



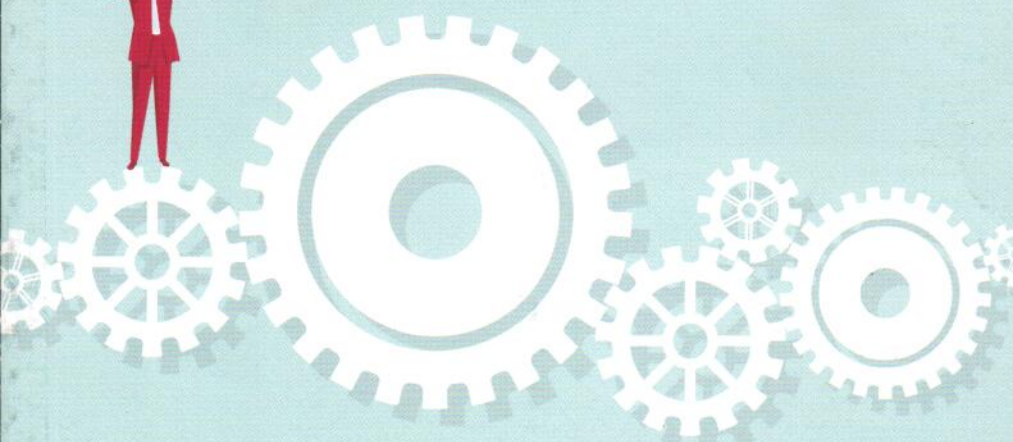
# FRANCHISE MAGAZINE

N°248 • JUIN/JUILLET 2015

➤ **Numéro spécial**

## NOUVEAUX CONCEPTS

- > **LES ACTIVITÉS TENDANCES**
- > **30 IDÉES POUR ENTREPRENDRE**



> **RENCONTRE**  
**FRANÇOIS FEIJOO**  
Directeur Général d'Eram

> **PARCOURS : des franchisés témoignent**

> **LES SECTEURS À SUIVRE**

- Les pressings se mettent au vert
- La nouvelle guerre du pain



> **ENQUÊTE**

- Aide au lancement : 460 réseaux détaillent leurs prestations

> **RÉVÉLATIONS  
DE LA FRANCHISE**

- Isocomble remplit l'espace
- Feuillette : boulangerie-pâtisserie de charme



> **L'ACTUALITÉ DES RÉSEAUX**

- Carnet de Vol, Akena, Geox, Cash Converters, Mango, Jardiland, Calzedonia...

M 03284 - 248 - F: 5,20 € - RD



ISSN 0221-7821

# Boulangerie Feuillette se lance

Le jury des Révélations de la Franchise 2015 a décerné un Prix spécial au réseau Boulangerie Feuillette, une enseigne créée par un jeune couple de boulangers dynamiques qui espèrent développer un réseau d'une trentaine de points de vente.

PHILIPPE BEAULIEU

Après leur formation à l'Institut national de boulangerie-pâtisserie où ils se sont rencontrés, Jean-François et Laure Feuillette font leurs armes chez *Ladurée*, *Pierre Hermé* et à l'hôtel *George V* à Paris, puis se mettent en quête d'une ville de province où s'établir avec l'apport limité dont ils disposent. C'est ainsi qu'ils trouvent leur première boutique à Blois. En 2009, un second établissement voit le jour, toujours dans le Loir-et-Cher, sur une surface plus importante, avec un parking facile d'accès. Au-delà des macarons, dont ils se sont fait une spécialité, ils proposent, dans un décor rustique, une gamme traiteur pour le midi et des produits sucrés et salés de qualité pour tous les budgets.



Laure et Jean-François Feuillette.



Boulangerie Feuillette regroupait, début 2015, cinq boutiques en région Centre.

positionnement qui permet à *Boulangerie Feuillette* de faire état de chiffres d'affaires supérieurs à 1,8 million d'euros (HT) au bout de deux ans d'activité. Quant au concept architectural, il se veut résolument à contre-courant des tendances contemporaines de plus en plus épurées. "Nous avons cherché à recréer une ambian-

ment en puissance, mais de façon pérenne. *Boulangerie Feuillette* vise deux à trois ouvertures en 2016. Et une trentaine à terme. Du point de vue des objectifs géographiques, l'enseigne ne cible, pour l'instant, que le Grand Ouest, mais pas Paris.

"Nous apprenons à nos franchisés à maîtriser une gamme réduite de pains, selon la formule 20/80 : 20 % des produits font 80 % du chiffre d'affaires, poursuit le franchiseur. Ils doivent bien sûr avoir la capacité d'investissement nécessaire (environ 300 000 euros d'apport personnel) mais aussi être capables de s'impliquer personnellement dans le point de vente et d'entraîner une équipe sur le terrain."

À l'évidence, la démarche des jeunes franchiseurs est marquée par le professionnalisme. Leur principal obstacle à l'heure actuelle est que dans la recherche d'emplacements de qualité en périphérie, ils sont en concurrence avec les grands noms de la restauration rapide, qui ciblent le même type de locaux... tout en ayant bien plus de moyens et de notoriété. ■

## REPÈRES

### CHIFFRES-CLÉS

- Chiffre d'affaires moyen d'une unité : **1,8 million d'euros (HT)**
- Type d'implantation : environ **500 m<sup>2</sup>** sur un axe routier très fréquenté
- Formation des franchisés : de **3 à 6 mois**, selon les compétences de départ
- Contrat : **7 ans**
- Droit d'entrée : **20 000 € (HT)**
- Investissement requis : **1,2 million d'euros** dont **300 000 euros** d'apport personnel.

### LES PLUS

- Un concept haut-de-gamme qui se démarque et a déjà prouvé son attractivité.

### LES MOINS

- Un investissement important (**570 000 euros** pour l'équipement et le mobilier, **1 500 euros** par mètre carré de travaux pour la mise aux normes).
- Une activité qui est en partie dépendante des aides de l'Etat.

**Boulangerie Feuillette fait état de chiffres d'affaires supérieurs à 1,8 million d'euros (HT) au bout de deux ans d'activité.**

Le concept est né et l'idée de le franchiser s'installe progressivement, à la suite de demandes spontanées. Mais avant de le dupliquer, il faut modéliser le savoir-faire et rédiger le contrat. Dans ce but, ils font appel à des spécialistes de la franchise.

Le modèle repose sur un magasin d'environ 500 m<sup>2</sup> (dont la moitié en surface de vente et de restauration) avec 70 places assises, situé sur un emplacement numéro un en périphérie de ville. Le point de vente est ouvert sept jours sur sept, de 7 h à 20 h. Un

ce conviviale et authentique, explique Jean-François Feuillette. Pour cela, chaque boulangerie ressemble un peu à une maison de famille avec une belle cheminée en pierre de taille et du feu, le décor est fait de matières nobles comme un plafond de poutres en chêne."

En six ans, l'enseigne a ouvert cinq unités en propre, dans le Loir-et-Cher et en Indre-et-Loire. Et les premières implantations en franchise sont annoncées d'ici la fin 2015, à Bourges et Poitiers. L'objectif est de monter progressive-