

Ainsi son avis est-il repris plusieurs fois :

dans un article paru dans les Echos du 25 mars 1983 intitulé :

"FAUT-IL UN STATUT POUR "LES VENDEURS D'ENSEIGNES"".

ou bien :

...
*
...
pline de la profession pourrait éviter que la législation ne vienne figer une pratique en plein développement, et M^r Olivier Gast semblait un peu isolé en son sein, qui pensait que le législateur devrait se prononcer sur la franchise de façon très simple, en obligeant le franchisé à dévoiler l'intégralité de ses comptes — ceux de sa propre entreprise mais aussi ceux de son ou de ses pilotes et, naturellement, certifiés conformes par un commissaire aux comptes — au candidat franchisé. Mais depuis peu, la Fédération se montre relativement alarmiste, son président s'attend à l'apparition prochaine d'une organisation de défense des échaudés de la franchise, et il semble penser que le recours à la loi va devenir inévitable. Toujours dans le même souci de moralisation, le BVP a publié le 25 mars, en accord avec la FFF, une recommandation sur la publicité de financement et ou de recrutement « qui ne peut être faite que si la franchise repose sur la propriété ou le droit d'usage d'une marque déposée et enregistrée à l'INPI, et que si cette franchise repose sur des expériences pilotes ayant réellement été effectuées, et sur des services, méthodes et techniques qui constituent l'élément principal de la franchise. » Enfin, déjà victime de ses moutons noirs, la franchise est encore attaquée de l'extérieur par les associations de consommateurs. L'une d'entre elles qui, par une ironie du sort, porte les mêmes initiales FFF, la Fédération des Familles de France, vient de saisir la Commission de la Concurrence en attaquant Rodier, Pronuptia et Natalys sur les prix imposés au détail, la clause de non-concurrence à l'intérieur du magasin et l'exclusivité territoriale. La Commission a jugé la saisine irrecevable mais la FFF compte bien repartir à l'attaque, tandis que le magazine « 50 » trouve, lui

aussi, que la franchise contribue à la hausse des prix par le droit d'entrée, les redevances, la décoration et l'importance des stocks, par les prix imposés et diverses clauses qui sont autant d'entraves à la concurrence. .../...

Tiré de l'article : LA FRANCHISE : VITRINE OU MEDIA paru dans Stratégies; n°369, 2 mai 1983.