



# FRANCHISE

REJOIGNEZ LE  
N° 1 FRANÇAIS  
DE LA  
DERMO-ESTHÉTIQUE

MAQUILLAGE PERMANENT

PIGMENTATION CORRECTRICE LIFE REPAIR®

SOINS DE BEAUTÉ DURABLE

[www.maud.fr](http://www.maud.fr)



**MAUD**  
DERMO-ESTHETIC

# SOMMAIRE

## CHAPITRE 1 | LA MARQUE

LA FONDATRICE	4
L'HISTOIRE	6
L'ÉQUIPE	7
LA RECHERCHE ET L'INNOVATION	9
L'ACADEMIE	10
LE SHOP	10

## CHAPITRE 2 | LE MARCHÉ

LES CHIFFRES CLÉS	12
L'ÉTUDE DE MARCHÉ	14
L'ÉTAT LOCAL DE MARCHÉ	14
LE CIBLAGE DES VILLES	15

## CHAPITRE 3 | LE CONCEPT

LE SAVOIR-FAIRE	16
NOS PILOTES	17
LES FORMATIONS	18
L'ARCHITECTURE	19
LES FINANCES	19
L'ASSISTANCE	20
L'ACCOMPAGNEMENT	20
LES OUTILS D'AIDE AU DÉVELOPPEMENT	21

## CHAPITRE 4 | LES PROFILS CANDIDATS

ESTHETICIENNE EN ACTIVITÉ	22
ESTHETICIENNE SANS EMPLOI	22
RECONVERSION PROFESSIONNELLE	22
INVESTISSEUR	22

## CHAPITRE 5 | LE MARKETING ET LA COMMUNICATION

LE SAVOIR-FAIRE	25
LES RÉSEAUX SOCIAUX	26
LE WEB	27
LA TV	28
LA RADIO	28

# SOMMAIRE

## CHAPITRE 6 | LE JURIDIQUE

LE DIP	29
LE CONTRAT DE RÉSERVATION	29
LE CONTRAT DE FRANCHISE	30
LE MANUEL OPÉRATOIRE	30

## CHAPITRE 7 | LES PARTENAIRES

TERRITOIRES ET MARKETING	32
ENTREPRISE TOUS CORPS D'ÉTAT	32
GLOBAL CONSULTING	32
OBSERVATOIRE DE LA FRANCHISE	32
TOUTE LA FRANCHISE	32
FRANCHISE MAGAZINE	32

## CHAPITRE 8 | LE RETROPLANNING

L'APPEL À LA CANDIDATURE	34
1 <sup>er</sup> ENTRETIEN TÉLÉPHONIQUE Présentation du Concept	34
2 <sup>e</sup> ENTRETIEN TÉLÉPHONIQUE Données financières	34

L'ENTRETIEN EN VISIOCONFÉRENCE AVEC MAUD ET AMAURY	35
LA DEMI-JOURNÉE D'OBSERVATION	35
LA REMISE DU DIP	35

## LE RETROPLANNING D'OUVERTURE

LA RECHERCHE ET LA VALIDATION DU LOCAL	36
LE CHIFFRAGE DES TRAVAUX ET LA FINALISATION DU PRÉVISIONNEL	36
LE FINANCEMENT DU PROJET	36
LA SIGNATURE DU CONTRAT DE FRANCHISE	37
LA FORMATION INITIALE	37
L'OUVERTURE	37

## CHAPITRE 9 | LES IMPLANTATIONS SOUHAITÉES

LES VILLES CIBLÉES	38
--------------------	----



## LA MARQUE

### LA FONDATRICE

#### LA STORY MAUD

Pionnière du Maquillage Permanent nouvelle génération qu'elle pratique depuis plus de 20 ans, **Maud RAVIER** est rapidement devenue l'une des références françaises de la discipline et a grandement participé à son retour en force dans les années 2010 en développant de nouvelles techniques innovantes, plébiscitées à l'international, comme,

**Hair Stroke**® pour les Sourcils

**Cat Eyes**® pour les Yeux

**Candy Lips**® pour les Lèvres

En développant et proposant, au fil des années, de nouvelles prestations de pigmentation correctrice **Life**

**Repair**® - correction des cicatrices, des vergetures, création d'aréoles mammaires 3D, Tricopigmentation pour traiter l'alopecie... - et plus encore en créant de nouveaux soins esthétiques exclusifs, les **Soins de Beauté Durable**®, le Savoir-Faire de **Maud** a évolué vers un nouveau métier plus large : la **Dermo-Esthétique**.

