

05/11/09

Franchise développement : Booster les concepts de commerce « made in Lyon »

Du 18 au 20 novembre, la CCI de Lyon accompagnera des entreprises du commerce et de la distribution au MAPIC (Marché international Professionnel de l'Implantation Commerciale et de la Distribution). Pour inciter les idées lyonnaises à se développer en France et à l'étranger, la CCI de Lyon repère et sélectionne chaque année des commerçants qui se caractérisent par un concept de commerce original, dynamique avec un réel potentiel de développement. Lyon Commerce Leaders : porte d'entrée au Mapic pour les enseignes lyonnaises Pour la 7^e année consécutive, la CCI de Lyon, en partenariat avec l'organisateur du salon Reed Midem, accompagne sur le MAPIC une sélection de commerçants lyonnais afin de les aider dans le développement de leur concept en France et à l'étranger. Ce salon sera l'occasion de les mettre en relation avec tous les partenaires susceptibles d'accélérer la croissance de leur entreprise. En avril dernier, la CCI de Lyon a lancé Lyon Commerce Leaders, un réseau d'excellence visant à fédérer des entreprises indépendantes du commerce, de la distribution et des services à la personne, leaders dans leur domaine et à fort potentiel de développement. Ce réseau est né des concepts découverts et accompagnés au MAPIC. Il permet notamment à la CCI de Lyon de suivre le développement de ces commerces et aux entreprises de partager leur expérience. Les entreprises qui participeront au MAPIC du 18 au 20 novembre sont :

Chronostock : concept unique en France, **Chronostock** ouvre des **magasins éphémères** de 40 à 300 m² dans des locaux commerciaux de centre-ville inoccupés en y organisant des ventes d'articles de marques à prix cassés, pour une durée de 1 à 6 mois maximum, avec un nouvel arrivage par semaine. Aujourd'hui, le concept est franchisé dans plusieurs villes de France.

Cook & Go : mélange de cours de cuisine et de traiteur. Le client choisit les recettes qu'il souhaite cuisiner, le nombre de portions, cuisine avec un chef et emporte les plats chez lui. Cette enseigne compte aujourd'hui 3 points de vente dont 2 à Paris et 1 à Lyon.

Tournaire : enseigne de joaillerie haut de gamme proposant à ses clients une offre complète et exclusive : bagues, alliances, solitaires, colliers, boucles d'oreilles, montres et accessoires (ceintures, bracelets en cuir, couteaux...). L'enseigne compte 6 enseignes dont 1 shop in shop en Chine.

Évaluation du site

Ce site s'adresse aux franchisés et futurs franchisés. Il leur propose une base de données, des conseils, etc. ainsi que l'actualité des entreprises franchisées, sous forme d'articles et de communiqués de presse.

Cible
Professionnelle

Dynamisme* : 8

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

Noée : enseigne de restauration rapide alternative. Noée propose à sa clientèle une restauration réalisée avec des produits bio, issus de l'agriculture raisonnée où chaque plat est affiché avec son nombre de calories.

Citron vert : concept d'instituts de beauté modernes, adaptés aux exigences des femmes d'aujourd'hui : qualité des prestations et produits (esthéticiennes diplômées.), facilité de prise en charge (sans rendez-vous, temps de prestation courts.) et de tous petits prix pour de grands soins. 55 instituts en France dont 8 points de vente dans le Rhône et 1 institut à Casablanca (Masterfranchise - Maroc).

Carré d'artistes : galerie d'art en libre-service. En ouvrant des espaces d'exposition en libresservice, Carré d'artistes® supprime toute distance, tout intermédiaire entre le spectateur et l'oeuvre d'art. En proposant tous les artistes sur le même pied d'égalité, Carré d'artistes® bouleverse les codes traditionnels. 9 points de vente dont 1 à Barcelone.

Néo le Comptoir : bar à salades, bar à soupes et bar à jus. L'enseigne propose un service personnalisé et sur-mesure en fonction des envies du consommateur. Néo le Comptoir compte 2 points de vente.

Jean-Christophe Menz, gérant de l'enseigne Cook & Go« Ma première participation au MAPIC en 2008 m'a permis d'avoir une réflexion importante sur ma stratégie de développement. Je suis parti avec une idée de développement en franchise. Je suis rentré avec une stratégie de développement en propre via une levée de fonds. De plus, grâce à la couverture médiatique apportée par ce premier MAPIC, j'ai été contacté par plusieurs investisseurs intéressés, ce qui m'a permis d'aboutir 1 an plus tard à une première levée de fonds. Cette année, ma participation au MAPIC est très clairement orientée : je recherche un partenariat auprès des promoteurs de centres commerciaux pour développer mon concept, à la frontière entre le loisir et le commerce alimentaire. La CCI de Lyon a été très présente pour le développement de mon entreprise dès le début. L'apport de la CCI se situe surtout à 2 niveaux : premièrement la réflexion stratégique, car elle me permet de "lever la tête du guidon" et de réfléchir avec une vision à long terme. Deuxièmement, la CCI joue beaucoup sur l'effet réseau, ce qui est toujours très positif dans la vie d'un chef d'entreprise, notamment au moyen de clubs comme Lyon Commerce Leaders.

»Source : CCI LYON