

Baromètre de la franchise alimentaire

2^e édition

Comment les indépendants évaluent leur expérience de franchisé

Gondola avait pris voici deux ans, avec APLSIA, l'initiative de lancer une enquête sur la façon dont les commerçants exploitant leur magasin en franchise ou en affiliation vivent leur métier. L'intention était de les sonder régulièrement sur le sujet, et nous avons tenu parole, en renouvelant l'enquête en 2020. Voici ses résultats.

Les exploitants indépendants, actifs via des formules de franchise ou d'affiliation, constituent pour le commerce alimentaire en Belgique un pôle particulièrement actif et performant. Ils forment également une large part du lectorat de notre magazine. Une excellente raison pour nous de mettre en place un baromètre de la franchise alimentaire. Comme pour la première édition, cette enquête a été menée en collaboration avec APLSIA, l'association professionnelle francophone du libre service indépendant en alimentation. Tout exploitant de supermarché indépendant pouvait y participer, à travers un questionnaire en ligne. Les résultats ont été traités par les experts de Gondola Academy.

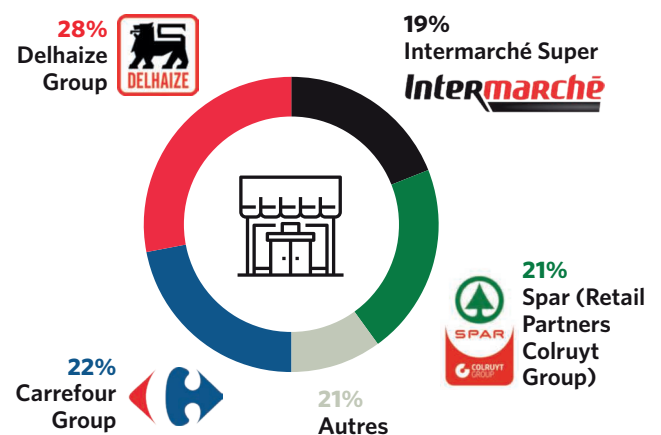
LES RESULTATS

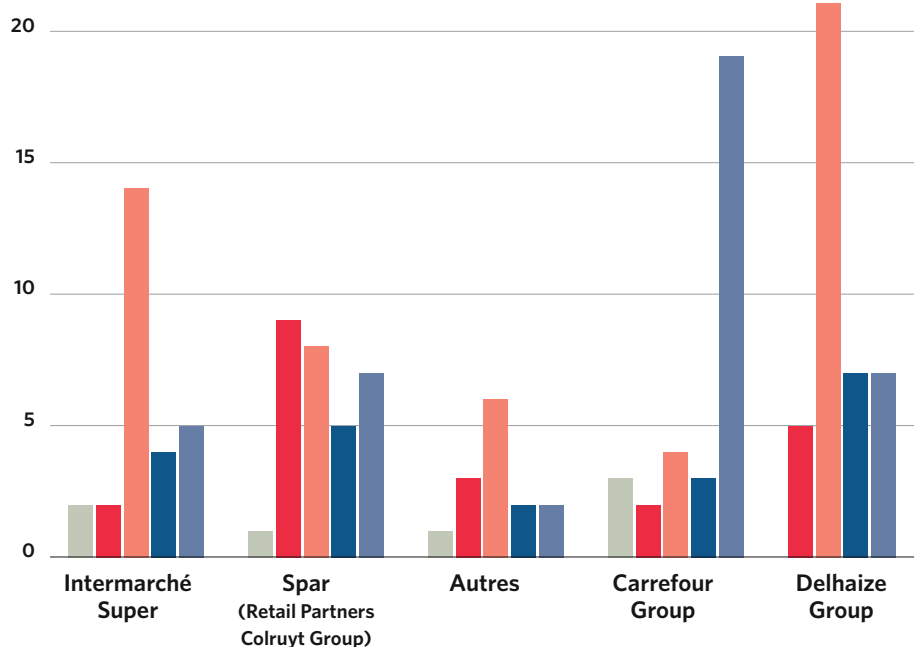
Echantillon & profil

Nous avons enregistré 186 réponses d'indépendants en 2018, nous en avons récolté 142 cette année. C'est moins, et peut-être faut-il l'attribuer au surcroît de travail de la période Covid. L'échantillon reste pourtant largement représentatif. La surprise vient plutôt de la répartition par région. Voici deux ans, les néerlandophones avaient

