



DOSSIER DE PRESSE
Octobre 2011

Le 17 octobre 2011
à l'Automobile Club de France
l'IREF a récompensé les lauréats du 24^e Concours
« Meilleurs Franchisés et Partenaires de France »

Cette année, l'IREF a récompensé les lauréats de son **24^e concours** sous le double parrainage de **Monsieur Pierre LELLOUCHE**, Secrétaire d'Etat chargé du Commerce extérieur et de **Monsieur Frédéric LEFEBVRE**, Secrétaire d'Etat, chargé du Commerce et de l'Artisanat, des PME, du Tourisme, des Services, des Professions libérales et de la Consommation.

La cérémonie s'est déroulée dans les salons prestigieux de **l'Automobile Club de France** en présence des grands noms de la franchise et du partenariat tels que Jean-Claude Biguine, Midas, Ixina, Kyriad, Carré Blanc...

Le prix JEAN-PAUL CLEMENT qui est la plus haute distinction attribuée par l'IREF, a récompensé une grande personnalité de la franchise et du partenariat, le Président fondateur du Groupe Le Duff, **Louis LE DUFF**. Ce prix est réservé aux grandes personnalités de la franchise et du partenariat qui ont œuvré en se distinguant dans des actions profitables au service du commerce organisé indépendant en France. C'est la troisième fois que ce prix est décerné depuis la création de cette cérémonie. L'année précédente, il avait été remis à Monsieur Alain AFFLELOU, Président du groupe Afflelou et l'année précédente, Monsieur Jacques DERMAGNE, 5^{ème} personnage de l'Etat, Président du Conseil Economique, Social et Environnemental.

Le Trophée d'Or a été attribué à Subway, l'Argent à Midas ainsi qu'au franchisé Jean Claude Biguine de Monaco.

Le Trophée International de la Franchise et du Partenariat a été attribué à 5 lauréats faisant parti d'un réseau et se distinguant par leur dynamisme à l'international : Illico, Natur House, Pomme de Pain, Kyriad nommé deux fois.

Les Espoirs de la Franchise et du Partenariat

Nom du réseau
AD VITAM
AUTOCREA
COHESION INTERNATIONAL
FITNESS BOUTIQUE
LA MANGOUNE
LA PIZZA DE NICO

Les Meilleurs Franchisés et Partenaires de France

Cette année, l'IREF récompense 29 Meilleurs Franchisés et Partenaires de France, dont 9 avec une mention spéciale ou un Grand Prix.

Nom du réseau	Ville
ABITHEA	CHOISY LE ROI (Val de Marne)
AGE D'OR SERVICES	CHAPONOST (Rhône)
CABEX	ECOULANT (Maine et Loire)
CUISINES REFERENCES	AUXERRE (Yonne)
CULTURE VELO	VILLEBON (Essonne)
CURVES	TOURLAVILLE (Manche)
DOMIDOM	TOURS (Indre et Loire)
ELYSE Avenue	AVIGNON (Vaucluse)
ETAPE AUTO	BEAUFORT EN VALLEE (Maine et Loire)
FIDELIO	VALENCE (Drôme)
GENERALE DES SERVICES	CAEN (Calvados)
IXINA	LA CHAPELLE ST AUBIN (Sarthe)
JEAN CLAUDE BIGUINE	NANTES (Loire Atlantique)
LA PATATERIE	VILLECHETIF (Aube)
LE JARDIN DES FLEURS	RÉZÉ (Loire Atlantique)
MIDAS	TASSIN LA DEMI LUNE (Rhône)
SERGE COMTESSE	STRASBOURG (Bas-Rhin)
SERGE COMTESSE	ERSTEIN (Bas-Rhin)
THERAFORM	ORLEANS (Loiret)
UNICIS	BOULOGNE SUR MER (Pas de Calais)

Les Meilleurs Franchisés et Partenaires de France avec Mentions

Nom du réseau	Ville	Mention
AGE D'OR SERVICES	Nancy	Grand Prix de l'Action Commerciale
CABEX	Oullins	Grand Prix des Professions Libérales
FIDELIO	Toulon	Grand Prix de la Communication
LYNX OPTIQUE	Dieppe	Grand Prix du Commerce Associé

