

## QUESTIONNAIRE FRANCHISE (14/11/2009)

1) Auriez-vous l'amabilité de nous dire qui vous êtes et de nous expliquer, en quelques mots, votre parcours professionnel jusqu'à la découverte de ce réseau ?

**Francis BIZOTTO** : Francis BIZOTTO, 45 ans : Franchisé Indépendant Passtime® pour la Gironde (33). Après une expérience professionnelle enrichissante de 18 ans (postes occupés de Commercial et de Management Force de Vente), sur le Grand Ouest de la France (Domaines : Grande Distribution & Médical), j'ai souhaité faire aboutir mon projet de création d'entreprise en Gironde (33) que j'avais à cœur depuis quelques années. A ce titre, j'ai suivi avec succès une formation de soutien à la création d'entreprise, Juridique, Financière, Marketing et Commerciale afin de me doter de tous les atouts nécessaires à mon nouveau métier de « chef d'orchestre » celui d'Entrepreneur. Ces 5 dernières années, j'avais le projet de créer un guide départemental pour le grand public, afin de l'informer des possibilités qui s'offraient à lui, lors de ses sorties en famille et/ou entre amis, toute l'année. Seul, ce projet était difficile à mener, j'ai donc naturellement fait des recherches auprès de Franchises capables de proposer un partenariat en ce sens. Mes démarches furent fructueuses, la Franchise Passtime® se présenta à moi ... !

2) Par quels moyens avez-vous connus cette franchise et comment êtes-vous entré en contact avec elle ?

**Francis BIZOTTO** : Ma recherche s'est articulée sur les différents sites Internet spécialisés. Une fois avoir sélectionné et parcouru la Franchise qui pouvait répondre à mes attentes (Passtime®), j'ai envoyé un message de demande d'informations et de mise en relation, de manière à pouvoir déposer mon dossier de candidature auprès du Franchiseur.

3) Pouvez-vous nous commenter la rencontre initiale avec le franchiseur et nous dire ce qui a déterminé votre choix pour cette franchise plutôt qu'une autre (ou pour un de ces concurrents) ?

**Francis BIZOTTO** : Du point de vue du « Futur Franchisé » j'ai parfaitement obtenu les réponses que j'attendais : Une rencontre avec le Franchiseur en toute simplicité et sincérité, traduisant sa passion du concept et souhaitant la faire partager avec le futur franchisé, pour construire une réussite commune. La possibilité d'exercer en Home Office (Limitation des Investissements, plus grande autonomie terrain, préservation de la vie familiale...). Un Concept innovant et « d'Intérêts Publics » (En droite ligne des préoccupations des Français face aux difficultés qu'ils rencontrent s'agissant de leur Pouvoir d'Achat). Une Assistance au Développement (Moyens et services). Une Formation continue (Optimisation des Techniques de Ventes et du Concept). Une Dynamique « Réseau » (Rencontres, Echanges, Partages, Montées en compétences....). Une Plateforme Interne de Gestion « Business-Marketing » (Site Internet Global et Personnalisé, Paiement sécurisé en ligne, création des supports de communication et de vente avec coûts négociés...). Enfin, une Rentabilité affichée (Marge Brute + 80%) pouvant rendre pérenne ma société.

4) Comment avez-vous mis à profit les délais de réflexion prévue par la loi Doubin ?

**Francis BIZOTTO :** Cette période m'a été très bénéfique, en ce sens qu'elle m'a donné la possibilité de bien repositionner les informations données par le Franchiseur Passtime®, en terme de Concept (concurrence), de Potentiel (Partenaires / Ventes) et de Prévisionnel Financier (Plan de financement, Plan de Trésorerie, Compte d'Exploitation...). Tout cela pour valider mon choix d'entreprendre en toute confiance.

5) Pensez-vous que vous auriez pu réussir aussi aisément sans l'assistance du franchiseur ?

**Francis BIZOTTO :** Non, comme évoqué auparavant, avoir une idée, une envie, c'est déjà génial quand on souhaite s'investir, reste à créer un support « Le Guide » performant et capable de répondre à une attente des consommateurs. Seul, cela n'est pas une mince affaire tant au niveau du concept lors de sa mise en œuvre (tests, optimisations...), de sa fabrication (charges trop importantes, qui pénalisent la rentabilité du projet ! Besoin en fond de roulement plus fort.) que de son évolution du point de vue du contenu & du développement commercial (pérennité de l'offre). La force et le succès de la Franchise sont d'avoir une réactivité permanente et régulière, une anticipation sur le marché (c'est le pas de recul nécessaire pour l'analyse et les choix stratégiques d'avenir). Cette force émane des gens qui composent "ensemble" la structure « les Franchisés et les Franchiseurs ».