En 2022, dans une volonté de proposer cette expertise au plus grand nombre, **MAUD Dermo-Esthetic**® lance son Réseau de Franchises



Candy Lips®  
by MAUD



Hair Stroke®  
by MAUD



Cat Eyes®  
by MAUD



Areole 3D Repair®  
by MAUD



White Scar®  
by MAUD



## LA MARQUE

### L'HISTOIRE

TOUT PART D'UN SONDAGE SUR FACEBOOK !

DÉCEMBRE 2019



Maud et Amaury décident d'ouvrir un 5<sup>e</sup> **Espace Beauté** en succursale.



Plusieurs études de marché sur **4 villes** de leur choix les aident à prendre une décision.



Ils lancent un sondage sur **Facebook**. Les internautes votent pour la ville où ils souhaiteraient voir un Espace beauté **MAUD®** s'ouvrir.

JANVIER 2020



Lancement du sondage. **69 villes** se détachent. La demande des techniques exclusives de **Maud** est forte partout en France. Ils décident de développer leur Marque en **Franchise**.

La Franchise **Maud Dermo Esthetic®** est née.

**MAUD**  
DERMO-ESTHETIC



## LA MARQUE

### L'ÉQUIPE



**Maud RAVIER**  
Présidente  
maud@maud.pro



**Amaury RAVIER**  
Directeur Général  
amaury@maud.pro



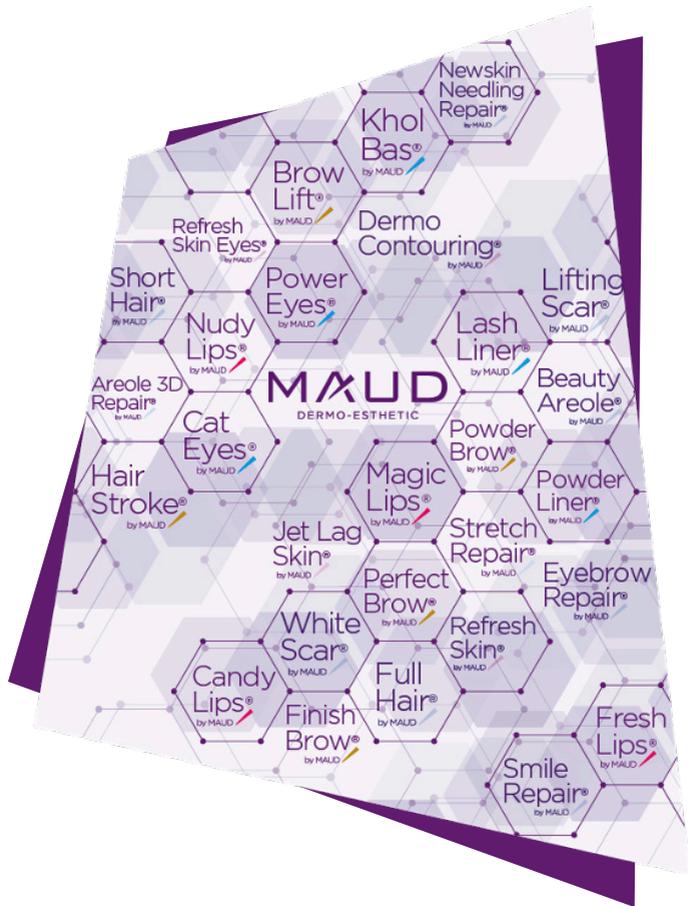
**Alice CUPILLARD**  
Responsable Administrative  
a.cupillard@maud.pro



**Clémence BEAUDOUIN**  
Directrice Qualité  
c.beaudouin@maud.pro



**Justine LEBLOND**  
Commerciale  
j.leblond@maud-academy.com



## LA MARQUE

### LA RECHERCHE ET L'INNOVATION



Si le succès de la Marque doit beaucoup au talent de **Maud RAVIER**, il repose également sur le renouvellement de techniques toujours plus performantes.

Matériel, pigments, techniques exclusives inspirées du monde entier... nous innovons en permanence pour offrir le meilleur de la **Dermo-Esthétique** et de la **Beauté Durable**.

Ainsi, nous sélectionnons les meilleurs matériels : nos dermographes de dernière génération sont légers, maniables, à la puissance entièrement modulable, pour adapter aiguilles et fréquence à chaque peau et chaque contexte. Nos aiguilles sont d'une extrême finesse pour toujours plus de précision et de confort.

La sélection des meilleurs pigments est également un autre essentiel de notre Marque, car ils influent non seulement sur le résultat lors de la

pigmentation mais surtout, ils sont réellement durables et ne virent pas dans le temps.

