

## Ce afacere in franciza se poate face in cartier

In colaborare cu Ziarul Financiar 8.03.2007

Sunday, 18 March 2007

Ultima actualizare Sunday, 09 September 2007

### Franciza de cartier

Ai o suma de investit intre 10.000 si 70.000 de euro si ai pus ochii pe un spatiu comercial la strada, in cartierul tau. Ce posibilitati de afaceri in franciza exista in acest moment pe piata?

Decizia de a alege o franciza se raporteaza la multi factori: profilul vocational al investitorului, compatibilitatea ideii de business cu abilitatile si calitatile acestuia, dar si experienta profesionala anterioara, cu precadere in cazul afacerilor din retail,

sunt de parere consultantii de la CHR Consulting. De asemenea, cand iei aceasta hotarare, esti influentat de valoarea, notorietatea brandului, expansiunea sa teritoriala si "vechimea" sau experienta sa in tara sau in strainatate, spun consultantii de la firma CHR Consulting. Fast food

Cateva exemple de francize din portofoliul unei alte firme de consultanta, Think Big International, care s-ar potrivi intr-un cartier: Bella Italia (pizzerie) care are o taxa de franciza de 8.000 de euro, o redeventa de 2% din cifra de afaceri si o investitie globala de 70.000 de euro; Four Star Pizza cu o taxa de franciza de 3.000 de euro, redeventa 0 si o investitie globala de 15.000 de euro; Sheriff's (fast-food) cu taxa de franciza de 15.000 de euro, redevente de 5% din cifra de afaceri, 2% taxa de marketing, iar investitia variaza in functie de echipamente.

### IMO Francize group

"Decizia de a investi este influentata si de partea emotionala care conteaza in proportie de 30%, capacitatea financiara 50% si analiza atenta aproximativ 20%", spune Eugen Driga, senior consultant de la Imo Franchise Consulting, o alta firma de consultanta in domeniu.

"Fie ca vorbim despre o spalatorie sau braserie, fie ca luam ca termeni de comparatie un alt domeniu de provenienta pentru afacerea in franciza, trebuie sa fim ghidati intotdeauna de ideea ca rentabilitatea unei afaceri in sistem de franciza este determinata de mai multi factori printre care locatia de implementare, managementul businessului facut de viitorul partener francizat, relatia si gradul de comunicare intre francizor si viitorul partener francizat, gradul de implicare si dedicare pentru businessul apartinand potentialului partener francizat", sunt de parere consultantii de la CHR Consulting.

Driga completeaza: "Daca franciza este una de servicii de tip agentie imobiliara, de recrutare personal sau de servicii de curatenie, ea nu se adreseaza numai cartierului, ci intregului oras. Sunt activitati la care decizia de cumparare a produsului nu se face din impuls sau prin simplul fapt ca am intalnit-o in drum. Clientul vine la firma in urma contactului anterior telefonic sau din reclama si el vine din tot orasul".

Pentru brandurile importante locatiile ideale sunt cele centrale sau in centre comerciale. Francizorul poate pune conditia ca francizatul sa detina o astfel de locatie.

Investitia totala initiala variaza in functie de volumul transferului de know-how intre francizor si potentialul partener francizat, echipamentele necesare pentru derularea businessului, locatia si lucrarile de amenajare ale acesteia, apreciaza cei de la CHR Consulting.

Un exemplu concret din domeniul spalatoriilor auto pe care il da CHR Consulting este EcoWash, un sistem mobil de spalatorie, de provenienta spaniola care urmareste identificarea unui partener MasterFrancizat la nivel national pentru ca acesta sa dezvolte o retea la nivelul intregului teritoriu in schimbul unei taxe de MasterFranciza de 60.000 de euro. "La aceasta, deschiderea unei prime unitati mai presupune si alte costuri de start-up relevante: echipamente, amenajare locatie, investitia totala initiala ridicandu-se la aproximativ 75.000 de euro", adauga consultantii CHR Consulting.

Driga spune de asemenea ca pentru o spalatorie investitia este de 75.000 de euro, iar taxa de franciza intre 7.000 si 20.000 de euro. "Francizatul trebuie sa aiba experienta in domeniu si bune deprinderi de marketing. Lunar redeventa este de 5-8% din cifra de afaceri. Numarul necesar de angajati este de 6 pana la 10. Contractul de franciza dureaza 10 ani, dar poate fi reinnoit. Francizatul este proprietar-operator. Nu se permite ca proprietarul sa nu fie implicat in operatii, insa afacerea poate sa fie condusa si de acasa", precizeaza Driga.

