



FRANCHISE

# 95% des franchisés jouent les détectives avant d'entreprendre

Par Valérie Froger, publié le 21/03/2018 à 07:30

Partager

Twitter

*Michaël Vérité a mené une enquête approfondie avant de choisir l'enseigne Daniel Moquet. SDP*

Les franchisés ne choisissent pas leur enseigne au hasard révèle la 14e enquête Banque Populaire. Le point sur leurs méthodes de sélection à quelques jours de Franchise Expo.

enquête avant de se lancer. La phase d'investigation commence souvent par la lecture de journaux spécialisés ([Franchise magazine](#), [l'Indicateur de la franchise](#), ...) et la consultation de sites internet ([Observatoire de la franchise](#), [FFF...](#)). Ces informations permettent de se faire une première idée de l'état du marché et de la santé des enseignes. Elles sont néanmoins jugées insuffisantes pour nombre d'intéressés désireux d'aller plus loin.

## Les salons, source précieuse d'informations

37 % des franchisés décident ainsi de se rendre dans un salon spécialisé ([Forum franchise Lyon](#), [Franchise Expo Paris](#), [Top Franchise Méditerranée](#), [Franchise Occitanie...](#)). Michaël Vérité a entrepris cette démarche lorsqu'il a souhaité se reconverter en franchise. "Je suis allé au salon de Paris en 2015. J'avais une idée très floue de l'activité dans laquelle je souhaitais me lancer : la restauration, l'automobile, le commerce... Je suis allé sur plusieurs stands, j'ai pris des informations, discuté avec les animateurs présents... Au fil du salon, mes idées se sont clarifiées et je me suis focalisé sur deux enseignes. J'ai finalement choisi Daniel Moquet signe vos allées (ndlr : aménagement et rénovation de terrasses, allées et cours chez les particuliers). Le contact avec le franchiseur a fait la différence, j'ai retrouvé dans son discours les valeurs humaines que je recherchais " raconte le quadra, qui a, depuis, ouvert son agence à Angoulême début 2016.

## Deux à trois réseaux consultés

En moyenne, les candidats contactent 2,3 réseaux avant de s'engager. Ce chiffre en légère hausse (ils en consultaient deux en 2016) montre que les franchisés ne s'en remettent pas uniquement à leur seul feeling. Ils comparent, ils creusent et jouent parfois les Sherlock Holmes. "J'ai été chercher des informations financières sur le site d'[Infogreffe](#) pour vérifier les résultats de l'enseigne. Je ne voulais pas signer avec un réseau en mauvaise santé" poursuit Michaël Vérité. Il a aussi interrogé des franchisés en activité sur le secteur d'Angers. "Je leur ai posé des questions sur l'accompagnement et l'assistance, les process de vente, la rentabilité de leur agence... Tout ce travail d'enquête préalable est nécessaire : il permet de lever les derniers doutes et de s'engager