

# Secteurs en forme

## Activités à la peine

La restauration rapide et les activités écolo abordent l'avenir avec optimisme, contrairement à l'immobilier ou les services touchés par la crise. Tops et flops de la franchise en 2008.

**Q**uarante et un nouveaux réseaux dans l'équipement de la personne, 19 dans la restauration rapide, 18 d'équipement de la maison, sept nouvelles chaînes de coiffure...

En dépit de la conjoncture, le nombre de franchises a continué d'augmenter l'an passé dans plusieurs secteurs. « Statistiquement, les effets de la crise ne se traduisent pas vraiment sur les chiffres 2008. Il faudra attendre le premier semestre 2009 pour constater les vraies difficultés », analyse Anne-Sylvie Homassel, l'une des porte-parole de la Fédération française de la franchise qui a publié en janvier les statistiques annuelles de la profession.

Ainsi plusieurs secteurs poids lourds de la franchise ont vu le nombre de leurs

« Aujourd'hui, même les grosses enseignes se diversifient. »

points de vente augmenter nettement en 2008 : l'équipement de la personne en a gagné 1 202, passant de 6 507 à 7 709 unités franchisées, le commerce alimentaire a crû de 6 900 à 7 448 unités, quant à la restauration rapide, elle s'est enrichie de



Tiger wok, nouveau concept de restauration, prévoit cinq ouvertures en 2009.

401 unités nouvelles... « Les gens auront toujours besoin de manger, de s'habiller, d'équiper leur maison. Les enseignes sérieuses, ayant pignon sur rue, restent des valeurs sûres », commente Gérard Melinger, du Cabinet Epac International. Le groupe Monoprix, qui n'avait pas lancé de magasins en franchises depuis vingt-cinq ans, a décidé de revenir à cette formule. L'enseigne a recruté en décembre 2008 un monsieur franchise et prévoit plusieurs ouvertures sous ce système en 2009. Mais dans ces secteurs matures où la saturation guette, la prime ira dans les années à venir aux concepts originaux ou aux offres bien ciblées. Et sur ce terrain, les initiatives ne manquent pas. Dans le commerce alimentaire, des réseaux comme 20 sur Vins (caviste), Masmoudi (pâtisserie orientale) ou Chocolats Laurent Réauté (supermarché de chocolat) ont fait leur entrée dans le monde de la franchise. Dans la restauration rapide, des petits nouveaux comme Comptoirs Del Pasta Kono, Tiger Wok ou Nooi sont sur

le point de percer avec des dizaines d'annonces d'ouvertures en 2009. Même les grosses enseignes nationales, confrontées à une concurrence de plus en plus féroce, essaient de se diversifier en lançant des concepts novateurs. Ainsi, après trois ans de test en corner aux Galeries Lafayette de Paris, le réseau de coiffure Franck Provost a lancé Niwel, une nouvelle enseigne dédiée aux chevelures africaines et moyen-orientales.

### La franchise surfe sur l'écologie

Profitant des nouvelles obligations environnementales, le secteur du business vert regarde l'avenir avec le sourire. D'ici à 2010, la France devra augmenter de 50 % la production de chaleur d'origine renouvelable et de 21 % la production d'électricité renouvelable. Plusieurs réseaux spécialisés comme Soleil en tête, Eneovia ou Ander ont fait leur apparition avec succès.