|vie de s'installer en qualité de cuisiniste comme nous le

proposons, mais aussi de s'épanouir en embauchant des commerciaux, des poseurs et finalement d'avoir une activité plus large, se rapprochant de celle des magasins traditionnels, mais sans en avoir le poids des charges. Ces candidats viennent d'horizons très divers, certains de l'habitat, d'autres de secteurs d'activité ou de situation professionnelle, salariale notamment, très variées. Leur principale motivation demeure l'entrepreneuriat. Avant le salon, nous comptons 40 franchisés Cuisine Raison, et notre présence ici va permettre de valider notre ambition d'atteindre les 50, voire de les dépasser cette année tout en conservant le caractère sélectif de notre recrutement. Nous souhaitons en effet conserver une croissance maîtrisée ».

Thierry Tallet, directeur général d'Ixina France :

« La fréquentation de cette édition 2012 est assez moyenne. En revanche, les contacts pris sur notre stand sont plus qualitatifs que les années précédentes, parce qu'ils viennent visiter le salon avec un projet d'avantage mûri, la plupart d'entre eux souhaitant avant tout ouvrir un magasin de cuisine. Certains sont même motivés par le projet d'intégrer le réseau Ixina. Je suppose que les visiteurs de Franchise Expo préparent leur venue en se renseignant sur Internet et dans les autres médias. Avant le salon nous comptons 82 magasins Ixina, tous franchisés, sur le territoire national. Notre ambition est d'en ouvrir 15 à 20 par an dans les trois ou quatre prochaines années, afin de doubler notre parc de points de vente à terme. Le salon de la franchise nous apporte en général un petit tiers de ces nouvelles ouvertures, le reste étant le fruit de notre prospection au long de l'année. Certains patrons de magasin décident d'en ouvrir un deuxième voire un troisième à notre enseigne. Par ailleurs, nous avons aussi eu une douzaine de contacts intéressés pour ouvrir un magasin à l'étranger, notamment au Maghreb, en Europe de l'Est, en Russie, en Italie et en Espagne ».



Peter Verplancke, responsable du marché France de Kvik :

« Nous sommes présents sur ce stand de 20 m² afin de recruter des franchisés mais aussi et surtout de nous faire connaître sur le marché français. Ces deux objectifs ont été atteints parce que nous avons rencontré beaucoup de visiteurs intéressés par des projets de création d'entreprise. Nous comptons ouvrir 6 magasins autour de Paris en 2012, ce qui peut sembler ne pas justifier notre participation à Franchise Expo, mais en réalité celle-ci doit servir à notre développement à plus long terme. Il est ainsi prévu d'ouvrir 6 autres points de vente en Région parisienne en 2013, et d'autres encore les années suivantes. Leur surface sera de 500 à 700 m². Nous ne privilégions pas forcément comme profil des directeurs de magasins de cuisines, l'expérience commerciale et de gestion étant notre principal critère de recrutement ».

✓



700 m². Nous ne privilégions pas forcément comme profil des directeurs de magasins de cuisines, l'expérience commerciale et de gestion étant notre principal critère de recrutement ».