Côté Techniques, rien n'est laissé au hasard : du choix des aiguilles et des pigments à celui des appareils, en passant par la pression, d'abord sur peau synthétique avant de pratiquer sur des peaux naturelles, nos innovations sont testées pendant 6 mois au minimum, avant d'être proposées dans nos Espaces Beauté. Plus de **12 500** interventions réalisées dans nos **Espaces Beauté** sont en outre analysées chaque année pour améliorer nos process en continu.

Au travers de la **Franchise MAUD®**, vous avez ainsi la garantie d'évoluer sans cesse et de toujours proposer à vos client(e)s les dernières techniques et tendances du moment, dans un souci de qualité et de sécurité permanent.



## LA MARQUE



**MAUD**  
PROFESSIONAL  
ACADEMY

Convaincue que la Beauté Naturelle Durable est l'avenir, **Maud RAVIER** ouvre en **2014** sa propre école de formation consacrée au **Maquillage Permanent** et à la **Pigmentation Esthétique Correctrice** à **Paris**, la **MAUD Academy®**.

Puis elle en ouvre une seconde à **Aix en Provence** en 2015 et une troisième à **Lyon** en 2018.

Les trois académies sont certifiées **QUALIOPi**, et proposent des parcours complets de formation au **Maquillage Permanent** et **Soins de Beauté Durable**.



**MAUD**  
PROFESSIONAL  
SHOP

En **2015**, le premier **showroom** dédié au matériel de **Dermopigmentation**, le **MAUD Professional Shop®**. C'est ici que vous pourrez acquérir tout votre matériel nécessaire à la réalisation de vos **Maquillages Permanents**.





## LE MARCHÉ

### LA DERMO-ESTHÉTIQUE

#### UN MARCHÉ À FORT POTENTIEL

Durant les **10** dernières années, le **Maquillage Permanent** s'est petit à petit normalisé. L'accessibilité à des formations de qualité, du matériel et des pigments de plus en plus performants, ainsi que l'investissement de grands acteurs du secteur, tels que **Maud RAVIER**, ont permis aux praticiens de proposer des prestations toujours plus naturelles et ainsi redorer l'image parfois ternie de la Dermopigmentation du 21<sup>e</sup> siècle.

Le **Maquillage Permanent** séduit aujourd'hui le plus grand nombre, femmes et hommes, quelles que soient les générations.

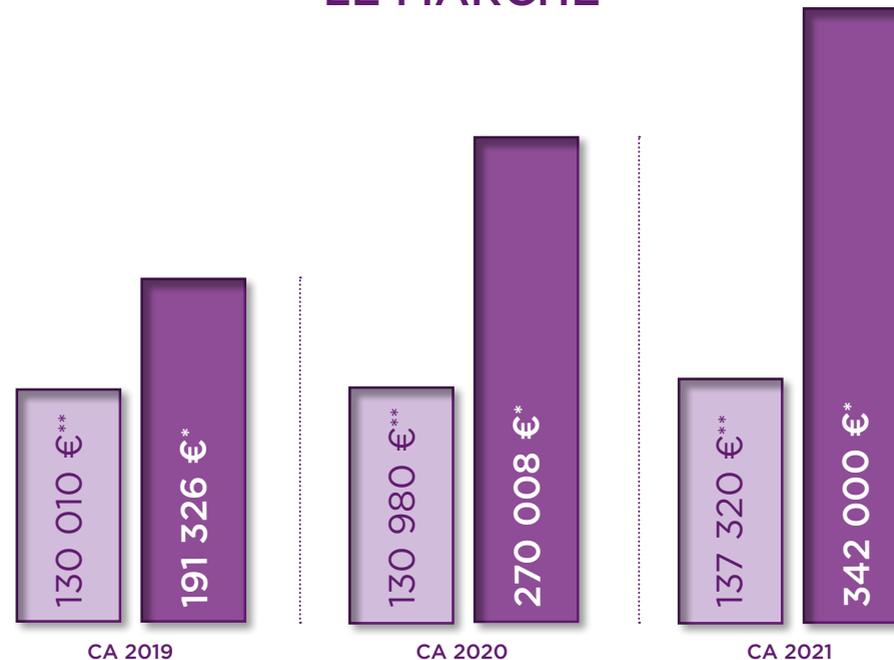
Car, au-delà de son aspect pratique, la pigmentation permet de corriger des petits défauts et peut se révéler d'une grande aide pour les personnes complexées. Or, qui peut se vanter aujourd'hui de n'avoir aucun complexe ?

Par la multitude de techniques qu'elle offre, tant en **Pigmentation Esthétique** que **Correctrice**, la **Dermo-Esthétique** est une formidable opportunité de redonner confiance à chacun.

Et c'est certainement aussi pour cela qu'elle attire de plus en plus de professionnels(elles) qui souhaitent redonner le sourire à leurs client(e)s... comme vous ?!



