

Le commerce, grand amateur

Les dernières données de Franchise Explorer pour LSA permettent de dresser une carte plus précise de l'emprise de la franchise en France. Elle confirme l'éclatante santé d'un modèle économique porteur, protéiforme et largement diffusé, où le commerce reste très actif.

Peu à peu, avec l'aide des équipes data d'Infopro Digital, sa maison mère, LSA affine la cartographie de la franchise en France. Depuis deux ans, en effet, Franchise Explorer, l'équivalent pour le secteur de LSA Expert pour la grande distribution, recense les implantations et évolutions des réseaux de franchise dans l'Hexagone. Une tâche ardue car l'activité est multisectorielle et protéiforme. Elle couvre aussi bien la très grande surface alimentaire de plus de 15 000 mètres carrés que la petite boutique de fleurs, le salon de coiffure que le kiosque de presse, la laverie automatique que le simple bureau d'agents immobiliers. Qui plus est, elle concerne aussi bien le pur franchisé que l'entrepreneur indépendant en réseau, membre d'une coopérative de commerçants par exemple. Au total, ce sont près de 80 000 magasins et autres lieux de vente ou de services que Franchise Explorer a identifiés lors de sa dernière vague de relevés, en juillet 2017. 79 199 sites précisément qui portent la marque de 1 376 enseignes et se déploient sur plus de 35 millions de mètres carrés de surface commerciale.

La franchise type

Pour les amateurs de moyenne, cela représente 58 magasins franchisés par enseigne, pour une surface de vente type de 445 mètres carrés. Néanmoins, ce portrait de la franchise type

UN TOP 20 DOMINÉ PAR LE COMMERCE

Rang 2016	Secteur	Nombre de magasins indépendants	Part dans le nombre total de magasins, en %	Part dans la surface totale des magasins franchisés, en %
1	Immobilier/Travaux/Habitat	11 195	14,14	3,1
2	Restauration	6 649	8,40	4,8
3	Magasins de proximité	4 979	6,29	4,9
4	Optique	4 878	6,16	1,5
5	Coiffure/Esthétique	4 248	5,36	1,0
6	Services aux particuliers	4 235	5,35	0,4
7	Supermarchés	4 230	5,34	25,3
8	Contrôle technique	3 731	4,71	2,4
9	Tourisme/Voyages/Hôtellerie/Loisirs	3 393	4,28	18,4
10	Mode	3 134	3,96	1,9
11	Commerce non alimentaire spécialisé	2 876	3,63	0,8
12	Bien-être/Forme	2 336	2,95	1,9
13	Location de véhicules	2 183	2,76	0,2
14	Centres auto	1 910	2,41	2,0
15	Cuisines/Salles de bains	1 699	2,15	1,4
16	Commerce alimentaire spécialisé	1 531	1,93	0,4
17	Meubles	1 286	1,62	2,3
18	Beauté/Santé	1 213	1,53	0,3
19	Bazar/Discount	1 188	1,50	3,1
20	Bricolage	962	1,21	7,4

