

Rando Running presse le pas



Hors local, le candidat doit tabler sur une enveloppe oscillant entre 80 et 120 000 euros pour ouvrir un magasin.

Le marché du sport, les fournisseurs, Alain Widerski connaît. Ancien directeur régional d'une succursale Go Sport pendant 15 ans, ce passionné de marathon décide, fin 2007, de se mettre à son compte. Il crée Rando Running, un concept de distribution

d'articles de marche et de course à pied (running, trail et randonnée), loisirs en plein boom. Dans les rayons figurent grandes marques de chaussures (Asics, Adidas, Mizuno), articles textiles et accessoires (sacs, boussoles, etc.) pour sportifs et passionnés.

Le magasin se veut un "lieu d'échange et de conseil". Il se déploie sur des formats de 80 à 90 m² dans des zones de chalandise de 100 000 habitants minimum.

La première boutique a ouvert en région parisienne à Guyancourt (78). Sur la base des bons résultats du pilote, le déploiement en franchise s'amorce dès lors à Rambouillet (78). Le Port-Marly (78) et Manosque (04) s'appêtent à suivre.

Sur ce créneau du running, il n'existe pas, à notre connaissance, d'autre enseigne de franchise pure. Endurance Shop, par exemple, est une chaîne organisée sous forme de groupement d'indépendants.

Hors local, le candidat doit tabler sur une enveloppe oscillant entre 80 et 120 000 euros. La deuxième année, "un point de vente générerait un chiffre d'affaires supérieur à 200 000 €". ■

Hans Anders affilié

Présent en France depuis 2006 avec 48 succursales, le leader néerlandais de la distribution d'optique (245 magasins aux Pays-Bas et 88 en Belgique) a inauguré à Brest sa première unité affiliée. Hans Anders est positionné sur un créneau low cost avec un tarif unique à 45 € pour toutes ses montures. Depuis 2009, le siège et le centre de production ont été regroupés à Reims pour soutenir le développement du réseau.

Mim ouvre son vestiaire

Top départ pour le déploiement en commission-affiliation de la chaîne de mode féminine à petits prix du groupe New Look. La première boutique affiliée sera prochainement inaugurée à Aubenas (07). 20 signatures seront conclues d'ici à fin 2011. Mim compte 300 magasins en France. Le franchiseur cible des commerçants expérimentés dans la franchise mais pas forcément issus du textile.

Ethnicia embellit son réseau

La jeune franchise de beauté globale (coiffure, esthétique, maquillage) fondée par Hapsatou Sy compte 8 centres. Dernières ouvertures : Paris (aux Halles), Nantes, Rennes et Orléans. Lille, Strasbourg, Lyon, Toulouse sont programmées. Le concept cible une clientèle haut de gamme et se déploie en centre-ville ou en galerie commerciale sur 120 m².

Alain Afflelou Acousticien démarre

L'opticien le plus célèbre de France a inauguré ses deux premiers centres d'audioprothèse. L'un à Paris dans le 8^e ; l'autre à Lens (62). La tête de réseau se fixe l'objectif d'une cinquantaine d'adresses Alain Afflelou Acousticien d'ici au début de l'année 2012. Sous forme de magasins exclusifs, et de corners audio implantés au sein des boutiques du réseau d'opticiens Afflelou.

Micro salon dans la coiffure



Dans ces micro salons (10 m², 4 postes de travail), les coupes et/ou brushing (10 € forfait unique) sont réalisées en 10 minutes sur cheveux secs.

Dédié aux emplacements à fort trafic (centres commerciaux, gares, métros et aéroports) Beauty Bubble est un concept de coiffure express sans rendez-vous low cost pour une clientèle mixte (70 % de femmes). Dans ces

micro salons (10 m², 4 postes de travail), pas de shampoing : les coupes et/ou brushing (10 € la prestation, forfait unique) sont réalisées en 10 minutes sur cheveux secs. Une offre de manucure est également proposée.

Le premier pilote a été inauguré en janvier 2010 gare Montparnasse à Paris. Aujourd'hui, l'enseigne compte six adresses dans la capitale et à Lyon. La direction déploie son concept en commission-affiliation pour accélérer son développement. "Nous proposons à des partenaires un concept clé en main peu coûteux leur permettant d'ouvrir un salon dans des lieux à forts flux déjà préemptés avec les réseaux RATP et SNCF", assure le fondateur, Nicolas Langer (ex-L'Oréal).

Inspiré des "pop up store" anglo-saxons (magasin éphémère), Beauty Bubble contourne la forte concurrence traditionnelle des coiffeurs de centre-ville. Un salon type permettrait de dégager un CA annuel de 120 000 €. ■