été plus nombreux à réagir. Cette fois, c'est l'inverse : plus de 80 % des répondants sont francophones, sans doute le résultat de l'implication d'APLSIA dans le projet, qui a recommandé à ses membres de participer. Ceci enlève ceci dit peu d'intérêt aux résultats : voici deux ans, les indépendants francophones et néerlandophones réagissaient de façon très similaire aux questions qui leur étaient posées.

Enseignes représentées dans l'échantillon





Propriétaires, locataires ou sous-locataires ?

Dans quelle mesure les indépendants sont-ils propriétaires des murs de leur commerce et maîtres du bail ? Plusieurs autres formules existent : location ou sous-location au franchiseur, location à un propriétaire tiers... Sans oublier les cas où le commerçant est propriétaire du lieu, mais accorde le bail principal... à son franchiseur.

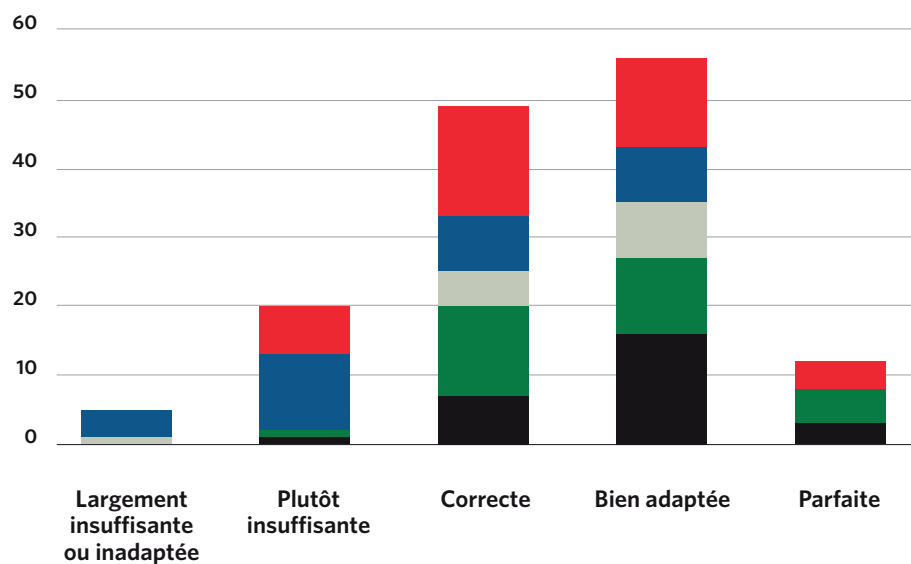
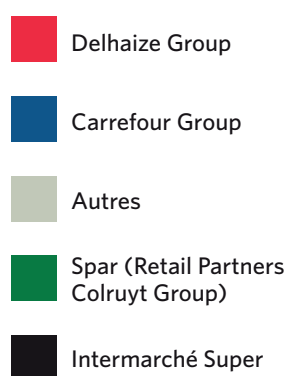
On est bien davantage propriétaire/maître du bail chez Delhaize et Intermarché que dans les autres enseignes.



Une logistique plutôt fiable...