6) Est-ce que le franchiseur à respecter tous ses engagements initiaux et est-ce qu'il continue à assumer son rôle ?

**Francis BIZOTTO :** Oui, à ce stade de développement de la Franchise le partenariat est de plus en plus efficace, au premier jour il est normal que tout ne soit pas parfaitement en place, chacun doit aussi apprendre à mieux connaître l'autre, même si les bases de communications sont là, dans le seul but de réussir ensemble et pour longtemps. Ce qui est sûr, une fois les préliminaires passés, j'ai constaté une véritable volonté d'aller de l'avant et d'optimiser les relations humaines, le sentiment d'être une équipe se caractérise de jour en jour....c'est déjà la force du réseau Passtime® aujourd'hui présent sur plus de 40 départements en France...

7) Quels outils votre franchiseur a mis à votre disposition lors du lancement de votre entreprise ? Diriez-vous qu'ils ont été suffisants ? Et sinon pourquoi ?

**Francis BIZOTTO :** Outre le fait que le Franchiseur met d'abord à disposition un concept éprouvé, de bonne notoriété, innovant et détonnant, de bonne qualité, capable d'évoluer dans le temps, conçu de manière professionnelle, dont la capacité à dégager une marge forte est reconnue... de façon permanente le franchiseur met à disposition les outils essentiels (Audio conférence, Base administrative, Assistance terrain, Séminaire, Forum multi-supports...) destinés à la bonne compréhension du concept et à sa mise en œuvre, aux informations structurelles, à la prise en charge des nouveaux entrants, aux partages d'expériences, aux suggestions de développement du concept, à l'analyse du marché et de la concurrence...bref, à tous les éléments de la vie de la Franchise et de son marché.

8) À présent que vous êtes en activité, êtes-vous en contact avec d'autres franchisés du réseau ? Et dans l'affirmative comment cela se passe avec eux ?

**Francis BIZOTTO** : Oui, de façon régulière, à travers un planning précis de réunions régionales par « audioconférence » (5 départements en moyenne) tout au long de l'année. Mais aussi par contact direct, nous sommes amenés, de part l'effet réseau, à communiquer pour opérer des actions commerciales multi-départements quand un de nos prospects (Comité d'Entreprise) gère plusieurs agences réparties sur plusieurs départements. Au-delà de cet aspect de négociations commerciales groupées, il est bon d'échanger avec les autres franchisés, pour apprécier réciproquement leur évolution, leurs soucis, leur joie et leurs idées...ou tout simplement partager une belle amitié...

9) Qu'est-ce que vous pourriez nous dire au sujet de la formation et de l'assistance dans ce réseau ? En êtes-vous satisfait ? Et sinon pourquoi ?

**Francis BIZOTTO** : S'agissant de la Formation, elle est essentielle pour bien s'imprégner du concept, mais aussi pour rapidement être opérationnel (Base administrative : Offres, rédactionnel, photo, conception...) et très organisée dans la façon de mener les futures investigations sur le terrain (gain de temps pour trouver des partenaires « Restaurant/Loisir/Commerce » de qualité et en nombre suffisant). L'assistance quant à elle est permanente tant au niveau de la conception du guide (Base administrative) que dans l'activité proprement dite, des points d'analyses, des actions menées quotidiennement sont régulièrement évoqués en groupe et/ou individuellement, pour d'une part être conforme au concept et d'autre part apporter des réponses à des problèmes rencontrés...soit une aide qualitative à son travail.

10) Si vous avez établi un prévisionnel, êtes-vous en conformité avec celui-ci ? Dans le cas contraire, les perspectives de chiffres d'affaires vous paraissent t'elles bonnes malgré tout ?

