

Le guide de la stratégie d'implantation des franchiseurs.

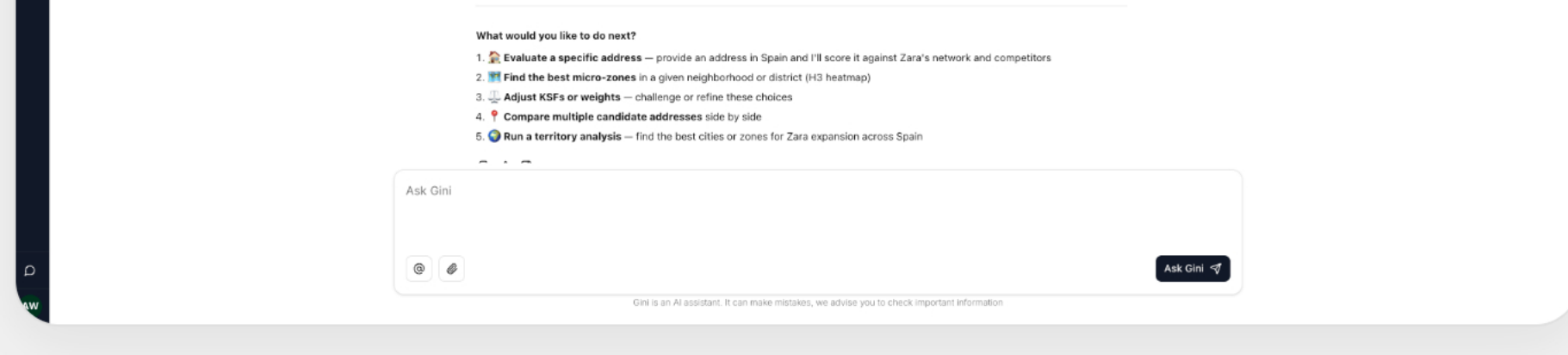
AVANT L'ÉTAPE 1

Cette checklist suppose que votre cadre de développement est fixé : ouvertures par an, marchés cibles, modèle de franchise, investissement par point de vente. Si ce n'est pas le cas, commencez par le définir.

COMMENT L'UTILISER

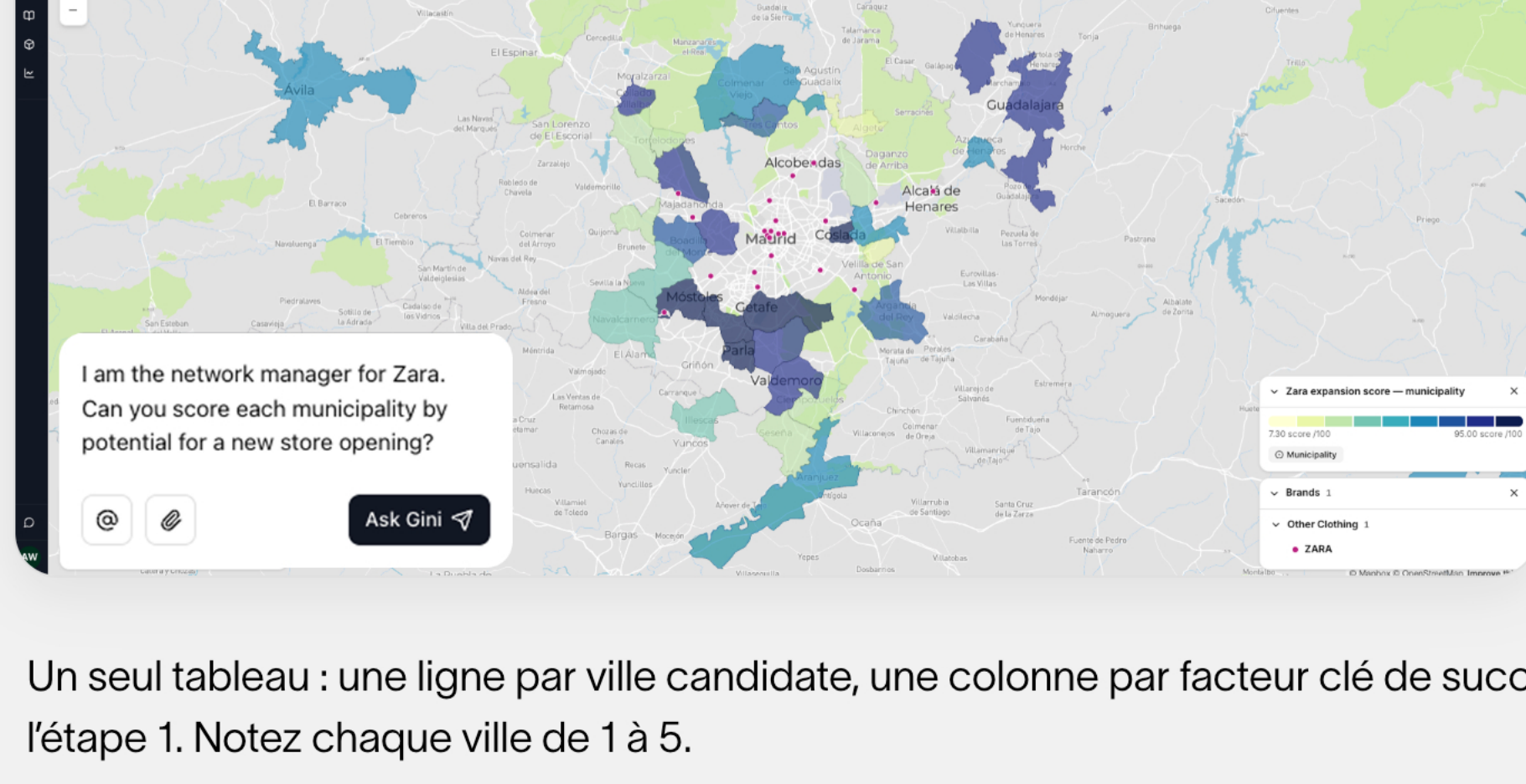
Imprimez-la. Cochez les cases. Une case vide, c'est une étape que vous avez sautée.

