



LES 16 ET 17 NOVEMBRE 2009  
PALAIS DE LA BOURSE  
MARSEILLE

## DOSSIER DE PRESSE

Contacts médias : Agence Hopscotch

Presse écrite :

Ken Saint-Eloy

Tel : 01 58 65 00 79

[ksainteloy@hopscotch.fr](mailto:ksainteloy@hopscotch.fr)

Marion Paisant

Tel : 01 58 65 00 45

[mpaisant@hopscotch.fr](mailto:mpaisant@hopscotch.fr)

TV-Radios :

Gildas Picchi

Tel : 01 58 65 00 24

[gpicchi@hopscotch.fr](mailto:gpicchi@hopscotch.fr)

## Sommaire

1. Edito de Jacques Pfister, Président de la CCIMP	P. 3
2. Questions à Guy Gras, Président de la FFF	P. 5
3. Création d'entreprise et franchise	P. 6
Création d'entreprise et franchise en région Provence-Alpes-Côte d'Azur	P. 6
Chiffres et évolution de la franchise française	P. 7
4. Top Franchise Méditerranée	P. 9
Le rendez-vous des entrepreneurs du sud de la France... ...et de toute la zone euro-méditerranéenne	P. 9
Près de 70 enseignes à découvrir, mais aussi des ateliers, des conférences et des espaces d'accompagnement et de conseil	P. 11
5. Programme des ateliers et conférences	P. 13
6. Liste des enseignes exposantes	P. 14
7. 7ème édition Top Franchise Méditerranée 2009 - Fiche technique	P. 15
8. Annexes	P. 16

## 1. Edito de Jacques Pfister, Président de la CCIMP

### La franchise au centre de la vie des villes

Pour sa septième édition, le Salon Top Franchise s'installe au Palais de la Bourse, là-même où nous l'avons créé en 2003. Il reste le rendez-vous régulier de dimension internationale, co-organisé par les professionnels de la franchise et de l'organisation de salons que sont la Fédération française de la franchise, notre partenaire depuis cinq ans, et Reed expositions, leader mondial et organisateur de Franchise Expo Paris.

Compte tenu du contexte économique difficile, Top Franchise se concentrera cette année sur la création d'entreprises en franchise, sur l'emploi mais aussi sur l'impact des franchises sur la dynamisation des centres-villes.

Car les centres-villes, lieux de passage, d'accueil et d'attractivité, jouent un rôle particulier dans le développement du territoire métropolitain et dans les préoccupations de la CCI Marseille Provence qui s'est fixée pour ambition de faire entrer Marseille Provence dans le Top 20 des métropoles européennes.

Plus de 70 exposants et près de 4 000 visiteurs sont attendus pour cette édition 2009. A tous, je souhaite deux journées riches d'échanges, de rencontres, d'opportunités et de perspectives d'avenir !

*Jacques Pfister,  
Président de la Chambre de commerce et d'industrie Marseille Provence*

## 2. Questions à Guy Gras, Président de la FFF

**Actuellement, comment se porte la franchise en France ? Quels secteurs restent dynamiques en 2009 ?**

« Les chefs d'entreprise en franchise sont comme tous les autres chefs d'entreprises. Ils ressentent tous, de façon différente selon leurs secteurs, les baisses d'activité de l'année 2008-2009 mais ils ont deux atouts supplémentaires que ne possèdent pas nécessairement les autres : ils s'appuient sur un concept commercial fort que le consommateur identifie sous une marque et ils bénéficient de la force d'un réseau de magasins.

De plus, dans un contexte économique incertain, la franchise offre également pour le futur franchisé la possibilité de créer son emploi et de se reconverter, en créant sa propre entreprise et en limitant ses risques d'échec. Le candidat franchisé est un entrepreneur pragmatique qui comprend qu'en bénéficiant d'une marque, du savoir faire d'un franchiseur et de la force d'un réseau, il a beaucoup plus de chances de réussir sur son marché local.

Aussi, bien que nous n'ayons pas encore connaissance des chiffres de l'année 2009, de nombreux réseaux se sont encore créés cette année... et les réseaux existants continuent de se développer. C'est en tout cas ce que nous confirment banques et développeurs. Les services à la personne, la beauté et l'esthétique, l'alimentaire spécialisé, la restauration rapide semblent avoir gardé leur dynamisme. On peut y voir la marque de la spécificité franchise, un système de réseau particulièrement réactif aux fluctuations économiques. »

**En marge du contexte actuel, on observe que la franchise connaît un développement constant depuis plus de 30 ans. De plus en plus présente dans les centres-villes, quel rôle doit-elle tenir selon vous dans les années à venir ?**

« La franchise n'a pas seulement progressé numériquement, elle s'est aussi considérablement professionnalisée et elle donne à des chefs d'entreprise des opportunités de plus en plus variées. Aujourd'hui, la franchise représente le premier réseau de commerçants indépendants en regroupant près de 50 000 franchisés sur le territoire français !

