



DOSSIER DE PRESSE

Un réseau de fleurs en franchise **carrément** gagnant !

Contact Presse



Aline Weber
Agnès Heudron

aline@infinites.fr
agnesh@infinites.fr

1, rue du moulin – 78590 Rennemoulin
01 30 80 09 09 | www.infinites.fr





SOMMAIRE

1. LE LIBRE SERVICE EN FLEURS COUPÉES ET COMPOSITIONS FLORALES

- 1.1 : Un concept de libre-service de fleurs coupées de qualité
- 1.2 : Compositions florales, un fort savoir-faire
- 1.3 : L'histoire d'un couple de créateurs expérimenté et passionné
- 1.4 : La success story Carrément Fleurs

2. LE DÉVELOPPEMENT EN RÉSEAU

- 2.1 : L'état des lieux du marché
- 2.2 : Un réseau sous contrat de franchise
- 2.3 : Des outils performants pour garantir la rentabilité du réseau
- 2.4 : La fiche d'identité de l'enseigne – l'évolution du chiffre d'affaires
- 2.5 : Les magasins Carrément Fleurs en France



1

LE LIBRE SERVICE EN FLEURS COUPÉES ET COMPOSITIONS FLORALES

Fondé à Agen en 2006 par Chantal et Bruno Pain, Carrément Fleurs est un concept innovant proposant en un même lieu, des fleurs coupées en libre-service et des compositions florales originales, imaginées par les équipes de fleuristes. Ouverts 7 jours sur 7, les points de vente Carrément Fleurs disposent aussi d'un site internet e-commerce.

Ce mélange de modernité et de savoir-faire artisanal repose sur l'expertise des créateurs. Associé à un concept architectural particulièrement bien étudié, il apporte une réelle valeur ajoutée au concept, avec une forte identité permettant à Carrément Fleurs de se démarquer sur son marché.

En 2012, après avoir validé son concept, Carrément Fleurs décide de le lancer en licence de marque et de s'imposer au niveau national.

En 2016, le fort développement et l'implication du réseau ont conduit à une modification de la forme de partenariat : Carrément Fleurs bascule en contrat de franchise.

1.1. Un concept de libre-service de fleurs coupées de qualité

Avec plus de 100 références, Carrément Fleurs propose un grand choix de fleurs coupées, en libre-service. En toute liberté, le client peut composer lui-même son bouquet, en choisissant parmi une large gamme de variétés, senteurs et couleurs de fleurs.

Grâce à une politique d'achat étudiée et adaptée au marché de la fleur coupée, Carrément Fleurs garantit la fraîcheur et la qualité de ses produits, tout en affichant des prix attractifs.



1.2. Compositions florales, un fort savoir-faire

Chaque jour, les fleuristes du réseau Carrément Fleurs élaborent des compositions florales originales, répondant à tous les goûts, toutes les envies et tous les budgets.

■ Des compositions florales uniques

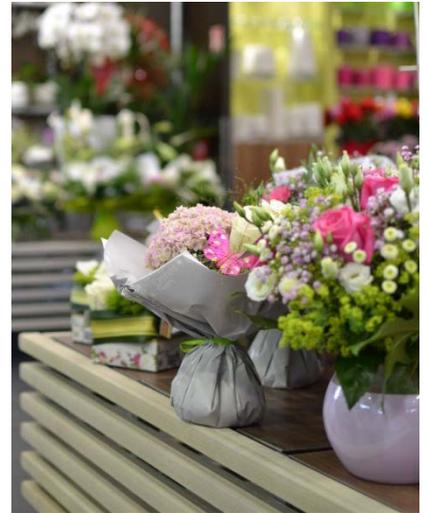
Ils peuvent proposer un produit unique, que ce soit pour un dîner chez des amis ou pour un événement important, comme un mariage, une naissance, un anniversaire...

Ils mettent leur savoir-faire et leur créativité pour imaginer des décorations florales originales, colorées, raffinées, décoratives, spécifiques à chaque désir.

Quelque soit le magasin, l'équipe de fleuristes qui y travaille est formée régulièrement pour être capable de présenter une offre diversifiée et toujours renouvelée.

Enfin, les fleuristes de Carrément Fleurs proposent de nouvelles créations à chaque fête calendaire.