1 Commencez par étudier votre propre réseau



- ☐ Créez un tableau avec chaque point de vente existant : chiffre d'affaires, surface, format, loyer, date d'ouverture, exploitant.
- ☐ Comparez les points de vente comparables (ne comparez pas un format city à un format 2,000m²).
- ☐ Demandez-vous pourquoi vos meilleurs emplacements sont les meilleurs. Qu'ont-ils en commun ? Taille de la zone de chalandise, flux piétons, visibilité, enseignes voisines, transports, stationnement.
- ☐ Demandez-vous pourquoi vos pires emplacements sous-performent. Zone de chalandise trop faible, format inadapté, loyer trop élevé ou exploitant en difficulté ? Ce sont quatre problèmes différents.
- ☐ Notez les 3 à 5 facteurs qui expliquent réellement l'écart entre les deux groupes. Ce sont vos facteurs clés de succès.
- ☐ Transformez-les en grille de critères pondérés.

2 Choisissez où vous développer



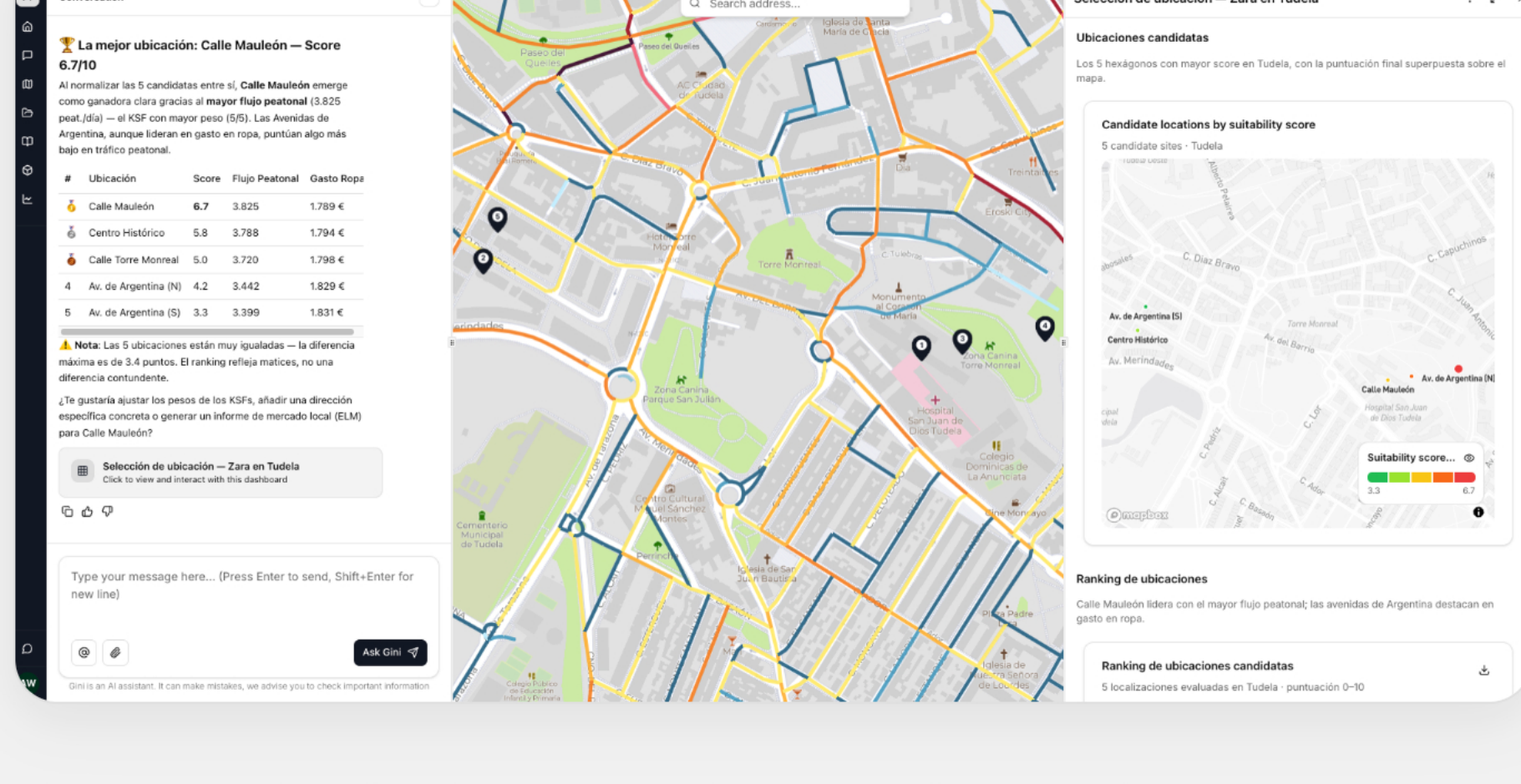
- ☐ Un seul tableau : une ligne par ville candidate, une colonne par facteur clé de succès de l'étape 1. Notez chaque ville de 1 à 5.
- ☐ Demandez à votre équipe de recrutement combien de candidats disposant d'un apport suffisant par marché. Aucun candidat financé : ce marché passe en attente.
- ☐ Tracez la vraie zone de chalandise autour de chaque point de vente potentiel, avec la distance que vos clients parcourent réellement. Superposez-les à votre shortlist. Chaque zone blanche qui respecte vos critères est un territoire à développer en priorité.
- ☐ Définissez l'exclusivité par écrit avant de la vendre : le rayon ou le temps de trajet couvert, et à qui reviennent les commandes en livraison.

3 Pré-filtrez chaque local



- ☐ Un dossier de soumission type avec les mêmes champs pour tous : adresse, coordonnées, surface, loyer demandé, date de disponibilité, contact bailleur, photos. Tout dossier incomplet repart chez le conseil immobilier.
- ☐ Traduisez vos facteurs clés de succès en six à huit questions fermées.
- ☐ Fixez les seuils chiffrés à partir de vos meilleurs points de vente : population de la zone, population de jour, revenu médian, places de parking, loyer maximum en part du chiffre d'affaires prévu.
- ☐ Listez les enseignes voisines qui portent votre concept et celles qui le pénalisent. Vérifiez les deux dans le dossier.

