

Michel MICMACHER

Président de la FFF

A la veille du 9ème Salon International de la Franchise, Michel Micmacher, Président de la Fédération Française de la Franchise, dresse le portrait de la profession et son évolution prévisible dans les années à venir. A cette occasion, le Président de la FFF a tenu à inviter Gérard Touati spécialiste de la création d'entreprise et de la franchise, et lui même chef d'entreprise. Aujourd'hui, les deux hommes partagent le même constat : la franchise des années 90 sera principalement marquée par une professionnalisation accrue.

«la professionnalisation, pas la moralisation»

Franchise Magazine : Aujourd'hui l'actualité, c'est la nouvelle loi sur la franchise. Alors, que pense la FFF de ce texte ?

Michel Micmacher : La FFF en pense beaucoup de bien. C'est une bonne loi mais il ne faut pas qu'elle soit un prétexte pour les Pouvoirs Publics pour intervenir de trop dans la franchise. Notre doctrine n'a pas changé : nous ne voulons pas que les Pouvoirs Publics se mêlent de nos affaires. La contrepartie de cela c'est que le franchisé doit pouvoir s'engager en toute connaissance de cause et avoir accès à une information claire, loyale et sincère. Si nous voulons la liberté, il faut être transparent.

F. M. : Ce texte ne pose donc pas de problème ?

M. M. : Si car il présente deux petites faiblesses. D'une part, les parlementaires ont tenté de qualifier le contrat de franchise de contrat passé dans l'intérêt commun des parties. Au plan juridique, cela ne veut rien dire. Dans les faits cela ne veut rien dire non plus puisque à la lecture de la loi on pourrait dire qu'un mauvais franchiseur qui passe un contrat déséquilibré ne serait pas tenu d'appliquer la loi. La deuxième faiblesse concerne donc le champ d'application de cette loi : vise-t-on uniquement les contrats passés dans l'intérêt commun des parties ou l'ensemble des contrats ?

F. M. : Que propose la FFF pour remédier à ces deux faiblesses ?

M. M. : Si notre interprétation se confirme, notre projet consiste à poser une question écrite au Ministre pour qu'il éclaire le monde de la franchise sur ces points. En outre, nous avons demandé aux Pouvoirs Publics que la mention des adresses des ex-franchisés soit supprimée. Cela ne pourra qu'entraîner des débats passionnels au détriment du réseau. Il y a un aspect passionnel et affectif dans la relation franchiseur/franchisé qu'il faut rééquilibrer par une transparence.

F. M. : Concrètement, quelles sont les actions de la FFF pour favoriser cette transparence ?

M. M. : Nous venons de mettre au point une fiche (*) de présentation du réseau de franchise qui sera remplie par tous les adhérents de la FFF en dehors de toute relation pré-contractuelle. Cette fiche comporte cinq rubriques : l'identification de la société, l'organisation interne de l'activité franchise, le réseau, les conditions d'accès au réseau, le franchisé type.

F. M. : Cette fiche ne fait-elle pas double emploi avec le texte de loi ?

M. M. : Absolument pas puisqu'elle concerne une phase d'information générale. Cette fiche de présentation, que l'on bapti-

sera fiche A, pourra être très largement diffusée par le franchiseur. Ensuite, quand le franchiseur aura des contacts plus pointus avec un candidat, il lui donnera en plus une fiche B contenant toutes les informations préconisées par la loi. Grâce à cette fiche de présentation, le candidat pourra choisir son réseau en fonction d'informations qu'il découvre actuellement bien souvent après la signature du contrat.

F. M. : *Comment vont réagir les franchiseurs à cette fiche ?*

M. M. : Les bons franchiseurs vont y trouver un avantage, les mauvais franchiseurs vont être gênés et seront donc amenés à améliorer leur système.

F. M. : *Et si certains adhérents de la FFF refusent de remplir cette fiche, quelle sera votre attitude ?*

M. M. : Nous allons examiner le problème. Ceci-dit, je ne représente pas un ordre professionnel, ma mission consiste à convaincre et non pas à imposer.

Gérard Touati : Il faudra peut-être des années pour imposer cette fiche de présentation mais elle pourrait bien devenir une référence. Si le franchisé obtient cette fiche auprès de certains franchiseurs et ne l'obtient pas auprès d'autres enseignes, il se posera forcément des questions.

M. M. : Gérard Touati a tout à fait raison, c'est la concurrence qui va jouer. Cette fiche sera mille fois plus efficace qu'une loi.

