



GESTION

COMMERCIAL

Les franchises progressent dans le BTP

Se lancer dans la création d'entreprise tout en bénéficiant de l'appui et de la force d'un réseau? C'est ce que propose la franchise, un mode d'entrepreneuriat qui fait doucement son chemin dans le BTP.

L'entrepreneuriat dans la sécurité: voici comment se présente la franchise. « Cette formule permet à un entrepreneur de s'adosser à un savoir-faire déjà éprouvé, et le plus souvent à une enseigne déjà connue, pour créer son entreprise », explique Chantal Zimmer, déléguée générale de la Fédération française de la franchise. En clair: moyennant un

droit d'entrée, un créateur d'entreprise peut lancer son affaire sous le label d'un concept déjà rodé. « L'avantage est double, détaille Philippe Spindler, directeur commercial adjoint de Tryba, un réseau de construction de fabrication de fenêtres PVC, bois, ou aluminium, portes d'entrée et volets roulants, qui existe depuis 1981. D'une part, le créateur ne part pas

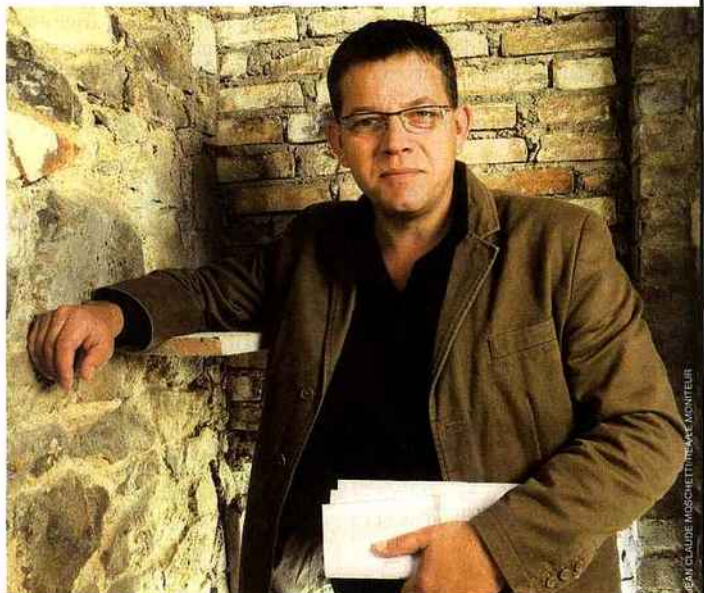
de zéro, puisqu'il se lance avec une marque qui est déjà connue et identifiée du consommateur, et sur une activité rentable. D'autre part, il dispose de la force d'un réseau capable de lui apporter de l'aide et du soutien logistique, notamment en ce qui concerne les dépenses de publicité ou de communication. De plus, le réseau s'avère un renfort de poids quand il s'agit d'aller solliciter un prêt auprès de sa banque. » En échange, le franchisé devra en revanche s'en tenir au cahier des charges établi par la maison mère, qu'il s'agisse du service ou des produits proposés, des prix pratiqués, ou même de la décoration du lieu de vente... « Apporter sa touche personnelle est possible,

mais dans une certaine mesure seulement, et dans le dialogue et l'échange avec le franchiseur. Sinon, le concept perd de son caractère d'exception et de ses avantages concurrentiels et l'ensemble du réseau risque d'en pâtir », argumente encore Chantal Zimmer. A charge ensuite au franchisé de rentabiliser et de gérer comme il l'entend son point de vente (notamment en ce qui concerne les recrutements). En termes de résultat, la majeure partie du chiffre d'affaires revient au franchisé. Une autre est reversée, sous forme de dividendes annuels, mensuels ou hebdomadaires, au réseau. Très prisée dans le commerce ou les services de proximité – épi-

DIDIER FONTAINE, 41 ANS, FRANCHISÉ ACTIV TRAVAUX À RENNES (ILLE-ET-VILAINE)

« Mon expérience du secteur me rend crédible »

C'est en 2006 que Didier Fontaine a adhéré au réseau Activ Travaux, spécialisé dans le courtage en travaux. « Le magasin de matériaux de construction dans lequel je travaillais a fermé, et je me suis dit que c'était le bon moment pour me mettre à mon compte. Mais, comme je souhaitais en même temps bénéficier d'une structure derrière moi qui prenne en charge la publicité et qui puisse me conseiller, je me suis tourné vers la formule franchise », expose-t-il. Après une formation initiale assurée par le réseau et un investissement initial de 20 000 euros, Didier a démarré son activité dans la région de Rennes, où il met en relation des particuliers et des entreprises désireux d'effectuer des travaux d'une part, et des artisans et des entreprises du BTP d'autre part. « Il s'agit d'aller à la rencontre des clients, de comprendre leurs besoins, et de leur trouver ensuite les spécialistes adaptés. Ensuite, je me rémunère via une commission que me verse l'entreprise qui effectue les travaux », détaille-t-il. Un métier prometteur puisqu'en trois ans à peine, Didier Fontaine a déjà réussi à fidéliser près de 100 entreprises autour de son concept. « Le fait d'avoir une expérience passée dans le bâtiment et de connaître les matériaux de construction n'est pas fondamental, mais c'est un atout, car cela me crédibilise auprès de mes interlocuteurs », précise-t-il enfin.