Les deux tiers des magasins en franchise sont en centre ville. Il est naturel que la franchise ait trouvé sa place dans les villes aux côtés des commerces dits traditionnels : la plupart du temps, elle propose des concepts de proximité et répond très directement aux besoins des consommateurs qui recherchent un bon rapport/qualité prix et une sécurité dans leurs achats. Nous pouvons prédire sans prendre de risque que la franchise va continuer à évoluer suivant ces orientations : en permettant à des entrepreneurs de plus en plus nombreux de créer des structures solides en phase avec les consommateurs, en s'adaptant aux contextes locaux (grandes villes, villes moyennes, banlieues, milieu rural, stations touristiques, lieux de passage...), et en créant des concepts qui répondent aux attentes des consommateurs. C'est une des raisons pour lesquelles les managers de commerce apprécient autant les commerces et services franchisés. »

**La FFF est présente aux côtés de la CCIMP pour la 5<sup>ème</sup> année sur Top Franchise Méditerranée, peut-on parler d'un potentiel de développement économique plus important que sur le reste du territoire ?**

« Un réseau de franchise a vocation à s'implanter sur l'ensemble du territoire, le consommateur ayant généralement, quelque soit sa ville, les mêmes attentes légitimes en termes de produits et services. Top Franchise Méditerranée s'inscrit dans cette recherche de développement de la franchise. Ce salon est un événement d'importance dans un bassin économique qui ne l'est pas moins, celui de la Méditerranée. Non seulement il peut intéresser toute la partie Sud-est de la France, particulièrement dynamique, mais aussi les pays du Maghreb, et notamment le Maroc. C'est la raison pour laquelle il nous paraît important de nous y associer. »

**Si vous deviez donner un conseil aux candidats à la création d'entreprise, quel serait-il ?**

« Je leur conseillerais de mettre toutes les chances de leur côté. Et donc de choisir la franchise, et de s'informer le plus complètement possible sur le secteur d'activité, l'enseigne et le réseau qu'ils souhaitent rejoindre.

Bien sûr, il existe aujourd'hui de multiples sources d'information notamment via internet. Mais le commerce reste avant tout et fort heureusement, une affaire de contacts, d'échanges et de passion. Rien ne remplace une discussion entre un chef d'entreprise en franchise et un futur entrepreneur franchisé

En venant à Top Franchise Méditerranée 2009, ils rencontreront des hommes et des femmes qui travaillent dans des enseignes de secteurs d'activité aussi divers que variés et peuvent leur parler d'un marché, d'une marque et d'un concept ... et découvrir la passion du commerce qui habite la franchise ! »

**Guy Gras,**

*Président de la Fédération française de la franchise*

### 3. Création d'entreprise et franchise

#### Création d'entreprise et franchise en région Provence-Alpes-Côte d'Azur

Mariant qualité de vie et dynamisme économique grâce à une implantation au cœur de l'arc sud européen et du bassin méditerranéen, la région Provence-Alpes-Côte d'Azur est la deuxième région française en matière de création d'entreprise après l'Ile-de-France. En 2008, pas moins de 37 090 entreprises y ont été créées, soit une entreprise française sur neuf. Ce chiffre, en hausse de 3,1% par rapport à 2007 avec 1 100 créations supplémentaires, est en outre le plus élevé enregistré ces quinze dernières années.

Le commerce et la distribution y occupent une place prépondérante, tant par le nombre d'emplois qu'ils totalisent (240 000 salariés en 2004) que par la dynamique entrepreneuriale qu'ils engendrent (1 création sur 4), mais ce sont les services aux entreprises et les industries agricoles et alimentaires qui ont connu en 2008 la progression la plus importante (respectivement +5,5% avec 366 créations et + 48,2% avec 818 créations).

La région Provence-Alpes-Côte d'Azur concentre ainsi un grand nombre d'enseignes connues et reconnues dans tous les secteurs d'activités : hôtellerie, services aux entreprises et aux particuliers, automobile, restauration rapide, nettoyage, etc. En 2009, elle compte plus de 5 000 magasins franchisés soit un peu plus de 10% des effectifs nationaux. La région accueille par ailleurs 108 sièges sociaux de franchiseurs soit 9,1% du total que compte la France, ce qui fait d'elle la troisième région après l'Ile de France (44%) et la région Rhône-Alpes (9,6%).

Accueillant la grande majorité des sièges sociaux de franchiseurs de la région (63 sur 108), les Bouches-du-Rhône sont plus spécifiquement le quatrième département français de la franchise. Il compte environ 500 magasins franchisés dans des secteurs très différents tels que Jeff de Bruges, Beauty Success, Speedy, Easy Cash, ou encore Ucar location.

#### Marseille Provence Métropole - Les chiffres clés

*Date de création : 2000*

*Superficie du territoire : 60 745 hectares*

*Communes adhérentes : 18*

*Population : 840 000 d'habitants*

*Population de la ville centre : 826 700 habitants*

*73% des nouveaux arrivants ont moins de 40 ans*

*78 181 établissements*

*1 400 établissements nouveaux en moyenne chaque année depuis 1995*

*376 000 emplois*

*5 000 emplois nets créés chaque année depuis 2001*

*2<sup>ème</sup> rang, après Paris, en matière de recherche publique*

*3 grandes universités pluridisciplinaires*

*1<sup>er</sup> pôle académique pour les BTS et classes préparatoires*

*47 000 étudiants*

*2 600 chercheurs*

*3,5 millions de visiteurs*

*700 000 croisiéristes*

*205 000 journées congressistes*

En outre, malgré un taux de défaillances d'entreprise en PACA plus important en 2008, celle-ci reste inférieure à la moyenne nationale. Avec un total de 5 834 défaillances et 91 sauvegardes sur l'année, la région affiche un taux de défaillance de 8,7% par rapport à 2007 contre 10,3% pour la France entière. Comme dans le reste du pays, les entreprises des

secteurs de l'Immobilier et des transports sont les plus touchés (respectivement +26% et +46%) a contrario, les entreprises commerciales, particulièrement investies par la franchise, enregistrent moins de défaillances que l'année précédente.

