

Mariage à trois

La franchise, un partenaire du créateur d'entreprise

En temps de crise, les candidats à la création d'entreprise se montrent sensibles aux atouts de la franchise. Mais intégrer un réseau, ne s'improvise pas.

FABRICE BARBIAN

Prospectus sous le bras, Bruno papillonne d'un stand à l'autre pour glaner des informations. «*Je suis tenté par l'aventure du commerce. Je suis donc venu voir ce que proposent les franchiseurs pour me faire une idée des avantages et inconvénients*» explique le jeune homme rencontré lors du «*Jour de la franchise*», organisé dans les locaux de la Chambre de

commerce. «*Avec la crise, les candidats désireux de créer leur propre affaire ressentent le besoin d'être rassurés. Intégrer un franchiseur, c'est bénéficier de son savoir-faire, de son expérience mais également, dans certains cas, d'un petit coup de pouce susceptible de rassurer un banquier trop frileux*», explique Gilbert Lardinois, secrétaire général de la Fédération belge de la franchise.

A l'image des franchises présentes à ce salon, l'offre est relativement large en la matière.

En France, par exemple, on recense ainsi plus de 1.000 franchises dont une centaine a été créée l'an dernier. «*Aux côtés des grandes enseignes actives dans l'immobilier ou le commerce de proximité, on assiste à l'émergence de fran-*

chises dans le secteur des services aux entreprises et aux particuliers. Ces dernières se développent tout particulièrement car le secteur est porteur et l'investissement souvent minime», précise l'expert.

COMME EN AMOUR

Mais là n'est pas l'essentiel. «*L'argent est un paramètre parmi d'autres. La renommée de l'enseigne, son organisation, sa stratégie, la qualité du contrat proposé mais également ses propres compétences sont à prendre en considération. Intégrer une franchise, c'est signer pour un mariage à trois: le franchiseur, le réseau et le franchisé. Cela ne se fait pas du jour au lendemain, il faut apprendre à se*

connaître, à se découvrir via un stage chez un franchisé, par exemple, avant de se fiancer, puis de signer», résume Gilbert Lardinois.

Et de s'installer. Au Luxembourg ? «*C'est un marché qui offre un réel potentiel car l'économie y est solide*», confie le secrétaire général sans plus de précisions.

Un sentiment partagé par Robert Courtois qui dirige l'entreprise Greenwaco, spécialisée dans la construction et la commercialisation de véhicules électriques sur mesure, désireux d'y commercialiser le Kosmob, un scooter électrique (0,15 euro les 100 kilomètres) et écologique. «*Un produit intéressant qui répond effectivement à des exigences d'aujourd'hui*» confie Bruno, visiblement séduit.