



Pizzaphone[®], la franchise

La genèse

Le premier Pizzaphone est né un jour de 1996 dans un petit village du Val-de-Travers. Cet établissement n'existe plus aujourd'hui, mais l'histoire était lancée. La deuxième étape fondatrice allait être la création en 1998 de Pizzaphone Fribourg, qui allait devenir quelques années plus tard le premier établissement franchisé "Pizzaphone".

Le concept

Le principe général du franchising (ou franchise) est celui-ci: être plus forts ensemble que tout seuls.

- La franchise est un regroupement d'établissements qui s'associent notamment dans le but d'être plus forts face à la concurrence, d'être plus visibles sur le marché, de bénéficier de conditions préférentielles sur certains produits ou prestations, de maximiser leur chiffre d'affaires;
- Le rôle du franchiseur est de coordonner les processus centralisés (notamment par la fourniture de biens et services), ainsi que de valoriser, promouvoir et protéger la marque, au bénéfice de chaque franchisé;
- Le but et l'intérêt du franchiseur et du franchisé sont les mêmes: augmenter le chiffre d'affaires de chaque point de vente / promouvoir la marque;
- Généralement, un franchiseur encaisse une taxe d'entrée, une redevance annuelle, des royalties (pourcentage sur le chiffre d'affaires réalisé par chaque franchisé), une participation au marketing, en plus du produit de la vente de toute fourniture (la plupart du temps à prix majoré).

Dans le cas de Pizzaphone

Notre franchise peut être qualifiée de "light" en comparaison avec les standards en vigueur.

- Le franchiseur encaisse une taxe d'entrée symbolique indexée sur le nombre actuel (au moment de la conclusion du nouveau contrat de franchise) d'établissements franchisés, selon le principe que plus celui-ci est élevé, plus la valeur de la marque est importante;
- Le franchiseur n'encaisse ni redevance annuelle ni royalties;
- Franchisés et franchiseur contribuent à l'alimentation d'un compte commun affecté au financement d'actions marketing (ou à des dépenses groupées) assurant à chaque établissement une visibilité proportionnelle au nombre de franchisés.

Fervents adeptes de l'école sicilienne de la pâte fine, nous développons un concept de franchise basé avant tout sur la qualité et offrant à tout un chacun la possibilité d'ouvrir son propre commerce. En mettant nos franchisés au bénéfice de notre image, de notre savoir-faire, de notre expérience et de nos conseils, nous leur offrons les meilleures chances de succès.

Les obligations du franchisé sont très simples et faciles à respecter, il ne s'agit que de choses très logiques.

Actifs dans ce domaine depuis deux décennies, nous avons pu constater l'explosion de la concurrence durant cette période, et les avantages d'être un groupe deviennent chaque année plus évidents.

Projets

Les années 2016 et 2017 marquent un tournant dans notre développement. Voici quelques-uns de nos projets et objectifs pour les 12 prochains mois:

- un site web dernière génération axé avant tout sur l'automatisation des commandes et paiements en ligne, mais également sur des outils marketing innovants;
- une vidéo promotionnelle destinée à être diffusée via divers canaux dans le but de créer le "buzz Pizzaphone";
- une carte de fidélité électronique intégrant système de paiement mobile + fonction cash-back;
- le développement d'un partenariat avec une agence de communication renommée en vue de la promotion de la marque, l'apport de franchisés, l'apport (au besoin) de repreneurs d'établissements franchisés, etc...
- au moins 2 établissements franchisés supplémentaires.

L'objectif du franchiseur est d'amener cette marque aussi haut que possible, au bénéfice de tous: franchisés, franchiseur, fournisseurs, partenaires, etc... Pour cela, nous avons besoin de partenaires franchisés qui comprennent et appuient notre modèle de développement et qui soient motivés à promouvoir et protéger notre marque sans réserve.

Tous nos franchisés actuels ou presque ont connu Pizzaphone en tant que livreurs, il y a plus ou moins longtemps, et se sont lancés comme franchisés indépendants "de l'intérieur". Notre développement a donc surtout été endogène jusqu'à présent. Dès mi-2017 (c'est-à-dire quand les développements en cours seront en mode opérationnel), nous prévoyons des actions de prospection auprès d'établissements existants.

Pour qui?

Toute personne motivée a la possibilité de se franchiser, y compris celle ne disposant d'aucune expérience de la restauration: une formation complète et exigeante assurée par nos soins vous fournira les compétences nécessaires à la réalisation de notre projet commun.

Demande d'information

Pour toute demande d'information, veuillez nous contacter par email via mail@pizzaphone.com.

