

«ESTHÉTICIENNE, J'AI CRÉÉ MON RÉSEAU DE FRANCHISE»

Marie Taupin est esthéticienne depuis 24 ans. Son âme d'entrepreneuse l'a poussée à créer son propre réseau de franchise : Bulle de Bien-Être. C'est aujourd'hui une réussite puisque le réseau Bulle de Bien-Être agrège 13 établissements en France. L'esthéticienne vous dévoile sa recette du succès de la franchise en esthétique.

PROPOS RECUEILLIS PAR **DORIANE FRÈRE**



C'est après une expérience chez Yves Rocher en tant qu'esthéticienne, un tour du monde en sac à dos, et quelque temps en tant qu'animatrice-commerciale pour Cacharel et Hermès en freelance, que je me suis lancée dans l'aventure de l'entrepreneuriat. Le souhait de travailler à mon compte m'animait déjà depuis toute petite. Je préparais mon projet de création d'entreprise en coulisse.

2005 : L'ANNÉE D'OUVERTURE DE MON PREMIER INSTITUT

À 25 ans, j'ai pu ouvrir mon premier institut de beauté, Bulle de Bien-Être, en 2005, à Petit-Mars en Loire-Atlantique. Riche de mon expérience chez Yves Rocher et dans le domaine de la parfumerie, j'ai mis sur pieds un institut aux process bien établis : charte logo, carte de prestations, linge avec logo. Quelque chose à l'image d'une franchise, mais à la campagne. L'institut comprenait deux cabines pour les soins visage et corps. Il y avait aussi une cabine UV. J'avais également mis en place un espace tisanderie. Je voulais mettre l'institut traditionnel aux process de la franchise avec une gamme de soins variés, des soins sur rendez-vous, des prix attractifs. Les instituts qui se situaient proches du mien ne proposaient pas de vraie plaquette de tarifs, il n'y avait pas de mise en avant des produits, ni d'animation... Je me distinguais donc avec ce concept d'institut proche de la franchise. J'ai rapidement eu de la demande du côté de la clientèle, j'ai donc embauché une apprentie au bout de quelques mois, puis une esthéticienne.





J'AI CRÉÉ MA FRANCHISE POUR ACCOMPAGNER, SOUTENIR, ENCOURAGER ET BOOSTER LES ESTHÉTICIENNES

LA CRÉATION DE MES DEUXIÈME, TROISIÈME ET QUATRIÈME INSTITUTS

Quelques temps après, le directeur de l'Intermarché d'une commune voisine, située à 8 kilomètres de mon premier institut, m'a proposé d'implanter un institut dans la galerie marchande de son supermarché. Une offre que j'ai acceptée. J'ai donc ouvert un second institut en propre en 2008, qui était la copie conforme de mon premier institut : les espaces, le concept, la marque... J'avais embauché une responsable sous le statut de salariée, puis une esthéticienne, et une apprentie pour faire fonctionner cet espace. Je travaillais toutefois au sein des deux instituts.

En 2012, une esthéticienne m'a contactée pour me proposer de me racheter l'un de mes instituts. Chose que je n'avais pas envisagé au départ. J'ai finalement décidé de vendre mon second institut. Nous avons failli établir un premier contrat de franchise, mais cela n'a pas eu lieu car la racheteuse craignait de perdre sa liberté en partant sur le modèle de la franchise. Cette opération m'a permis de racheter deux autres instituts ensuite : un dans le même secteur et l'autre à Angers. Ces deux nouveaux établissements en propre avaient le même concept que mon premier centre. Après cela, j'ai ouvert un quatrième institut en Vendée toujours sur le même concept que les précédents.

