

CONSEILS

- Bien négocier son bail - Emplacement : le juste prix __p. 114

ENQUÊTES NOUVEAUX CONCEPTS

- Nés en 2005, 2006 ou 2007 : 120 jeunes réseaux de franchise passés au scanner __p. 100

SECTEURS À SUIVRE

- A partir de leur bilan 2007 : les secteurs qui vont bien progresser en 2008 __p. 78

▷ Droit d'entrée
▷ Locaux
▷ Agencement...

LE PRIX DE LA FRANCHISE

> LES CHIFFRES DE 370 RÉSEAUX

> L'ANALYSE DES EXPERTS

—p.123 à 169



Une enseigne pour le bien-être et la vitalité

Dédiée aux compléments alimentaires et à la cosmétique naturelle, Boutique Nature espère ouvrir une dizaine d'unités dans l'Hexagone en 2008.



Un local d'environ 50 m² est nécessaire pour implanter une boutique.

PHILIPPE BEAULIEU

À mi-chemin entre boutiques de parapharmacie et magasins de diététique classiques, les points de vente *Boutique Nature* proposent 1 500 références, dont 20 % sont à la marque de l'enseigne. Le concept s'inscrit sur un marché porté, selon la chaîne, "par les nouvelles attentes des consommateurs (bien-être, antistress, minceur, anti-âge et même moral et sexualité)". *Boutique Nature*, qui fait état d'une progression de la demande de 10 à 20 %

par an, se propose de les aider à retrouver un comportement alimentaire équilibré à base de produits naturels, riches en nutriments vitaux.

L'enseigne a été lancée en 2006 par la société Nature, grossiste en compléments alimentaires depuis 1997. La première boutique franchisée a vu le jour en décembre 2006 en Guadeloupe et une unité-pilote a ouvert ses portes à Avignon en juin. Un autre partenaire s'est établi en août à Orléans. La chaîne entend désormais accélérer l'allure et

table sur une dizaine d'ouvertures en 2008.

Boutique Nature souhaite implanter des boutiques franchisées partout dans l'Hexagone, mais s'adresse aussi aux indépendants en place. À tous elle propose un concept architectural original dont une des particularités est de posséder un éclairage simulant les différents moments de la journée: bleu le matin, blanc le midi et orangé le soir.

Ce créneau étant nouveau et original, il est difficile de se faire une idée du potentiel de développement de cette chaîne, d'autant qu'elle n'a que peu de recul. Ce qui est certain, c'est que cette activité correspond à une demande. Reste à savoir si elle sera pérenne. Autre certitude: dans ce métier l'accueil, l'écoute et conseil sont des éléments primordiaux. ■

À SAVOIR

La chaîne estime qu'une boutique peut générer un CA de 350 000 € par an.