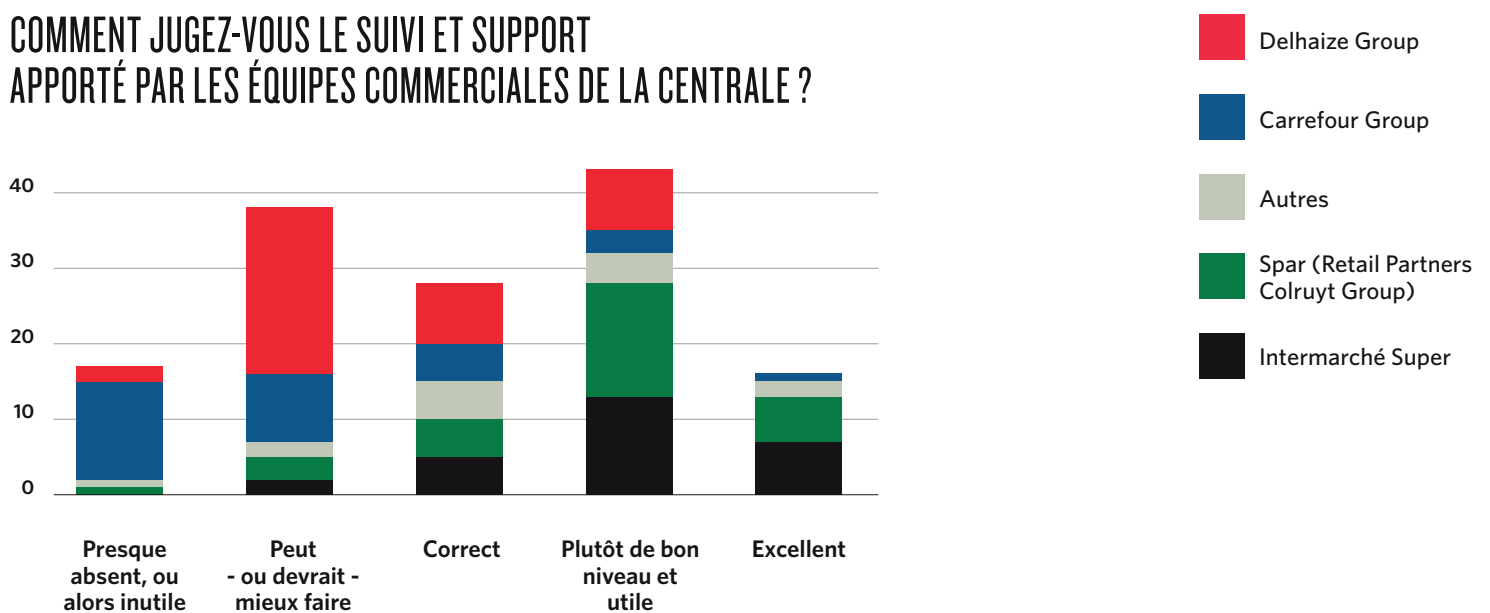
La majorité des répondants sont satisfaits de la fréquence des livraisons.

LA FRÉQUENCE DES LIVRAISONS PAR LA CENTRALE EST :





COMMENT JUGEZ-VOUS LE SUIVI ET SUPPORT APPORTÉ PAR LES ÉQUIPES COMMERCIALES DE LA CENTRALE ?

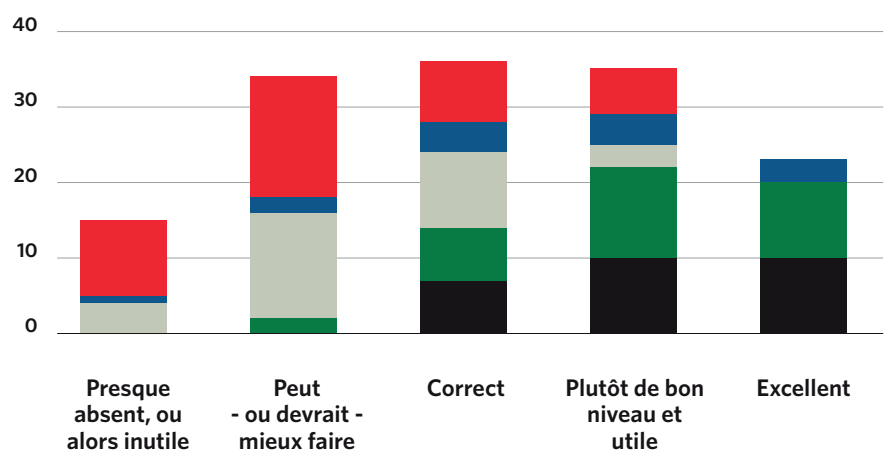


COMMENT JUGEZ-VOUS LE VOLUME ET LA QUALITÉ DU RETOUR D'INFORMATIONS FOURNIS PAR LA CENTRALE ?