Carrément Fleurs propose également une large palette de plantes vertes d'intérieur ou d'extérieur.



■ "Les collections Carrément Fleurs"

Les fleuristes de Carrément Fleurs proposent, également, tout au long de l'année, de nouvelles créations à chaque fête calendaire. Depuis 2016, l'enseigne les associe avec les tendances modes, décorations et lifestyle. Un espace en magasin est dédié à ces créations imaginées par les designers floraux du réseau en collaboration avec le Cabinet de tendances Chlorosphère.



1.3. L'histoire d'un couple de créateurs, expérimenté et passionné

Carrément Fleurs est une affaire de famille, avec à la tête du réseau, un couple de créateurs, expérimenté et passionné, Bruno et Chantal Pain. Diplômé de l'Ecole Supérieure de Commerce de Toulouse, Bruno Pain a commencé sa carrière professionnelle dans la grande distribution.

En 2000, il décide de changer de cap et rejoint le monde de l'horticulture, où il devient franchisé dans une enseigne nationale de fleurs. Fort de son expérience et de son envie d'entreprendre, il fonde six ans plus tard Carrément Fleurs, accompagné par son épouse, fleuriste depuis plus de vingt ans.

En 2013, Chantal et Bruno Pain ouvrent le premier magasin parisien, qui marque le démarrage du développement de Carrément Fleurs en Ile-de-France.

En 2017, Bruno Pain, co-fondateur décède à la suite d'une longue maladie. Le flambeau est depuis repris par Chantal Pain, cofondatrice et Daniel Boussira, Directeur Général.



1.4. La success story de Carrément Fleurs

2006	Création de Carrément Fleurs , par Chantal et Bruno Pain. Lancement du premier magasin pilote à Agen			
2011	L'architecture des magasins est conçue par le cabinet Félix et associés			
2012	Lancement en licence d'enseigne 280 000 clients sont entrés dans un magasin Carrément Fleurs pour un panier moyen de 16,04 € Le chiffre d'affaires 2012 atteint 4,9 millions d'euros			
2013	Lauréat du Trophée des "Espoirs des réseaux de Franchise et de partenariat" décerné par l'IREF (Fédération des réseaux européens de partenariat et de franchise) L'enseigne compte quinze magasins et couvre une bonne partie du sud de la France Première convention nationale du réseau 420 000 clients sont entrés dans un magasin Carrément Fleurs pour un panier moyen de 17,07 € Le CA se monte à 7,17 millions d'euros, en augmentation de 59,40%			
2014	Nouvelle étape dans le développement : ouverture du 1er magasin en Ile-de-France, dans le 4ème arrondissement de Paris Le réseau est récompensé par le "Grand Prix des Entreprises de Croissance" qui récompense au niveau national les entreprises françaises en plein essor 6 nouveaux magasins portent à 21 le nombre de points de vente à la fin de l'année Le CA est de 11 M€, en progression de 45%			
2015	Carrément Fleurs innove en optant pour un papier minéral écologique pour envelopper les fleurs et les bouquets afin de diminuer son empreinte environnementale Le CA atteint les 13.5 M€, en augmentation de 19%	L'enseigne ouvre 4 nouveaux points de vente 670 000 clients ont fréquenté les boutiques du réseau		
2016	Carrément Fleurs passe le cap des 30 points de vente Le réseau, en plein développement, modifie son contrat et bascule en franchise	Le CA est de 16 M€, en progression de 17,5%		
2017	L'enseigne élabore, en collaboration avec le cabinet de tendance Chlorosphère, des collections inspirées de thèmes phare de la décoration ou du prêt-à-porter	Carrément Fleurs participe à l'émission Patron Incognito (M6)	Le 27 mai, Bruno Pain, co-fondateur décède à la suite d'une longue maladie. Le réseau poursuit son activité avec à sa tête Chantal Pain, co-fondatrice et Daniel Boussira, directeur général	Ouverture d'un magasin à Montauban (82), Carpentras (84) et Sainte-Eulalie (33) Avec une augmentation de 11 %, le CA de l'enseigne est estimé à plus de 17 M€



LE DÉVELOPPEMENT EN RÉSEAU

2.1. L'état des lieux du marché

Selon la note de conjoncture de FranceAgriMer, sur la période janvier- mars 2016, le marché des végétaux a connu une période de croissance, tant pour les quantités achetées (10%) que pour les sommes dépensées (8%) par rapport à la même période sur 2015.