## LE MARCHÉ



■ Espace beauté MAUD  
 ■ Institut de beauté

\* Source : Bilans Espace Beauté MAUD\* Lyon

\*\* Source : CNAIB



## LE MARCHÉ

### L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Par définition l'Étude de Marché a pour but d'analyser l'offre et la demande sur un Marché donné afin de permettre la mise en place de la stratégie commerciale de l'Entreprise ou d'un plan d'actions marketing.

Ainsi, les Études de Marché sont très souvent utilisées par les créateurs d'entreprises au moment d'évaluer la viabilité de leur projet et de faire leur business plan, et par les entreprises plus établies au moment de la création du budget pour l'année suivante. Cette Étude vous sera remise dans les annexes du DIP.



### L'ÉTAT LOCAL DE MARCHÉ

L'État Local de Marché est un document de synthèse qui fournit une connaissance globale du Marché sur une aire commerciale retenue, souvent la zone de chalandise du local commercial retenu.

Il rassemble un ensemble d'informations brutes, sincères et vérifiables relatives à la situation d'un Marché, voici les quatre catégories d'informations qui doivent être transmises au franchisé : la demande, l'offre, les perspectives d'évolutions du marché et enfin les mentions de datation et de source des informations transmises.

Cet État Local vous sera remis dans les annexes du DIP.



## LE MARCHÉ

### LE CIBLAGE

Afin de nous permettre de cibler les villes à fort potentiel, nous avons utilisé les services de la société **TERRITOIRES & MARKETING** ; société spécialisée en GEO ZONING



Ce ne sont pas moins de 160 villes qui correspondent parfaitement à l'implantation de futures franchises **MAUD®** de part leur population, pouvoir d'achat et habitude de consommation.



## LE CONCEPT

La Franchise est un mode d'**organisation** et de **développement** d'enseigne bien élaboré qui permet aux Entreprises de se développer plus vite et de se pérenniser.

La notion de Franchise intervient quand une société (le franchiseur) met à disposition d'une autre société (le franchisé) sa **marque**, son **savoir-faire** et son **assistance**.

### LE SAVOIR-FAIRE

Le Savoir-Faire est un élément clé du Contrat de Franchise. Il apporte une véritable valeur ajoutée au Franchisé. Il est identifié, notamment via sa codification dans un Manuel Opérateur.



Le savoir-faire du FRANCHISEUR concerne notamment les éléments suivants :

- Les équipements et le matériel d'exploitation à l'enseigne MAUD®
- La liste des produits spécifiques et agréés
- Les méthodes et techniques de Maquillage Permanent
- Les systèmes et méthodes de service
- Les programmes de formation du personnel



## LE CONCEPT

### NOS PILOTES

Nous disposons en propre, de trois Espaces Beauté :



Paris



Lyon



Aix-en-Provence

*Afin de vous faire une idée précise de la rentabilité de notre pilote, il convient plutôt de se baser sur les chiffres de nos Espaces Beauté situés en province. Celui de Paris n'étant pas la norme, Maud y intervenant, le centre dispose d'une quinzaine de collaborateurs - les données ne sont donc pas fiables pour votre analyse.*





À la différence d'une stagiaire, en tant que franchisé, vous bénéficiez des techniques exclusives Unik by Maud®, le Soin Signature, Maud au masculin...

## LA FORMATION

UNE ACADÉMIE QUI  
FORME L'ÉLITE DE  
LA DERMO-ESTHÉTIQUE

1 500 esthéticiennes  
formées par an dans  
nos 3 académies

**MAUD**  
PROFESSIONAL  
ACADEMY

En intégrant la Franchise MAUD Dermo-Esthetic®, vous êtes donc assuré de profiter des meilleures formations en Dermo-Esthétique aujourd'hui dispensées sur le Marché Français.

En fonction de l'option choisie, vous bénéficierez, vous et vos équipes, de 4 à 7 semaines de formation au moment de l'ouverture de votre Espace Beauté, puis d'1 journée de mise à niveau chaque année.

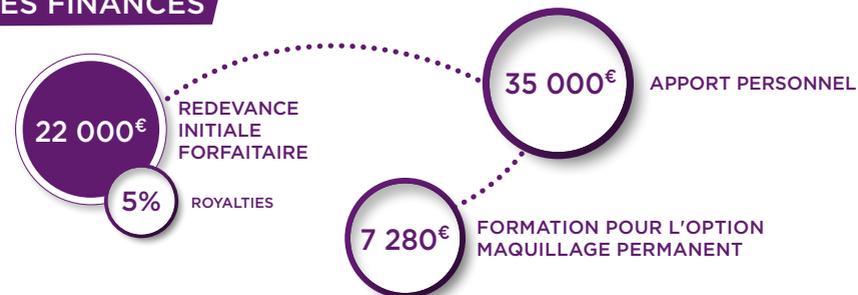
## LE CONCEPT

### L'ARCHITECTURE

Les Espaces Beauté MAUD® jouissent d'une décoration particulière, désignée par un architecte de renom ; en optant pour notre franchise, vous inviterez vos futurs clients dans un lieu accueillant, moderne et dont la particularité est de ressembler à une clinique esthétique plutôt qu'un institut traditionnel, tout en optant pour une décoration neutre mais appréciée.