Suivi et support commercial: peut mieux faire!

Le feedback est moins positif lorsqu'il s'agit d'évaluer le suivi apporté par les équipes en centrale et les visites de directeurs régionaux. Spar Retail Partners et Intermarché sont ici nettement mieux notés. Le modèle particulier d'Intermarché, qui donne à chaque indépendant un rôle en centrale via le principe du tiers temps, y contribue certainement.

On retrouve à peu près les mêmes évaluations quand il s'agit de juger la qualité du retour d'informations fournis par la centrale (benchmark).





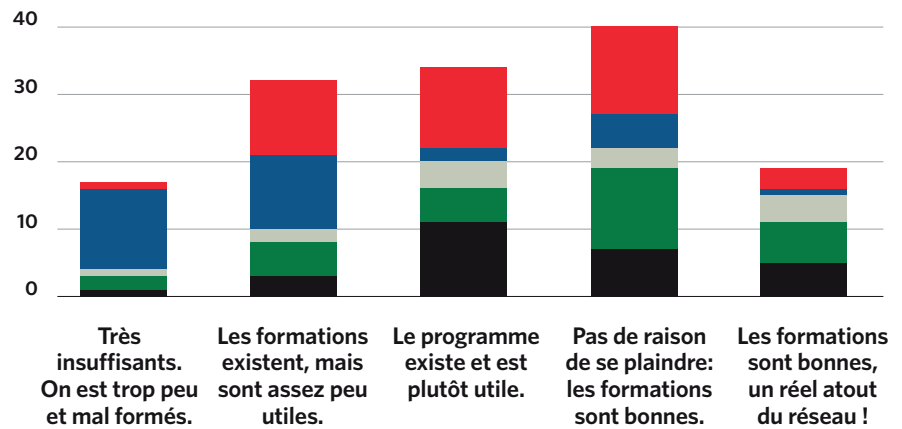
Formation : globalement en progrès

La perception est plus favorable qu'il y a deux ans, lorsque près de 60% des répondants trouvaient les formations insuffisantes. Les franchisés Carrefour sont cependant clairement ceux qui réclament un effort en la matière.

Quid de l'assortiment ?

Tout comme il y a deux ans, c'est un vrai motif de satisfaction pour les affiliés Delhaize, tant sur la nature de l'assortiment que sur la capacité à avoir accès à l'entièreté de celui-ci, quel que soit le format exploité.

COMMENT JUGEZ-VOUS LES RESSOURCES MISES À DISPOSITION PAR VOTRE ENSEIGNE EN TERMES DE FORMATIONS ET D'ASSISTANCE ?