MR BRICOLAGE	Hazebrouck	Grand Prix de la Combativité Commerciale
PETRIN RIBEIROU	Besançon	Grand Prix de l'Artisanat
SELF'COIFF	Pont Sainte Maxence	Grand Prix du Jeune Entrepreneur
TEMPORIS	Toulouse	Grand Prix de la Rentabilité Economique
UNICIS	Bordeaux	Grand Prix de la Relation Humaine
MIDAS	Hyères	Trophée d'Argent
JEAN CLAUDE BIGUINE	Monaco	Trophée d'Argent
SUBWAY	Marseille	Trophée d'Or

Le Trophée International de la Franchise et du Partenariat

Réseau
ILICO TRAVAUX
NATUR HOUSE
POMME DE PAIN

Grand Prix du Marketing Sensoriel

Réseau
KYRIAD
KYRIAD

Lauréat de la Décennie

Réseau
LE FAILLITAIRE
DAL'ALU
CUISINE PLUS
MONCEAU FLEURS
CARRE BLANC

PRESENTATION DES LAUREATS

Abithea

ABITHEA est un réseau dynamique, innovant composé de 30 agences, des conseillers prêts à assister les clients dans la vente, l'achat ou la location de biens, des honoraires justifiés, un logiciel exclusif grâce auquel le client suit les actions, en temps réel, entreprises sur le bien.

Advitam

ADVITAM est un groupe de services à la personne spécialisé autour de la prise en charge à domicile des situations de perte d'autonomie (grand âge, handicap, sortie d'hospitalisation).

ADVITAM est la première structure privée en France à avoir créé des services à domicile pour le public atteint d'autisme et le public sourd en partenariat avec l'hôpital de la Pitié-Salpêtrière et les principales associations d'usagers.

Le groupe ADVITAM est construit sur un modèle original pour les services à la personne : l'entreprenariat intégré ; les dirigeants des filiales régionales sont tous associés minoritaires dans leur filiale.

Avec 3 agences toutes rentables en deux exercices, ils accompagnent à l'heure actuelle plus de 2000 personnes.

Age d'Or Services

Créé en 1991, le réseau Age d'Or Services compte aujourd'hui parmi les enseignes les plus développées du secteur des services à la personne, avec plus de 190 implantations en France métropolitaine et dans les DOM-TOM.

Le réseau propose aux personnes fragiles, âgées ou handicapées les services suivants : aide à domicile, accompagnement, petit jardinage, petit bricolage, livraison à domicile, portage de repas ou encore installation d'appareil de téléassistance (en partenariat avec un téléassisteur). Une offre multiservices permettant aux clients d'avoir un interlocuteur unique pour l'ensemble des prestations.

En 20 ans, Age d'Or Services est devenu la référence en matière de prise en charge, de maintien à domicile et de conservation du lien social pour les personnes les plus fragiles. Les raisons de ce succès : une adaptation aux évolutions de la demande, un bouquet de services toujours plus étoffé et un actionnaire solide depuis 2001, CNP Assurances.

Autocrea

Autocrea a été créé il y a tout juste 10 ans par Henry Cavelan. Agence de communication spécialisée dans la création de supports publicitaires innovants, c'est en mars 2003 que le premier set de table a fait son apparition dans les brasseries normandes. L'activité consiste à vendre des encarts publicitaires sur des sets de table en papier, qui sont ensuite offerts gratuitement aux brasseries et aux restaurants locaux.

Aujourd'hui Autocrea a élargi son implantation puisqu'elle compte 19 villes à travers la France dont 12 en franchises.

Cabex

Créé en septembre 2002, à l'initiative d'une dizaine d'experts Comptables indépendants, CABEX regroupe aujourd'hui 142 Experts-Comptables (associés ou salariés) sur 125 sites en France et dans les DOM/TOM. Ces Cabinets de 9 à 50 collaborateurs partagent un même objectif : « valoriser leur indépendance au sein d'un réseau puissant » pour accéder à toutes les spécialisations dont l'entreprise cliente a besoin.

Carré Blanc

Carré Blanc, spécialiste et leader français de la distribution du Linge de Maison depuis 25 ans, offre un positionnement et un style original qui font de la marque un acteur majeur sur son marché, et l'une des marques préférées du linge de maison. Aujourd'hui, Carré Blanc c'est un réseau de près de 255 boutiques dans le monde, dont 170 franchisés, avec en France 195 points de vente dont 27 succursales. Avec 14 nouveaux magasins en France cette année, Carré Blanc poursuit son développement à l'étranger avec une première ouverture en Espagne puis à Madagascar, et renforce aussi ses positions au Liban, en Ukraine et en Belgique.