F. M. : *En dehors de cette action d'information, quelles sont aujourd'hui les grandes orientations de la FFF ?*

M. M. : Aujourd'hui, la FFF n'a plus à défendre la franchise car la franchise se défend très bien toute seule. Notre politique consiste à professionnaliser la franchise. Notre intérêt c'est qu'il existe une distinction entre les bonnes et les mauvaises franchises.

F. M. : *A votre avis comment la franchise va-t-elle évoluer dans les années à venir ?*

M. M. : Je crois qu'on va assister à une régulation, à un tassement du nombre de franchises. Toutefois, certains secteurs tels que les



INTERVIEW

**Michel
MICMACHER**
Président de la FFF

agences immobilières ou les supermarchés alimentaires vont encore se développer. En dehors de ces deux secteurs, nous prévoyons une stabilisation, voire même dans certains cas, une régression. L'appareil commercial va s'ajuster au marché. Dans les années à venir, nous assisterons donc à une amélioration qualitative des réseaux, ce qui est la condition sine-qua-non pour pouvoir exporter.

F. M. : *Justement, où en est la franchise française en matière d'exportation ?*

M. M. : La franchise est un excellent outil d'exportation mais les résultats chiffrés d'importation et d'exportation restent encore très faibles. Pourquoi ? Parce que lorsqu'on franchit les frontières, il faut plus de rigueur. Il est facile d'exporter un bien industriel mais il est beaucoup plus difficile d'exporter un commerce. Dans les deux, trois années qui viennent, les franchiseurs bien implantés en France vont s'attacher à rendre leur système plus rigoureux, plus procédural.

F. M. : *La FFF organise-t-elle des actions spécifiques avec certains pays étrangers ?*

M. M. : Oui. Nous avons engagé avec la Fédération Allemande de la Franchise une action de formation auprès des Hongrois. Une délégation de la FFF devrait aller à Budapest pour former des compétences hongroises en association avec les Allemands. Ensuite, nous inviterons les Hongrois au SIF puis nous emmènerons en Hongrie une délégation de franchiseurs intéressés par ce marché. La Hongrie est aujourd'hui le seul marché de l'Est qui puisse culturellement recevoir des réseaux de franchise.

F. M. : *Et que dire de la politique de la FFF à l'aube du marché européen ?*

M. M. : La politique de la FFF est de conserver et d'accroître l'avance d'ingéniering de la franchise française. Nous avons la chance d'avoir le plus grand nombre de créations de réseau, une presse importante, des conseils, des avocats, une formation spécifique dans les universités etc... Bref la France possède de solides atouts par rapport aux autres pays européens. Le combat se jouera non pas sur la marque mais sur le savoir-faire et l'expé-

rience. La FFF doit favoriser toute initiative pouvant accroître cette expérience et ce savoir-faire.

F. M. : *Pouvez-vous faire le point sur la Fédération Européenne de la Franchise ?*

M. M. : C'est un organe dont les structures sont extrêmement fragiles et il faut donc les renforcer. Aujourd'hui, le budget de fonctionnement de la FFF est dix fois supérieur à celui de la Fédération Européenne de la Franchise. Nous souhaitons renforcer l'axe Franco-Allemand, seul de nature à redonner de la force à la Fédération Européenne.

F. M. : *Avez-vous des projets au niveau européen ?*

M. M. : Oui. Nous avons deux projets. D'une part, un code de déontologie, largement inspiré du code français, est en train de sortir. D'autre part, nous avons engagé un combat visant à donner une portée européenne à la loi Doubin.

F. M. : *Lors de votre élection à la Présidence de la FFF, vous aviez parlé de l'américanisation de la franchise, qu'en est-il ?*

M. M. : Je crois effectivement que c'est une tendance pour les années à venir. Nous conserverons les spécificités européennes, les éléments qualitatifs et affectifs resteront plus importants qu'aux Etats-Unis, mais les éléments financiers joueront un rôle de plus en plus prépondérant. Si un candidat a de l'argent, il aura le choix entre le placer chez le notaire, à la caisse d'épargne, en SICAV, en actions, en obligations ou acheter une franchise. Il ne faut pas avoir peur de cette évolution qui est liée à la professionnalisation de la franchise. Plus les franchiseurs seront professionnels, plus ils inciteront les candidats à placer leur épargne dans des systèmes de franchise. Je ne suis pas un prophète et Charles Séroude, conseil en franchise, parle depuis près de 20 ans de la franchise comme outil de levier financier.