Au-delà du contexte économique, la défaillance d'entreprise est très souvent liée aux caractéristiques des projets (secteur d'activité, taille, forme juridique, moyens investis, projet de développement de l'établissement, etc.) et des créateurs (activité antérieure, formation, etc.). A partir d'une étude de l'INSEE, on observe que pour 55% des créateurs d'entreprise de la région préparer son projet est un exercice solitaire et, pour les créateurs en emploi, l'appel à un organisme de soutien est très rare. Pourtant, dans une conjoncture économique perturbée, bien choisir son projet, le secteur dans lequel se lancer, être conseillé et bien accompagné par des professionnels sont des facteurs essentiels à la réussite et la pérennité d'une jeune entreprise.

En matière de création d'entreprise, la franchise constitue à plusieurs titres une option plus sécurisante qui permet aux créateurs de s'appuyer sur un savoir-faire et un modèle éprouvé destinés à être transférés, un véritable atout en particulier lors des premières années de création. Elle offre aux candidats à la création d'entreprise non seulement un accompagnement dans la durée mais aussi la force d'un réseau et enfin la notoriété d'une enseigne.

Sources Chiffres INSEE, Altares et CCIMP

### La franchise, qu'est ce que c'est ?

La franchise est un système de commercialisation de produits et/ou de services fondé sur la collaboration entre une entreprise à l'origine de la création d'un concept et une ou plusieurs entreprises désireuses d'exploiter ce dernier. Le franchiseur entretient et développe l'image de la marque et met à la disposition du franchisé une gamme de produits, de services et/ou de technologies qu'il a conçus, mis au point, agréés ou acquis. Il lui transmet en parallèle tout son savoir-faire par le biais d'une formation initiale et permanente afin de lui permettre de tirer le meilleur parti de tous ces outils.

Ce modèle offre de nombreux avantages : pour les entreprises françaises, la franchise permet d'abord d'accélérer le développement de leur enseigne (88%) mais aussi de bénéficier de la motivation des entrepreneurs franchisés (55%) et de l'effet réseau (46%). Pour les entrepreneurs, elle permet de bénéficier de la réputation d'une enseigne (26%), d'un suivi et d'une assistance (19%), et de la force d'un réseau (16%).

Ce modèle d'entrepreneuriat rassure et apporte davantage que les autres formes de commerce et d'entrepreneuriat. L'accompagnement et la formation proposés par le réseau offre notamment la possibilité de se lancer dans la création d'entreprise dans des secteurs variés et porteurs, et ce, quel que soit son niveau de qualification ou son expérience. La franchise s'impose en ce sens comme un véritable vecteur de démocratisation de l'entrepreneuriat.

En outre la franchise est aussi un outil de globalisation et d'accélération aujourd'hui bien connu de ceux qui souhaitent structurer ou restructurer leur offre commerciale. L'appui du réseau permet notamment de soutenir les initiatives et l'activité des franchisés même dans un contexte économique difficile.

### Chiffres et évolution de la franchise française

Leader européen, la franchise française a vu son nombre de réseaux doubler ces dix dernières années et connaît une progression régulière de 8 à 10% depuis 4 ans passant de 653 à 1234 réseaux entre 2001 et 2008. Le secteur de l'équipement de la personne est de loin le plus important en nombre de réseaux (298) suivi par celui de la coiffure et de l'esthétique (121) et de l'équipement de la maison (117).

Cependant, depuis 2001, la forte poussée des services aux personnes et aux entreprises, ainsi que de l'immobilier redistribue quelque peu la donne, même si on observe un ralentissement ces derniers mois. Le secteur des services à la personne est celui qui connaît la plus forte progression avec une proportion du nombre de réseaux et d'agences ou points de vente

franchisés qui a doublé en quatre ans (2.6% en 2001 à 9.8% en 2008) mais le secteur est encore fragile et quelques réseaux ne dépassent pas la première année de développement.

La franchise française se porte également relativement bien à l'étranger. Les réseaux français sont un quart à exporter, une part qui a doublé en moins de 10 ans : en 2008, 278 réseaux ont au moins une implantation en franchise à l'étranger (pour un total approchant les 11 000 points de vente à l'étranger en franchise, soit 1000 de plus qu'en 2007). Les pays d'expansion favoris demeurent l'Espagne, la Belgique, le Portugal, les pays du Maghreb, le Moyen-Orient, la proximité géographique et culturelle jouant un rôle prépondérant.

Les secteurs forts à l'export sont l'équipement de la personne, l'équipement de la maison, la coiffure/esthétique, l'hôtellerie et le nettoyage. D'autres secteurs tels que les services automobile, le nettoyage, la formation, la restauration rapide, généralement perçus comme moins internationaux se situent également au dessus de la moyenne globale. Et si l'alimentaire et la restauration rapide restent proches de cette moyenne, la restauration à thème et les services nouveaux aux personnes et aux entreprises ne percent pas encore. Ce sont pour la plupart de jeunes réseaux qui se développent sur des secteurs de niche adaptés à la France.

A l'inverse, la proportion d'enseignes étrangères qui s'acclimatent à la France continue de baisser, même si le nombre de réseaux reste stable : de 12,3 % (128 réseaux) en 2006 et 11,5 % en 2007 (132 réseaux), elle tombe à 10,3 % en 2008 (127 réseaux). Les exportateurs principaux vers la France sont les Etats-Unis, avec une trentaine de réseaux puis, avec 15 à 25 réseaux chacun, des voisins d'Europe tels que l'Espagne, l'Italie, la Belgique et l'Allemagne.

#### **Éléments sur les données de l'enquête FFF sur les chiffres 2008 de la franchise :**

L'étude porte sur 1234 réseaux français ou se développant en France.

