



## Franchisés, comment recruter en minimisant le risque financier ? - C. Attal



Crédits photo : Shutterstock

Pour un entrepreneur sous enseigne, souvent TPE ou une PME, une nouvelle embauche présente une forme de risque dans la mesure où toute erreur de casting impacte automatiquement son résultat. Bien que son propre prévisionnel le prévienne, conformément aux prescriptions du développeur réseau chargé de l'aider à s'installer, le franchisé préférera repousser sa décision au dernier moment, privilégiant la trésorerie et surtout en année 1. Pourtant, des solutions existent pour minimiser le risque financier d'une embauche.

### Les aides publiques

Alors que l'enveloppe allouée aux aides aux entreprises est de l'ordre de 60 milliards d'euros, 95 % n'en ont pas connaissance. Elles ne savent ni quel organisme solliciter, ni le montant auxquelles elles auraient légitimement droit, alors que ces aides pourraient leur permettre de recruter. Comment pourrait-il en être autrement, alors que l'on recense plus de 6 000 dispositifs d'aides publiques ? Un maquis invraisemblable de possibilités méconnues et trop souvent inutilisées...

Parmi ces subventions, l'Etat peut octroyer - dans le cadre d'aides à l'emploi et de contrats aidés - un don financier en contrepartie du recrutement d'une personne considérée comme « prioritaire » par les pouvoirs publics.

Ces subventions peuvent s'appliquer dans le cadre d'une création de poste comme d'un remplacement, pour un CDI comme un CDD d'une durée d'au moins 6 mois. La subvention obtenue est en moyenne comprise entre 4 000 et 5 000 euros par recrutement éligible. Concernant l'alternance, il faut compter entre 1 500 et 3 500 euros par an et par contrat d'apprentissage, et entre 2 000 et 4 000 euros par an et par contrat de professionnalisation.

### Un enjeu majeur pour le franchisé

Les publics favorables à l'éligibilité sont faiblement qualifiés et sujets à un turnover marqué. On

pense par exemple aux fonctions d'accueil client et de prise de commande assurées par un public plutôt « junior » dans la restauration rapide.

Si ces pratiques sont largement répandues et fixent les standards de concurrence à l'échelle de tout un secteur, la guerre que se livrent les enseignes est féroce et passe par un niveau de performance et de service toujours plus important. Toutes les fonctions sont impactées dans la chaîne de valeur client, et les franchisés sont tenus d'avoir des personnels motivés et loyaux, y compris à ces postes, car le risque d'image est ensuite élevé depuis l'avènement des réseaux sociaux et du "bad buzz".

C'est ici que le recours à des demandes de subventions permet d'absorber le surcoût lié au recrutement de personnels en CDI ou plus expérimentés. Sans parler de leur impact quant à la décision de recruter pour d'autres postes plus qualifiés et générant encore davantage de valeur productive ou commerciale.

Encore trop méconnus et sous-utilisés, ces dispositifs permettraient pourtant aux franchisés de remplir des objectifs utiles à leur développement :

- recruter davantage, notamment sur des postes productifs ou commerciaux ;
- dégager des ressources complémentaires pour former davantage de collaborateurs, pour développer leur performance et mieux les fidéliser ;
- dégager du financement pour d'autres types de prestations RH : recrutement, GPEC ... ou mieux permettre le déplacement de l'équipe en formation continue ;
- optimiser le coût de sa masse salariale ;
- répondre à une obligation légale pour les concepts répondant à des consultations dans le cadre de marchés publics avec l'État.

Les franchisés disposent avec les subventions au recrutement d'un vrai levier de compétitivité en termes d'image et de compte d'exploitation. Mais dans la mesure où l'efficacité générée rejaille inmanquablement sur le concept et l'enseigne, c'est bien aux têtes de réseau de prendre conscience du phénomène et d'organiser le référencement d'acteurs spécialisés au sein de leur réseau, pour faire de cette promesse une réalité pour leurs franchisés.

Ce texte est publié sous la responsabilité de son auteur. Son contenu n'engage en aucun cas la rédaction des Echos de la franchise.



Crédits photo : Droits réservés

#### **L'auteur**

**Carole Attal**, présidente de la société **AD Consultem** depuis 12 ans, est experte dans la mobilisation des aides publiques aux entreprises relatives aux contrats aidés et aux aides au développement, et à la gestion administrative de la formation. **AD Consultem** est également "Mazars Lab EcoSystem member".