



PALMARÈS 2010 FRANCHISE & BUSINESS

Le « Top 10 » des réseaux de l'année !

Pas toujours facile de choisir le bon réseau ! Il existe près de 1 500 réseaux de franchise en France. Certains sont récents, d'autres beaucoup plus anciens. Certains sont typiquement français, d'autres d'origine étrangère. Certains sont célèbres parce que s'adressant à un très large public, d'autres plus confidentiels, puisque fonctionnant dans le « *business to business* ». Tous ont une raison d'être et de se développer sur notre territoire en 2010 et le font avec plus ou moins de succès. Les journalistes de *Franchise & Business* vous présentent leur palmarès des 10 meilleures franchises du moment, à savoir celles qui ont d'après eux le mieux communiqué en 2009, tout en affichant une stratégie offensive en matière de développement et un concept durable.

A vous Réseaux de vous organiser pour que votre enseigne puisse apparaître dans le prochain palmarès 2010/2011 qui récompensera vos performances, tant en matière de communication que de développement. Mais, avant de vous présenter plus longuement les 10 réseaux qui ont été sélectionnés cette année,

voici notre premier palmarès tant attendu.

Le bon moment pour investir !

Il existe mille et une raisons pour investir en franchise en 2010. D'abord, parce que c'est un moyen

rassurant pour créer son entreprise. Pour preuve, le nombre de créations d'entreprises enregistré en décembre 2009 est plus élevé que celui de décembre 2008. En effet, le nombre de créations d'entreprises a décollé de 75% en 2009 grâce à la mise en œuvre du statut de l'auto-entrepreneur.

Selon les statistiques publiées par l'INSEE,

PALMARES 2010 Les 10 réseaux, franchiseurs de l'année !

- 1 Feu Vert
- 2 Rivalis
- 3 Guy Hoquet
l'Immobilier
- 4 La Mie Câline
- 5 Monceau Fleurs
- 6 Lady Moving
- 7 National Citer
- 8 Adhap Services
- 9 Basic System
- 10 Falco Immobilier





TOP 10



FEU VERT Équipement automobile

38 ans d'expérience et de réussite

Créé en 1972, *Feu Vert* est en franchise et en succursalisme depuis 1983. La société distribue des pièces, accessoires et équipements automobiles en libre service et propose environ 70 forfaits de services en atelier six jours sur sept. *Feu Vert*, leader des centre-autos en franchise, recrute encore en 2010 pour son développement 20 entrepreneurs franchisés.

L'enseigne dispose d'un centre national de formation près de Lyon afin de rester à la page des dernières technologies, d'un entrepôt central dans l'Ain qui permet les livraisons rapides.

The screenshot shows the Feu Vert website interface. At the top, there's a search bar and navigation links. Below, there are several promotional banners and product listings. One prominent banner is for 'PASSIONNÉS DE COURSE AUTOMOBILE' with a 'PARTIRE A LA JCUP' offer for 15 euros. Below this, there are several product cards with prices and 'Je profite' buttons. The products include: Coffin de kit court (89.90€), Autoradio JVC KD-NR1 (108.00€ - 99.90€), GPS TomTom New XL (179.00€ - 149.90€), Chaîne à neige XBS (à partir de 29.99€), Pneu-étier Magnétique (29.99€), GARDIN HIVE 2000 XT12AR (116.00€ - 149.99€), HiFi Pioneer (48.00€ - 39.90€), Housse universelle (14.00€ - 12.90€), Autoradio Neon AR 7013 (329.00€ - 299€), and Pompe à pied (34.00€ - 19.99€).

L'enseigne a aussi créé un club Jeunes Conducteurs pour les 18-25 ans qui leur confère de nombreux avantages.

Les créateurs sont Messieurs Arcan avec un premier point de vente à Ecully positionné relativement jeune avec un look rappelant l'atmosphère du rallye automobile. Pourtant au départ, l'offre est

encore assez étroite, concentrée sur les accessoires et les pneus. La franchise va peu à peu être mise au point avec le vrai concept de Centre Auto. C'est d'ailleurs de 1984 à 1989 que l'accélération va être la plus forte pour le développement de la société.

