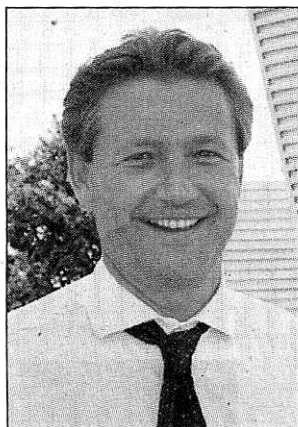


LE COMMERCE EN BREF

Franchise. Nantes attire les enseignes nationales



● Tony Lesaffre, P-dg d'Europcar Atlantique, est venu évoquer son expérience de franchisé à l'occasion du salon EasyFairs Franchise qui s'est tenu en juin à Nantes.

D'un côté, des mètres carrés à pourvoir en centre-ville. De l'autre, une soixantaine de réseaux qui souhaite s'implanter à Nantes. Déjà en bon essor, la franchise est promise à un bel avenir en Loire-Atlantique.

Les franchiseurs veulent s'implanter à Nantes. Une enquête réalisée par Franchise Magazine auprès de 400 réseaux nationaux révèle que l'Ouest est en deuxième position, après Paris, en termes de projets d'implantation. Une centaine de réseaux souhaite s'y installer, Nantes étant scrutée à elle seule par 63 d'entre eux. Services, restauration, prêt-à-porter, loisirs, équipement de la personne ou de la maison : aucun grand secteur n'est absent.

Pour accueillir, toutes ces enseignes, La Loire-Atlantique va bientôt disposer de vastes surfaces commerciales en centre-ville avec les projets Ruban Bleu à Saint-Nazaire, et, à Nantes, l'Ilot Boucherie, Neptune ou le Tripode.

L'environnement est favorable. Il ne reste plus qu'aux franchisés à se manifester. Et à endosser véritablement un habit de patron. C'est ce qu'encourage Tony Lesaffre, franchisé Europcar. « Un franchiseur contribue considérablement à développer la création de l'entreprise. L'expérience, la formation, le savoir-faire qu'il apporte est susceptible d'apporter une forme de sécurisation pour le créateur. Mais en tant que franchisé, vous gardez les responsabilités d'un patron. Ne vous infantilisez pas. Trop souvent le franchisé garde sa peau d'employé. Il faut qu'il se trouve une légitimité, qu'il apporte une équipe, un investissement, un pignon sur rue ».

La franchise à Nantes

Sur les 4.000 points de vente répertoriés à Nantes, 200 sont des franchises. 160 d'entre elles présentent une surface de vente de moins de 300 m². Ces petits commerces sont positionnés à 40% dans le secteur de l'hygiène beauté, à 30% dans l'équipement de la personne et à 10% dans les loisirs ou la culture.

Quant aux 40 franchises nantaises qui ont plus de 300 m² de surfaces commerciales, ce sont majoritairement des enseignes d'équipement de la maison ou d'alimentation.