LA CRÉATION DE MON RÉSEAU DE FRANCHISE BULLE DE BIEN-ÊTRE

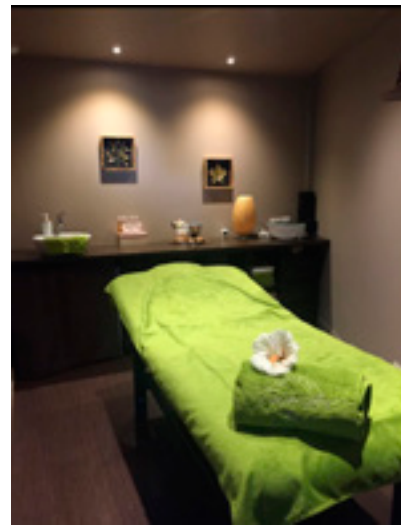
La gérante salariée que j'avais embauchée pour diriger mon quatrième institut m'avait fait part du long trajet qu'elle effectuait tous les jours pour aller travailler. Elle souhaitait se rapprocher de son domicile. J'ai donc recherché un local dans le secteur dans lequel elle se voyait davantage.

Il est à mon sens important de capitaliser sur ce que l'on possède déjà avant de chercher à s'étendre davantage. Le réseau Bulle de Bien-Être regroupe 13 instituts au sein desquels tout se passe bien. J'ai eu de la demande pour ouvrir dans le sud de la France par exemple, mais je préfère consolider la base avant de développer mes franchises partout dans l'Hexagone et peiner à suivre le rythme. Je souhaite m'étendre sur toute la France, mais le faire intelligemment pour rentabiliser les coûts de gestion.

Quand je me suis lancée, j'aurais aimé avoir un consœur pour m'aider et m'éviter de faire certaines erreurs. J'ai créé Bulle de Bien-Être en franchise pour pouvoir accompagner, soutenir, encourager et booster les esthéticiennes.

Le premier institut sous contrat de franchise Bulle de Bien-Être a pu ouvrir en 2016.

Au fil des années, j'ai pu continuer de développer mon réseau de franchise à raison de 2 à 3 instituts par an. Nous comptabilisons aujourd'hui 13 instituts. Tous sont situés dans la région Pays de la Loire. C'est le bouche-à-oreille qui me fait connaître auprès des esthéticiennes.



Je privilégie le travail avec les esthéticiennes plutôt qu'avec des investisseurs qui ne sont pas issus du métier. La moyenne d'âge de mes franchisées est de 27 ans. Nous travaillons désormais avec les marques Sothys, LPG, Couleur Caramel et Toofruit.

L'ACCOMPAGNEMENT GLOBAL DE MES FRANCHISÉES





POUVOIR COMPTER SUR MES ÉQUIPES M'A PERMIS DE ME DÉVELOPPER

Avoir de bonnes équipes au sein de mes instituts m'a permis de pouvoir en ouvrir de nouveaux dans la sérénité. Je pouvais faire confiance à mes équipes. Savoir déléguer s'est avéré important pour le développement de Bulle de Bien-Être. Encore aujourd'hui je m'en rends compte. Il faut savoir faire confiance à l'autre pour évoluer soi-même et faire évoluer les autres. Il est difficile de recruter des collaborateurs et de les fidéliser, je tâche donc d'être à l'écoute, de faire preuve d'empathie et de professionnalisme. La nouvelle génération a besoin de plus de reconnaissance. Je prends le temps d'organiser des déjeuners réguliers au restaurant avec mes salariées et mes apprenties. J'ai actuellement 12 salariées réparties sur mes instituts pilotes. Les «team building» et les réunions mensuelles me semblent obligatoires pour avoir une vraie synergie et une cohésion d'équipe.

- Je ne me fixe pas de date, cela sera selon les projets et les demandes. L'idéal serait les régions limitrophes à la région Pays de la Loire dans un premier temps. Je pars du principe que mes franchisées doivent être bien accompagnées. Nous définissons ensemble notre zone de chalandise, le type de lieu dans lequel elles se voient travailler (maison, local commercial...). J'effectue des recherches et leur propose différents locaux qui pourraient leur convenir. J'ai à cœur de donner à mes franchisées la parole au développement du projet. Mes franchisées participent au plan marketing, à l'élaboration de la plaquette tarifaire. Elles sont le cœur de ma franchise.