Cohésion International

Réseau citoyen et innovant, COHESION INTERNATIONAL est reconnu par ses pairs en 2011 comme étant le N°1 des réseaux sur le secteur de la formation, conseil et coaching. Présent dans plus de 10 pays francophones, les partenaires COHESION INTERNATIONAL améliorent les Performances (Individuelles, Collectives, Organisationnelles) et le Mieux Vivre au travail (Stress, Conflit, Communication...) de leurs clients (PME, Grands Comptes, Administrations).

Cuisine Plus

Cuisine Plus, filiale du Groupe Snaidero, 5ème fabricant européen de cuisines, est l'une des premières enseignes françaises dans le domaine des cuisines équipées. La marque compte 70 magasins implantés dans toute la France. Cuisine Plus garantit un haut niveau de performance et de rentabilité. Le concept est basé essentiellement sur une accroche consommateur dynamique fondée sur un vaste choix de produits, une communication très importante et l'utilisation de l'ensemble des moyens de marketing modernes. Chez Cuisine Plus, les 3 valeurs essentielles de l'enseigne sont : l'écoute, la personnalisation et la satisfaction du client.

Cuisines Références

Cuisines Références est bien plus qu'une enseigne, c'est un label de qualité, gage de professionnalisme, passion du métier et implication personnelle. Les Professionnels de talent qui composent ce réseau national garantissent une étude et un suivi personnalisés et s'engagent pour un projet qui correspond aux attentes des clients, en assurant qualité et prix compétitif.

Culture Velo

Présente sur le marché de la distribution du vélo en France depuis 2000, CULTURE VELO possède aujourd'hui 84 magasins sur le territoire. Proposant les plus belles marques du vélo, dans un concept moderne et parfaitement adapté à son métier, CULTURE VELO est devenue l'enseigne référente. Des services originaux, des procédures commerciales novatrices, une communication décalée et fortement plébiscitée, une offre multi-discipline du généraliste à la haute spécialité... Magasin physique et magasin numérique, CULTURE VELO est proche de tous les cyclistes.

Curves

Curves est un lieu conçu spécialement pour les femmes, où celles-ci peuvent réaliser un programme complet de renforcement musculaire et cardiovasculaire en 30 minutes. L'efficacité de ce programme a été cliniquement prouvée, avec notamment des effets positifs sur la composition corporelle, le métabolisme et le rythme cardiaque au repos. Curves s'adresse aux femmes de tous âges souhaitant un programme de remise en forme différent de celui proposé par les autres salles de sport ou qui se débattent avec leurs problèmes de poids et de forme physique, sont intimidées par les salles de sport traditionnelles ou pour qui, pour des raisons culturelles, un entraînement en milieu mixte est inenvisageable. Les fondateurs de Curves, Gary et Diane Heavin, sont désormais considérés comme les précurseurs de la remise en forme « express », devenue un véritable phénomène de mode depuis. Cela a permis à des millions de femmes dans le monde entier de faire de l'exercice et pour la plupart d'entre elles, c'était même la première fois qu'elles mettaient les pieds dans une salle de sport. Rien d'étonnant, avec des milliers de clubs dans le monde entier, Curves est la franchise de remise en forme la plus importante au monde.

Dal'Alu

La société DAL'ALU® a été créée en 1982 par des spécialistes ayant 15 ans d'expérience dans le façonnage des métaux. DAL'ALU® est le créateur en Europe du concept de gouttière en aluminium laqué fabriquée en continu sur chantier. DAL'ALU® connaît une croissance régulière et reste le réseau leader sur les marchés français et européen des gouttières en aluminium laqué. DAL'ALU® conçoit, fabrique et commercialise ses propres systèmes en aluminium laqué, destinés à l'évacuation des eaux de pluie, aux habillages du tour des toits, à la couverture et aux fermetures pour habitations.

Le réseau DAL'ALU® est actuellement constitué de 300 entreprises agréées équipées de plus de 500 véhicules-ateliers en Europe. En France, 7 animateurs régionaux développent le réseau de 150 entreprises agréées en métropole et dans les DOM TOM.

Domidom

Créé en 2003, Domidom compte plus de 50 agences réparties sur toute la France et plus de 1 500 salariés en CDI, dont plus de 50 % à temps plein.

