

# affaires + GROUPE ADÈLE

## 250 000 \$

Un franchisé du Groupe Adèle compte entre cinq et sept employés et sert une centaine de clients. À maturité, sa franchise peut lui procurer un chiffre d'affaires annuel pouvant atteindre 250 000 \$.

## 60 000 ménages

réalisés chaque année au Québec

«J'ai toujours été fasciné par la vie d'hôtel. Quel bonheur de mettre les pieds dans une chambre d'hôtel toute propre qui a été préparée juste pour nous et de trouver un petit morceau de chocolat sur l'oreiller. Je veux reproduire cette vie d'hôtel dans la maison de chacun de nos clients.»

— Gaétan Migneault, président du Groupe Adèle

# LE McDO DU MÉNAGE!

**Gilbert Leduc**

gleduc@lesoleil.com



«On se fait dire que nous sommes le prochain McDonald's. Wow!»

Avec Julie Bergevin, Gaétan Migneault est propriétaire du Groupe Adèle, qui chapeaute un réseau de 124 franchises d'entretien ménager résidentiel au Québec.

«Nous ouvrons actuellement entre une et trois nouvelles franchises par mois», signale M. Migneault en précisant recevoir mensuellement entre 20 et 50 demandes de candidats désireux de devenir franchisés. «À terme, au Québec, nous aimerions compter sur un réseau de 200 à 250 franchisés.»

Le Groupe Adèle fait travailler entre 300 et 400 hommes et femmes de ménage en plus de la centaine de franchisés. «Avec la croissance de 30 % à 40 % que nous connaissons ces dernières années, nous pouvons espérer générer éventuellement 2000 emplois», avance l'homme d'affaires, qui a vendu la première franchise en 2002.

La réputation de l'entreprise a dépassé les frontières du Québec. Le Groupe Adèle compte maintenant deux franchises en exploitation en Ontario et espère en avoir une quinzaine en démarrage d'ici à la fin de l'année. Et ce n'est qu'une question de temps avant qu'elle aille frotter des planchers en France. D'ailleurs, au printemps dernier, à l'occasion du salon Franchise Expo Paris, le Groupe Adèle a remporté le Business Award Franchise, l'un des plus prestigieux prix de l'industrie de la franchise en France. En 2007 et en 2009, l'entreprise avait été récompensée par le Conseil québécois de la franchise.

À leur retour de l'Hexagone, comble de bonheur, les dirigeants du Groupe Adèle apprennaient que l'entreprise avait été mise en nomination par la Fédération des chambres de commerce du Québec pour les Mercuriades, dans la catégorie Grande entreprise — Dévelop-

pement de marché, aux côtés de Rio Tinto et de Vision Globale.

### COMME CHEZ MCDO...

Le Groupe Adèle a vu le jour à Québec. Au départ, Gaétan Migneault rêvait de créer une entreprise qui embaucherait une armée d'employés pour effectuer des travaux d'entretien résidentiel. À force de peaufiner son projet, il se rend compte que son modèle d'affaires ne tiendra pas la route. Pour gérer l'armée d'hommes et de femmes de ménage, il faudra recourir à un régiment de superviseurs. Trop lourd. Trop compliqué.

C'est alors que l'idée de créer un réseau de franchises est apparue. «Pourquoi ne pas créer de petites entreprises qui seront près des clients et soucieuses de la qualité des services», intervient Julie Bergevin.

Si le modèle d'affaires du Groupe Adèle est souvent comparé à celui de McDonald's, c'est en raison de la standardisation de ses processus. «Toutes nos méthodes de travail ont été normées, structurées et standardisées de façon à ce qu'il n'y ait aucune différence entre un ménage effectué à Québec ou à Paris», explique M<sup>me</sup> Bergevin. Comme le Big Mac de Tokyo qui goûte exactement comme celui du McDo de la rue Saint-Jean.

Tout a été pensé jusqu'au plus petit détail : la formulation des produits de nettoyage et leur utilisation sur les différentes surfaces, les méthodes de travail, les équipements de nettoyage et même la longueur des fils de branchement des aspirateurs pour éviter d'avoir à connecter et à déconnecter l'appareil 25 fois.

«Nous en arrivons à un niveau d'efficacité très élevé», assure Gaétan Migneault. «On arrive à rendre une résidence propre et à la garder propre plus longtemps que n'importe qui d'autre.»

### FRANCHISE CLÉ EN MAIN

Le Groupe Adèle affirme se distinguer également par le suivi continu accordé à ses franchisés, qui, pour la plupart, n'ont aucune expérience dans le monde des affaires. «Nous vendons une franchise clé en main», précise Julie Bergevin. «On s'oc-



Les copropriétaires du Groupe Adèle, Julie Bergevin et Gaétan Migneault — PHOTO LE SOLEIL, CAROLINE GRÉGOIRE

cupe de son démarrage, de son incorporation. On évalue le fonds de roulement dont il aura besoin. On va lui apprendre les façons de recruter de la clientèle. Une firme comptable le prendra en charge. Il n'a qu'à se concentrer sur ses opérations. Le nouveau franchisé a des contacts à toutes les semaines et des rencontres à tous les mois avec la directrice du soutien au

réseau pour s'assurer que tout se passe bien.»

### REDEVANCES

Les franchisés ne versent pas de frais fixes mensuels au franchiseur, mais plutôt des redevances établies en fonction d'un pourcentage de son chiffre d'affaires. «Ça permet d'établir un véritable partenariat. Pour réussir, le franchisé compte sur moi.

Et moi, le franchiseur, je compte sur lui», résume M. Migneault.

Pour son expansion à l'extérieur du Québec, Adèle a recours à des «masters franchisés» qui vont vendre des franchises, former les franchisés et assurer le soutien nécessaire. En France, par exemple, Adèle entend bâtir un réseau d'une quinzaine de «masters franchisés» qui pourront vendre entre 50 et 70 franchises chacun.