

# Les secteurs et enseignes qui se développent malgré la crise

Alors que les commerçants indépendants isolés traversent - comme beaucoup d'entreprises - une crise économique sans précédent, la franchise apparaît comme un modèle plus robuste et résilient, notamment en raison du soutien des franchiseurs à leurs franchisés et de la digitalisation avancée des enseignes et points de vente franchisés. Si pour beaucoup de commerces, 2020 aura été une année très compliquée, pour d'autres, elle a aussi été synonyme de croissance et d'opportunités. Grâce à leur agilité et leur capacité d'adaptation, certains secteurs dont la dynamique était parfois défavorable ces dernières années, sont ainsi parvenus à tirer leur épingle du jeu. Zoom sur deux enseignes qui ont enregistré une hausse d'activité et qui recrutent en 2021 !

Le mobilier :

**GAUTIER**



## Parole de franchiseur !

Actif sur le secteur de l'équipement de la maison, marché « moins affecté » par la crise sanitaire, l'enseigne Gautier, en qualité de franchiseur, a conservé un fort attrait auprès des porteurs de projet en raison des atouts de résilience que lui confèrent : la qualité de ses produits, sa démarche éco-responsable, son positionnement « Made in France » et la force d'un groupe industriel familial garantissant disponibilité et réactivité. La crise a accéléré la digitalisation des relations avec notre réseau. Dès le début, l'accompagnement distanciel a été mis en place pour conserver un accompagnement opérationnel : suivi des résultats et du cash management, veille et recommandations juridiques, réglementaires et sanitaires, soutien à la digitalisation de la relation BtoC et actions de communication omnicanale accentuant la relation « Store to Consumer » (prise de RDV, étude de projets sur plan avec rendu 3D...). En l'absence de salons et d'événements physiques dédiés à la franchise, le développement du réseau Gautier a, lui aussi, accru la relation digitale avec les porteurs de projet (visioconférence et montée en puissance du « One to One » grâce à notre site dédié [www.franchise.gautier.fr](http://www.franchise.gautier.fr)). La qualité des contacts, certes moins nombreux, nous permet de maintenir nos prévisions de développement avec 7 à 8 ouvertures programmées en 2021.

*Maurizio di Salvo, responsable développement franchise de Gautier*

## Parole de franchisé !

Si l'année a été assez difficile moralement avec les « stop and go » de l'activité, notre magasin a en revanche très bien fonctionné sur les mois de mai, juin et juillet. Nous avons même réalisé un mois de décembre impressionnant alors que cette période de l'année est traditionnellement plus calme. Confinés, les Français ont eu le temps de se projeter dans leur habitat, de mûrir leurs achats et ils les ont rapidement concrétisés en magasin. Nous faisons un métier où les consommateurs ont besoin de découvrir, de voir, de toucher les produits même si, chez Gautier, nous avons mis en place des outils digitaux pour permettre à nos clients de prendre rendez-vous, de se projeter dans leur futur intérieur. Durant la crise, et c'est la force de notre modèle, nous avons été bien accompagnés par notre franchiseur qui a organisé très régulièrement des réunions par visioconférences avec l'ensemble du réseau. Toute l'équipe Gautier a été très mobilisée pour nous expliquer les aides que nous pouvions obtenir, les protocoles sanitaires à mettre en place, etc. Cela paraît anecdotique mais c'est très important de se sentir soutenu et accompagné. Au final, je dirais que nous avons une chance incroyable : celle d'être une franchise assez humaine.

*Sébastien Gauthier, gérant du magasin Gautier de Béziers*

Les services à la personne :



## Parole de franchiseur !

2020 aura été une année exceptionnelle à tous points de vue pour Les Menus Services : nous réalisons une énorme croissance de 30%. Cette croissance s'explique par le fait que nous nous adressons à une clientèle de personnes âgées de plus de 80 ans à domicile et les deux confinements successifs ont accentué leur isolement. Il a fallu leur servir plus de repas qu'en temps ordinaire et nous pouvions compter sur la force de notre réseau. Pendant la crise, et parce que nous avons la capacité d'être agile, nous nous sommes aussi substitués aux services de collectivités et même aux EHPAD. Côté réseau, 2020 nous aura permis également d'ouvrir 15 nouvelles agences dans notre réseau et nous prévoyons le même rythme d'ouverture en 2021. Notre force est de compter sur un réseau d'agences dynamiques pour répondre à la demande. En tant que franchiseur, nous leur avons apporté les informations réglementaires, juridiques pendant la crise sanitaire et nous lançons également une offre « gourmet » pour diversifier notre offre, à l'heure où les commandes de nos clients sont de plus en plus récurrentes.

*Corinne Duplat, Directrice générale Les Menus Services*

## Parole de franchisé !

Très paradoxalement, 2020 a été une belle année par rapport à nos objectifs. L'impact du Covid a bien entendu été éprouvant car brutal : il a fallu gérer les collaborateurs, les protocoles sanitaires pour les clients comme pour les collaborateurs. Sur notre activité, on a enregistré entre 15 et 20% d'activité supplémentaire en termes de chiffres d'affaires. Notre activité de portage de repas a pris tout son sens dès le début de la crise : l'entourage des personnes fragiles ont eu la volonté rapide d'organiser le repas, le quotidien pour que les aînés puissent être confinés dans les meilleures conditions. Dans cette période, on a eu des informations régulières de la part du franchiseur sur les réglementations à mettre en place dans nos agences. J'ai aussi eu beaucoup de contacts avec mes collègues des autres agences sur la gestion de la crise sanitaire : c'est une de nos forces. On partage ce qui fonctionne bien, ce qui fonctionne moins bien et on adapte à notre agence. On ne se sent jamais seul et je crois que, pour cette raison notamment, la franchise est un modèle d'avenir.

*Jean-Noël Dor, directeur de l'agence Les Menus Services d'Annecy*