4 Comparez les locaux restants



- ☐ Analysez les données de flux piéton de chaque site candidat.
- ☐ Visitez chaque site et évaluez certains critères : le site est-il visible ? Est-ce que les piétons marchent-ils bien devant ? Y-a-t'il un parking ?
- ☐ Etudiez les données de chalandise : population, revenus, âge, rapport entre population de jour et population du soir, et provenance des visiteurs.
- ☐ Cartographiez tous les concurrents directs et indirects dans votre zone, plus les locomotives et commerces complémentaires qui amènent vos clients devant la porte.
- ☐ Estimez le chiffre d'affaires à partir de points de vente comparables, à zone de chalandise et format équivalents. Donnez un scénario bas, central et haut. Le loyer doit tenir sous votre plafond dans le scénario bas.
- ☐ Produisez l'État Local de Marché du territoire : chalandise réelle, structure de population, concurrence directe et indirecte, dynamique commerciale de la zone, sources et date de chaque donnée. C'est la pièce du DIP que vous devrez remettre au candidat.

5 Validez

- ☐ Aucun local ne passe à l'étape suivante sans un franchisé identifié, validé et disposant du financement.
- ☐ Remettez le DIP au candidat, ELM inclus, au moins 20 jours avant la signature du contrat de franchise et avant tout versement, droit d'entrée ou acompte compris. Faites signer un accusé de réception daté.
- ☐ L'ELM décrit le marché. Les trois scénarios de chiffre d'affaires restent internes et ne sont jamais remis comme un prévisionnel. Si le candidat construit un prévisionnel, c'est le sien, à partir de vos données brutes.
- ☐ Signez une lettre d'intention (LOI) conditionnelle avant de dépenser en études, plans ou revue juridique.
- ☐ Le même dossier à chaque fois : grille de notation, carte de chalandise, carte de la concurrence, vos comptages de flux, résumé du bail, plan d'aménagement, trois scénarios de chiffre d'affaires.
- ☐ Décidez par écrit sous cinq jours ouvrés : validé, validé sous conditions explicites, ou refusé avec le motif.
- ☐ Personne ne signe de bail avant que cette validation écrite existe.

6 Négociez le bail

- ☐ Confirmez la destination autorisée et les règles d'urbanisme par écrit auprès de la mairie.
- ☐ Si vous êtes dans un centre commercial, demandez l'exclusivité et faites définir « concurrent direct » dans le texte.
- ☐ Négociez les conditions financières : loyer de base, plafond d'indexation, mois de franchise de loyer, participation aux travaux, durée et options de renouvellement, puis qui paie les charges communes, les taxes, les assurances et les fluides.
- ☐ Négociez la sortie : droits de cession et de sous-location, clause de sortie liée au départ des locomotives, et droit de résiliation si le chiffre d'affaires reste sous un seuil convenu.
- ☐ Testez le cheminement des livraisons et lisez le règlement du centre sur les horaires, les déchets et le bruit avant de signer, puis fixez le début du bail après la date prévue d'obtention des autorisations.
- ☐ Vérifiez que le délai de 20 jours est écoulé avant la signature du bail comme du contrat de franchise. Un bail signé dans le délai vous expose autant qu'un contrat signé dans le délai.

7 Ouvrez, puis bouclez la boucle

- ☐ Établissez un rétroplanning à 90 jours avec un nom et une date par ligne : autorisations, livraison du mobilier et des équipements, recrutement, formation, logiciel de caisse et prise de commande en ligne, licences, contrôles.
- ☐ Dépensez le budget de lancement dans la zone de chalandise uniquement : publicité géociblée, boîlage, partenaires implantés dans votre isochrone.
- ☐ À 90 jours et à 12 mois, comparez chiffre d'affaires réel, flux et coûts aux trois scénarios du dossier.

Un responsable par étape.

Un seul outil pour le pipeline, les grilles de notation et les validations.

Une source de données unique par indicateur, avec une fréquence de mise à jour définie.

Une date limite de décision à chaque étape, et une personne désignée pour arbitrer.

Envie de dérouler ces étapes en quelques minutes ?

Découvrez Gini by MyTraffic, notre assistant de sélection d'emplacements pour les franchiseurs. Automatisez votre stratégie d'expansion, vos ELM et plus encore.

Essayer gratuitement