

# *LA FRANCHISE*

---

## INTRODUCTION :

Selon les statistiques de la FFF (Fédération Française de la Franchise), on compte en France plus de 700 franchiseurs et plus de 30000 franchisés. Ensemble, en 1995 ils réalisaient environ 26 milliards d'€ de chiffre d'affaires pour plus de 30 milliards en 2003.

La franchise est une méthode de collaboration entre une entreprise, le franchiseur d'une part, et une ou plusieurs entreprises les franchisés d'autre part, avec un objectif clairement affiché : le profit réciproque.

*On peut se demander quels sont les enjeux pour une entreprise d'opter pour une franchise ?*

Dans une première partie, nous analyserons les intérêts mutuels d'un contrat de franchise.

Et dans une deuxième partie, nous étudierons les retombées de la franchise sur les entreprises.

## I LES INTERETS MUTUELS D' UN CONTRAT DE FRANCHISE :

Les entreprises qui font le choix d'une franchise ont pour objectif principal de mettre en commun un ensemble de facteurs : un savoir, un savoir-faire, un choix de produits et ou de services, en vue de réaliser des bénéfices.

Les franchises sont très répandues dans la grande distribution (supermarchés, hypermarchés, enseigne comme Carrefour), dans les prestataires de services (restaurants, Mac Donald's, Buffalo) et dans la distribution de produits de marques, dans des boutiques spécialisées (chocolateries : Léonidas et les vêtements comme Camaïeu, Promod, Célio).

### A- Son fonctionnement :

La franchise est un nom utilisé à outrance où, les clauses du contrat sont les seuls éléments de l'existence ou non, d'une franchise. Comme tout contrat, il est conclu entre deux parties : le franchiseur et le franchisé.

Il y a d'un côté, le franchiseur qui est un entrepreneur indépendant, personne physique ou morale.

Ce peut être un industriel, un grossiste, un prestataire de services ou un commerçant qui doit avoir un savoir faire, c'est-à-dire, une compétence dans un ensemble de techniques de ventes, de gestion des stocks, de rationalisation des tâches, de décoration etc...qui va faire la ou les spécificités de son concept. Mais c'est aussi avoir mis au point et exploité avec succès un concept pendant une période raisonnable et dans au moins une unité pilote qui est le lieu où le franchiseur teste et fait évoluer son concept avant le lancement du réseau. Il doit être titulaire des droits sur l'enseigne, sur la ou les marques qu'il commercialise et autre signes distinctifs (logos, logiciels...). Il doit apporter à ses franchisés une formation initiale et continuellement une assistance commerciale et/ou technique pendant toute la durée du contrat. Il doit également remettre un manuel au franchisé lors de son entrée dans le réseau sur lequel est inscrit et codifié son savoir-faire.

D'un autre côté, le franchisé qui est une personne physique ou morale, entrepreneur indépendant qui, contre une rémunération se voit céder l'usage d'une enseigne, transmettre un savoir-faire qu'il s'engage à garder secret et apporter une assistance commerciale et/ou technique.

Il n'existe pas de législation propre à la franchise en revanche des textes de loi régissant notamment les relations pré-contractuelles entre franchiseur et franchisé (loi Doubin) existent. Selon cette loi, le franchiseur doit être transparent vis-à-vis des candidats. Il doit leur fournir un document nommé « document d'information préalable » ou « document Doubin » contenant une série de renseignements qui doit leur permettre de s'engager en connaissance de cause. Exemple : la zone de chalandise, une étude de marché et des comptes prévisionnels.

Toutefois, les entreprises ont le choix entre différentes coopérations, alors pourquoi le choix d'une franchise ?

### *B -Les différences de la franchise avec les autres techniques d'impartition*

Les techniques d'impartition sont un ensemble de coopérations liées par un contrat entre deux ou plusieurs entreprises qui implique une domination ou un contrôle de l'une des sociétés associées.