G. T. : *Si cette tendance se confirme, peut-on imaginer qu'un jour le notaire ou le conseiller en gestion de portefeuille intègre la franchise dans les perspectives de placements ?*

M. M. : En France, nous en sommes déjà presque là. Il y a de

rares établissements financiers qui constituent de véritables fonds de capital-risque en se spécialisant sur les réseaux de franchise. Les participants de ces fonds sont essentiellement des financiers institutionnels. Mais, eux-mêmes se financent et je ne serais pas étonné qu'on nous annonce dans peu de temps des fonds commun de placement à risque qui vont s'investir prioritairement dans les réseaux de franchise. De même qu'on a vu des fonds commun de placement à risque qui se sont investis sur les bio-technologies ou la communication internationale. Dans les années à venir, cette tendance va se développer car on va assister à une concentration financière des réseaux de franchise. Cette concentration est d'autant plus inévitable que les réseaux vont se tourner vers l'exportation et qu'exporter cela nécessite des capitaux propres. Le métier de faire de la franchise va effectivement devenir un métier à part entière, alors qu'aujourd'hui, c'est plus une technique utilisée parallèlement à un métier.

F. M. : Existe-t-il d'autres signes de cette professionnalisation ?

M. M. : Oui, bien sûr. Regardez les réseaux qui changent de mains. Il existe aujourd'hui deux types de repreneurs : celui qui s'intéresse au marché et celui qui s'intéresse au système de gestion de la distribution. Autre signe qui ne trompe pas : de plus en plus de réseaux se posent la question de la participation en capital dans l'exploitation du franchisé. Tous ces traits convergent vers la professionnalisation et la "financiarisation" de la franchise.

F. M. : Face à cette évolution, ne craignez-vous pas que les Pouvoirs Publics tentent d'intervenir et de légiférer ?

M. M. : Vous savez, aux Etats Unis, il existe depuis 10 ans une loi sur la franchise, le Full Disclosure Act, qui n'est jamais que le remplacement de la notice d'information de la COB. Actuellement, en France, la loi Doubin, inconsciemment ou consciemment, correspond déjà à cette logique. Cela ne nous gêne pas à priori, du moment où l'on ne vient pas imposer des normes sur la liberté contractuelle des parties. Aux Etats Unis, le Full Disclosure Act

ne réglemente pas le contrat mais l'offre en franchise.

F. M. : Et que devient le Salon International de la Franchise dans tout cela ?

M. M. : le SIF doit aider à la création et au développement des jeunes réseaux. Aujourd'hui, il existe deux types de candidats à la franchise. Celui qui cherche une valeur sûre se tournera plutôt vers un réseau ancien. Celui qui cherche un nouveau créneau, un secteur plus risqué mais aussi peut-être plus prometteur se tournera vers un réseau plus jeune. Les réseaux solidement implantés sont peu utilisateurs du SIF car celui-ci ne répond pas à leurs attentes.

G. T. : D'autre part, si il n'y avait que les grandes enseignes au salon, cela ne correspondrait pas non plus aux attentes des visiteurs, des candidats à la franchise.

F. M. : Outre le développement de nouveaux réseaux, le SIF remplit-il d'autres rôles ?

M. M. : Depuis deux ans, le SIF a une autre vocation, une vocation internationale. Pour les enseignes déjà bien implantées dont nous parlions précédemment, le SIF offre ainsi une nouvelle perspective : celle de rencontrer des candidats à la master-franchise. L'espace international du SIF représente un carrefour de compétences, une bourse de master-franchises où les grandes enseignes ont leur place.

F. M. : En conclusion, pouvez-vous nous dire comment vous vous sentez à la Présidence de la FFF ?

M. M. : Je m'y sens bien, d'autant plus que le bilan de la FFF est tout à fait positif. Je me félicite de la qualité des nouveaux adhérents. Pour conclure, je dirais que notre mot d'ordre aujourd'hui est la professionnalisation, pas la moralisation.

Entretien mené par Dominique FEVRE

(*) Notre objectif étant que la Franchise Française se développe de façon saine.

L'information du candidat franchisé doit ainsi se passer en 2 phases :

- **Phase A : la phase de publicité.** Nous avons à cet effet établi une fiche de présentation du Réseau de Franchise.

- **Phase B : phase où le candidat franchisé est en contact avec le Franchiseur.** L'article 1er de la Loi Doubin et son décret d'application fixeront les informations que tout Franchiseur devra fournir avant la signature du contrat.