En 2011, l'Enseigne prévoit une croissance de 20 % de son Chiffre d'Affaires et l'ouverture d'une quinzaine de nouvelles agences qui vont apporter des services d'auxiliaire de vie, de ménage, repassage, de travaux de jardinage et de bricolage et de garde d'enfant.

Elyse avenue

Elyse Avenue est un réseau national d'agences immobilières qui se distingue par une approche et des méthodes novatrices. Le concept modernise et humanise le métier d'agent immobilier, n'hésitant pas à bousculer les normes traditionnelles de son marché. Né en 2006 à Lyon, le réseau n'est pas novice puisque l'expertise des 14 années d'expérience de son PDG, Jean-Louis ROY, fondateur du réseau, est, aujourd'hui, mise au service de l'ensemble des agents immobiliers de l'Enseigne. Le concept Elyse Avenue repose sur le professionnalisme, la convivialité et le service apporté au client.

Etape Auto

Etape Auto propose aux consommateurs l'entretien, la réparation et l'équipement de véhicules toutes marques, commercialise des pièces détachées d'origine de marques équipementières et apporte dans les petites et moyennes agglomérations les services correspondant aux attentes du marché : la compétence technique, le sans rendez-vous, les forfaits pièces et pose, ainsi qu'un magasin de pièces et d'accessoires en libre-service.

Les prix négociés par Groupauto permettent à Etape Auto d'être plus compétitif que la réparation traditionnelle.

Fidelio

Depuis 1975, c'est grâce à l'observation scrupuleuse de valeurs fondamentales que Fidelio est, avec une centaine d'agences locales, un leader du conseil matrimonial en France. Un goût profond pour la relation humaine, c'est le trait de caractère qui réunit tous les conseillers et toutes les conseillères Fidelio.

Fitness Boutique

Fitness Boutique est spécialisée dans la vente d'articles de fitness, musculation et de compléments alimentaires pour le sport en magasin et sur Internet.

Le concept boutique développé en franchise est orienté autour de la nutrition sport, minceur et bien-être. Un large choix d'équipements de home fitness est proposé sur commande.

Evoluant sur un marché très dynamique, Fitness Boutique cible une population jeune, urbaine souhaitant rester en forme.

Générale des Services

Générale des Services se positionne comme le seul opérateur global de services aux particuliers. En plus des activités de services à la personne (maintien à domicile pour personnes âgées et services aux actifs), Générale des Services propose dès sa création une formule de courtage de travaux très innovante avec des marges nettes supérieure à 90 %. Générale des Services propose du ménage/repassage, services de confort (aide au

lever, toilettes...), télé assistance, accompagnement extérieur, garde d'enfants, cours à domicile, livraison à domicile (courses, fleurs...), transport, petits travaux intérieurs et extérieurs, jardinage et du courtage en travaux.

Présent sur 24 agences en France avec plus de 600 collaborateurs en CDI et un réseau de + de 500 artisans tous corps d'état.

Le réseau se développe au rythme d'une agence tous les 2 mois.

Illico Travaux

Illico Travaux est le premier réseau national de courtage en travaux qui met en relation les clients ayant un projet de rénovation, d'extension ou d'amélioration de l'habitat avec des entreprises du bâtiment préalablement sélectionnées pour leur fiabilité et leurs compétences. Illico Travaux offre un service complet avec des garanties exceptionnelles : les artisans sont sélectionnés, les intérêts sont défendus et les acomptes sont protégés.

Ixina

IXINA est un réseau belge de distribution de cuisines équipées sur mesure, leader sur le marché belge de la cuisine. L'enseigne est exploitée en franchise dans plus de 130 magasins dans une dizaine de pays, dont 45 en Belgique et 75 en France (nombre de points de vente au 14/09/2011). En 2010, Ixina a vendu 38.000 cuisines, ce qui a généré un CA global de 215 millions d'euros. L'enseigne occupe plus de 1.000 emplois directs et indirects.

Jean-Claude Biguine

Créé en 1982, le Groupe JEAN-CLAUDE BIGUINE réunit sous son enseigne 310 salons et maisons de beauté franchisés et master franchisés dans 10 pays. La marque est également représentée par des gammes de produits : maquillage, accessoires, cosmétiques et capillaires bio. Les produits rencontrent un franc succès en grande consommation dans les univers beauté et mode.