UNE FRANCHISÉE N'ÉTAIT PAS PARVENUE À CONVAINCRE LES BANQUES, ALORS, JE ME SUIS ASSOCIÉE AVEC ELLE

Je tiens également à accompagner mes franchisées sur le plan financier. La dernière franchise qui a ouvert en 2024 se situe à La Baule. La franchisée n'était pas parvenue à convaincre les banques de la suivre. Je croyais à 100 % en son ambition, j'ai donc décidé de m'associer avec elle en finançant son projet. Dans environ 5 années, l'emprunt sera remboursé. Elle compte me racheter sa part pour pouvoir être seule. Je suis prête à le refaire pour une esthéticienne qui pourrait être en difficulté pour financer son projet si je sens une grande motivation.

Je propose mon concept de franchise pas seulement aux esthéticiennes qui travaillent seules mais également à des instituts traditionnels qui ont déjà une équipe et qui souhaitent rejoindre un réseau dynamique.

Je travaille en synergie avec toutes les franchisées. Je prends le temps avec chacune pour élaborer leurs stratégies de développement avec leurs atouts et leurs problématiques. Mes franchisées vous répondront qu'elles aiment l'esprit familial et l'accompagnement personnalisé.

Nos clientes en institut viennent chez nous car nous proposons la prise de rendez-vous en ligne, des soins haut de gamme, une carte de soins diversifiée, un véritable parcours client...

POUR QUE CELA SOIT UN SUCCÈS, IL FAUT ÊTRE BIEN ACCOMPAGNÉE ET AVOIR DES MOYENS FINANCIERS

Je ne savais pas par où commencer lors de la création de mon réseau de franchise. Je me suis renseignée via des livres et Internet. J'ai fait appel au cabinet Simon Associés, spécialisé dans le contrat de la franchise. J'ai travaillé avec Territoires & Marketing pour la partie enquête sur la zone de chalandise.

Il est important d'avoir des moyens financiers lorsque l'on crée son réseau de franchise. Vendre l'un de mes instituts m'a permis de financer mon contrat de franchise qui m'a coûté plus de 20 000 euros. Ceci comprend la création du DIP (Document d'Information Précontractuel) et du contrat.



MES FRANCHISÉES PARTICIPENT AU DÉVELOPPEMENT MARKETING, À L'ÉLABORATION DE LA PLAQUETTE TARIFAIRE

- Plusieurs informations doivent figurer sur un contrat de franchise, telles que les conditions générales de l'exploitation de la marque, la durée du contrat, les obligations du franchiseur et du franchisé, les conditions financières, la fin de contrat, etc. Mon contrat comporte environ 60 pages. Il est élaboré avec le franchiseur par un cabinet d'avocat. Le DIP comporte environ 80 pages et doit être remis minimum 20 jours avant la signature du contrat de franchise pour laisser un temps de réflexion. Lorsque l'on crée son réseau de franchise, je pense qu'il est essentiel d'être bien accompagnée au niveau des marques. Ce sont de vrais partenaires qui contribuent au succès d'un institut.

Je suis aussi entourée d'une équipe composée d'une chargée de communication et marketing, d'une assistante commerciale, et d'une formatrice. Je travaille avec Marion, ma formatrice depuis 16 ans. Elle est en même temps responsable de deux de mes instituts pilotes et formatrice de tout le réseau. Elle se déplace dans chaque institut selon les demandes spécifiques. Ma chargée de communication marketing travaille depuis trois ans en CDI 35h. J'ai commencé avec des stagiaires et des alternantes pour une question de budget. Mon assistante commerciale est une ancienne responsable d'institut pilote qui avait envie de changement. On travaille ensemble au bureau depuis deux ans.



MON QUOTIDIEN

Depuis maintenant sept ans, je ne pratique plus. Je suis sortie progressivement de la cabine.

