

5 réseaux de franchises originaux



Envie d'entreprendre dans un domaine innovant et porteur ? Découvrez cinq enseignes qui se développent en franchise et réinventent leurs secteurs avec des concepts uniques.

Espaces Atypiques, le plus haut de gamme

Espaces Atypiques, fondé par Julien Haussy en 2008 à Paris, propose une approche du marché immobilier axée sur des biens " hors normes. Ce concept, né d'une passion pour l'architecture contemporaine et le design, a connu un succès assez fulgurant, menant à l'ouverture de nouvelles agences à Marseille (2012) et Lyon (2013), et à l'expansion en franchise dès 2014 avec Bordeaux et les Yvelines. En sept ans, le réseau a explosé, avec près de 80 nouvelles agences ouvertes depuis 2015. Espaces Atypiques se distingue par sa spécialisation dans des propriétés atypiques telles que lofts, ateliers d'artistes, et maisons d'architecte, répondant ainsi aux désirs d'une clientèle exigeante et financièrement aisée à la recherche de biens uniques. Occupant un segment peu concurrentiel, la marque s'impose comme une référence dans l'immobilier atypique, portée par une forte visibilité online et une communication efficace. Ici on opère en franchise avec un contrat de 7 ans, nécessitant un apport personnel de 50 000 € pour un investissement total de 100 000 €. Les franchisés doivent s'acquitter d'un droit d'entrée de 20 000 €, d'une redevance d'exploitation variant de 7 à 4% du CA HT et d'une redevance de communication de 2% du CA, avec un chiffre d'affaires attendu de 450 000 € HT après 2 ans.

4PADEL, le plus sportif

Dans le monde du padel, 4PADEL se démarque par son histoire et sa mission singulières. Fondé par le Groupe LE FIVE, pionnier du foot à 5, 4PADEL émerge d'une passion contagieuse pour le padel, un sport en plein essor en Espagne, mi-tennis mi-squash. La décision d'intégrer des courts de padel dans leurs complexes sportifs n'était pas un hasard, mais une réponse

astucieuse aux contraintes immobilières, permettant une optimisation de l'espace disponible. Ce pivot stratégique a propulsé 4PADEL au rang de plus grand opérateur de padel en Europe et en France, grâce à l'adoption d'une stratégie dédiée qui inclut la création d'une marque spécifique, le recrutement d'experts, et l'accélération du rythme d'ouverture de nouveaux courts. Leur recette du succès repose sur une équipe dévouée et polyvalente, surnommée affectueusement « EL CONDOR » par les initiés, qui a su déployer une offre complète incluant une identité visuelle, une ligne de vêtements, un site Web innovant et divers outils promotionnels. 4PADEL incarne ainsi l'univers du padel, prouvant que l'union fait la force dans la concrétisation d'une vision audacieuse.

You & Eye Photo, le plus artistique

La franchise You & Eye Photo se spécialise dans la photographie haute définition de l'iris, offrant un aperçu unique de la vraie couleur des yeux depuis une boutique de 20 m² en emplacement premium. Avec un apport de 20 000 €, un droit d'entrée de 17 000 € et un investissement global de 40 000 €, les franchisés peuvent s'attendre à un chiffre d'affaires de 300 000 € après deux ans. Ce réseau séduit par sa marge brute attractive, un équipement complet, des tarifs négociés avec fournisseurs, des actions de communication et marketing partagées, un accompagnement constant, une formation d'une semaine, et la rapidité d'innovation du réseau. En outre, il offre la possibilité de diversifier par des activités B2B.

ShopForGeek, le plus pop

ShopForGeek, lancé en Belgique en mai 2016, est devenu un acteur clé dans la vente de produits dérivés de la pop culture, avec un catalogue riche de plus de 42 000 références. Offrant une expérience unique à travers chaque point de vente unique et animé, l'enseigne mise sur la proximité et le conseil personnalisé pour fidéliser sa clientèle. La franchise propose des conditions d'accès attractives avec un droit d'entrée de 10 000 € pour un contrat de 3 ans, un apport personnel de 10 000 à 20 000 €, des royalties de 2 % du CA HTVA, et une redevance d'enseigne de 300 € par mois, visant une expansion continue à travers la Belgique, la France, et les Pays-Bas.

Mon Caribou, le plus exotique

Mon Caribou réinvente la restauration rapide en France avec son concept authentique de poutine québécoise, exigeant un apport de 50 000 € pour un investissement global de 310 000 € et projetant un CA de 700 k€ à 900 k€ en deux ans. Ce réseau valorise l'accueil chaleureux, l'utilisation de produits frais, et un service rapide et de qualité, tout en cherchant à promouvoir la culture et la gastronomie québécoises auprès d'un public français attentif à la transparence, à la qualité des produits, et à un bon rapport qualité-prix. Mon Caribou s'engage également dans l'évolution digitale avec des options comme le click and collect, répondant ainsi aux nouvelles attentes des consommateurs.