

## « Si nous avons rejoint le Cidef, c'est parce que la Fédération française de franchisage a refusé de nous ouvrir ses portes. »

groupe la quasi-totalité des franchisés, une cinquantaine en tout. (L'adhésion n'est pas obligatoire comme aux Florentines). L'originalité de cette association, c'est qu'elle jouit de prérogatives très différentes de celles vues jusqu' alors. Une commission d'achats réunis-

sant un éventail représentatif des différentes catégories de franchisés (centre-ville, galeries marchandes, etc.), sélectionne elle-même une partie des articles vendus par la chaîne ; une commission chargée de la publicité élabore les campagnes. « C'est ça, le véri-

table partenariat », affirme Jean-Pierre Poivre, franchisé de Castres, entré dans la chaîne en 1987, élu président de l'association en janvier 1988.

René Bétous, président du Cidef et franchisé Triangle d'Or conteste certaines de ces fonctions : « Les franchisés n'ont pas à prendre ces responsabilités à la place du franchiseur. C'est au franchiseur de sélectionner les produits. » M. Bétous, qui s'apprête à quitter cette chaîne, estime que l'association de franchisés ne fonctionne pas de manière satisfaisante. « Son président a été bombardé par le franchiseur, sinon comment expliquer qu'on ait choisi un si jeune franchisé ? » M. Poivre répond que M. Bétous ne possède pas l'esprit d'un franchisé et qu'il refuse d'appliquer les méthodes commerciales de la chaîne. « Si j'ai été élu, ajoute-t-il, c'est parce que j'ai une certaine expérience du commerce, même si je suis effectivement un jeune franchisé. » Affaire à suivre...

## LES FRANCHISEURS N'EN VEULENT PAS

Nous n'avons pas fait de sondage, mais il est clair qu'une grande partie des franchiseurs sont plutôt hostiles à l'existence d'une association de franchisés ou plus exactement considèrent qu'une telle organisation est inutile dans une bonne chaîne. Au contraire, Jean-Claude Susperregui (bijouteries Triangle d'or) est l'un des rares franchiseurs à préconiser la création de telles associations qui disposeraient d'un pouvoir relativement étendu.

Chez Jacadi, pas d'association, bien que la chaîne compte près de 200 franchisés. Parfois, les liens familiaux sont très étroits avec de nombreux franchisés, « L'information remonte toute seule », dit Catherine Hamelle.

Pas d'organisation chez Budget-Milleville (300 agences) et Jocelyne Rousseau dit ne pas comprendre le sens de notre question...

« Si les franchisés éprouvent le besoin de s'organiser, c'est que la chaîne ne remplit pas son rôle et qu'il y a conflit », estime Pierre Bruhin, patron de Fil à Fil (Chemiseries, plus de 100 franchisés). Un tel groupement dénature le sens de la franchise. Je réunis tous les ans une assemblée générale de franchisés et je fais quatre fois par an des réunions de groupes. Je suis ouvert au dialogue. »

Même son de cloche chez Maxi-

Livres, où il n'y a jamais eu d'organisation non plus. « Je ne redoute absolument pas une telle organisation, dit Jacques Domas, mais elle me paraît inutile. Nous organisons des réunions régulières dans chaque région. La communication se fait de toutes les façons possibles. Le dialogue existe. »

Raymond Janiaux, responsable de la franchise Prénatal (200 magasins) a un point de vue plus nuancé : « Il y a eu chez-nous une organisation qui a aujourd'hui disparue. J'entretenais d'excellents rapports avec ses représentants qui se réunissaient dans nos locaux. Cela dit, je n'en vois pas la nécessité. Nous faisons des réunions deux fois par an, les franchisés assistent à la présentation des collections et peuvent faire des propositions ou des critiques. Pour communiquer, l'instrument le plus utile est encore le téléphone. Mais si une telle organisation venait à se créer, je m'efforcerais d'établir les meilleures relations possibles avec elle. »

Enfin, le juriste Olivier Gast est radicalement opposé au principe même de telles associations. « Je dirai qu'elles apparaissent quand un franchiseur fait mal son métier. C'est toujours la rançon des erreurs... » Pourtant, ces associations existent et fonctionnent. À croire que les franchiseurs commettent beaucoup d'erreurs...

### RAISONNER CAS PAR CAS

Un franchisé ne dépend pas de son franchiseur comme un salarié de son « patron ». Pourtant, certaines associations ont pris - disent les franchisés - des allures de syndicats revendicatifs. Normal ? Non, s'il s'agit d'une « opposition » interne. Oui, si les agissements du franchiseur sont critiquables. Dans ce cas, monter une association sera souvent le moyen unique de se faire entendre. Plus optimistes, les associations peuvent aussi apporter des idées nouvelles et mobiliser les énergies. Même si les franchiseurs sont a priori réticents (voir encadré), ils apprécieront par la suite !

Gérard DELTEIL

(1) Comme l'annonçait le n° 52 de DÉFIS, les franchisés Plein Pot disposaient de 10 jours pour choisir entre l'indépendance, le repreneur Schell ou son concurrent évincé Quick Fit. Les juges n'ont pas entièrement donné satisfaction aux franchisés, puisque la préférence de ceux-ci allait à Quick Fit.  
(2) Centre d'information et de défense des franchisés. 4, impasse des Peintres, 75002 Paris. Tél. (1) 42 33 19 83.