Dans les années 90, la concurrence se fait plus rude et la participation

du groupe *Monnoyeur* qui distribue notamment en France la marque *Caterpillar* est un véritable plus afin de mener à bien sa réorganisation et des rachats d'entreprises. C'est aussi à ce moment là que la communication prend son envol avec des engagements au niveau du prix et de la rapidité.

Nous sommes à présent à l'heure des nouveaux développements en travaillant notamment sur des produits tels que les téléphones et systèmes GPS, sur la qualité, sur la clientèle féminine, sans oublier la carte marketing et la redéfinition de la charte visuelle.

L'enseigne recrute bien évidemment pour un métier de franchisé qui a de multiples aspects : être un manager puisqu'il faut diriger et animer une équipe de 6 à 20 personnes, avoir des qualités de gestionnaire notamment en ce qui concerne les stocks, faire du marketing en communiquant localement. En bref, une vérita-

Dates clés Feu Vert

- **1972** : La société *Feu Vert* est créée à Lyon. L'objectif est d'installer en France un réseau de vente, spécialisé dans la distribution d'équipements automobiles. La volonté des fondateurs de la société est de proposer un nouveau service de proximité, aux consommateurs de 18 à 35 ans, pour lesquels l'accessoire et l'équipement automobile sont importants.
- **1979** : *Feu Vert* modifie son concept de magasin d'accessoires, ajoute une activité atelier entretien et développe l'idée du « centre auto » en franchise. Ce dernier est complètement abouti en 1983, en adéquation avec les nouvelles attentes du client : transparence et vérité sur les prix, boxes de montage pour les équipements achetés en magasin, choix élargi de produits avec une sélection de 5 000 références.
- **1988** : Le groupe *Monnoyeur*, groupe familial distributeur des matériels de travaux publics et de manutention de marque *Caterpillar*, se diversifie dans la distribution automobile et prend le contrôle de *Feu Vert*.
- **1990** : Le concept s'internationalise avec la création de la filiale espagnole *Feu Vert Iberica* en joint-venture avec le groupe espagnol *Continente (Promodes)*.

- **1998** : Le groupe *Monnoyeur* et *Casino* annoncent leur alliance avec une participation en capital respectivement de 62 % et de 38 % dans l'enseigne portant le nombre de centres auto de *Feu Vert* à 277 en Europe.
- **1999** : L'entreprise exploite son premier centre en Pologne.
- **2000** : *Feu Vert* renforce ses positions et les activités de *Feu Vert Iberica* par la reprise du réseau espagnol de centres auto *Delauto* ce qui portera le nombre d'enseignes espagnoles à 58. L'enseigne prend une participation majoritaire dans le capital de *Mondial Pare-Brise*, réseau de centres de pose et de réparation de pare-brise, plus de 200 centres à ce jour, exploité par la société *Auto Vitrage Diffusion*.
- **2002** : *Feu Vert* annonce le rachat des 54 centres auto du réseau Carrefour.
- **2005** : Le réseau ouvre son premier centre auto au Portugal.
- **2007** : *Feu Vert* crée la *JCup*, nouvelle compétition automobile exclusivement réservée aux jeunes de 18 à 25 ans (<http://www.jcupfeuvert.fr>). il annonce la reprise des 24 centres *Vidange et Soins Auto Carrefour*. Le Groupe *Monnoyeur*, propriétaire à 100 % du capital de *Feu Vert*, cède 66 % à *CDC Capital Investissement*.



2 RIVALIS Accompagne- ment des TPE

Des chiffres record pour le
 « militant de la TPE »

Rivalis, le militant de la TPE, affiche des résultats 2009 positifs, à la hauteur de ses ambitions ! En ce début d'année, la société cotée au marché libre NYSE-Euronext Paris depuis juin 2009, présente des résultats en progression constante qui confirment son succès et confortent la PME alsacienne dans la réalisation de ses objectifs pour 2010. Avec un chiffre d'affaires en progression d'environ 13% par rapport à 2008, passant de

2,34 millions d'euros à 2,64 millions d'euros sur 2009, Rivalis affiche une bonne santé financière.