Sur cette période, les français ont acheté près de 82 millions de végétaux pour une dépense correspondante de 536 millions d'euros. La consommation des ménages qui s'élève à 3 milliards d'euros privilégie de plus en plus les plantes fleuries et les compositions florales toutes faites.

En 2016 et à périmètre constant, le chiffre d'affaires des magasins du réseau Carrément Fleurs est de 16 millions d'euros TTC, soit une augmentation de 17,5 % par rapport à l'an dernier. L'enseigne a accueilli plus de 800 000 clients dans ses points de vente avec un panier moyen de 20,30 €.



2.2. Un réseau sous contrat de franchise

Créée à Agen, en 2006, par Chantal et Bruno Pain, Carrément Fleurs se développe en licence de marque depuis 2012. En 2016, le fort développement et l'implication du réseau ont conduit à une modification de la forme de partenariat. Bruno Pain décide donc de basculer de la licence de marque en contrat de franchise.

La mutualisation des services et une politique de partenariat efficace menés par la tête de réseau permettent d'offrir aux franchisés des conditions d'adhésion particulièrement attractives et des redevances en moyenne deux à trois fois moins élevées que les autres enseignes du secteur.

■ Les critères d'implantation

L'emplacement est primordial chez Carrément Fleurs. L'enseigne ne cherche pas à ouvrir des points de vente dans le cœur des villes mais sur des axes routiers fréquentés, facilement accessibles, qui rejoignent par exemple des centres commerciaux.

Les magasins Carrément Fleurs situés en province doivent être visibles, sur une surface d'environ 150 m² et disposer d'aires de stationnement à proximité. Compte tenu de la complexité à trouver des emplacements, Paris et la Région parisienne feront exception à la règle du stationnement.

■ Profil du candidat

Le réseau s'adresse essentiellement à des candidates ou des candidats, dotés de talents de managers, connaisseurs des contraintes d'une politique commerciale, développant un esprit d'entreprise, courageux et pragmatiques.



▪ **L'engagement Carrément Fleurs**

Le franchisé est accompagné dès son lancement et bénéficie d'un véritable soutien de la part de la tête de réseau.

- Aide à la recherche d'un emplacement
- Accompagnement au montage des dossiers financiers des porteurs de projet
- Mise à disposition d'un maître d'œuvre pour l'avancement des travaux...



▪ **La franchise participative**

En 2016, Carrément Fleurs décide désormais de proposer la franchise participative aux porteurs de projet n'ayant pas les apports personnels suffisants. Le contrat de franchise reste le même, seul le mode de financement diffère. Afin d'aider lors du démarrage de l'activité, le franchiseur complète les apports du franchisé en contrepartie d'une participation minoritaire au capital. Un pacte d'associés est donc signé pour définir les droits et devoirs des parties ainsi que les conditions de sortie. L'indépendance du franchisé est toujours garantie puisqu'il reste l'unique exploitant et assure totalement la gestion de l'entreprise.

2.3. Des outils performants pour garantir la rentabilité du réseau

Carrément Fleurs met à disposition de son réseau de nombreux outils pour garantir sa rentabilité et assurer un développement pérenne.

▪ **Des conditions d'approvisionnement parmi les meilleures du marché**

Le réseau possède une puissance d'achat efficace et se fournit dans les plus grandes ventes en Hollande. Ce service permet aux franchisés de disposer quotidiennement d'un assortiment varié et complet de fleurs coupées et d'obtenir la qualité au meilleur prix.

▪ **Des formations pointues et régulières pour parfaire son savoir-faire**

Carrément Fleurs dispose d'un centre de formation agréé.

Avant de s'installer, chaque franchisé débute son aventure Carrément Fleurs par une formation initiale : une semaine théorique au siège de l'enseigne à Agen et cinq semaines de pratique en magasin pilote. Outils, techniques et méthodes sont abordés pour permettre au futur franchisé de gérer au mieux son point de vente.



De plus, deux fois par an, ses équipes suivent des formations pour mettre au point et confectionner de nouvelles créations. Ces ateliers pratiques, dispensés par des fleuristes confirmés, sont axés sur des thèmes spécifiques et récurrents comme le deuil, le mariage, la naissance...