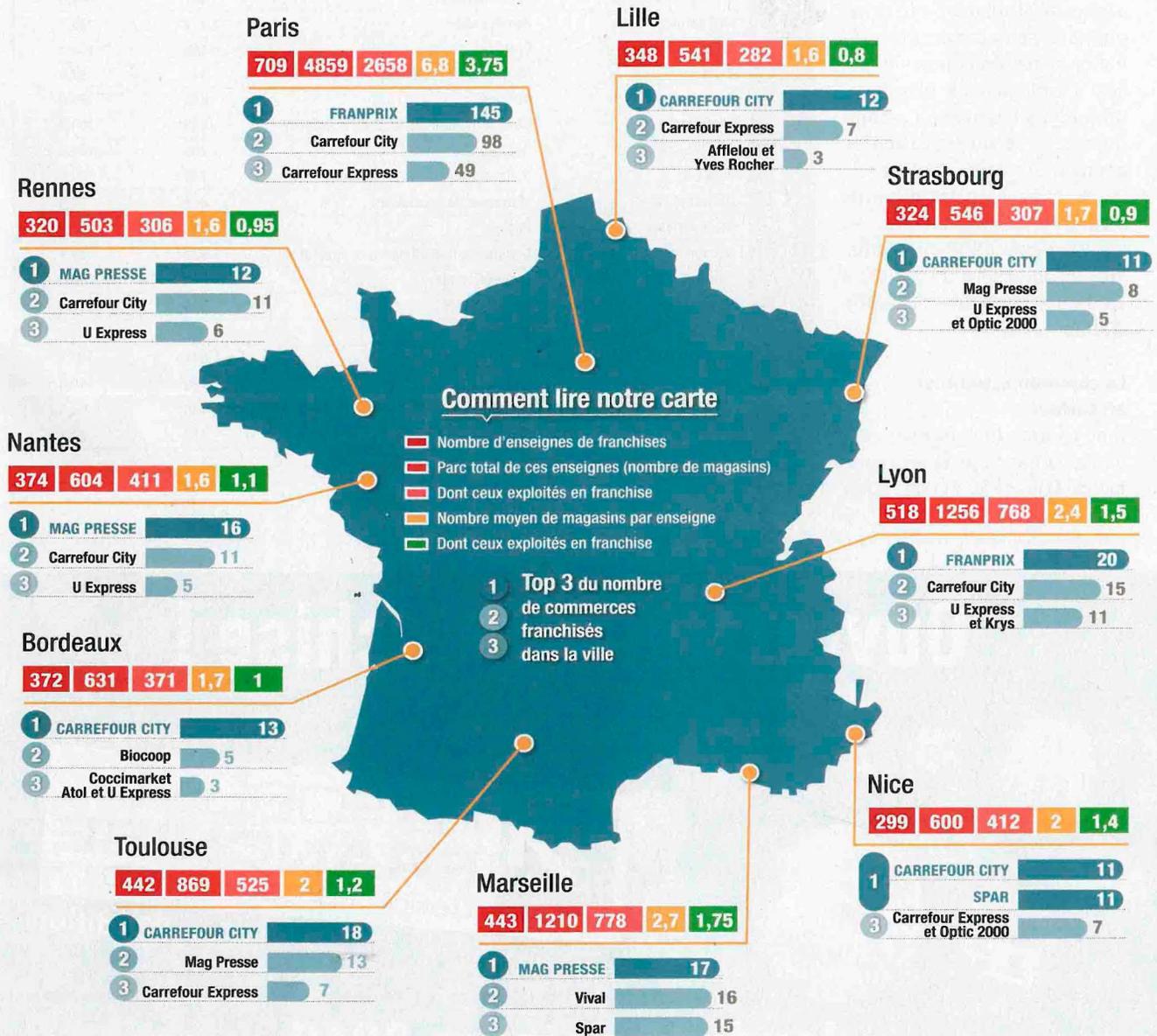
S'ils n'occupent pas les deux premiers rangs du top 20 en nombre d'unités, 11 secteurs du commerce (en rouge) y figurent et représentent 40 % du parc. En surface, ils dominent nettement, du fait des dimensions des concepts.

est encore incomplet car les parcs de certaines enseignes restent toujours difficiles à cerner. Y compris les plus grandes. Ainsi Franprix, par exemple, revendique 858 unités, dont deux tiers en franchise, quand Franchise Explorer en relève 711, pour 60 % en franchise. Et chez Carrefour City, alors que l'enseigne assure que tout le parc est exploité en franchise, nos relevés ressortent quelques magasins intégrés, un petit 6 % du parc... Les mystères des numéros de Siret et autres raisons sociales qui constituent

l'une des bases du recensement et qui s'avèrent parfois complexes à interpréter.