**Francis BIZOTTO** : J'ai établi un prévisionnel, pour le moment je suis en bonne place au regard du Chiffre d'Affaires développé. Mes perspectives de CA sont très encourageantes compte tenu des investigations menées à court et moyen termes. Il est clair que deux stratégies opèrent, l'une à très court terme, celle qui consiste à commercialiser le guide grâce à Internet (commandes directes) et auprès d'entreprises à effectifs réduits moins de 50 salariés (décision à l'achat plus rapide), l'autre à moyen terme, celle qui consiste à démarcher des entreprises à plus de 50 salariés allant parfois jusqu'à 4000 salariés où la décision d'achat est plus longue mais parfois plus importante en terme de volume. C'est la combinaison de ces deux stratégies qui me permet d'envisager un avenir certain....avec Passtime®, car le marché est bien là, il suffit de l'apprécier à sa juste valeur... !

11) Diriez-vous, aujourd'hui, que le concept est bien placé sur le marché ? Et est-ce que cela correspond à l'étude que vous auriez pu réaliser en amont ?

**Francis BIZOTTO** : Oui, du point de vue du « Concept Commercial » : Un levier efficace et sans limite (la publicité Gratuite) de partenariat avec les différents professionnels du Tourisme, du Commerce et du Loisir (Le + est de leur « offrir » par le biais du Guide et du Site Internet une augmentation de la fréquentation de leur

établissement et donc une hausse de leur CA dans l'absolu, sans qu'ils en supportent le coût « Publicitaire » souvent important et donc délaissé à tort ! mais seulement en accordant quelques remises...) ; Une Utilisation du Guide ou de la Carte simplifiée et peu chère pour l'utilisateur (Le Client peut suggérer et partager sans modération avec son entourage Professionnel, Amical et Familial, un concept favorisant le pouvoir d'achat de chacun à moindre coût et amorti rapidement : Le prix du Guide est amorti en seulement 2 Utilisations) ; La charte graphique est claire, accueillante, elle définit correctement le message à faire passer « Sortez plus, dépensez moins ! » ; Le Site Internet est performant par sa simplicité d'utilisation (Il permet tant aux partenaires professionnels qu'aux clients potentiels de visualiser en instantané les offres et de les commander également, s'agissant des clients bien entendu) ; Un positionnement percutant face à la concurrence (sans équivalence à ce jour, celle-ci n'étant seulement que partielle) tant au niveau de l'offre nettement plus exhaustive que du prix plus compétitif. Pour autant rien ne doit être figé, le concept évolue, répondra à de nouvelles attentes des consommateurs, il sera en phase avec les marchés futurs... !

12) Pour finir, accepteriez-vous de vous engager à nouveau avec votre franchiseur si vous pouviez revenir en arrière ? Et si oui, que pourriez-vous dire aux postulants pour les convaincre de signer à leurs tours avec cette enseigne ?

**Francis BIZOTTO** : Oui « tout pareil », les Postulants peuvent s'orienter vers la Franchise Passtime® dont le partenariat pourra mettre en avant les points suivants : Un Concept Innovant au sein d'un marché « Plaisir » à forte valeur ajoutée ; Un Investissement modéré et adapté pouvant traduire rapidement une certaine rentabilité ; Un accompagnement professionnel au démarrage et un conseil professionnel tout au long de l'activité ; Une Formation continue ; Une vraie « Dynamique Réseau » favorisant l'Optimisation des échanges entre le Franchiseur et ses Franchisés partenaires ainsi qu'entre Franchisés ; Une Politique de Développement « Business-Marketing » soutenue par l'ensemble des Acteurs concernés (Franchiseur & Franchisés) ; Une Capacité à faire évoluer les supports de communications et de ventes (Site Internet, Documents, Offres...) ; Une Création d'Entreprise en Home Office (Limitation des investissements, augmentation de la marge bénéficiaire, préservation de la vie de famille...) ; Une Garantie du Franchiseur à sécuriser, à renforcer, à rendre pérenne son Concept au travers des relations pertinentes, constructives et visionnaires qu'il entretient avec ses Franchisés.

Maintenant, il est clair que rien n'est écrit à l'avance, seuls les postulants à la Franchise Passtime® aimant le goût du Challenge, la liberté d'entreprendre sans modération, sachant s'investir en « homme ou femme orchestre » pour espérer rendre pérenne leur entreprise, ayant la capacité d'être « autonome » et non autonomiste (car être son propre patron en « franchise » ne veut pas dire naviguer seul mais au contraire assumer la responsabilité de ses actes tout en ayant un « esprit d'équipe » et de « solidarité » avec ses homologues Franchisés), pourront vivre une belle aventure, passionnante, pleine de partage et lucrative pour ceux qui voudront s'en donner la peine...