La franchise est une technique d'impartition, mais d'autres techniques existent comme la sous-traitance, la concession et la cession de licence, qui ont chacune leurs spécificités :

- **La sous-traitance** : c'est une relation de donneur d'ordres à exécutant, limitée à la fabrication d'un produit ou d'une partie de la production, ce qui n'est pas le cas de la franchise.
- **La concession**, comme la franchise, est une entreprise qui fournit une autre société en produits de marque et lui apporte son assistance, lui assure une exclusivité sur un territoire donné mais la différence repose sur la non obligation de transmission d'un savoir, de plus les différentes unités n'ont pas toujours une enseigne commune.
- **La cession de licence**, comme la franchise est basée sur la transmission d'un savoir-faire en échange de rémunération, cependant, il n'y a pas obligation d'une assistance commerciale et d'une enseigne commune.

Toutes ces techniques se ressemblent fortement cependant elles ont toutes des différences qui sont importantes lors d'un partenariat.

## *II LES RETOMBEES DE LA FRANCHISE SUR LES ENTREPRISES :*

Certains objectifs que se fixent les entreprises ne peuvent être atteints qu'avec la participation d'autres firmes.

### A Les forces de la franchise :

La franchise est un moyen pour le franchiseur d'accroître son développement. Choisir ce mode de coopération permet au franchiseur de réaliser :

1<sup>er</sup> La maîtrise d'un marché, l'augmentation de ses parts de marché, la réduction de la concurrence, l'accès à un nouveau marché.

2<sup>ème</sup> La recherche d'une complémentarité de moyens, à savoir bénéficier d'un développement de son circuit de distribution.

3<sup>ème</sup> La maîtrise des coûts : réaliser des économies d'échelle, l'obtention de conditions financières favorables (achats groupés).

4<sup>ème</sup> La valorisation de sa marque et l'extension de sa notoriété

5<sup>ème</sup> Le contrôle de la distribution de ses produits (droit de regard)

6<sup>ème</sup> L'assurance d'un minimum de garantie financière en effet, les franchises assurent un CA et un écoulement de la marchandise.

Tous ces avantages permettent au franchiseur de développer son activité, de réaliser des profits supplémentaires. Toutefois le franchiseur doit être très vigilant sur le choix de ses franchisés

Le franchisé quand à lui, bénéficie immédiatement de la notoriété d'une marque, d'une enseigne, d'un savoir-faire, d'une formation adaptée mais aussi d'une gamme de produits, de services ou de technologies mise à sa disposition.

Il bénéficie d'une facilité plus importante de financement pour la création de la société grâce à la notoriété du franchiseur.

Il profite également de l'assistance commerciale à savoir les différentes publicités sur divers supports, la PLV (Publicité sur le Lieu de Vente), parfois l'exclusivité territoriale et d'une clientèle existante.

Tous ces avantages pour le franchisé, moyennant une contre partie financière, vont lui permettre de démarrer son activité dans des conditions favorables.

### B Les freins :

Comme toute coopération, la franchise peut engendrer des inconvénients pour les deux parties.

Les principaux inconvénients sont les suivants :

L'inexactitude des informations fournies par le franchiseur par exemple les charges dans le compte prévisionnel ont été sous évaluées.

La mauvaise sélection du franchisé, peut entraîner une détérioration de l'enseigne, de la marque et de la notoriété des produits.

L'investissement de départ est plus conséquent pour le franchisé que pour un commerce indépendant.

Le manque d'indépendance du franchisé car il a l'obligation d'adhérer à la culture de l'entreprise du franchiseur.

La divulgation du savoir-faire à des tiers extérieurs au contrat de franchise. Et enfin les marges du franchisé sont moins importantes que celles réalisées par un commerce similaire indépendant.

## **CONCLUSION :**

La franchise est une des coopérations les plus utilisées en France. Elle se matérialise par un contrat entre deux ou plusieurs parties qui mettent en commun différents moyens afin de réaliser des profits. Cette technique d'impartition permet aux deux parties d'avoir des avantages non négligeables. En effet le franchiseur va pouvoir développer son activité et augmenter ses gains. Pour le franchisé les nombreux avantages que nous avons exposés ci-dessus vont pouvoir lui apporter l'aide nécessaire lors de la création de son entreprise et durant toute la durée de son activité. Cependant, malgré son indépendance juridique, le franchisé supporte de nombreuses contraintes.

Les conditions de réussite d'une franchise passe par la sélection stricte du franchisé et par la convergence des objectifs de chacun.

On peut toutefois craindre que le fort développement de la franchise en France tend à standardiser l'offre sur le marché.