ceries, salons de coiffure, opticiens... -, la formule franchise se développe également dans le secteur du BTP. Portée par des précurseurs tels que Mikit ou Dal'Alu dans les années 1980, la filière bâtiment compte aujourd'hui quelque 25 enseignes, et plus de 1000 franchisés. Les activités phares? Construction de maisons individuelles, de piscines, de fenêtres ou encore de gouttières.

Selon les chiffres de la fédération française de la franchise, Piscines Magiline (installation de bassins) compterait ainsi 150 points de vente, Mikit (construction de maisons individuelles) 204, Dal'Alu (gouttières et descentes en aluminium laqué) 159 et Tryba 240. En marge de ces concepts classiques, d'autres réseaux se sont récemment créés sur des idées plus pointues. C'est le cas d'Activ

Travaux (80 points de vente), qui met en relation des particuliers et des entreprises de BTP, mais aussi de Tempo, spécialisé dans le désamiantage. Avec la montée en puissance des problématiques environnementales, de nouveaux réseaux commencent à se lancer sur le marché. A l'instar de Soleil en tête, qui propose des solutions de chauffe-eau solaire et de panneaux photovoltaïques. Pour autant, le BTP ne représente encore à l'heure actuelle que 2,1% des effectifs globaux de la franchise en France. «Il est possible que la franchise, qui repose sur un savoir-faire très bien identifié, et sur un dialogue de franchiseur à franchisé, ait du mal à séduire les professionnels d'un secteur traditionnellement organisé autour de petites entreprises familiales», tente d'expliquer Chantal Zimmer.

Des commerciaux plus que des techniciens

Et pourtant. De l'aveu même des têtes de réseau, inutile d'avoir derrière soi une grande expérience dans le secteur pour sauter le pas. «Montrer un intérêt pour le BTP est indispensable. En revanche, nul besoin de maîtriser les autres as-

pects du métier. Les qualités commerciales sont plus importantes que les qualités techniques», explique Christian Gahinet, le président fondateur d'Activ Travaux. En réalité, la plupart des réseaux cherchent en priorité des personnes confirmées, disposant d'une première expérience de management et de qualités d'entrepreneurs plus que d'experts.

Une fois embauché (le coût d'entrée est variable selon la taille de l'entreprise), le franchisé reçoit une formation de plusieurs jours sur les produits et services qu'il vend. Ainsi, Activ Travaux propose à tout nouveau franchisé de suivre un cursus de 9 jours au siège, à Nantes. D'autres réseaux, eux, placent les nouveaux venus un certain temps dans un magasin pilote, afin qu'ils apprennent les bases techniques nécessaires pour assurer le métier. «Nos concessionnaires proviennent de tous les secteurs d'activité. La preuve, nous comptons plus d'anciens salariés de l'automobile que d'anciens artisans du bâtiment... Nous faisons notre choix davantage sur des critères humains que techniques», confirme Philippe Spindler, de Tryba.

STÉPHANE RÉGY ■

THOMAS VEDEL, 35 ANS, FRANCHISÉ MIKIT À VICHY (ALLIER)

« Je bénéficie de conseils juridiques ou comptables »

Le bâtiment? Thomas Vedel n'avait jamais travaillé dans le secteur avant d'ouvrir son point de vente Mikit, en novembre 2005. «Je viens de la filière industrie.

Et c'est vrai que lorsque j'ai voulu me lancer dans la franchise, j'ai d'abord cherché dans mon secteur. Mais n'ayant rien trouvé qui me séduise, j'ai commencé à regarder ailleurs. Et j'ai vite arrêté mon choix sur Mikit qui, bien que proposant un service que je ne connaissais pas, disposait de fondations solides», explique-t-il. Pour se familiariser avec son nouveau métier - la vente et la construction de maisons individuelles -, Thomas Vedel a suivi plusieurs sessions de formation assurées par le réseau Mikit.

«Pour la phase de construction, nous passons par des sous-traitants spécialisés: charpentiers, couvreurs... Il a donc fallu que j'apprenne quelques bases sur ces métiers, de façon à choisir ensuite de travailler avec de bons professionnels», illustre-t-il. En outre, celui qui avoue avoir investi entre 120 000 et 140 000 euros dans son affaire (qui emploie cinq personnes), bénéficie de «conseils administratifs, juridiques, et comptables». De quoi concentrer toutes ses forces sur l'activité commerciale: deux ans à peine après s'être lancé, Thomas Vedel avait déjà rentabilisé son entreprise.