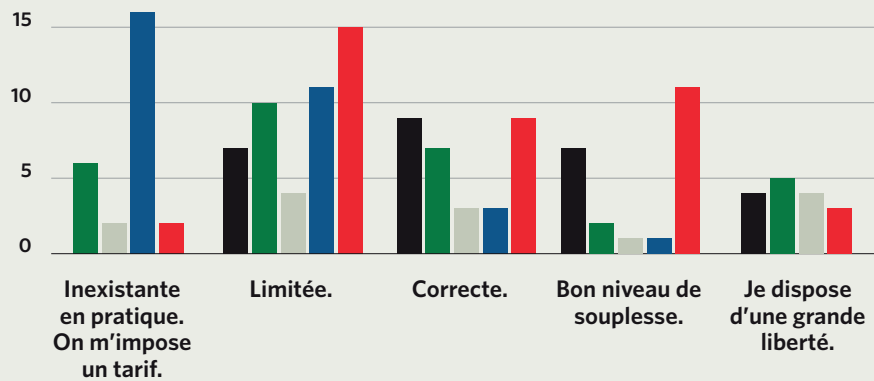


Les principaux motifs de frustration

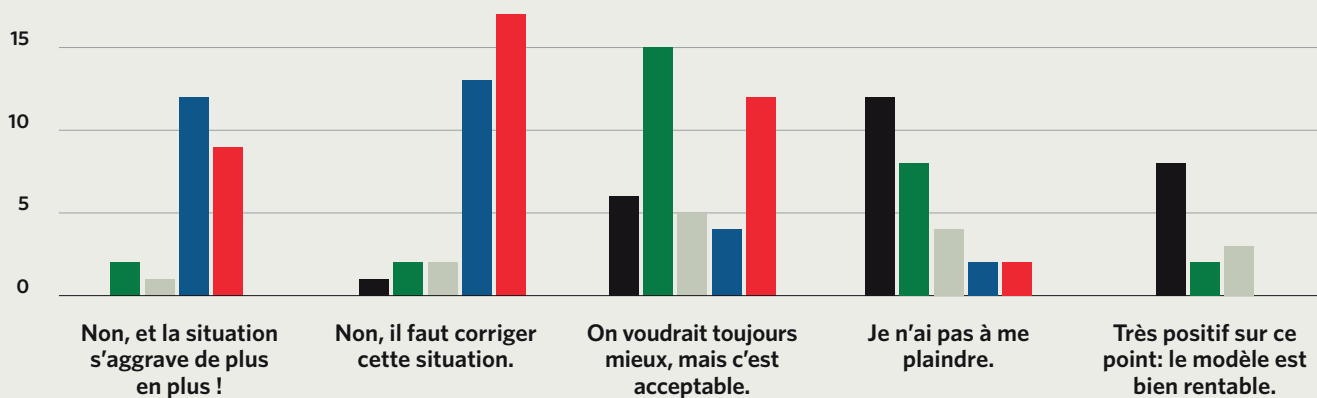
Sans surprise, la préoccupation majeure des indépendants est leur capacité à dégager des marges suffisantes.

L'autre sujet de discorde, avec des variations selon les enseignes, c'est la liberté relative de fixer localement ses niveaux de prix.

LIBERTÉ DE DÉTERMINER SES PRIX :



VOS CONDITIONS D'ACHAT AUPRÈS DE LA CENTRALE PAR RAPPORT À VOS PRIX DE VENTES VOUS PERMETTENT-ELLES DE MAINTENIR UNE MARGE SUFFISANTE POUR RESTER COMPÉTITIF ?

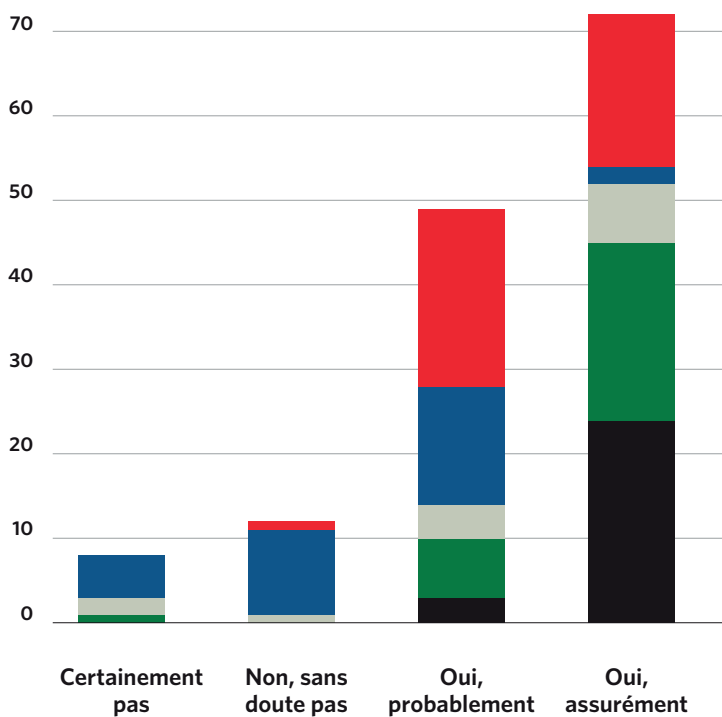




Et si c'était à refaire ?