- **Un concept architectural unique permettant un libre-service optimisé**

En 2011, le cabinet Félix et associés met en place un concept architectural unique, applicable à tous les points de vente Carrément Fleurs.

Inspiré des "Jardins à la française", authentique et original, il marque l'identité de l'enseigne : la modernité et la praticité.

Le mobilier et l'aménagement intérieur permettent une grande visibilité de l'offre. Les surfaces importantes des points de vente, en moyenne de 150 m², offrent une circulation optimale entre les étalages, optimisant ainsi le libre-service.

Les couleurs tendance, vert clair et chocolat, le choix de matériaux naturels et des lumières douces et tamisées, créent une ambiance apaisante et chaleureuse, proche de la nature.



- **Une communication transversale**

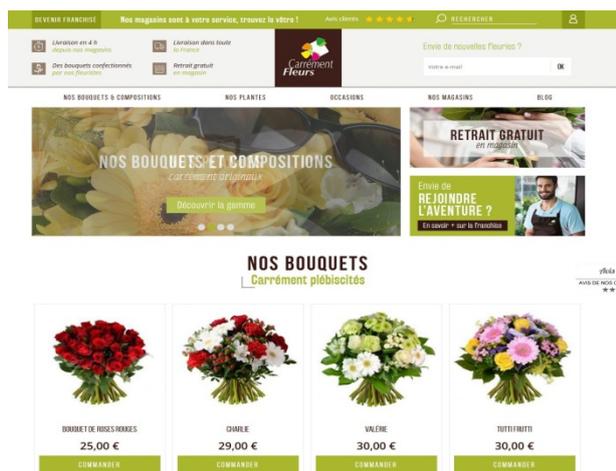
Carrément Fleurs assure des campagnes de communication digitale et plus classique, tout au long de l'année, selon ses actualités et nouveautés. Campagnes emailing, SMS, display web et mobile, push géolocalisé, référencement local sont autant d'outils innovant au service du trafics en magasins tant en fidélisation qu'en recrutement de nouveaux clients ! Une stratégie Social Média et une forte présence sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube) complètent cette communication digitale. Au-delà de ces campagnes, l'enseigne reste attachée aux premiers outils de communication comme les PLV, les campagnes print, le programme fidélité qui génèrent du trafic en magasin lors des différentes opérations annuelles.



- **Une boutique virtuelle**

Carrément Fleurs dispose d'un site e-commerce permettant aux clients de réaliser une commande livrée en 4h et un retrait en magasin (Click&Collect) en 2h. Chaque magasin dispose d'une page dédiée avec coordonnées, horaires d'ouverture, plan d'accès, photos....

L'enseigne prodigue également astuces et conseils sur son blog pour savoir prendre soin des plantes ou réaliser soi-même des compositions originales. Un vrai coup de pouce pour avoir la main verte !



- **Une plate-forme collaborative relie les adhérents de l'enseigne et le groupe**

Carrément Fleurs propose, via un intranet, une plate-forme collaborative pour partager actualités et nouveautés de son réseau. Il s'agit d'un vivier d'informations pour les franchisés, qui peuvent y trouver un manuel opératoire, les détails fournisseurs, les statistiques du réseau (hebdomadaires, mensuelles ou annuelles), des fiches techniques, des vidéos, des comptes-rendus, un forum participatif... Par cet outil de communication, la tête de réseau souhaite créer un lien fort avec ses partenaires, pouvoir les suivre et les accompagner dans leur expérience mais aussi transmettre un savoir-faire et partager des idées.

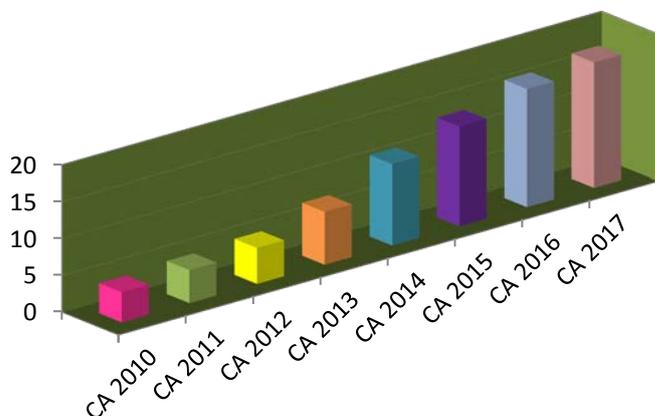
- **Une application de suivi des livraisons de bouquets**