La modernité de son concept s'exprime à travers les lignes épurées des agencements et mobiliers, un système de formation unique avec l'E-learning intégrant plus de 400 vidéos, des supports de communication basés sur l'innovation technologique : Biguine TV, Web 2.0, Biguine Print. Il existe d'autres supports de communication comme le BIGUINE Magazine tiré à 250 000 exemplaires, les murs d'images et un plan média presse conséquent, affichage, radio et internet avec une part de voix média de 33% sur les investissements enseignes nationales de coiffure.

Kyriad-Campanile

Dès sa naissance en 2000, Kyriad a fait une promesse ambitieuse à ses clients : celle de leur offrir un juste équilibre entre la garantie d'une chaîne de qualité et la personnalité unique d'un hôtel indépendant.

Les 220 hôtels 2 et 3 étoiles Kyriad et Kyriad Prestige offrent ainsi à chaque séjour une expérience renouvelée de l'hôtellerie.

La Mangoune

Créée en 2005 à Saint-Flour dans le Cantal, La Mangoune® (expression occitane du Cantal désignant la tuée et la transformation du cochon) est le premier concept de Brasserie sur le thème de l'Auvergne. Grâce à ses décors authentiques et originaux, sa carte constituée de plats traditionnels et revisités, La Mangoune® a su créer un véritable nouveau concept de restauration à thème en France. Tout en véhiculant les valeurs de l'Auvergne, en proposant des plats de terroir et des décors de qualité, l'objectif de La Mangoune® sur les 5 prochaines années est d'ouvrir 25 établissements.

La Pataterie

Concept de restauration où l'ingrédient premier est la pomme de terre. L'ambiance des restaurants LA PATATERIE en bois naturel avec quelques notes champêtres et campagnardes (objets tout droit sortis d'une brocante) se veut chaleureuse, authentique et conviviale.

La Pizza de Nico

La Pizza de Nico est un concept de restauration rapide créé en 1999 par Nico Palea. L'enseigne compte une dizaine de restaurants situés dans l'est de la France.

Fort de son succès, en respectant toujours les trois principes fondamentaux : un bon produit, un accueil de qualité et un cadre soigné, Nico et ses partenaires poursuivent le développement de l'enseigne. (2011 : 4 nouveaux restaurants – Objectif 2012 : 8 nouveaux restaurants).

Le Faillitaire

Avec un taux de notoriété de 54%, LE FAILLITAIRE est le leader des DISCOUNTER de la vente de meubles moyens et haut de gammes, en France.

Pour faire bénéficier à ses clients de remises allant jusqu'à moins 70%, LE FAILLITAIRE s'approvisionne de faillites, de fins de séries, de déstockages ou de séries d'usine proposés par les meilleurs fabricants MONDIAUX.

La puissance de son réseau permet à l'enseigne de communiquer sur tous les fronts : l'affichage, les dépliants et la presse spécialisée (Télé 7 jours, Télé Star et TV Mag). LE FAILLITAIRE est depuis 16 ans le Numéro 1 incontesté dans son secteur d'activité.

Le Jardin des Fleurs

Le Jardin des Fleurs est à l'origine du modèle de vente de fleurs coupées en libre-service. Fondé en 1987, le Jardin des Fleurs offre la liberté à chaque client de composer son bouquet selon ses envies à partir d'un large choix de fleurs, ou de choisir une composition florale, une plante, ou des fleurs à la tige. Cette diversité de l'offre est symbolisée par le logo de l'enseigne : profusion de couleurs, diversité des formes et des variétés et un nom qui traduit parfaitement le concept : un jardin de fleurs. Le logo du Jardin des Fleurs a reçu le Logo d'Argent 2011 remis par les lecteurs de l'Officiel de la Franchise.

Le Jardin des Fleurs c'est aussi le conseil et le savoir-faire de fleuristes de métier. La relation client est basée sur l'accessibilité. Ouvert 365 jours/an, l'accessibilité est à la fois géographique, humaine et économique. Le Jardin des Fleurs offre à ses clients la proximité d'un point de vente, une relation privilégiée avec leur fleuriste, une large gamme de produits à des prix accessibles, sans jamais sacrifier la qualité et une reconnaissance au travers d'un programme de fidélité dynamique. Le Jardin des Fleurs est une enseigne qui tient la promesse qu'elle fait à ses clients. Le réseau compte aujourd'hui 72 magasins répartis partout en France.