Pour un souci d'organisation, j'ai réalisé une extension à mon domicile qui est maintenant le siège de la franchise. J'essaie de me fixer des horaires : 9h-19h du lundi au vendredi. Il m'arrive de travailler le week-end s'il y a des urgences. Je consulte les chiffres de mes instituts pilotes ainsi que les plannings en ligne, transmets les mails à traiter à mon assistante, règle les factures, livre une fois par mois chaque franchisée, planifie les futures animations, déjeune avec mes collègues. J'élabore également des plans d'action de développement, analyse les problématiques des esthéticiennes, négocie avec les fournisseurs, prépare les futures réunions, les prochains séminaires.


JE DÉVELOPPE MON RÉSEAU À RAISON DE 2 À 3 INSTITUTS FRANCHISÉS PAR AN

Par ailleurs, je participe en tant qu'élue CCI (Chambre du Commerce et de l'Industrie) Pays de la Loire aux plénières et aux réunions de la commission commerce de la CCI. Je finis, en général, ma journée avec un cours de danse ou un entraînement de foot pour me vider la tête !

LE DÉVELOPPEMENT DE BULLE DE BIEN-ÊTRE POUR LES ANNÉES À VENIR

J'ai co-créé avec Ségolen Guilleux, Bulle de Formation. Ce centre va regrouper tout ce dont les gérantes ont besoin pour faire performer leur entreprise de A à Z. Nos formations seront principalement situées dans un cadre idyllique près de Nantes. Cependant, nous tournerons dans toute la France et proposerons des formations novatrices (soins corps, visage, management, etc.), ainsi que des journées «Reboost» pour échanger entre professionnelles. Je réfléchis également à mettre en place une formation «Comment créer sa franchise» pour 2025. J'aimerais pouvoir renouveler l'expérience des ouvertures de franchises en association. Je trouve cela cohérent de pouvoir aider financièrement des femmes qui sont passionnées et ultra-motivées, surtout quand elles croient en leur concept et réseau, les esthéticiennes sont rassurées que je sois présente pour les accompagner. C'est quelque chose que j'aime faire. Je souhaite également continuer à développer mon réseau en campagne, là où les autres franchises ne vont pas s'implanter généralement.

MON CONSEIL AUX ESTHÉTICIENNES QUI AIMERAIENT CRÉER LEUR PROPRE RÉSEAU DE FRANCHISE

Avant de créer votre réseau de franchise, il est nécessaire d'avoir des centres pilotes. Si vous mettez en place une équipe ainsi que des process, il faut que cela fonctionne sans vous. Je vous recommande donc de tester pendant deux ou trois ans votre modèle d'entreprise au sein de plusieurs instituts avec des équipes pour voir si cela fonctionne. Si cela tourne, que le concept est compris, et les process correctement appliqués, vous pourrez vous lancer dans la franchise. Sinon, vous devrez revoir ce qui ne fonctionne pas. 



TRAVAILLER AVEC SOTHYS, C'EST FAIRE LE CHOIX D'UN VRAI PARTENAIRE

C'est sur l'avis de mes différentes équipes que j'ai souhaité entrer en contact avec la marque Sothys. J'ai rencontré le directeur commercial de la marque, Laurent Valegeas. Le feeling est immédiatement passé. Mes équipes et moi avons pu tester les produits, nous avons eu un vrai coup de cœur pour les produits. La marque ne pousse pas à la consommation. Lorsque je propose des animations, j'ai toujours la possibilité d'avoir des goodies. La marque nous accompagne très bien, elle forme régulièrement ma responsable de formation et propose des webinaires pour les équipes en institut. La marque Sothys possède de belles valeurs humaines. Je la recommande à toute esthéticienne, qu'elle soit franchisée ou non. J'aime leurs protocoles très complets, l'univers intimiste et luxueux. Les soins Sothys plaisent beaucoup pour les résultats apportés, leurs environnements sensoriels, le «made in France».