Les données ont été collectées d'octobre à décembre 2008, à partir de la base de données réseaux de la FFF. © FFF 2008

### **A propos de la Fédération française de la franchise**

Depuis sa création en 1971, la FFF a une ambition : faire de la franchise le meilleur outil de développement du commerce moderne.

Avec plus de 130 réseaux adhérents sélectionnés sur des critères déontologiques, représentant 40 % des franchisés français, la FFF est une interface essentielle entre pouvoirs publics, créateurs de réseaux, entrepreneurs et investisseurs.

Elle prodigue aux franchiseurs et futurs franchiseurs ou franchisés et futurs franchisés la formation et l'information dont ils ont besoin pour se développer et s'exporter... Elle dialogue avec les pouvoirs publics et les élus locaux sur l'indispensable modernisation du commerce et des services marchands, dont la franchise est l'un des vecteurs les plus puissants. Elle contribue par ses programmes d'échange et de recherche à l'évolution constante de la franchise, une stratégie aujourd'hui pratiquée par plus de 1234 réseaux commerciaux en France — soit près de 50 000 points de vente...

Le secteur de la franchise en France, c'est aujourd'hui plus de 315000 salariés, un CA de plus de 49 milliards d'euros, des taux de croissance qui dépassent les 5 % (en nombre de réseaux nouveaux et de points de vente) dans les secteurs les plus dynamiques (services aux personnes, restauration rapide, alimentaire spécialisé...). Un succès non démenti qui soutient, encourage et nourrit l'ambition de la FFF, porte-parole des entrepreneurs qui créent et se développent en franchise... [www.franchise-fff.com](http://www.franchise-fff.com)

### **A propos de la CCIMP**

Initié et développé par la CCI Marseille Provence, le salon Top Franchise a atteint en sept ans, la dimension d'un salon international. Son expansion a amené la CCIMP à confier son organisation aux professionnels de la franchise et de l'organisation de salon que sont la Fédération française de la franchise et Reed Expositions France, leader mondial et organisateur de Franchise Expo Paris.

## 4. Top Franchise Méditerranée

### Le rendez-vous des entrepreneurs du sud de la France ... et de toute la zone euro-méditerranéenne

Organisé à Marseille, Top Franchise Méditerranée s'impose comme le seul événement euro méditerranéen qui offre chaque année l'opportunité aux actifs qui le souhaitent de concrétiser leur projet de création d'entreprise. Cette année, il réunit près de 70 enseignes qui exposent leur concept et offrent aux visiteurs une solution réelle pour se reconverter, créer ou développer leur entreprise en franchise. Conçu pour faciliter la création d'entreprise en franchise et informer les visiteurs sur l'ensemble des démarches nécessaires à la réalisation de leur projet, le salon est particulièrement propice aux échanges et aux rencontres.

#### **...Ils seront présents à Top Franchise Méditerranée**

**Bernard Lévy, directeur général de Bazarland, enseigne de discount (cadeaux, décoration, art de la table et textile) créée à St Hilaire de Brethmas (30)**

*L'enseigne fête son 20ième anniversaire, Bazar Land, c'est 32 points de vente implantés entre Perpignan et Grasse, plus de 200 emplois créés pour un chiffre d'affaires dépassant les 33 millions d'euros en 2008.*

**Philippe Lannes, fondateur de l'enseigne Delko spécialisée dans l'entretien automobile et actuel franchiseur basé à Fuveau (13)**

*Tout juste 10 ans après sa création, Delko enregistre un chiffre d'affaires de près de 15 millions d'euros. Le réseau compte aujourd'hui plus de 35 centres répartis essentiellement dans le Sud-est et emploie plus de 200 personnes. Grâce à notre organisation en réseau, le groupe poursuit sa croissance et prévoit, malgré un contexte économique difficile, l'embauche de 80 nouveaux collaborateurs sur l'année et l'ouverture de 15 nouveaux points de vente.*

**Alexis Junillon est Directeur du développement chez APEF spécialiste des services à la personne basé à Lattes (34)**

*Pour ce commercial de formation c'est l'humain qui prime. Avant de valider les points techniques d'un dossier, il s'intéresse d'abord aux qualités humaines du candidat. C'est d'ailleurs l'approche qualitative de la franchise qui a conduit l'enseigne à se développer via ce modèle. L'APEF est née d'un constat, celui de la difficulté tant administrative qu'humaine rencontrée par les particuliers quand ils souhaitent employer une aide à domicile. Créée en 1992, l'enseigne continue d'innover et poursuit son développement : 20 ouvertures d'agences sont en projet pour 2010.*

*L'enseigne voit en Top Franchise Méditerranée une occasion idéale d'aller à la rencontre des futurs entrepreneurs, en particulier ceux de la région PACA, une des régions dans laquelle elle entend poursuivre son implantation.*

Entrepreneurs et enseignes y créent un lien direct, unique et valorisant, des conditions idéales qui expliquent le succès croissant de Top Franchise Méditerranée : sa fréquentation a été multipliée par 5 depuis sa création en 2003, passant de 700 à plus de 3700 visiteurs et exposants, avec une part toujours croissante de visiteurs étrangers confirmant l'attractivité de Marseille et sa métropole -Marseille Provence Méditerranée- pour les investissements étrangers (3<sup>ème</sup> rang national).