### LES FINANCES





## LE CONCEPT

### L'ASSISTANCE



Vous bénéficiez d'une **assistance** pendant toute la durée du Contrat et pas uniquement lors du lancement de l'activité.

En plus de tous les services du siège, un **animateur réseau** est à la disposition de chaque **Franchisé** au quotidien pour l'accompagner et répondre à ses problématiques. Des visites de centres sont organisées régulièrement pour aider les équipes sur le terrain.

Une **Formation Annuelle Continue** se déroulera sous forme de **Séminaire Annuel des Franchisés**, qui inclura pendant 1 journée, des formations à thème ainsi qu'un renforcement de vos acquis.

### L'ACCOMPAGNEMENT



Nous vous **assistons** dans la recherche de votre local : notre partenaire vous accompagne pour la recherche et la négociation de l'emplacement commercial

Nous vous assistons dans la surveillance de vos travaux et dans le choix de l'entrepreneur.

- **Nous vous aidons** à obtenir votre prêt bancaire en vous mettant en relation avec des banquiers qui connaissent notre structure
- **Nous vous formons** jusqu'à l'ouverture de votre Franchise
- **Nous vous aidons** à remplir votre agenda dès le 1er mois
- **Nous communiquons et nous publions** sur nos réseaux sociaux pour vous !
- **Nous vous aidons** dans votre recrutement



## LE CONCEPT

### LES OUTILS D'AIDE AU DÉVELOPPEMENT



Grâce à notre partenaire Territoires et Marketing nous allons vous aider dans la recherche de l'emplacement idéal de votre local, nous mettrons à votre disposition une carte de votre ville mentionnant les rues commerçantes prioritaires qui ont été étudiées en fonction du pouvoir d'achat, du nombre d'habitants, nombre d'instituts, de la concurrence.





## LES PROFILS CANDIDATS

Afin de vous permettre de postuler en tant que candidat, vous devez pouvoir vous identifier dans l'un des profils suivants :



### ESTHETICIENNE EN ACTIVITÉ

Esthéticienne salariée ou à votre compte dans un centre de soins classique, ou pratiquant déjà le métier de dermo-praticienne.



### ESTHETICIENNE SANS EMPLOI

Esthéticienne à la recherche d'emploi ne souhaitant plus pratiquer des soins classiques, mais plutôt se spécialiser dans la dermopigmentation.



### RECONVERSION PROFESSIONNELLE

Candidat ayant une réelle passion pour l'esthétique, la cosmétique et le monde de la beauté en général mais qui, pour diverses raisons, n'ont pas fait d'études dans ce domaine.



### INVESTISSEUR

Personne recherchant à investir dans un concept rentable, innovateur.





## LE MARKETING ET LA COMMUNICATION



### LE SAVOIR-FAIRE

Au-delà de son incroyable **Savoir-Faire**, le succès de **Maud** réside également dans son charisme. En tant qu'ambassadrice de la Beauté Durable, elle anime des conférences consacrées à la **Dermo-Esthétique** dans le monde entier.

Ce n'est d'ailleurs pas un hasard si de nombreux médias comme M6 ou Europe 1 font régulièrement appel à elle pour intervenir sur leurs plateaux, et si plus de **5 millions de followers** et visiteurs la suivent aujourd'hui via les réseaux sociaux et notre site internet.

En souscrivant à la **Franchise MAUD®**, vous êtes donc d'ores et déjà sûr de bénéficier d'une notoriété déjà acquise, d'une image haut-de-gamme, moderne et rassurante, garante d'un savoir-faire de haute qualité.

Vous bénéficiez également de notre stratégie marketing et des outils de communication à 360° que nous développons pour chaque lancement d'un nouvel Espace Beauté, et tout au long de l'année (Relations presse, Campagnes SMS, Street marketing, Posts sponsorisés sur les réseaux sociaux...).





## LE MARKETING ET LA COMMUNICATION

### LES RÉSEAUX SOCIAUX

UNE ÉQUIPE D'ANIMATEURS RÉSEAU DÉDIÉE À VOTRE SUCCÈS

Parce que l'on peut exceller dans son métier sans être un parfait gestionnaire ou un professionnel de la communication, **MAUD Dermo-Esthetic®** met à disposition de ses **Franchisés** une équipe d'animateurs réseau dédiée, pour vous accompagner de A à Z dans la gestion de votre **Espace Beauté**.

