

FRANCHISE 2013

Créez votre boîte. prenez votre avenir en mains !

- **DEVENIR FRANCHISÉ** COMMENT CHOISIR LE BON RÉSEAU
- **DU SALARIAT À L'ENTREPRENEURIAT** LES CLEFS POUR RÉUSSIR
- **STATUT-CONTRAT-FINANCEMENT** LES BONNES QUESTIONS À SE POSER



PHOTOS: J.-P. GUILLOT/AGF/EXPRESS - R. LAZARIS/AGF - E. BOZET/ALFCA-ANDIA POUR L'EXPRESS - E. MANGEN/ B. SEUGHERE, F. GATTELLASIA POUR L'EXPRESS - DA

NOS COUPS DE CŒUR 2013 Les réseaux gagnants

APEF SERVICES - AUTOSMART - CACHE CACHE - IRRIJARDIN
LA PATATERIE - YELLOWKORNER

YellowKorner

élargit le cadre

La recette de cette enseigne pour démocratiser la photo d'art est simple : des clichés en édition limitée, mais pas trop, et des galeries accessibles à tous.



COUP DE CŒUR DU NOUVEAU CONCEPT

Récompense une nouvelle enseigne (moins de trois ans d'existence dans la franchise), qui propose un concept original, novateur et prometteur. Ce concept a déjà au moins une unité franchisée ouverte, ou un contrat de franchise signé à la date de réunion du jury.

Enseignes sélectionnées :

- Amélie Crêpes Factory
- Au Fût et à Mesure
- Borea
- Kioneo (menuiserie)
- Ludiq'Land (Centre de loisirs pour enfants)
- Max Adventure
- Memphis Coffee
- Novalto
- o² Home Services (pour leur concept de microfranchise)
- Ton avenir.net
- YellowKorner : lauréat**
- Yprema (traitement des matériaux issus de la ville et de la déconstruction)

Sans vouloir tomber dans les clichés, YellowKorner est d'abord une rencontre. Ses fondateurs, Alexandre de Metz et Paul-Antoine Briat se sont connus sur les bancs d'une école. Le premier, étudiant en droit, passionné de photographie et de musique a au fil de ses rencontres réfléchi sur les conditions d'accessibilité de l'art en général. Il décide alors de changer d'orientation professionnelle pour se familiariser avec les rouages de la création d'entreprise dans une école de commerce. C'est là qu'il croise le second, féru de finance (il a travaillé avec Jean-Marie Messier, à New York) et aussi de photographie. L'union faisant la force, ils se jettent à l'eau, en 2007, en créant YellowKorner. Leur idée ? Lancer un réseau de galeries ayant pour vocation de démocratiser la photographie d'art. Plutôt que de proposer dix tirages à 5 000 euros, YellowKorner prend le parti d'en éditer 1 000 à 50 euros. Et le concept prend.

ABSENCE DE CONCURRENCE FRONTALE

Six ans plus tard, l'enseigne compte déjà 45 galeries dont 20 en France (pour l'heure, 6 affiliés et 14 succursalistes) et 25 franchisés à l'étranger (Europe, Amérique du Nord, Liban, Maroc, Nouméa...).



PAUL-ANTOINE BRIAT et ALEXANDRE DE METZ, les fondateurs

« Pour entrer dans le réseau, inutile d'être un érudit en photo, mais une sensibilité à l'art est indispensable. Bien sûr, il faut être un bon gestionnaire doté de compétences managériales », précise Laurent Perry-Spencer, directeur du développement du réseau. L'investissement moyen (hors droit au bail) s'élève à 120 000 euros pour une implantation dans une zone d'au moins 100 000 habitants et sur des emplacements n° 1 en centre ville. « Dès la première année, le CA hors taxe

peut atteindre 400 000 euros », constate-t-il. YellowKorner entend bien profiter de son concept original et de l'absence de concurrence frontale – pour l'instant – afin d'étendre son réseau. D'ici fin mars, trois nouveaux affiliés vont s'installer à Rouen, à Aix-en-Provence et à Toulouse. Et le réseau compte passer à 75 galeries, notamment via de nouvelles franchises à l'étranger – au Moyen-Orient en Australie et en Amérique du Nord – et la master franchise

SYLVIE LAFITE