Pour sa 7<sup>ème</sup> édition, Top Franchise Méditerranée accueillera des concepts made in Sud avec des enseignes originaires de la région PACA et du Languedoc-Roussillon notamment mais aussi de toute la France. Mais bien au-delà d'un simple rendez-vous du sud de la France, Top Franchise Méditerranée se positionne comme une véritable plateforme d'échanges avec les pays du bassin méditerranéen. Il est chaque année le lieu de rencontres des entrepreneurs des pays du sud de l'Europe (Espagne, Italie, Grèce, Croatie,...) mais aussi du Maghreb où le modèle de la franchise se développe avec un franc succès, tant avec des marques françaises que locales. En 2008, 13% des enseignes présentes étaient étrangères (5 pays représentés) et 4% des visiteurs provenaient de 17 pays autres que la France ; un pourcentage de participations étrangères en constante progression. Les visiteurs algériens, marocains et tunisiens représentaient d'ailleurs la plus grande partie des visiteurs étrangers lors de cette précédente édition.

**La 7ème édition de Top Franchise Méditerranée 2009 par Sylvie Gaudy, Directrice de Division - Reed Expositions France:**

*Cette année, Top Franchise Méditerranée 2009, c'est une nouvelle formule imaginée pour être plus accessible, tant aux visiteurs qu'aux exposants. Le salon se déroulera en effet au Palais de la Bourse, là même où il a été créé en 2003, et sous la forme d'un grand forum propice à l'échange afin de permettre au plus grand nombre de venir s'informer sur l'entrepreneuriat en franchise.*

*Chaque enseigne bénéficiera d'un stand à taille humaine, offrant l'avantage de demander à la fois peu de préparation pour les exposants en amont et surtout un coût raisonnable compte tenu du contexte économique actuel. Les grands secteurs de la franchise seront tous représentés, ceux en pleine expansion comme les services à la personne et la restauration bien sûr mais aussi ceux qui s'étaient fait plus discrets lors de la dernière édition tels que la mode et l'équipement de la maison qui font leur grand retour. On comptera en outre des enseignes d'origine belge, anglaise, espagnole et américaine.*

*Comme à chaque édition, Top Franchise Méditerranée proposera sur 2 jours un cycle de conférences variées enrichi cette année d'ateliers pratiques consacrés au processus de création d'entreprise afin d'informer les visiteurs qui souhaitent entreprendre et leur apporter les outils pour mener à bien leur projet. Enfin, une conférence entre les élus de la région sud et les professionnels de la franchise aura lieu dès le premier jour sur le thème « le rôle de la franchise en matière de dynamisation des centres-villes et de création d'emplois ».*

*Top Franchise Méditerranée est le seul salon organisé à Marseille rayonnant sur l'ensemble de la région Sud mais aussi sur toute la zone euro-méditerranéenne. Il offre l'opportunité aux actifs qui le souhaitent de s'informer, de rencontrer leurs futurs partenaires franchiseurs et de concrétiser leur projet de création d'entreprise.*

## Près de 70 enseignes à découvrir, mais aussi des ateliers, des conférences et des espaces d'accompagnement et de conseil

Cette année, le salon **Top Franchise Méditerranée 2009** se tiendra **les 16 et 17 novembre 2009 au Palais de la Bourse de Marseille**. Il réunira les acteurs du commerce en réseau désireux de développer leur enseigne dans la région mais aussi sur l'ensemble du bassin méditerranéen.

Organisé autour du "Parcours Méditerranée", le salon propose deux espaces spécifiques dédiés à l'information et au conseil des futurs chefs d'entreprise :

- ✓ **Le Village Accompagnement à la création d'entreprise** pour guider les entrepreneurs dans leur projet. Il regroupe différents espaces :
  - Le stand de la Chambre de Commerce et d'Industrie Marseille Provence dédié aux différentes aides à la création existantes, les financements, etc.
  - Le stand de la Fédération française de la franchise pour s'informer et obtenir des conseils sur les différents aspects de la franchise et comprendre ses grands principes.
  - Le stand de la BNP Paribas, la banque partenaire de la franchise

...un passage obligé pour mettre toutes les chances de son côté.

- ✓ **Le Village des Experts** pour conseiller les futurs franchiseurs et les futurs franchisés. Il rassemble des experts, spécialistes de la franchise et des réseaux commerciaux, cabinets d'avocats, sociétés de conseil en développement et divers consultants, qui reçoivent gratuitement les visiteurs sur leur stand afin de leur présenter les spécificités du métier de la franchise, les démarches à entreprendre et les "bonnes" questions à poser aux enseignes. Seront notamment présents cette année sur le salon Zugga Media, Inlex IP Expertise, Epac International, Franchise Management et AC Franchise.

Afin d'accompagner au mieux les visiteurs mais aussi permettre aux enseignes exposantes de réussir leur développement, Top Franchise Méditerranée propose une palette de conférences et d'ateliers visant à maximiser les échanges avec les experts et les professionnels de la franchise, faciliter le partage d'expériences et créer de vraies opportunités de rencontres au fil du salon. Cette année, 11 conférences et 2 ateliers\* futurs franchiseurs sont programmés. Ouverts à tous et animés par des professionnels du commerce, ils sont destinés aux néophytes comme aux confirmés. Précieux outil d'information et de formation des visiteurs, le programme de conférences est étudié pour apporter au futur franchisé toutes les réponses aux questions qu'il se pose. Les experts et conseils, mais aussi les franchiseurs et les franchisés y témoignent et font part de leur expérience. Le visiteur trouve ainsi sur un même lieu tous les renseignements nécessaires pour se lancer et devenir un véritable chef d'entreprise.