### RECRUTEMENT

## FORMATION

## MARKETING

### COMMUNICATION

## STRATÉGIE COMMERCIALE

Notre équipe est disponible en permanence pour vous conseiller et vous aider dans le développement de votre point de vente, tout en garantissant le respect de l'identité de l'enseigne.



## LE MARKETING ET LA COMMUNICATION

### LE WEB



**Internet** est aujourd'hui devenu le principal outil de recherche lorsque l'on souhaite trouver ou se renseigner sur un prestataire, un produit, une technique. **MAUD Dermo-Esthetic®** a très vite compris cet enjeu et investit depuis de nombreuses années dans le marketing digital.

Le référencement Web de **MAUD®** est ainsi, et de très loin le meilleur de sa catégorie, aussi bien en matière de référencement naturel que de référencement payant. Le site **MAUD.fr** reçoit près de 450.000 visiteurs uniques par an.

Par ailleurs, la **stratégie de communication** fondée sur l'engagement et les réseaux sociaux que nous avons su mettre en place au fil des années est aujourd'hui d'une **efficacité exceptionnelle** et nous continuons chaque jour à développer une communauté fidèle, très à l'écoute de nos actualités.





## LE MARKETING ET LA COMMUNICATION

### LA TV ET LA RADIO

Depuis **3** saisons dans l'Émission **INCROYABLES TRANSFORMATIONS** sur **M6**, **Maud** a transformé de manière durable le quotidien d'une centaine de candidates.

Parmi un casting d'une vingtaine de professionnelles, c'est **Maud** qui s'est fait remarquer il y a 3 ans et qui demeure l'unique experte beauté durable du programme.



INTERVENANTE  
DANS L'ÉMISSION

**INCROYABLES**  
*transformations*

### INTERVENANTE

ponctuelle sur **Europe 1** dans plusieurs émissions en qualité de chroniqueuse beauté, Maud a signé avec cette radio pour intervenir hebdomadairement dans l'émission **BIENFAIT POUR VOUS** et intervient sur des sujets autour de l'esthétique.

EXPERTE  
BEAUTÉ  
SUR

**Europe 1**



## LE JURIDIQUE

La **franchise** répond à un certain nombre de règles juridiques et notre enseigne s'est faite accompagner par l'un des plus grands cabinet parisien spécialisé en la matière ; le cabinet GOUACHE.

A ce titre, vous avez la certitude que les documents qui vous sont remis sont aux normes et respectent les dernières jurisprudences en matière de franchise.

### LE DIP

Le Document d'information précontractuelle (DIP) est un document élaboré par le Franchiseur et remis obligatoirement au Franchisé au moins 20 jours avant la date prévue de signature du Contrat de Franchise définitif. Il permet au Franchisé de prendre sa décision de signer le Contrat en toute connaissance de cause. Le DIP est une obligation légale issue de l'Article L330-3 du Code du Commerce également appelé « Loi Doubin ». Cet article s'applique directement au système de Franchise.

### LE CONTRAT DE RÉSERVATION

C'est un Contrat préalable proposé au Candidat Franchisé souhaitant rejoindre le Réseau de Franchise alors qu'il n'en a pas les moyens au moment où il en exprime le souhait (absence de financement, absence de local etc...)



## LE JURIDIQUE

### LE CONTRAT DE FRANCHISE

En Droit Français, le Contrat de Franchise est le Contrat par lequel un « Franchiseur » transfère, d'une part, à un tiers indépendant, son Savoir-Faire, à charge à ce dernier d'en faire un usage conforme ; d'autre part, il met à disposition les signes de ralliement du Franchiseur (notamment la Marque ou l'Enseigne), encadre le développement d'un site Internet, et s'engage, en contrepartie de ces droits d'utilisation, à une assistance technique et commerciale pendant toute la durée du Contrat.

### LE MANUEL OPÉRATEUR

Le Manuel Opérateur, appelé également « Bible du Savoir-faire » est un support pédagogique indispensable au développement en Réseau et particulièrement en Franchise.

Le Manuel Opérateur contient l'ensemble des outils métiers (fiches techniques...) et des procédures (inventaire, vente de produits...) nécessaires au partenaire pour l'exploitation du concept. Il s'agit d'un support opérationnel, transmis par le Franchiseur à tous ses partenaires Franchisés à l'issue de la Formation Initiale.





## LES PARTENAIRES

Nous avons lié des partenariats de qualité, afin de vous permettre une réussite sans faille dans votre projet.

