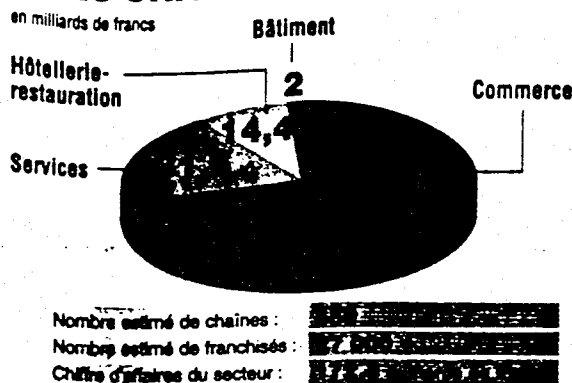


SPÉCIAL FRANCHISE

LA RÉPARTITION SECTORIELLE DES CHÂÎNES FRANCHISÉES



Le nombre d'enseignes continue à décroître, mais le chiffre d'affaires global de la franchise a progressé de 20% en deux ans.

SHERA CAPITAL 1992

cialisé dans la franchise, a enfourché son destrier pour voler au secours des franchisés en difficulté et propose aux franchiseurs une stratégie : le "donjon management". « Il faut survivre, pour gagner du temps et consolider coûte que coûte les acquis, dit-il. Rogner sur les budgets et, pour le reste, négocier des moratoires. » Les franchiseurs sont invités à « passer de l'ère stali-

de conception originale (700 salons aux Etats-Unis), développée par la chaîne Saint-Algue. Egalement venue d'outre-Atlantique, l'enseigne Era, l'une des grandes de l'immobilier américain. Elle s'est alliée au réseau Initia, qui est bien implanté dans l'Ouest de la France...

Certaines jeunes enseignes se remarquent par leur dynamisme : Chauffaclim (libre-service de chauffage et de climatisation) a déjà réussi à implanter dix unités. La preuve que, dans un contexte difficile, il est possible de créer et de diffuser un concept. Ce que fait également Karland sur le créneau du centre-auto, seule enseigne positionnée sur l'offre de pièces très techniques en automobile. Elle propose deux formules : la grande surface et le Karland express, ce dernier concernant des villes de 15 000 à 30 000 habitants.

Le monde de la franchise est donc un monde en mouvement. Tout n'y est pas que grisaille. On y pleure, mais on y rit aussi... Les difficultés actuelles, réelles pour des franchiseurs, mais surtout pour ceux des franchisés qui vivaient et qui voient leurs revenus à présent laminés, suscitent des réactions parfois étonnantes. Ainsi, Olivier Gast, avocat spé-

nienne au nouveau contrat social en intégrant les franchisés ou leurs représentants dans les prises de décisions ».

Pour sa part, Michel Micmacher, président de la Fédération française de la franchise (et aussi de la Fédération européenne de la franchise) constate : « Les consommateurs commencent à en avoir assez de l'uniformisation des centres commerciaux et des centres villes, de voir les mêmes boutiques à Toulouse qu'à Clermont-Ferrand. Le phénomène de rejet a commencé. Les franchiseurs sauront-ils laisser aux franchisés la marge de manœuvre qui leur permettra de retrouver cette variété ? Je pense que oui. »

Des propos qui soulignent combien la "crise" suscite de réflexions et de remises en cause... y compris dans les rangs d'anciens adversaires déclarés de la franchise. « Dans le passé, nous étions agressés par des commerçants de province qui voyaient en nous des impérialistes venus leur "manger leur pain", constate Michel Micmacher. Aujourd'hui, ils nous traitent comme des alliés. Ils ont compris que les franchisés restaient des commerçants indépendants, mais organisés, et qu'il faut choisir : mourir ou s'organiser... »

RÉGIS SOLET