En attendant de gommer ces scories, les grandes masses sont là et démontrent que le secteur pèse lourd, très lourd même, dans l'économie du commerce et des services. Les 35 millions de mètres carrés de surfaces commerciales recensés par Franchise Explorer représentent plus de trois fois la superficie des hypermarchés en France (11,3 millions de mètres carrés selon LSA Expert) ou l'équivalent de

de franchise



1376 enseignes exploitées en franchise ou en réseaux d'indépendants

79199 magasins ou sites exploités en franchise (parc total de 105552 unités)

35,2 M de m² de surfaces de vente en franchise (parc total de 49,1 millions de m²)

58 magasins franchisés par enseigne en moyenne

445 m² de surface moyenne par unité franchisée

toutes les grandes surfaces alimentaires et du bricolage réunies ! Surtout le secteur affiche une dynamique très soutenue. Dans le Top 100 LSA des enseignes de distribution en France, publié la semaine dernière, la franchise ressort comme le modèle d'exploitation le plus dynamique, juste derrière l'e-commerce, avec une croissance annuelle du chiffre d'affaires de 7,2 % et près de 18 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Les groupements d'indépendants, eux, progressent de 1,4 %, à 110 milliards d'euros de chiffre d'affaires.

Le commerce, premier en surface

Il ne faudrait toutefois pas cantonner la franchise au seul commerce. Loin de là. Si l'on

LE CLASSEMENT DES RÉSEAUX*

Rang 2016	Enseigne	Secteur	Nombre de magasins indépendants	Taux de franchise, en %
1	Intermarché Super	Supermarchés	1347	100,0
2	McDonald's	Restauration	1302	93,7
3	Optic 2000	Optique	1162	100,0
4	Vival	Magasins de proximité	911	97,9
5	Krys	Optique	845	100,0
6	Mag Presse	Commerce non alimentaire spécialisé	839	100,0
7	Atol les Opticiens	Optique	763	100,0
8	Super U	Supermarchés	715	99,0
9	Carrefour City	Magasins de proximité	698	93,6
10	Alain Afflelou	Optique	631	92,0
11	Maison de la Presse	Commerce non alimentaire spécialisé	622	99,7
12	Centre E. Leclerc	Supermarchés	613	100,0
13	Yves Rocher	Beauté/Santé	610	90,5
14	Carrefour Contact	Magasins de proximité	561	81,9
15	Spar	Supermarchés	541	81,1
16	Subway	Restauration	482	100,0
17	Bricomarché	Bricolage	480	99,8
18	Coccimarket	Magasins de proximité	477	98,6
19	Carrefour Express	Magasins de proximité	469	99,2
20	Biocoop	Magasins bio	443	99,3

LE CLASSEMENT PAR SURFACE*

Rang 2016	Enseigne	Secteur	Surface des magasins indépendants, en m ²	Taux de surface franchisée (1)
1	Centre E. Leclerc	Supermarchés	3106939	100,00
2	Intermarché Super	Supermarchés	2736357	100,00
3	Super U	Supermarchés	1774634	99,19
4	Bricomarché	Bricolage	1414411	99,16
5	Bigmat	Matériaux	763928	100,00
6	Mr Bricolage	Bricolage	641879	71,18
7	Carrefour Market	Supermarchés	606550	61,64
8	McDonald's	Restauration	541619	90,64
9	Intermarché Hyper	Hypermarchés	391331	100,00
10	Carrefour Contact	Magasins de proximité	377337	79,07
11	Weldom	Bricolage	363971	79,92
12	Hyper U	Hypermarchés	353024	100,00
13	Jardiland	Jardinerie	315733	39,76
14	Promocash	Cash and Carry	315708	100,00
15	Market	Supermarchés	305496	31,97
16	Intermarché Contact	Magasins de proximité	269768	100,00
17	U Express	Magasins de proximité	259423	98,97
18	Villaverde	Jardinerie	246445	100,00
19	Carrefour City	Magasins de proximité	239953	93,53
20	Netto	Hard-discount	227973	100,00

(1) en % de la superficie totale de l'enseigne

MÉTHODOLOGIE

La base de données Franchise Explorer a été conçue par les équipes d'Infopro Digital (propriétaire de LSA), qui ont déjà développé LSA Expert, recensant toutes les grandes et moyennes surfaces en France. Franchise Explorer s'appuie sur :

- les sites web des franchises et enseignes
- la presse professionnelle
- la presse régionale
- les décisions des CDAC
- les modifications et créations de Siret (code établissement), reçues chaque semaine, permettent de distinguer les points de vente intégrés (qui ont le même Siren que le siège alors que les 5 chiffres correspondant à leur Siret changent) des magasins indépendants.