Le groupe alsacien, premier réseau d'aide à la gestion pour les petites entreprises, se félicite de ce bilan positif : « Nos résultats sont en progression constante et ce, depuis le début de la crise. Nous sommes satisfaits de ces chiffres dans un contexte difficile », déclare Lionel Valdan, co-dirigeant de Rivalis. Déjà en juin 2009, le groupe Rivalis avait prouvé sa solidité sur le marché avec l'annonce de son introduction sur le marché libre, précédée d'une levée de fonds de 750 000 €. Cette opération a constitué une révolution au sein du groupe, mais également une révolution sur le marché. En effet, Rivalis était en juin la 6ème entreprise seulement à s'introduire en Bourse et, parmi elles, la seule à avoir levé des fonds au préalable de l'introduction. « C'est assez exceptionnel que Rivalis, militante des petites entreprises, réalise une telle opération quand les grands groupes et les marchés financiers sont à la peine ! Nous en sommes très fiers car celle-ci nous a donné une nouvelle dimension mais révèle également un réel intérêt des investisseurs pour notre métier » complète Lionel Valdan.

C'est pourquoi Rivalis, face à la nouvelle réglementation tarifaire

ble fonction de chef d'entreprise. L'enseigne annonce un investissement mobilier et immobilier qui se situe entre 700 et 900 000 euros. Les droits d'entrée sont de 25 000 euros et les redevances se montent au total à 7,2% publicité comprise.

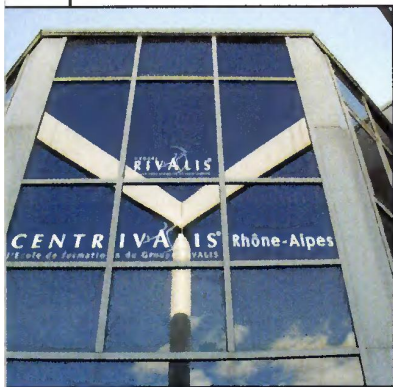
L'année 2010 s'annonce en effet riche en opportunités, tant en terme de création de points de vente, qu'en terme de reprise d'entreprises ou de fonds de commerce sous enseigne. Feu Vert invite donc les candidats intéressés à franchir le pas de la création d'entreprise et à se mettre à leur compte en exploitant un centre-auto dans la région de leur choix : Ile-de-France ou province, petites villes ou grandes agglomérations.



Les frères Valdan (Rivalis).

Infos & chiffres clés Feu Vert

- Date de création de l'entreprise : 1972
- Date de création de l'entreprise en franchise : 1979
- Nombre de franchises et autres implantations : 306
- Type de contrat : Franchise
- Apport personnel : 150 000 €
- Droit d'entrée : 25 000 €
- Surface moyenne : 800m²
- Investissement global : 700 000 € à 900 000 €
- Redevances, pub comprise : 6% du CA HT dont 1,2 % pour la publicité nationale.
- CA ht moyen d'une implantation après 2 ans d'activité : 1 800 000 €
- Contact : Service recrutement Franchise
 Adresse : Feu Vert, 11 Allée du Moulin Berger 69130 Ecully
 Tél. : 04 26 10 58 30
www.feuvvert.fr
 Ou recrutement.franchise@feuvvert.fr



du marché libre dès 2010 et à la proposition de se retirer sans conditions, déclare ne pas souhaiter se désengager : « *Aujourd'hui, il n'est absolument pas question de faire faux bond aux actionnaires qui nous ont fait confiance. Cette introduction en Bourse est une formidable opportunité de développement que nous comptons saisir pleinement !* », affirme Lionel Valdan.

