



Grégory REGOUBY

Directeur de la Publication & CEO du Groupe Plus que PRO

Avec la crise sanitaire, les candidats à la franchise sont plus exigeants que jamais...

Les candidats à la franchise ne s'informent plus de la même manière... ni aux mêmes sources qu'auparavant !

Il y a encore deux ans à peine, un concept pouvait se contenter de séduire sans nécessairement rassurer. Aujourd'hui, au même titre qu'un consommateur ne se contente plus de promesses pour décider d'un achat, quel qu'il soit, un porteur de projet n'envisage plus de se lancer ni d'investir sans réelles garanties.

Avant la crise, la rencontre physique et des échanges chaleureux avec un franchiseur dans les allées d'un salon considéré comme un événement incontournable, la convivialité d'une rencontre dans un contexte favorisant nécessairement l'enthousiasme, pouvaient suffire à emporter l'adhésion d'un candidat.

Le Covid a changé les règles : aucun entrepreneur n'envisage désormais de s'engager à développer une activité sans l'assurance qu'elle sera rentable, tandis que les dernières éditions de Franchise Expo et du Forum Franchise de Lyon remontent à 2019, sans certitude à ce stade quant à leur avenir et, plus encore, leur pérennité...

Les créateurs d'entreprise mettent en moyenne davantage de temps à choisir définitivement l'enseigne qu'ils envisagent de rejoindre.

Nous le constatons chaque jour en analysant les échanges avec les visiteurs de nos différents sites comme ceux de Franchise Magazine, d'AC Franchise ou de l'Indicateur de la franchise : jamais, sans doute, celles et ceux qui envisagent de se lancer en réseau n'ont étudié avec autant de soin (et aussi longtemps !) les

avantages et les garanties qu'ils pouvaient en attendre avant de se décider à signer leur contrat.

Une prudence assumée et bien compréhensible, lorsqu'aux incertitudes inhérentes à tout projet de reconversion s'ajoute la crainte de difficultés économiques liées aux circonstances exceptionnelles que nous vivons depuis maintenant plus d'un an. D'où l'allongement des délais de réflexion que nous mesurons clairement depuis maintenant plusieurs mois.

« C'est désormais une certitude : notre secteur économique du commerce associé n'a pas échappé aux bouleversements provoqués par l'irruption soudaine du Covid-19 dans notre univers professionnel. Avec plusieurs conséquences très concrètes... »

Les futurs franchisés ont désormais besoin d'avoir confiance et d'être rassurés, non seulement par leur futur réseau, mais autant que possible par ses membres eux-mêmes !

Et c'est bien là que des outils de référence originaux et incontestables comme les enquêtes réalisées par L'Indicateur de la Franchise prennent tout leur sens. Comme vous le constaterez en consultant dans ce numéro les résultats de certaines d'entre elles, réalisées récemment auprès de réseaux dans des domaines d'activité aussi divers que l'équipement de la maison, l'alimentaire, les services à la personne

ou l'achat-vente entre particuliers.

Une mine d'informations particulièrement précieuse pour les candidats, avant tout parce qu'elle repose sur les témoignages de leurs futurs confrères potentiels et concernent tous les paramètres dont ils doivent s'inquiéter avant de s'engager : de l'aide au démarrage à la formation, de la communication à l'assistance, en passant par la foi en l'avenir.

Dans le domaine du commerce, organisé ou non, rien ne remplace la valeur de la preuve !