Cette année, une conférence sera entièrement consacrée au rôle tenu par le commerçant franchisé en matière de dynamisation des centres-villes. Les franchisés sont en effet aujourd'hui des entrepreneurs locaux. En trente ans, nous sommes passés d'un modèle empirique où les franchisés s'installaient souvent là où il y avait de la place, à un développement plus concerté en centres villes et en périphéries, auxquels franchiseurs et franchisés peuvent apporter leur expérience du travail en réseau. Ils sont désormais des interlocuteurs de poids pour les acteurs économiques locaux (CCI, managers de commerce, élus locaux, etc.) séduits par la fiabilité et la réussite économique d'un modèle qui repose sur un savoir-faire commercial développé par des chefs d'entreprises formés et motivés.

Chantal Zimmer, déléguée générale de la FFF, Thomas Chavane, élu CCIMP, Jean-louis Russac, directeur Commerce Ville de Marseille, Hamid Dermeche, directeur développement économique Ville de Salon de Provence et Dirk Sanders, commerçant franchisé MONCEAU FLEURS à Marseille, seront les principaux intervenants de ce rendez-vous clé du salon.

Enfin, l'opération Speed Coaching Meeting, rendez-vous individuel sur les stands de la FFF et de la CCIMP permettant à chacun de vérifier la faisabilité de son projet et grande nouveauté inaugurée en 2008 du salon, est reconduite.

### **Paroles de franchisés**

*Parcours insolites, reconversions réussies, retours à la vie active, autant de profils de personnes qui ont choisi la franchise pour changer de métier.*

*Qu'ils soient franchisés expérimentés ou nouveaux venus dans leur enseigne, ils apportent un éclairage concret et réaliste sur leur parcours de créateurs d'entreprises.*

#### **Luc Vitry - Franchisé Apéf**

*Après un parcours de 30 ans successivement dans la gestion commerciale et financière, puis en tant que consultant formateur en grande distribution et chef d'entreprise en agro-alimentaire, Luc Vitry choisit la franchise pour développer une activité dans le service à la personne. La notoriété, la connaissance du marché et le savoir-faire reconnu de l'enseigne ont été les éléments déclencheurs du choix d'une création en franchise. "Ayant connu le côté solitaire du chef d'entreprise, je souhaitais être accompagné, formé et surtout assisté dans le démarrage de cette activité".*

#### **M et Mme Bessière - Franchisés Jeff de Bruges à Aix en Provence**

*Après avoir passé 25 ans dans le monde agité de la musique en tant que directeur artistique, M.Boissière souhaite se rapprocher de sa famille et c'est avec sa femme, Agnès, qu'ils décident de monter leur société.*

*Pour ces épicuriens de nature, l'entrepreneuriat sera gourmand ou ne sera pas.*

*Ils se donnent un an pour concrétiser leur projet, et 3 mois auront finalement suffi. Le premier contact avec Jeff de Bruges sera le bon. L'excellence du savoir faire de l'enseigne et un accompagnement personnalisé les séduiront définitivement.*

*9 ans après, ils ne regrettent pas leur choix, ils souhaitent se développer et sont actuellement à la recherche d'un deuxième point de vente dans la région. Une fois encore, ils feront confiance à la franchise « Je vois dans la franchise un excellent moyen de développer son entreprise et de progresser. »*

## 5. Programme des ateliers et conférences

### Lundi 16 novembre 2009

- 10h30 – 12h00 : L'Ecole de la franchise
- 10h30 – 11h30 : Les étapes de la création d'entreprise
- 12h00 – 13h00 : Devenir franchiseur
- 12h15 – 13h00 : Paroles de franchisés
- 14h00 – 15h00 : Comment présenter son projet à son banquier ?
- 14h30 – 16h00 : L'Ecole de la franchise
- 16h00 – 17h30 : Le commerçant franchisé, acteur de la dynamisation des centres-villes et créateur d'emplois

### Mardi 17 novembre 2009

- 10h30 - 12h00 : L'Ecole de la franchise
- 10h30 - 11h30 : Les étapes de la création d'entreprise
- 12h00 – 13h00 : Devenir franchiseur
- 12h15 – 13h00 : Paroles de franchisés
- 14h30 - 16h00 : L'Ecole de la franchise
- 14h30 – 15h00 : Trouver un emplacement et négocier son bail

*Programme complet des différentes rencontres et conférences de Top Franchise Méditerranée en annexes et disponible sur le site : [www.topfranchisemed.fr](http://www.topfranchisemed.fr)*

## 6. Liste des enseignes exposantes

### Auto / Motos

DELKO  
MIDAS\*  
SPEEDY\*  
UCAR LOCATION\*  
ROADY

### Bâtiment

ABRICO  
ILLICO TRAVAUX\*

### Immobilier / Services

LOCALLIFE  
EXPENSE REDUCTION ANALYSTS  
TEMPORIS  
LA MAISON DES TRAVAUX  
DEFIM FRANCHISE

### Beauté / Santé

BEAUTY SUCCESS\*  
CERINA BEAUTE  
LADY FITNESS  
LADY MOVING  
PHYSIOMINS  
QUICK EPIL  
L'ORANGE BLEUE

### Hôtellerie & Restauration

DUBBLE  
CANAS Y TAPAS  
PIZZA HUT\*  
SUBWAY INTERNATIONAL  
COMPTOIR DEL  
PLANET SUSHI

### Loisirs /Autres commerces

BAZARLAND  
EASY CASH\*  
ENCRE SERVICE  
IRRIJARDIN  
ROYAL KIDS  
HAPPY\*  
MONCEAU FLEURS\*  
RAPID'FLORE\*

### Services à la personne

APEF\*

### Commerce Alimentaire

CAVAVIN\*  
DE NEUVILLE CHOCOLAT\*  
HISTOIRE DE PAINS\*  
JEFF DE BRUGES MARTIAL\*  
LA FROMENTERIE  
LA MAISON DES PAINS  
L'EPI GAULOIS  
MASMOUDI  
PRALIBEL  
TORREFACTION NOAILLES