Inainte de deschiderea propriu-zisa a francizei, partenerul francizat are o imagine completa asupra costurilor, necesarului de personal, echipamentelor si nevoilor de materie prima. Francizorul prezinta fisa postului si desfasoara un program

initial de training, atat pentru management cat si pentru personal, astfel incat activitatea desfasurata in noua locatie sa corespunda tiparului general impus de francizor. Selectia de personal trebuie facuta inaintea deschiderii noii locatii, spun cei de la Think Big.

O spalatorie trebuie sa respecte regulile ecologice, iar o braserie regulile HACCP (standarde stricte de curatenie si respectare a proceselor).

Pentru o spalatorie este recomandata amplasarea in proximitatea unui cartier de locuinte si birouri, dens si cu locuitori ce isi doresc si isi pot permite serviciul.

In cazul spalatoriei cu livrare in maxim 30 de minute mall-urile sunt o optiune reusita, spune Driga.

Pentru braserie si pentru toate francizele in care componenta cumpararii este primordial emotionala este necesara o evaluare ce cuprinde: studiul pietei, populatia totala, rata de crestere, venitul pe cap de locuitor si venitul disponibil.

In general, investitia totala initiala se amortizeaza in 2-3 ani, acest lucru fiind influentat de volumul resurselor financiare depuse initial de catre partenerul francizat pentru preluarea businessului in sistem de franciza, sunt de parere consultantii de la CHR Consulting.

Cu privire la business plan, acesta se intocmeste luand in calcul piata locala, locatia businessului, dar in general se merge pe o rata de profitabilitate de 10-15%.

Amortizarile apar pornind de la 8 luni pentru francize cu investitie sub 20.000 de euro si pornesc de la 18 luni pentru francize cu investitie intre 40-80.000 de euro, spune Eugen Driga de la Emo Consulting.

"Posibilitatea de crestere a unor astfel de afaceri activand in sistem de franciza este dependenta de specificul pietei locale, de comportamentul consumatorului, dar si de gradul de implicare al celui care ruleaza businessul in calitatea sa de partener francizat", adauga consultantii CHR Consulting.

Afacerea in franciza nu reprezinta insa o garantie a succesului. "Orice viitor potential investitor intr-o afacere in sistem de franciza beneficiaza de o reteta de business deja testata pe piata nationala sau internationala si care se bucura de o buna apreciere si recunoastere din partea actorilor nationali, internationali", sunt de parere consultantii CHR Consulting.

Locatiile trebuie sa respecte suprafata ceruta de francizor, dar si alte cerinte: sa aiba vad comercial, pentru cele din domeniul de food, si o expunere cat mai buna. "In cazul francizelor din servicii, agentii imobiliare, servicii de consultanta este suficient un birou. Francizorul este cel care poate stabili si alte criterii, in unele cazuri el fiind cel care hotaraste daca spatiul se potriveste sau nu cerintelor francizei. Alte criterii care pot fi hotaratoare in alegerea unei locatii sunt: numarul de locuitori, alte afaceri similare desfasurate in zona, target-ul vizat", spun cei de la Think Big.

Pentru a putea avea clienti din zona cartierului trebuie ca franciza sa se adreseze unei medii a consumatorilor ce corespund profilului unitatii, venituri, asteptari, educatie si trebuie sa le satisfaca pretentiile, spune Eugen Driga.

Viitorul partener francizat va achizitiona materia prima de la francizor sau de la furnizorii cu care acesta are contracte incheiate, beneficiind de conditii de plata avantajoase. Personalul angajat va fi recrutat de partenerul francizat la nivel teritorial, urmand ca acceptul final sa fie al francizorului. Achizitia de echipamente se face, in general, in sistem leasing.

De obicei, cresterea are loc pana la saturarea pietei locale si pana cand concurenta nu ofera aceeasi gama de produs in conditii mai favorabile.

Dupa setarea businessului la nivel local, se va agreea de comun cu francizorul o campanie de publicitate la nivel local. "Desigur, la aceasta se adauga si publicitatea la nivel de retea asigurata de catre francizor si pentru care partenerul francizat plateste lunar o taxa cunoscuta ca si contributie la bugetul de publicitate si marketing", completeaza consultantii CHR Consulting.

"Francizele de succes sunt acelea in care operatiile din manualul operational sunt aduse pana la nivelul minim de competenta necesar. McDonald's nu opereaza cu bucatari vestiti, ci cu elevi de liceu. O franciza serioasa are manuale clare de angajare, instruire si motivare ale angajatilor", explica Driga.

"Afacerile deschise in sistem de franciza se bucura inca de la inceput de o pozitie favorizata fata de afacerile tip start-up obisnuite. Acest lucru se intampla deoarece franciza se bucura de o anumita notorietate, este construita pe un sistem deja testat care elimina riscurile, trainingul initial si investitiile facute de francizor in promovare garanteaza si pentru o unitate dintr-un cartier aceeasi calitate si promovare ca si pentru restul locatiilor deschise sub acelasi nume", sunt de parere cei de la Think Big.