

LE BOOM DE LA FRANCHISE

Nul doute 1982 sera l'année de la franchise. Un annuaire et deux salons professionnels en témoigneront. Avis aux futurs patrons, pressés d'ouvrir boutique, restaurant et autres...

Une constatation : un magasin en franchise à moins de chance de déposer son bilan qu'un autre créé de toutes pièces (*). C'est, sans doute, l'un des premiers avantages de faire appel au savoir-faire d'un franchiseur. On accélère le processus de création en profitant de son image de marque et de ses services. C'est pourquoi, le climat économique de crise aidant, cette formule de commerces associés rencontre un vif succès en France depuis une bonne dizaine d'années.

Les franchiseurs se multiplient, veulent partager leur succès commerciaux avec des franchiseés, de plus en plus pressés de monter boutique, restaurant, hôtel ou autres. Progression rapide : il existait 34 franchises en 1971, 108 en 1977. Et plus de 330 en 1981, d'après les chiffres du Centre d'étude du Commerce et de la Distribution, CECOD. D'où l'envie d'institutionnaliser les rapports franchiseurs franchiseés de ce domaine encore en friche. Trois événements marqueront ce besoin d'officialiser cette pratique.

Le premier prend la forme d'un annuaire, celui de la Franchise dans le commerce et les services. Réalisé par le Cecod, et l'Assemblée permanente des chambres de Commerce et d'Industrie, il répertorie la franchise par secteur et par enseigne. Dans un premier tableau est établie la liste des franchises avec le montant de l'investissement hors achat boutique et droit d'entrée. Ainsi, d'un seul coup



d'œil, on passe en revue les 272 enseignes de l'annuaire. Très instructif, car c'est presque une mini enquête de marché. Par exemple, on voit les secteurs sous et sur représentés. Grâce au tableau comparatif du coût initial des franchises classées par secteur, on élimine directement celles qu'on ne peut s'offrir.

Ensuite, page par page, l'annuaire nous propose un véritable curriculum vitae du franchiseur sans oublier ses références bancaires. Il est illustré par la description de la franchise elle-même. Certains demandent une zone d'implantation de plus de 100 000 habitants, par exemple. D'autres nécessitent une surface minimum de 100 m². On passe au chiffre d'affaires moyen du magasin-type, et au montant moyen de l'investissement initial pour arriver au contrat : combien de temps dure-t-il ? A-t-il une exclusivité

territoriale ? Enfin, un autre tableau répertorie les services offerts par le franchiseur à son futur franchiseé : formation, gestion, aménagement du magasin, achats, informatisation et autres. Bref, ce vaste panorama répond aux questions que l'on doit se poser avant de s'engager dans une franchise. Les franchiseurs ressentent le besoin de se faire connaître encore plus — l'annuaire étant un auxiliaire important — mais pas suffisant. Viennent, alors, les deux autres événements de la franchise-boom 1982 : tout d'abord le 1^{er} salon international de la Franchise du 12 au 15 mars au parc floral de Paris, patronné par la Fédération française du Franchising, ouvert au grand public, des boutiques en franchise grandeur nature seront exposées : boutiques de mode, linge de maison, parfumerie, carterie, épicerie fine, galerie d'art et d'autres encore. Apportez vos questions sur place vous trouverez des consultants en franchise, des banques, des sociétés de promotion.

Et si vous hésitez encore, vous serez gâtée car, le mois suivant, dans le cadre de la foire de Paris, se tiendra, ensuite, le premier forum mondial du commerce et de la Franchise, du 29 avril au 9 mai. Celui-ci est organisé à l'initiative de l'Indicateur du commerce et de la franchise, ICF. Là, également boutiques grandeur nature ou réduites, et conseils en tout genre. Avec en prime, la présence de franchiseurs américains, et certains grands noms de la franchise étrangère. Il y aura des colloques, des débats, des rencontres, une banque d'information sur ordinateur etc.

En réalité, on n'est jamais assez renseigné sur les franchiseurs. Comme c'est votre argent et votre énergie que vous allez investir, il est normal de prendre le maximum de garantie. Aucune loi sur la franchise n'existe en France. Mais « grand danger » — d'après Olivier Gast, avocat à la cour, et auteur de « Comment négocier une franchise » (éditions du Moniteur) — d'une loi trop sévère, comme aux États-Unis, serait de freiner l'élan créateur des franchiseurs. Il ne

correspond, du côté des franchiseés, à un besoin d'indépendance (être son propre patron) et de sécurité (être assisté). La multiplication des franchises offrent, donc, plus de choix mais plus de risques. Celui, en particulier, de nouveaux franchiseurs malhonnêtes promettant monts et merveilles dans leur brochure, et ne respectant pas ensuite leurs promesses. Les procès se multiplieront et c'est ainsi que les lois se créent et deviennent carcan parfois.

GUILLEMETTE RACINE

(* La Fédération française du Franchising précise : « Deux boutiques sur trois ferment au bout de trois ans, alors qu'en franchise une sur vingt ferme après cinq ans d'activité ».

Adresses

Fédération française du Franchising

31, rue St-Augustin, 75002 Paris.

Centre d'Etude du Commerce et de la Distribution, CECOD
19, rue de Calais, 75009 Paris.

Indicateurs des Commerces de France, ICF
Revue mensuelle
134, rue St-Honoré, 75001 Paris.

Les livres

Annuaire de la Franchise en France dans le commerce et les services 1981-1982.
Cecod 19, rue de Calais.

Comment évaluer une Franchise ?
Techniques d'évaluation commerciale, politique, humaine, financière et juridique.
édité par le Cecod.

Guide du candidat franchiseé
Ce qu'il faut savoir avant de s'engager
par Michel Kahn
Developing
3, rue des Vosges, Strasbourg.

Comment négocier une franchise par Olivier Gast et Martin Mendelsohn.
Collection moniteur d'entreprise.
Editions du Moniteur
17, rue d'Uzès, 75002 Paris.

DES FRANCHISES A TOUS LES PRIX

Jusqu'à 100 000 F

Choix restreint, dans les agences matrimoniales ou de publicité-marketing. Du alors dans des commerces à nette dominance artisanale ou discounters

De 100 000 F à 350 000 F

On trouvera les franchises les moins « chères » à l'achat dans les secteurs de la chaussure bon marché, la mercerie-laine, le commerce alimentaire spécialisé, la beauté, l'environnement de l'enfant, le prêt-à-porter ou spécialisé dans les petites pièces, ou encore la décoration

De 350 000 F à 1 million de F

Figurent surtout des commerces anomaux ou à forte image de marque, voire de luxe, ou encore des superettes et supermarchés, des brocheries-restaurant rapide, micro-informatique
Plus d'un million de F.

LA FRANCHISE EXPOSEE

1^{er} salon international de la Franchise du 12 mars au 15 mars 1982, patronné par la Fédération de Franchising, Parc Floral de Paris, Bois de Vincennes, Aménagements : PADO BP 14, rue de la Fontaine.