### Mini / Super / Hypermarchés

BRICOMARCHE  
CARREFOUR CITY  
INTERMARCHE  
NETTO  
PROXIMITE CARREFOUR - SHOPI  
RESTAUMARCHE  
SPAR  
VIVAL\*

### Mode, équipement de la personne

DDP  
KARTING  
PETITS PETONS

### Déco/équipement de la maison

REPOSE LIT  
WELDOM  
L'INVENTAIRE  
MAISON & REFLET  
PLACE DE LA LITERIE  
TOUSALON  
L'UNIVERS DU SOMMEIL  
GENEVIEVE LETHU

### Services rapides et de proximité

1001 PILES BATTERIES  
AFFICHES ET VOUS  
POSINERGY  
CARTRIDGE WORLD\*  
LOCALLIFE

\* enseignes adhérentes à la Fédération française de la franchise

## 7. 7<sup>ème</sup> édition Top Franchise Méditerranée 2009 - Fiche technique

Salon international	Top Franchise Méditerranée
Organisation	Alliance entre la Chambre de Commerce et d'Industrie Marseille Provence, la Fédération française de la franchise et Reed Expositions France
Comité de sélection	Présentation d'une offre conforme à la loi Doubin
Périodicité	Annuelle – 7 <sup>ème</sup> édition
Dates et horaires	Lundi 16 novembre 2009 de 10h à 19h et mardi 17 novembre de 10h à 18h00
Lieu	Palais de la Bourse de Marseille : 9 La Canebière - 13001 Marseille
Accès	Métro : Vieux Port (M1)- Tramway : Belsunce Alcazar (T2) Bus : Centre Bourse
Entrée	Gratuite
Les visiteurs	Près de 4 000 visiteurs attendus dont 5 % d'internationaux
Sur le salon	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 70 enseignes exposantes</li><li>✓ 25 % de nouveaux concepts</li><li>✓ Le stand de la FFF pour être conseillé</li><li>✓ Le village accompagnement et aide à la création d'entreprise (banques, institutionnels)</li><li>✓ Le village des Experts FFF et 4 ateliers pratiques, gratuits pour les futurs franchiseurs</li><li>✓ Les exposants de nouveaux concepts, mais aussi les plus grandes marques</li><li>✓ Les concepts de franchise exposés vont de moins de 45 000 € à plus de 150 000 € pour un franchisé</li><li>✓ Les conférences et les témoignages d'entrepreneurs et de créateurs d'entreprise</li></ul>
Les sites Internet	<a href="http://www.topfranchisemed.fr">www.topfranchisemed.fr</a> pour commander son badge, préparer sa visite, connaître le programme des conférences, ateliers, formations gratuites <a href="http://www.observatoiredelafranchise.fr">www.observatoiredelafranchise.fr</a> pour trouver, toute l'année, les meilleures opportunités de création d'entreprise en franchise.

## 8. Annexes



## Programme des conférences

Lundi 16 novembre 2009

→ 10h30 – 12h00

### **L'École de la franchise**

**Salle 1**

L'École de la franchise vous propose gratuitement une formation « futur franchisé ».

Vous y trouverez une occasion unique de vous former gratuitement à la franchise.

Votre décision est prise, vous voulez créer votre entreprise mais vous voulez avoir toutes les cartes en mains pour y arriver : participez à l'école de la franchise !

- ▶ 90 minutes de formation gratuite pour devenir franchisé
- ▶ les outils pour optimiser ma visite et rencontrer le maximum de franchiseurs
- ▶ les clés pour se poser les bonnes questions et se lancer

Cette formation s'adresse à tous ceux qui veulent créer leur entreprise ou investir dans la franchise.

#### *Public concerné*

- Créateur, cédant, repreneur
- Salarié
- Demandeur d'emploi
- Etudiant

→ 10h30 – 11h30

### **Les étapes de la création d'entreprise**

**Salle 2**

60 minutes pour s'informer, obtenir les conseils ou une orientation concernant la création, la reprise d'une entreprise. Un atelier pratique pour tout connaître sur les fondamentaux et passer de l'idée au projet !

#### *Public concerné*

- Créateur, cédant, repreneur
- Salarié
- Demandeur d'emploi
- Etudiant

→ 12h00 – 13h00

### **Devenir franchiseur**

**Salle 2**

---

Tout savoir sur la franchise, ses avantages et ses contraintes. Se poser les bonnes questions et réussir son développement en franchise.

#### *Public concerné*

- Chef d'entreprise
- Commerçants
- Investisseurs

→ 12h15 – 13h00

### **Paroles de franchisés**

**Salle 1**

---

L'objectif de cette conférence est de réveiller **l'entrepreneur qui sommeille en vous** en partageant les différentes expériences de franchisés.

Quand doit-on se décider à changer de vie ? A quoi faut-il faire particulièrement attention ? Comment s'organiser pour décider ou non de franchir le pas ?

#### *Public concerné*

- Créateur, cédant, repreneur
- Salarié
- Demandeur d'emploi
- Etudiant

→ 14h00 – 15h00

### **Comment présenter son projet à son banquier ?**

**Salle 2**

---

Les projets de franchise sont bien accueillis par le milieu bancaire.