L'enseigne a développé une application à destination de ses fleuristes pour une optimisation du suivi des bouquets. Les clients reçoivent désormais des e-mails leur indiquant les étapes de la livraison, leurs permettant ainsi de suivre en direct l'acheminement de leur bouquet. Grâce à cette application de suivi, les bouquets sont sous bonne escorte.

2.4. La fiche d'identité de l'enseigne

Raison sociale	Groupe Carrément Fleurs
Activité	Commerce de fleurs
Adresse du siège social	39 boulevard Lacour – 47000 Agen
Tél.	05 24 29 80 05
Web	www.carrementfleurs.com
Mail	developpement@carrementfleurs.fr
Dirigeant	Bruno Pain
Année de création du réseau	2006
Lancement de la licence de marque	2012
Passage de réseau de franchise	2016
Nombre d'implantations	33 dont 4 succursales
Droit d'entrée	17 000 €
Type de contrat	contrat de franchise
Durée du contrat	5 ans
Investissement moyen	de 200 000 à 220 000 € hors droit au bail
Apport personnel	60 000 € minimum (15 000 € dans le cadre de la franchise participative)
Redevance d'enseigne	3% du CA HT, plafonné à 12 000 € HT/an
Redevance communication national	1% du CA HT
Formation proposée	6 semaines à l'ouverture
Formation et assistance	7 000 €
Surface moyenne du point de vente	150 m ²
Formation du personnel	prévue deux fois par an

■ Evolution du chiffre d'affaires



CA 2010 : 4,1 M€
CA 2011 : 4,5 M€
CA 2012 : 4,9 M€
CA 2013 : 7,2 M€
CA 2014 : 11 M€
CA 2015 : 13,5 M€
CA 2016 : 16 M€
CA 2017 : 17 M€

2.5 : Les magasins Carrément Fleurs en France



	VILLE	ADRESSE
09100	Pamiers	22, route de Foix
28000	Chartres	42 Avenue d'Orléans
28500	Vernouillet	Rue de Chartres, ZAC Plein Sud
30000	Nîmes	1, avenue Georges Pompidou
30900	Nîmes	51, Route de Rouquairol (adresse postale) Route de Montpellier (entrée magasin)
31000	Toulouse	156, avenue Chaubet
31000	Toulouse	406, avenue de Fronton
31000	Toulouse	270, route de Revel
31600	Muret	44, avenue d'Europe
32000	Auch	54, rue du 8 Mai
33320	Eysines	43, avenue du Médoc
33560	Sainte-Eulalie	100 Avenue de l'Aquitaine
34800	Clermont-l'Hérault	18, avenue de montpellier
42110	Feurs	72, rue de Verdun
42700	Firminy	9 Rue Jean Jaurès
43000	Aiguilhe	9, avenue de Bonneville
46000	Cahors	1036, avenue Anatole de Monzie
46000	Cahors	515, avenue du 7ème RI
47000	AGEN (siège social)	39, boulevard Lacour
47000	Le Passage d'Agen	48, avenue de la Marne
47000	Marmande	77, avenue Jean Jaurès
47000	Villeneuve-Sur-Lot	2, avenue Jacques Bordeneuve
47400	Tonneins	rue Nelson Mandela, ZAC Centrakor-Leclerc
59000	Douai	333, avenue de Cambrai
63000	Clermont-Ferrand	300 Rue de l'Oradou
63200	Mozac	104, avenue Jean Jaurès
64000	Bayonne	31, avenue Henri de Navarre
64600	Anglet	2, avenue Eugène Bernain
64600	Anglet	C.Cial Bahinos – Rue de Bahinos
69150	Décines-Charpieu	291, avenue Jean Jaurès
75004	Paris	11, boulevard Henri IV
75020	Paris	4-12, boulevard de Ménilmontant
82000	Montauban	1027, avenue de Toulouse
82000	Montauban	578 avenue Jean Moulin
84200	Carpentras	1564 Chemin de Saint Gens