### TERRITOIRES ET MARKETING

Territoires & Marketing (territoires-marketing.fr) est un institut d'Études de Marché et de géomarketing qui évolue sur les Marchés français et internationaux pour accompagner les stratégies de croissance et de développement de ses clients.

### OUIZEMAN AGENCEMENT ET OD CONCEPTION RENOVATION

Entreprises dédiées pour vos travaux qui vous garantiront les meilleurs tarifs.

Ces entreprises sont habilitées par le groupe à valider le concept travaux dans sa globalité.

### GLOBAL CONSULTING

Entreprise de conseil en développement et en immobilier commercial.  
Munie de consultants répartis sur toute la France.

### OBSERVATOIRE DE LA FRANCHISE

Site pionnier de la mise en relation entre Franchiseurs et Candidats à la Franchise.  
Fort de cette expérience, l'Observatoire de la Franchise est aujourd'hui une plateforme incontournable avec 2,5 millions de visites et 55 000 candidatures envoyées par an.

### TOUTE LA FRANCHISE

Site leader de la mise en relation entre Franchiseurs et Candidats à la Franchise (les Franchisés).

### FRANCHISE MAGAZINE

Site qui permet la mise en relation entre Franchiseurs et Candidats.

OUVREZ VOTRE PROPRE  
ESPACE BEAUTÉ SPÉCIALISÉ

## FRANCHISE

MAQUILLAGE PERMANENT

PIGMENTATION CORRECTRICE

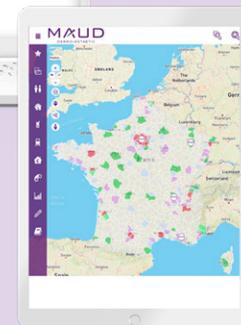
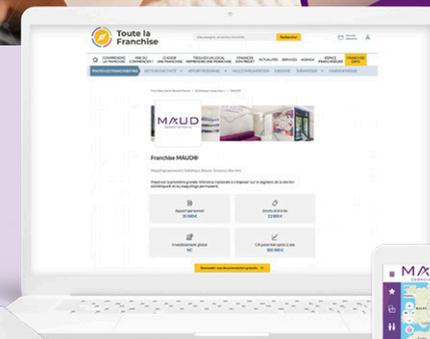
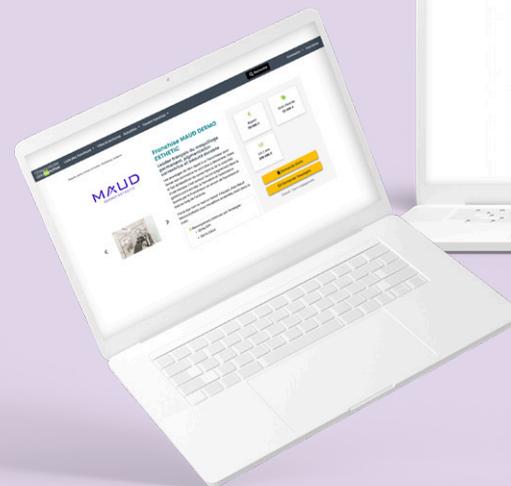
SOINS DE BEAUTÉ DURABLE

APPORT  
PERSONNEL  
35 000€

DROITS  
D'ENTRÉE  
22 000€

ROYALTIÉS  
5%

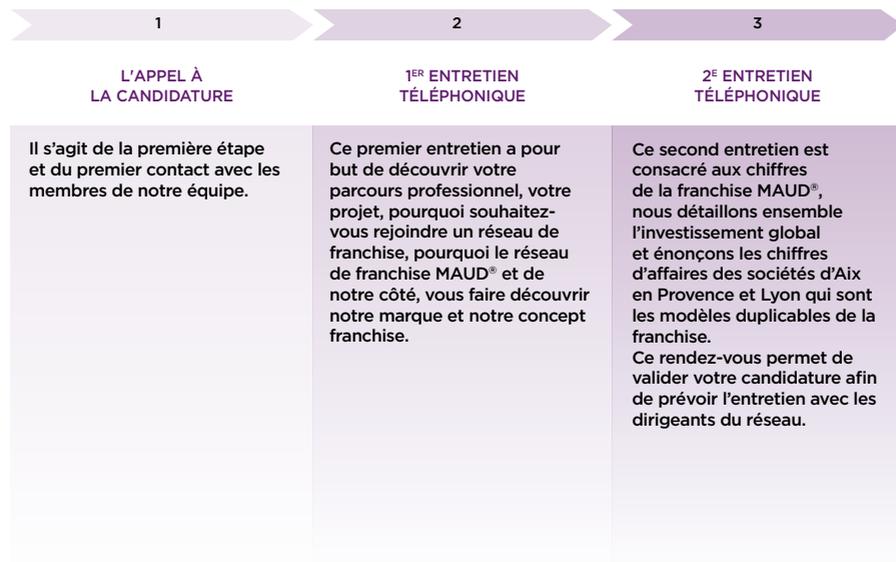
VOTRE BEAUTÉ  
DURE LONGTEMPS  
**MAUD**  
DERMO-ESTHETIC