Le Pétrin Ribeïrou

Le Pétrin Ribeïrou est apparu en en 1991. L'enseigne repose sur une idée originale : développer un concept d'enseigne boulangère, en simplifiant les méthodes traditionnelles de fabrication, où des néophytes pouvaient fabriquer, de A à Z, une gamme courte de produits boulangers tout au long de la journée, devant la clientèle. La surface de vente d'un magasin se situe au-dessus de 180 m², en sortie de ville, et dispose d'un parking. La maîtrise complète de la production permet une rentabilité plus importante que dans les réseaux de terminaux de cuisson existants.

Lynx Optique

Mode, Tendances, Nouveautés, Exclusivités... Le « Show-room des marques » aujourd'hui, c'est Lynx Optique !

Avec plus d'une vingtaine de griffes trendy et de grands noms de la mode (Kenzo, Guess, Ray-Ban, Replay...), l'enseigne au concept unique a su imposer sa patte de dénicheur de tendances, en faisant de ses 137 boutiques, en France et à l'étranger, des lieux incontournables de shopping. Idéalement situés, les magasins Lynx Optique séduisent par la mise en scène des marques dans des alcôves dédiées, véritables écrins des collections solaires et optiques. Chaque saison est rythmée par des événements innovants, décalés et glamours, ainsi que par l'arrivée d'exclusivités et d'avant-premières.

Midas

Spécialiste de l'entretien automobile, MIDAS, tournée essentiellement vers la franchise, est une enseigne innovante, dont les années 2009 et 2010 ont été marquées par le lancement de LA REVISION et du pneu Tenor, soutenu par des campagnes de communication percutantes et remarquées. Engagé dans une dynamique d'investissement, de rénovation de ses ateliers et de ses façades, de recrutement de nouveaux partenaires, de qualité et d'innovation permanente, MIDAS se positionne comme l'alternative aux constructeurs en matière d'entretien et de réparation auto. Son ambition est d'être le 1^{er} réflexe de l'automobiliste pour ses prestations d'entretien courant.

Monceau Fleurs

Pionnière du libre-service sur le marché de la vente au détail de fleurs, l'enseigne Monceau Fleurs a su imposer son identité de marque depuis sa création en 1965. A l'origine de la démocratisation de la consommation de fleurs, le concept répond à la demande croissante d'un meilleur rapport qualité-prix et offre une très large gamme de produits spécifiques. Aujourd'hui constitué de plus de 400 points de vente, le Groupe MONCEAU FLEURS regroupe également les enseignes HAPPY et RAPID'FLORE.

Monsieur Bricolage

Le Groupe Mr Bricolage, premier groupe de commerçants indépendants et de proximité sur le marché de l'aménagement de la maison, annonce les grands axes stratégiques dans son plan d'affaires trajectoire 2014. Avec désormais ses 3 enseignes uniques : Mr Bricolage, Briconautes et l'Entrepôt du Bricolage, le Groupe accentue son positionnement de proximité. Cela se traduit aussi par de l'hyper proximité avec des implantations en centres villes.

Avec une enveloppe de 20 millions d'euros d'investissements, le Groupe Mr Bricolage prévoit un essor de ses points de vente sous les enseignes Mr Bricolage, Les Briconautes et L'Entrepôt du Bricolage.

Natur House

Leader sur le marché de la diététique et de la nutrition, Naturhouse c'est 250 centres en France ouverts en seulement 5 ans. Avec plus de 2 000 centres en Europe et 4 millions de clients, ce réseau est devenu un acteur essentiel répondant à un problème réel de santé publique : le surpoids et de l'obésité.

Sa mission : aidez ses clients à retrouver leur poids santé durablement en leur apprenant à rééduquer leur alimentation.

La clé du succès ? le suivi diététique hebdomadaire réalisé par une diététicienne-nutritionniste diplômée associé à la prise de compléments alimentaires à base de plantes exclusifs à l'enseigne.

Cette franchise accessible (60 K d'investissement), efficace et rapidement rentable est désormais incontournable !

Pomme de pain

Depuis plus de 30 ans, POMME DE PAIN régale les amateurs de sandwiches croustillants et de produits de qualité. Basé sur un savoir-faire reconnu, POMME DE PAIN associe la tradition culinaire française et l'envie de faire de chaque repas un moment de plaisir et de goût.

Self'Coiff

Le Groupe Serge Comtesse gère actuellement 2 enseignes sur le territoire national : SELF'COIFF et SERGE COMTESSE. Les salons SELF'COIFF ont vu le jour en 1997 et le groupe devient le créateur de la coiffure low-cost grâce à une formule unique : la possibilité est donnée au client de se sécher les cheveux lui-même et ainsi d'économiser jusqu'à 40 % en caisse par rapport un salon traditionnel.