C'est bien sûr la question essentielle : les indépendants choisiraient-ils le même partenaire ? Dans la majorité des cas, la réponse est positive. Carrefour compte plus de déçus. Mais c'est aussi la chaîne où l'on trouve le plus de répondants exploitant des magasins de surface inférieure à 400 m² (Carrefour express), un format dont la rentabilité est moins favorable ces derniers temps que les supermarchés.

SI C'ÉTAIT À REFAIRE, CHOISIRIEZ-VOUS DE NOUVEAU DE VOUS AFFILIER/FRANCHISER À LA MÊME ENSEIGNE PARTENAIRE ?



Rêvez-vous de votre propre supermarché de proximité ?



Accrochez-la !

Exploiter votre propre supermarché ou supérette de proximité ?! Alors chez Lambrechts c'est l'idéal. Sous l'emblème SPAR ou sous votre propre nom ? Quoi que vous choisissiez, chez Lambrechts nous fournissons un accompagnement professionnel et un soutien up-to-date de votre affaire. Frémissez-vous déjà d'envie ? Alors contactez-nous encore aujourd'hui !

Intéressé ? Envoyez un e-mail
à Manu Suffeleers : msuffeleers@lambrechts.be



www.lambrechts.be





Ouvrir votre propre magasin Spar ?

On y va ?
Le partenaire Spar

ENTREPRENDRE AVEC RETAIL PARTNERS COLRUYT GROUP À VOS CÔTÉS

Un supermarché qui tourne à plein régime et qui propose un maximum de bons produits à tout le quartier ? Nous y travaillons, ensemble. Grâce à un business plan qui tient la route, à un financement sur mesure et au soutien dont vous avez besoin. Avant et après l'ouverture. De la sélection des produits à la campagne promotionnelle. Avec le soutien de Spar (et donc de Retail Partners Colruyt Group), vous exploitez le magasin de vos rêves. On y va ?

Faites le premier pas sur monspar.be/entreprendre



COMMENTAIRES GÉNÉRAUX

Deux ans après la première édition de ce baromètre, les évaluations des franchisés ou affiliés affichent une grande stabilité, et c'est bien l'enseignement de cette édition 2020 : on ne note pas d'évolution notable.

Ces résultats ne surprennent pas réellement les membres du Conseil d'administration d'APLSIA, composé d'exploitants indépendants franchisés ou affiliés à diverses enseignes. Impossible de couvrir ici leur réactions aux réponses enregistrées pour chacun des critères de l'enquête.

Mais il y a certains consensus qui se dégagent, en particulier lorsque nous leur demandons quel est le niveau de marge et de rentabilité qui leur paraît représenter le minimum, afin de leur assurer des revenus personnels décents. *“Notre rémunération, c'est bien sûr d'abord une certaine liberté. Mais le moins qu'on peut malgré tout espérer, c'est de pouvoir dégager pour soi des revenus en rapport avec les risques pris et le travail fourni. Le minimum, c'est 2.500 euros nets, et ils ne sont pas toujours au rendez-vous, en particulier pour les magasins plus petits.”* En clair, il y a sur ce point une demande de transparence envers les candidats à la franchise.

La question de la capacité à fixer librement ses prix, en dehors des offres publiées en folder, fait aussi débat. Dans certaines chaînes, cette faculté est en pratique bloquée, témoignent plusieurs répondants. Hausser les prix n'est ceci dit jamais que le dernier recours, s'accordent pourtant les membres d'APLSIA. Le vrai problème est bien de parvenir à dégager un chiffre d'affaires suffisant. Parmi les craintes principales, on trouve surtout celle d'une politique d'expansion à outrance, qui saturerait le marché. Et pour ce qui est des convictions, il y a celle-ci : *“L'enseigne promise au plus bel avenir sera celle qui saura le mieux s'adapter aux attentes de ses partenaires indépendants.”*

CHRISTOPHE SANCY