

Date : 20/04/11

## Poste par poste : le coût d'une ouverture en franchise

Par Mathieu Bahuet

Stock initial, matériel, agencement, besoin en fonds de roulement : autant de dépenses indispensables au lancement d'un point de vente. Très variables selon les secteurs, leurs montants doivent surtout être amortis une fois l'affaire sur les rails

Réitération d'un concept éprouvé, la franchise offre théoriquement à tout candidat un mode opératoire "clé en main" au lancement, puis au démarrage d'une nouvelle affaire. Lesquels nécessitent certains investissements plus ou moins importants selon les activités. De l'enquête menée début 2011 par Franchise Magazine, il ressort que les montants moyens respectifs mentionnés par plus de 500 réseaux pour le stock initial, l'agencement au m<sup>2</sup>, l'équipement en matériel et la publicité d'ouverture, restent assez stables. Posté clé permettant au franchisé d'alimenter ses rayons, le stock initial demeure le plus coûteux mais s'inscrit à la baisse, à 25 369 €. "Le montant diminue avec l'incidence de la réforme des délais de paiement et la problématique de flux d'approvisionnement, observe l'expert-comptable Olga Romulus (Fiducial). Les enseignes essaient de constituer des stocks "intelligents" pour pouvoir travailler et assurer un réassort facile non préjudiciable au commerce."

Sans surprise, les activités les plus chères en stock initial sont les solderies (253 000 € en moyenne), devant le jardinage (243 000). Suivent les spécialistes du meuble et de la décoration (133 000), les centres auto (123 000) et l'ameublement (114 000). A l'inverse, c'est logiquement dans le secteur des services que les montants consacrés au stock initial sont les plus faibles (6 463 € en moyenne). Citons notamment les agences



## Évaluation du site

Site du magazine Franchise Magazine. Le site permet de rentrer en contact avec des experts et diffuse en outre des articles et analyses concernant les enseignes franchisées.

**Cible**  
Professionnelle

**Dynamisme\*** : 4

\* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

immobilières, la publicité, l'entretien-nettoyage etc.

Quelle que soit l'activité, le candidat doit se montrer vigilant quant à l'étude du Document d'information précontractuel (DIP). Dans lequel le franchiseur doit fournir des données claires relatives au stock initial, sa composition, son financement et les éventuelles conditions de reprise en cas d'inventus. De la même manière, le coût d'agencement doit aussi figurer dans le DIP. L'aménagement du point de vente s'élève en moyenne à 581 €/m<sup>2</sup>. Là encore, les coûts sont très variables. Les plus exigeants sont les glaciers ou les chaînes de restauration, aux matériels très coûteux. Idem pour certains opticiens. Au-delà du coût, le franchisé doit bien penser à l'amortissement. Par définition évolutif, un concept magasin a vocation à être modernisé. S'il est assez ancien, il est probable que la tête de réseau envisage de le rafraîchir. Occasionnant par là-même de nouveaux travaux pour le franchisé, alors que les premiers ou précédents investissements d'agencement ne seront pas encore amortis ! Stock, agencement et matériel ne sont pas les seuls postes à anticiper. Dès que l'affaire a démarré, d'autres "problèmes" surviennent vite ! D'où l'indispensable besoin en trésorerie de départ. "C'est le nerf de la guerre et souvent une cause d'échec en franchise s'il est mal estimé", avertit Olga Romulus. Un franchisé a beau connaître à peu près ses charges (factures fournisseurs, salaires des employés etc.), il peut éprouver des difficultés à estimer correctement ses rentrées... "Plus la montée en puissance est longue, plus une bonne évaluation du besoin en fond de roulement est fondamentale", conseille donc l'avocat **Jean - Baptiste Gouache ( cabinet Gouache Avocats )**. Tous secteurs confondus, le montant moyen du BFR approche les 25 000 € (22 000 l'an passé). Plutôt une bonne chose selon les experts, satisfaits de l'attention toujours plus forte accordée par les réseaux à ce poste décisif. Un dernier mot sur le droit au bail, poste pour lequel les réseaux ne sont pas en mesure de fournir de montant moyen. N'oubliez pas que le pas de porte du point de vente, puis le loyer, requièrent une évaluation de départ optimale en termes d'investissement puis de coût d'exploitation.