Serge Comtesse

Le Groupe Serge Comtesse gère 2 enseignes sur le territoire national : SELF'COIFF et SERGE COMTESSE.

Le 1er salon SERGE COMTESSE a ouvert en 1987. Le Groupe était le 1er à créer de beaux salons en-dehors de la ville, alors que tout le monde fuyait la campagne. Le succès étant au rendez-vous, l'enseigne se développe, surtout en Alsace. Met également en œuvre des actions humanitaires au Cambodge et un salon de coiffure à Bangkok.

Subway

Leader mondial de la franchise en restauration rapide avec son concept du sandwich sur mesure et préparé sous les yeux du client. SUBWAY, enseigne de restauration rapide spécialisée en sandwicherie, prépare ses produits (sandwiches Sub, salades et wraps), à la demande du client et sous ses yeux.

Ce concept propose du sandwich « sur-mesure ». Le client choisit son pain, sa viande, ses légumes et sa sauce.

Depuis 45 ans, le concept SUBWAY connaît un fort développement grâce à des coûts de départ peu élevés, une formation continue, au fait également qu'aucune expérience dans la restauration n'est requise... Tout cela fait, entre autres, la force du concept.

Temporis

Temporis est le premier réseau national d'agences d'emploi et de recrutement en franchise, créée en 2000. Pionnier sur le marché de l'emploi grâce à cette forme de développement, Temporis compte aujourd'hui plus de 70 agences et une cinquantaine de franchisés indépendants à leurs têtes. Intérim, formation, CDI... les agences d'emploi Temporis offrent des solutions RH à tous leurs clients, entreprises comme intérimaires

Théraform

Théraform, mis à l'honneur, sur France 2, dans l'émission « Toute une histoire », animée par Jean Luc Delarue, le vendredi 7 mai 2010 et le lundi 7 juin 2010, au travers d'un témoignage d'une cliente Théraform, Betty, qui perd, en direct, devant 4 millions de téléspectateurs, 7 Kg en 4 semaines. Une fois de plus, Théraform se distingue par ses résultats exemplaires.

Unicis

Aujourd'hui UNICIS constitue un réseau de 120 agences, en France Métropolitaine, à La Réunion, en Espagne, au Maroc, en Belgique, en Roumanie et au Viet Nam. UNICIS s'appuie sur son savoir-faire en matière de relation fixe et durable. Il s'agit d'union stable destinée aux Célibataires, aux Divorcé(es), aux Veuf(ves), et exceptionnellement aux personnes mariées dans le cadre d'une séparation ou d'un divorce.

UNICIS accompagne les personnes seules qui représentent un tiers de la population française.

UNICIS assure également une formation professionnelle, un suivi de formation et un accompagnement opérationnel permanent. Progiciel de gestion, mise à disposition des services Intranet de consultation et d'accès au fichier national, mises à jour régulières, 40 rencontres individuelles maximum ou garantie « satisfait ou remboursé », constituent les points forts du réseau UNICIS pour la réussite de ses franchisés.

L'IREF, la Fédération des Réseaux Européens de Partenariat et de Réseaux de Franchise

Présidée depuis mars 2009 par Michel KAHN, l'IREF a été créée en 1981 et regroupe toutes les formes de réseaux du commerce organisé indépendant : franchise, partenariat, concession, licence de marque, commission affiliation, coopérative, groupement d'indépendants.

L'IREF valorise les réseaux du commerce organisé indépendant et est connue pour :

- Le Concours " Meilleurs Franchisés et Partenaires de France "
- Les échanges d'expérience (benchmark réseaux)
- Les ateliers thématiques - Les diagnostics de ses avocats et experts
- La "certification des réseaux" IREF - BUREAU VERITAS - certification de SERVICES
- Le remboursement des condamnations prud'homales
- La garantie des redevances impayées
- La carte d'assistance réseau et de protection juridique

L'IREF accompagne les têtes de réseaux en leur permettant de fidéliser leurs affiliés et partenaires.

www.franchise-iref.com

Informations et visuels disponibles auprès du service de presse de l'IREF

Service de presse de l'IREF

ALCHIMIE

Contacts : Emmanuelle Smadja & Lucie Barberini

Tél. : 01 42 33 01 13

emmanuelle.smadja@alchimie-rp.com