

FRANCIZE



Care sunt cele mai rentabile francize din România





O afacere de la zero sau una cu succes deja garantat?

Tinerii, dar și cei care au deja o carieră în companiile mari prezente în țara noastră încep să-și îndrepte din ce în ce mai mult atenția spre antreprenoriat. Nu doar veniturile ridicate sunt cele care atrag atenția celor care vor să investească timp și resurse într-o afacere proprie, dar mai ales faptul că fiecare efort realizat este unul pentru viitorul lor și nu pentru a crește un business extern lor, unde singurul beneficiu este un venit lunar constant.

Odată cu educația antreprenorială și dorința de succes se pune însă problema deschiderii unei afaceri de la zero sau preluării unei francize de succes, o companie care și-a demonstrat atât succesul în rândul consumatorilor, dar care susține și tinerii orientați spre business pentru a se dezvolta.

Beneficii directe

Cea dintâi barieră de care trebuie să treacă un antreprenor este garantarea calității serviciilor sau produselor oferite. Într-o piață suprasaturată de mărci puternice, este foarte dificil ca un brand nou să crească în preferințele consumatorilor și să câștige cotă de piață într-un timp relativ scurt. Acest lucru vine deja „la pachet” odată cu preluarea unei francize, întrucât notorietatea unui brand puternic garantează acest lucru, indiferent de cei care se află în spatele unui astfel de business.

Al doilea mare avantaj oferit de un sistem de tipul franciză este transmiterea know-how-ului. Riscul devine astfel mult mai mic, iar informațiile privind demararea afacerii, regulile pe care trebuie să le res-







Topul francizelor, realizat de Entrepreneur, la nivel mondial:

1. Anytime Fitness
2. Hampton Hotels
3. Subway
4. Supercuts
5. Jimmy Joh'n Gourmet Sandwiches
6. 7-Eleven Inc.
7. Servpro
8. Denny's Inc.
9. Pizza Hut Inc.
10. Dunkin' Donuts

Trei dintre sistemele de franciză considerate a fi cele mai profitabile la nivel mondial sunt prezente și în România. Hampton, Subway și Pizza Hut au unități deschise în țara noastră.

pecte, dorințele clienților, soluțiile oferite sunt deja stabilite de la bun început.

Nu în ultimul rând, chiar dacă franciza se află în primele luni de la lansare sau este vorba despre una cu ani de experiență în spate, francizatul este parte dintr-o rețea comercială extinsă, iar acest lucru îi oferă susținere pe toate planurile din partea companiei. Toate acestea în timp ce își păstrează autonomia, funcționând ca un antreprenor.

Ideii de succes

În România, multe sunt companiile de renume care și-au dezvoltat afacerea în sistem de franciză, iar din ce în ce mai multe afaceri analizează această posibilitate ca pas pentru viitor.

Un exemplu în acest sens este producătorul de tâmplărie termoizolantă din PVC, Barrier. Compania a anunțat, la finalul anului

trecut, introducerea primului sistem de franciză din acest domeniu. Taxa pe care trebuie să o plătească cei care își doresc să se dezvolte cu ajutorul companiei este de 5.000 euro, iar această sumă de bani asigură toate drepturile de exploatare ale brandului, produselor și sistemelor de lucru Barrier. Fiecare francizat are nevoie de o investiție suplimentară, de aproximativ 5.000 de euro, pentru fiecare magazin, bani care includ contravaloarea lucrărilor interioare, chiria spațiului și utilitățile pentru primele cel mult șase luni de lucru. Toată investiția se recuperează în cel mult șase luni, ne asigură oficialii Barrier.

Un alt exemplu de succes este oferit de Fornetti. În schimbul a doar câteva sute de euro, cei care își doresc să-și deschidă un magazin Fornetti o pot face în câteva săptămâni. Aceștia vor beneficia de toată partea logistică necesară, de la

cuptoare, la materialele necesare dotării magazinului, afișele de promovare a produselor, etichete de prețuri sau asistență și consultanță și, desigur, de marca puternică din spatele companiei.

Orașele mari din România au fost cu adevărat invadate de covrigării în zonele aglomerate. Una dintre cele mai puternice mărci rămâne însă Simigeria PETRU, care oferă doritorilor un sistem de franciză bine pus la punct. MAN GROUP este compania din spatele succesului, iar astăzi este prezentă în peste 16 orașe din România, cu peste 40 de simigerii funcționale. Societatea oferă instruire, sfaturi, apartenența la un brand puternic, dar și transportul gratuit al produselor semifabricate și a materiei prime. Valoarea aproximativă a unei astfel de investiții se ridică la circa 20.000 de euro, sumă care include taxa de intrare în franciză, echi-





pamentele speciale, training specializat, dar și o cantitate mare de produse.

Nici florăriile nu se lasă mai prejos. Grupul FlorideLux.ro a decis la finalul anului 2013 să-și extindă activitatea în offline, prin deschiderea primei francize, în Brașov. Costul inițial de francizare se ridică la 5.000 de euro, iar compania oferă un start cu un brand cunoscut, suport pentru dezvoltare și marketing, dar și pentru sectoarele contabile, financiare și traininguri specializate. Desigur, la toate acestea se ridică aprovizionare centralizată și consultanță.

