

# FRANCHISE 2009

## Entreprendre, la solution face à la crise



- **LES SECTEURS QUI RÉSISTENT** ÉVALUEZ LE POTENTIEL D'UNE ENSEIGNE
- **COMBIEN ÇA COÛTE ?** ÉLABOREZ VOTRE BUSINESS PLAN ET TROUVEZ LE FINANCEMENT
- **COMMENT CHOISIR SON RÉSEAU ?** LES CONSEILS DE NOS EXPERTS

**NOS « COUPS DE CŒUR » 2009**  
**Les réseaux gagnants**



•••

• **Coup de cœur du nouveau concept** : il doit être original, novateur et prometteur. Et proposé en franchise depuis moins de trois ans.

• **Coup de cœur de la stratégie export** : il salue le développement remarquable d'un réseau français à l'étranger.

• **Coup de cœur de l'enseigne étrangère en France** : il remarque une implantation réussie dans notre pays, en termes d'originalité, d'adaptation et de souci de développement pérenne.

Sur la base de cette présélection, notre jury, composé de représentants de L'Express, de l'Observatoire de la franchise, de journalistes spécialisés et d'experts, a longuement débattu. Comme le laisse entendre l'appellation Coups de cœur, la subjectivité des membres du

jury n'a pas été bridée. Même si les jurés se sont particulièrement attachés à des critères comme : la solidité de la tête de réseau et la nature de son actionnariat ; la mixité des réseaux (présence de succursales) ; le rythme de croissance ; les moyens consacrés à l'animation et à la formation ; la qualité du dialogue franchiseurs/franchisés ; la capacité d'adaptation et d'innovation... Après des débats animés menés par Christine Kerdellant, directrice adjointe de la rédaction de L'Express, le jury a procédé au vote. Sur la base de la quarantaine de réseaux présélectionnés, les suffrages se sont concentrés sur dix-neuf franchiseurs. Vous trouverez, ci-après, le portrait des cinq lauréats élus parmi eux. Nous félicitons ces enseignes. Nous souhaitons que ce palmarès puisse aussi apporter un éclairage supplémentaire aux candidats à la franchise.

• J.G.

## Les 19 réseaux finalistes

« COUP DE CŒUR DU NOUVEAU CONCEPT »

**Lauréat : Camping Indigo (Huttopia)**

Finalistes : Sineo ; Net Habitat

« COUP DE CŒUR DE LA PÉRENNITÉ »

& DE LA CROISSANCE MAÎTRISÉE »

**Lauréat : Class'croûte**

Finalistes : Troc.com ; Yves Rocher

« COUP DE CŒUR DU RÉSEAU PARTICIPATIF »

**Lauréat : Adhap Services**

Finalistes : Quick ; Guy Hoquet ; Jeff de Bruges ; Midas

« COUP DE CŒUR DE LA STRATÉGIE EXPORT »

**Lauréat : Carré Blanc**

Finalistes : 5 à Sec ; Geneviève Lethu ; Lollipops

« COUP DE CŒUR DE L'ENSEIGNE

ÉTRANGÈRE EN FRANCE »

**Lauréat : Sign\*A\*Rama**

Finalistes : Cartridge World ; Ka International ; BoConcept

### « COUP DE CŒUR DU NOUVEAU CONCEPT »

## Camping Indigo, pour les amoureux de la nature

Promouvoir un tourisme éco-responsable, en harmonie avec la nature... c'est le modèle que propose ce jeune réseau porté par la vague du développement durable.

**L**e gazouillis des oiseaux vous enchante ? Les 4x4 vous mettent en rage ? Camping Indigo, une franchise créée en 2007, pourrait bien vous

séduire... Adossée à Huttopia, un spécialiste du camping-nature déjà propriétaire d'une dizaine de sites, l'enseigne a ouvert deux campings en franchise. Ce chiffre

pourrait croître, mais pas à n'importe quel prix. Ici, « le premier critère pour être franchisé, c'est d'aimer l'environnement », confie Ana Salgado, chargée de développement. Le deuxième, disposer « d'un bel emplacement, à taille humaine » (le maximum est de 220 emplacements). Le troisième, respecter le concept : hébergement, services, activités... doivent être pensés en harmonie avec la nature et avec la région d'implantation. La jeune enseigne basée à Saint-Génis-Les-Ollières, près de Lyon, ne manque pas d'arguments, même si le modèle économique doit encore faire ses preuves. « Huttopia et Camping Indigo ont développé un savoir-faire spécifique en terme d'exploitation, explique Céline Bossanne, cofondatrice du réseau avec son mari Philippe. Cela inclut l'amé-

nagement du terrain, le recrutement, les relations avec les administrations locales, la gestion quotidienne et les achats ». Indigo dispose de son propre système de gestion et de réservation en ligne et d'une centrale d'achats. Laquelle fournit, entre autres, la signalétique, les hébergements locatifs, ainsi que de petits équipements. « Le client doit retrouver les mêmes panneaux et les mêmes hébergements d'un site à l'autre », insiste Céline Bossanne. Seul le terrain change. « Pour chaque nouveau site, nous prenons l'emplacement tel qu'il est et évitons les travaux de terrassement. La règle : s'imprégner du terrain pour l'aménager au mieux, en respectant l'esprit du lieu. » Et en restant au plus près de la nature !

• **Christophe Dutheil**



L'équipe d'Huttopia, autour de Céline et Philippe Bossanne.