

FRANCHISE DE SERVICE

Dans une société qui aborde l'ère post-industrielle, il est normal de voir se développer le secteur tertiaire.

Dans le monde de la franchise, on peut souligner le formidable bond en avant de la franchise de service.

La franchise de service se caractérise essentiellement par la transmission d'un know-how où les franchisés doivent ensuite fournir eux-mêmes un certain type de prestations auprès du consommateur.

Cette forme de franchise concerne des secteurs variés qui vont de la réparation à l'hôtellerie et la restauration en passant par la location de voitures, le conseil d'entreprise ou l'agence matrimoniale, l'imprimerie rapide, l'intérim, vidéo, photo, accessoires automobiles, coiffure, décapage, etc... certaines branches comme l'assurance, les agences de voyage, les agences immobilières, le bâtiment s'y lancent également.

En théorie, toutes les prestations de services peuvent être franchisables, aux U.S.A. par exemple !

1) Les services apportés aux entreprises représentent en nombre de points de vente franchisés 50 825 subdivisés en :

- comptabilité, crédit et centre d'affaires (2531),
 - personnel intérimaire (4572),
 - imprimerie et photocopie (4325),
 - assistance fiscale (9069),
 - immobilier (15 148),
 - services divers (15 180).
- 2) Autres services :
- restauration (71 764),
 - hôtel (7 224),
 - blanchisserie, nettoyage à sec (3 077),
 - enseignement, produits et services (6 963)
- etc...

En France, avec des chiffres plus modestes, le CECOD (Centre d'étude du commerce et de la distribution) a évalué la franchise comme représentant 1/3 de la franchise en France (33 %) en 1983 102 franchiseurs pour 2 106 franchisés.

Les avantages pour un franchisé appartenant à une chaîne de service sont : — un investissement moindre que dans une franchise de distribution — pas de stock, emplacement moins cher, fidélisation d'une clientèle.

Les chaînes connues dans les services sont par exemple :

Olivier GAST

VSD : 6 mars 1986