Domenii consacrate

Domeniile de succes ale francizelor în România sunt nenumărate. De la companiile mari, precum Lukoil, care oferă posibilitatea de franciză pentru benzinării, până la marii jucători din piața de retail ce se extind cu ajutorul antreprenorilor.

La începutul acestui an, Vodafone a anunțat oficial că rețeaua de magazine deschise în sistem de franciză a depășit 100 de unități. Toate acestea sunt răspândite în 66 de orașe din 36 de județe. Modelul de business presupune o taxă ce variază între 2.500 și 15.000 de euro, în funcție de locație, suprafață și zona geografică, dar partenerul trebuie să dispună și de un capital de investiție ce pornește de la 10.000 de euro, bani care acoperă garanția și rulajul din primele două luni de activitate.

Un alt brand cunoscut care oferă sistemul de franciză este Germanos, ce are deja deschise unități în județe precum

Buzău, Vrancea, Dâmbovița sau Argeș.

Nici marile lanțuri de magazine nu se feresc de acest sistem. Un exemplu în acest sens este Metro, care a lansat La Doi Pași, sistem ce oferă antreprenorilor imaginea companiei, dar și susținere pentru marketing și promovare, sortimente diversificate și instruire pentru angajați.

Cel mai nou sistem de franciză din România, dar și cel care a atras atenția investitorilor și a publicului este cel oferit de Poșta Română. Compania Națională Poșta Română și Domino Plaza au deschis prima franciză la începutul lunii septembrie a anului trecut. Unitatea este situată în Cartierul Tei din Capitală, fiind dotată de către beneficiarul de franciză cu echipamentele necesare, costul estimat al investițiilor realizate de Domino Servicii Diverse fiind de aproximativ 40.000 de lei.

Cele mai rentabile francize

Dacă până nu acum mult timp, românii care își doreau să se implice în afaceri și se îndreptau spre francize alegeau o afacere din domeniul fast-food, acum cele mai cerute sunt cele din domeniul educației: fie că este vorba despre servicii de training pentru angajații marilor companii, fie că este vorba despre unități de învățământ.

Un bun exemplu este Mark After-School-Instant, o microfranciză care oferă doritorilor cursuri de limba engleză, pentru copii. Taxa este de doar 1.500 de





euro, bani în care intră manualele de operare, promovare, un sistem educațional bine pus la punct și alte materiale didactice necesare, potrivit Francize.com.ro.

La capătul opus, există francize de zeci de mii de euro, în domeniul trainingului pentru angajații companiilor. Motivul pentru care aceste afaceri sunt unele în creștere? Companiile reîncep să investească în educația angajaților, cu scopul unei eficiențe mai mari. New Horizons este singura sursă de training IT pentru toate tipurile de organizații: mici, mijlocii sau de dimensiuni mari. Cu posibilitatea ca participanții să-și aleagă propria metodă prin care pot învăța, taxa de franciză se ridică la 83.000 de euro. Compania asigură traininguri tehnice și certificate, de la specializări Microsoft, până

CompTIA, Cisco, Oracle, Linux sau Information Security ori Citrix.

Imobiliar – domeniul capcană

Dacă francizele de succes sunt unele în domeniul educației, afacerile care au șanse foarte mici să reușească pe piață sunt cele din domeniul imobiliar. Potrivit informațiilor oficiale oferite de KeysFin, din 12.000 de agenții imobiliare active înainte de criză, aproximativ 9.000 și-au oprit activitatea, iar acest trend este valabil și în domeniul francizelor.

Re/Max, Century 21 sau Hirsh sunt doar trei exemple de companii care s-au dezvoltat înainte de criza economică, prin intermediul francizelor.

Sub 5.000 de euro

Multe sunt francizele care nu necesită investiții ridicate pentru a fi operabile, dar care promit câștiguri pe o perioadă scurtă sau medie de timp.

De exemplu, pe Francize.com.ro, compania DULCE D'OR, cunoscută pentru cozonacul tradițional secuiesc, oferă posibilitatea unei francize cu o taxă de 2.700 de euro. Redevență lunară este de 400 de euro, iar pachetul include închirierea rulotei și o linie tehnologică pusă la punct pentru micii afaceriști. Există și varianta la doar 2.000 de euro, cu o redevență lunară de doar 300 de euro, dar pachetul implică doar închirierea de tehnologie pentru un amplasament fix.

Un alt exemplu este franciza Lollipops, o marcă pariziană de acceso-

rii precum genți, încălțăminte, curele sau bijuterii. Dacă în alte țări taxa de franciză este de peste 10.000 de euro, în România aceasta se ridică la doar 5.000 de euro, iar taxa de redevență nu există întrucât francizorul este și producătorul colecțiilor. În această sumă de bani sunt incluse ajutor pentru amenajarea magazinului, dar și training specializat în Paris.

Cu o taxă de franciză de doar 3.500 de euro, Danymond Cleaning este prima franciză de curățenie industrială și civilă, taxa lunară de redevență fiind de 5% din cifra de afaceri realizată. Cum ideea de business implică deplasarea la domiciliu pentru serviciile de curățenie, iar problema timpului este una din ce în ce mai mare pentru români, primii pași ai succesului sunt garantați.