2010 : Consécration & concrétisation

2009 a constitué une forte période de transition pour Rivalis, notamment au niveau de son réseau. Il n'a pas cessé de croître depuis sa création : plus de 200 experts recensés et il ne cesse de se développer. Cette croissance implique de revoir le modèle économique et la façon dont ce réseau est conçu : un réseau de 50 personnes ne se

gère pas comme un réseau de 200 ! Pour faire face à cette situation, Rivalis a fait appel à un cabinet d'audit spécialisé dans la franchise, Franchise Management. Un 1^{er} rapport d'audit a été transmis en cette fin d'année, issu d'une analyse du

Infos & chiffres clés Rivalis

- **Date de création de l'entreprise :** 1993
- **Date de création de l'entreprise en franchise :** 1996
- **Nombre de franchises et autres implantations :** 284 (au 31/12/2009)
- **Type de contrat :** Franchise
- **Apport personnel :** 12 000 €
- **Droit d'entrée :** 28 000 €
- **Investissement global :** 54 500 € Habillage publicitaire de voiture (covering) Budget de communication annuel 12 000 €
- **Redevances, pub comprise :** 45 €/client par mois avec un minimum de 450 € (à partir du 4^e mois d'activité)
- www.rivalis.fr

A propos de Rivalis

Le Groupe Rivalis est né en réaction contre l'absence de soutien apporté aux petites structures et aux artisans par les organismes économiques officiels. Fondé par Henri Valdan, entrepreneur alsacien, Rivalis a pour vocation de conseiller, accompagner et guider les dirigeants des TPE dans la gestion de leurs entreprises, au travers d'une formule unique, totalement adaptée aux besoins des petites structures : la combinaison d'un progiciel de gestion et du suivi d'un expert. Développé en réseau depuis 1996, Rivalis est aujourd'hui présent sur toute la France. Implanté à Colmar, le groupe puise son énergie dans des valeurs fortes, basées sur un état d'esprit familial attaché à sa région.



réseau en l'état et des témoignages des experts. Les recommandations finales sont attendues sous peu, avec pour objectif d'aménager au mieux la structure. « *Si nous souhaitons prendre le temps d'analyser ces résultats, une chose est sûre : 2010 augure de nombreux changements, destinés à mieux organiser le réseau, avec un véritable recentrage autour de notre savoir-faire* », précise Damien Valdan, co-dirigeant de Rivalis.

D'autre part, et grâce notamment à l'impulsion donnée par la levée de fond, Rivalis concrétisera en 2010 des objectifs de développement, notamment celui d'offrir des services et de partenariats avec

différentes professions clés de la vie d'une petite entreprise. « *La levée de fond de juin, appuyée par nos bons résultats sur l'année 2009, nous donnent une nouvelle envergure sur le marché du service aux entreprises et nous comptons bien l'exploiter* », conclut Lionel Valdan.

3 GUY HOQUET L'IMMOBILIER
Réseau d'agences immobilières

Roi de l'immobilier et des relations avec ses franchisés

Fondé en 1994 par Monsieur





Relation franchiseur-franchisé : des résultats éloquentes pour *Guy Hoquet*

- 99,4% des franchisés se déclarent satisfaits de la qualité de la formation initiale
- 98,1% estiment que *Guy Hoquet l'Immobilier* est un « bon franchiseur »
- 95,6% éprouvent un sentiment de réussite au sein de l'enseigne.

(Source : Indicateur de la Franchise)

Guy Hoquet, le groupe s'est imposé, en quelques années, comme un acteur incontournable du marché immobilier. Avec plus de 633 agences et cabinets d'affaires répartis sur le territoire français, mais aussi au Maroc et à Madagascar, le groupe *Guy Hoquet* est aujourd'hui le 3^e réseau d'agences immobilières franchisées du marché français.