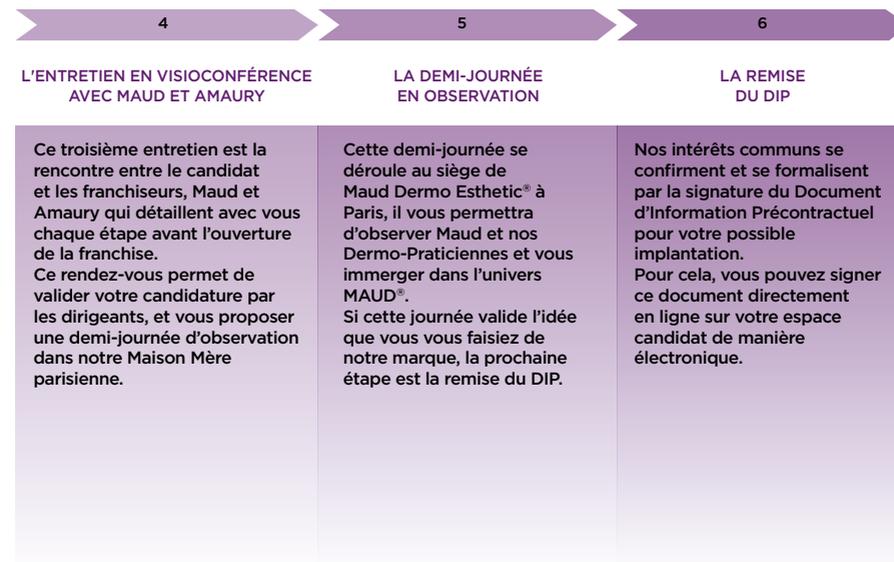


## LE RETRO-PLANNING

Afin de vous permettre de comprendre les étapes depuis la validation de votre candidature, jusqu'à l'ouverture de votre propre Espace Beauté, nous avons listé les étapes majeures ci-dessous.



## LE RETRO-PLANNING





## LE RETRO-PLANNING D'OUVERTURE

1

### LA RECHERCHE ET LA VALIDATION DU LOCAL

Le choix géographique se fera de préférence dans un quartier commerçant à proximité de commerces moteurs, une rue animée, un emplacement n°1 ou 1bis, une aisance de parking à proximité ou de transport en commun. Vous pouvez vous faire aider de nos partenaires ou le chercher de vous-même tant que celui-ci respecte nos critères. Il sera en effet impératif de faire valider votre local par le franchiseur.

2

### LE CHIFFRAGE DES TRAVAUX ET LA FINALISATION DU PRÉVISIONNEL

Une fois votre emplacement connu, il sera temps de faire réaliser les devis des travaux à engager pour que celui-ci soit à l'image de nos Espaces Beauté. Vous pouvez utiliser les services de nos entreprises agréées, ou faire réaliser vos devis par votre propre TCE. Une fois le devis obtenu, il sera temps de faire réaliser votre prévisionnel d'activités à l'aide de votre expert-comptable.

3

### LE FINANCEMENT DU PROJET

Une fois votre devis travaux entre vos mains, il est temps de solliciter une banque qui financera vos travaux. Nous conseillons de mettre en concurrence les 5 banques locales les plus proches de votre local.



## LE RETRO-PLANNING D'OUVERTURE

4

### LA SIGNATURE DU CONTRAT DE FRANCHISE

Une fois l'accord bancaire reçu, il est temps de procéder à la signature de votre Contrat de Franchise.

5

### LA FORMATION INITIALE

Lors de votre adhésion en tant que Franchisé, vous avez l'obligation de suivre, ainsi que vos employé(e)s, une Formation dite « Initiale » du parcours Maquillage Permanent. Elle dure 4 semaines. Enfin, vous avez le choix de vous inscrire aux Formations complémentaires Optionnelles qui vous permettront de réaliser l'intégralité des prestations proposées dans les Espaces Beauté MAUD®. La Formation Optionnelle dure 3 semaines.

6

### L'OUVERTURE

C'est enfin le moment d'ouvrir votre propre Espace Beauté. Là encore, nous vous accompagnons en participant à la soirée d'inauguration de votre Espace Beauté.



# MAUD

DERMO-ESTHETIC

[www.maud.fr](http://www.maud.fr)