Dans cette conjoncture morose, l'appartenance à un réseau est un atout encore plus fort qu'auparavant pour l'entrepreneur comparé à un créateur solo : à profil identique, il est plus facile d'obtenir un financement grâce à la notoriété d'une franchise et la formation qu'elle dispense, surtout dans des secteurs traditionnels.

#### *Public concerné*

- Créateur, cédant, repreneur
- Salarié
- Demandeur d'emploi
- Etudiant

→ 14h30 – 16h00

### **L'École de la franchise**

**Salle 1**

---

L'École de la franchise vous propose gratuitement une formation « futur franchisé ».

Vous y trouverez une occasion unique de vous former gratuitement à la franchise.

Votre décision est prise, vous voulez créer votre entreprise mais vous voulez avoir toutes les cartes en mains pour y arriver : participez à l'école de la franchise !

- ▶ 90 minutes de formation gratuite pour devenir franchisé
- ▶ les outils pour optimiser ma visite et rencontrer le maximum de franchiseurs
- ▶ les clés pour se poser les bonnes questions et se lancer

Cette formation s'adresse à tous ceux qui veulent créer leur entreprise ou investir dans la franchise.

*Public concerné*

- Créateur, cédant, repreneur
- Salarié
- Demandeur d'emploi
- Etudiant

→ 16h00 – 17h30

**Le commerçant franchisé acteur de la dynamisation des centres-villes et créateur d'emplois** **Salle 2**

---

En pleine crise la franchise montre une fois de plus sa vitalité !

La franchise française occupe la première place en Europe qualitativement et quantitativement. Elle permet à des milliers de salariés une reconversion professionnelle, aux centres-villes de se dynamiser grâce aux commerçants indépendants franchisés parfaitement intégrés au tissu local et à la modernisation des métiers traditionnels (fleuriste, boulangerie, épicerie...).

La franchise est un vecteur de création d'emploi au plan local. L'ouverture d'une unité franchisée crée de l'emploi : en vitesse de croisière, un franchisé emploiera 8,6 personnes et crée plus d'un emploi nouveau tous les ans. (étude CSA/FFF/Banques populaire 2008)

*Public concerné*

- Elus
- Commerçant
- Créateur, cédant, repreneur
- Salarié
- Demandeur d'emploi
- Etudiant



## Programme des conférences

Mardi 17 novembre 2009

→ 10h30 – 12h00

### **L'Ecole de la franchise**

**Salle 1**

L'Ecole de la franchise vous propose gratuitement une formation « futur franchisé ».

Vous y trouverez une occasion unique de vous former gratuitement à la franchise.

Votre décision est prise, vous voulez créer votre entreprise mais vous voulez avoir toutes les cartes en mains pour y arriver : participez à l'école de la franchise !

- ▶ 90 minutes de formation gratuite pour devenir franchisé
- ▶ les outils pour optimiser ma visite et rencontrer le maximum de franchiseurs
- ▶ les clés pour se poser les bonnes questions et se lancer

Cette formation s'adresse à tous ceux qui veulent créer leur entreprise ou investir dans la franchise.

#### *Public concerné*

- Créateur, cédant, repreneur
- Salarié
- Demandeur d'emploi
- Etudiant

→ 10h30 – 11h30

### **Les étapes de la création d'entreprise**

**Salle 2**

60 minutes pour s'informer, obtenir les conseils ou une orientation concernant la création, la reprise d'une entreprise. Un atelier pratique pour tout connaître sur les fondamentaux et passer de l'idée au projet !

#### *Public concerné*

- Créateur, cédant, repreneur
- Salarié
- Demandeur d'emploi
- Etudiant

→ 12h00 – 13h00

### **Devenir franchiseur**

**Salle 2**

Tout savoir sur la franchise, ses avantages et ses contraintes. Se poser les bonnes questions et réussir son développement en franchise

#### *Public concerné*

- Chef d'entreprise

- Commerçants
- Investisseurs

→ 12h15 – 13h00

### **Paroles de franchisés**

**Salle 1**

---

L'objectif de cette conférence est de réveiller l'**entrepreneur qui sommeille en vous** en partageant les différentes expériences de franchisés.

Quand doit-on se décider à changer de vie ? A quoi faut-il faire particulièrement attention ? Comment s'organiser pour décider ou non de franchir le pas ?

#### *Public concerné*

- Créateur, cédant, repreneur
- Salarié
- Demandeur d'emploi
- Etudiant

→ 14h30 – 16h00

### **L'École de la franchise**

**Salle 1**

---

L'École de la franchise vous propose gratuitement une formation « futur franchisé ».

Vous y trouverez une occasion unique de vous former gratuitement à la franchise.

Votre décision est prise, vous voulez créer votre entreprise mais vous voulez avoir toutes les cartes en mains pour y arriver : participez à l'école de la franchise !

- ▶ 90 minutes de formation gratuite pour devenir franchisé
- ▶ les outils pour optimiser ma visite et rencontrer le maximum de franchiseurs
- ▶ les clés pour se poser les bonnes questions et se lancer

Cette formation s'adresse à tous ceux qui veulent créer leur entreprise ou investir dans la franchise.

#### *Public concerné*

- Créateur, cédant, repreneur
- Salarié
- Demandeur d'emploi
- Etudiant

→ 14h30 – 15h00

### **Trouver un emplacement et négocier son bail**

**Salle 2**

---

Il est difficile de trouver un bon local et encore plus difficile de le trouver à un prix acceptable. Comment s'y prendre ? Quelles sont les bonnes questions à poser ?

#### *Public concerné*

- Créateur, cédant, repreneur
- Salarié
- Demandeur d'emploi
- Etudiant