(* Classement des enseignes de commerce et de restauration uniquement. Les classements tous secteurs sont disponibles sur notre site, LSA.fr.



© PIERRE ROUSSEAU/IMAGES

Le maillage a toujours été la force d'Intermarché, qui revendique en moyenne un magasin tous les 17 km en France. Le premier indépendant en nombre d'unités.



© DENIS ALLARD/REA

L'optique est très présente parmi les champions de la franchise, avec trois enseignes de réseaux coopératifs en tête, Optic 2000, Krys et Atol.



© XAVIER POPIRE/REA

McDonald's, grand adepte de la franchise (93% de son parc), dispose d'un maillage impressionnant. Peu de grandes zones de flux urbaines lui échappent.



© LAETITIA DJARTE

Franprix, enseigne urbaine par excellence, fait un carton à Paris et à Lyon, où l'enseigne est leader de la proximité alimentaire.



© PIERRE VASSAL

Carrefour City fait aussi très fort dans les dix plus grandes villes, présent sur neuf podiums des enseignes de commerce sur dix et leader dans cinq.



© LYDIE LECARPENTIER/REA

En intégrant Mistral, Système U a fait un mouvement majeur dans la proxi et pointe son enseigne U Express sur les podiums de cinq grandes villes sur dix.

■ ■ ■ ■ s'arrête aux parcs déployés, l'immobilier et la restauration arrivent nettement devant les différentes activités du commerce en nombre d'unités (*tableau p. 32*). Les magasins de proximité et l'optique, qui ont pourtant tous les deux le vent en poupe, ne prennent que la troisième et la quatrième places du classement, avec des parcs près de trois fois inférieurs à ceux de l'immobilier, en tête, et deux fois plus petits que ceux de la restauration. Les coiffeurs, les salons d'esthétique, les services aux particuliers, le tourisme se distinguent également.

Néanmoins, la moitié des 20 premiers secteurs recensés sont des activités commerciales qui, ensemble, concentrent 40% du parc total des franchisés. Et si l'on se réfère aux surfaces déployées, le commerce, pour le coup, l'emporte largement. On retrouve cette dichotomie entre parc et surface dans les classements par enseignes. 58 des 100 premières

enseignes de franchise en surface sont des enseignes de commerce, contre 45 seulement en nombre d'unités.

Des réseaux enracinés

Autre enseignement, les réseaux de grande dimension ne sont pas légion. Seules 26 enseignes affichent des parcs de plus de 500 franchisés ou indépendants, 88 dépassent les 200 unités et 190 ont un réseau supérieur à 100 magasins en franchise. Quant aux parcs de plus de 1 000 sites, ils ne sont que six et reflètent assez bien la diversité de l'écosystème de la franchise. Intermarché Super, avec ses 1 347 magasins, domine, McDonald's et ses 1 302 restaurants suit de près, laissant tous les deux à distance respectable l'opticien Optic 2000, les deux réseaux immobilier Orpi et Optihome, et l'enseigne de contrôle technique Securitest. Si l'on ajoute à ces cinq enseignes aux réseaux très étendus les Vival, Krys et autres Mag Presse,

qui pointent respectivement au huitième, neuvième et dixième rangs du classement, c'est un petit air de France des champs et des bourgades face à la France des grandes villes qui se joue ici. À l'image de Carrefour City qui trône sur les podiums des franchisés de neuf des dix premières villes de France (*carte p. 33*), mais n'est que dix-septième au niveau national, malgré ses plus de 700 unités. Quant aux enseignes qui ont fait beaucoup parler d'elles avec leurs déploiements récents, elles sont encore très loin du groupe de tête. Darty et ses 98 magasins franchisés, sur un parc de 318 magasins, ne pointe qu'en 89^e position des surfaces avec 65 000 mètres carrés. Fnac est 217^e avec 34 magasins et 18 000 mètres carrés. Preuve, pour ceux qui en doutaient encore, que gagner sa place dans les grands réseaux nationaux de franchise est un travail de - très - longue haleine. ■

JÉRÔME PARIGI

LSA publie régulièrement des données sur la franchise, issues de la base Franchise Explorer, notamment des classements dynamiques dans les dix premières villes de France, à retrouver sur LSA.FR.

