

Edition : **06 mars 2026 P.14**
 Famille du média : **Médias spécialisés grand public**
 Périodicité : **Hebdomadaire**
 Audience : **129000**
 Sujet du média : **Economie - Services**



Journaliste : -
 Nombre de mots : **297**

Le rôle essentiel du franchiseur

Comment les têtes de réseau forment et accompagnent les nouveaux franchisés

Qu'il s'agisse d'une reprise ou d'une création, chaque franchiseur s'efforce d'accompagner au mieux ses nouveaux franchisés au sein de son réseau. *"Nous souhaitons que nos nouveaux franchisés aient au moins une expérience managériale et surtout une vraie envie d'entreprendre. L'expérience dans le secteur de l'immobilier n'est pas une obligation, cela s'apprend. Nous avons mis au point pour cela une formation de six semaines*

pour nos nouveaux franchisés qui englobe l'immobilier, le juridique, les méthodes commerciales, l'ADN de notre marque, le management des équipes en agence, etc.", explique Alexandra Hyron, directrice générale du réseau d'agences immobilières Espaces Atypiques. Dès leur ouverture d'agence immobilière, les franchisés sont accompagnés par un des directeurs réseau d'Espaces Atypiques qui reste en contact avec eux tout au long de leur activité, afin de les suivre et de les former de façon continue.

Du côté de MondialBox, *"nous accompagnons tous nos franchisés, qu'ils entreprennent un rachat ou une création d'entreprise, tant sur la recherche de bâtiments, de terrain, de*

financements que sur la partie technique de la construction et de l'aménagement. Nous les formons également à nos outils de gestion", précise Éric Charles, CEO de MondialBox. L'enseigne analyse aussi *"toutes les données du projet: l'état du bâtiment, ses coûts de fonctionnement, son taux de remplissage, les dettes éventuelles à racheter, le prix du foncier, etc., pour s'assurer de sa rentabilité"*, ajoute Éric Charles. Chez Point S, *"nous accompagnons nos adhérents jusque dans leurs démarches bancaires. Nous les aidons à argumenter pour obtenir leur prêt, car c'est souvent le point bloquant"*, affirme Franck Mathieu, directeur d'enseigne chez Point S. Le soutien de la tête de réseau reste donc essentiel. ■