Les franchises du groupe ont en commun les valeurs de citoyenneté et de proximité, et placent la relation client au cœur de leurs préoccupations. Le groupe adhère notamment au Fichier Français Immobilier des Professionnels, qui simplifie les recherches d'un bien immobilier et permet d'accompagner au plus près les clients dans leurs projets. Premier réseau en franchise immobilière à avoir obtenu en 2006 le Certificat ISO 9001 (renouvelé en 2009) pour sa relation franchiseur/franchisé, le

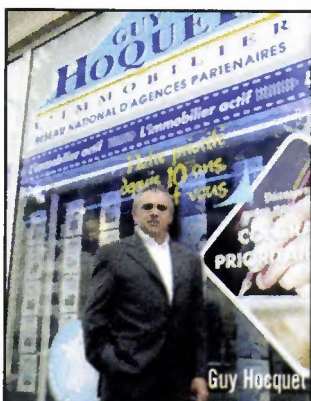
groupe *Guy Hoquet* s'illustre par sa démarche de qualité, de modernité et de citoyenneté.

Guy Hoquet Entreprises & Commerces

Fort du succès de cette 1^{ère} enseigne, *Guy Hoquet* crée, en octobre 2002, un second réseau exclusivement dédié aux transactions de fonds de commerces, droits au bail et immobilier d'entreprises : *Guy Hoquet Entreprises & Commerces*. A terme, c'est un potentiel de 80

Infos & chiffres clés Guy Hoquet

- **Date de création de l'entreprise :** 1994
- **Date de création de l'entreprise en franchise :** 2001
- **Nombre de franchises et autres implantations :** 633 au 01/01/2009
- **Type de contrat :** Franchise
- **Apport personnel :** 70 000 €
- **Droit d'entrée :** 28 000 €
- **Investissement global :** 125 000 €
- **Redevances, pub comprise :** Redevance mensuelle : 650 euros HT + 2% CA HT
- **Redevances publicitaires :** 230 euros HT + 1% CA HT
- **www.guy-hoquet.com**



unités qui couvriront l'ensemble des besoins du territoire national, avec l'objectif affiché de s'imposer très rapidement comme le leader de la transaction commerciale.

Une ambition : révolutionner la profession d'agent immobilier

Guy Hoquet, c'est avant tout l'histoire d'un homme entreprenant et passionné, qui s'est lancé le défi de révolutionner la profession, souvent décriée et mal connue. S'il n'a pas inventé le métier d'agent immobilier, il lui a imposé son savoir-faire et ses valeurs : rigueur, proximité, écoute et partage. Le groupe doit l'expansion qu'on lui connaît à sa clé de voûte : le sens du client. *Guy Hoquet l'Immobilier* déploie des méthodes et des outils concrets pour offrir à ses clients une qualité de service unique : écoute, suivi, transparence des contrats, engagements respectés, etc. En 2008, *Guy Hoquet l'Immobilier* va plus loin dans la recherche de la satisfaction du client. Le groupe propose, en effet, une palette de services dédiés à la personne, afin de faciliter leur quotidien. Du partenariat avec *Ma-residence.fr* aux guides « Solutions Clés », le sens du client chez *Guy Hoquet l'Immobilier* va bien au-delà de la simple transaction.

Une relation franchiseur-franchisé hors du commun

La forte implication de *Guy Hoquet* en personne au sein du réseau, tant dans l'écoute et l'assistance que dans la transmission de son savoir-faire, constitue un des fondements du groupe. Il multiplie les rendez-vous formels et informels avec l'ensemble du réseau. Il effectue régulièrement des tournées en région dans les agences pour resserrer les liens avec chaque franchisé. Il organise par ailleurs les « rencontres *Guy Hoquet* », moments d'échanges et d'entretiens avec tous les collaborateurs du groupe. Les franchisés peuvent également, s'ils le souhaitent, devenir membres de l'Association des Licenciés et Franchisés du groupe *Guy Hoquet l'Immobilier*. L'Association sert de véritable lieu d'échange et de réflexion entre les membres. Cette relation franchiseur-franchisé hors du commun vaudra d'ailleurs à l'enseigne d'être admise, en 2005, au sein de la Fédération Française de la Franchise.

4 LA MIE CÂLINE

Terminaux de cuisson L'année de tous les défis

« *La Mie Câline Distribution* »,

