



Michael Wallace a passé la main à Shell après le dépôt de bilan.

SHELL REPREND PLEIN POT

Fin du suspense concernant le sort de la chaîne de réparation automobile rapide Plein Pot dont le créateur, Michael Wallace, avait déposé le bilan au début de l'année à la suite d'un grave litige l'opposant à ses cadres.

Deux repreneurs étaient en piste : Shell et Quick Fit. Le tribunal de commerce de Paris a tranché le 11 avril dernier, en attribuant la marque à Shell. Mais la marque seulement. Les franchisés, eux, se sont vus accorder un délai de 10 jours pour choisir entre trois possibilités : conserver le panneau Plein Pot et devenir franchisés de Shell (qui reprend le contrat signé avec M. Wallace), prendre l'enseigne Quick Fit — comme un certain nombre de franchisés en avaient exprimé la volonté — ou devenir des entrepreneurs indépendants.

Nous ignorons encore le pourcentage de franchisés qui se sont tournés vers chacune de ces formules. Josiane Laigle, une des responsables de l'association des franchisés Plein Pot, partisane de la solution Quick Fit, a rejoint cette marque. Elle se dit satisfaite. « Les actions que nous avons entreprises ont payé », dit-elle. Ce jugement, original dans la mesure où les franchisés sont le plus souvent obligés de suivre le nouveau franchiseur, fera-t-il jurisprudence ? « C'est un peu plus compliqué que ça », explique le juriste Olivier Gast.

Tout dépend en effet si le contrat de franchise contient une clause dite « Intuitu personae » réciproque — c'est-à-dire donnant à chacune des parties,

franchisé et franchiseur, un droit de regard sur la société ou la personne qui pourrait lui succéder.

Cela dit, il est vrai que de telles affaires ont rarement été plaidées car, les franchisés ignorent souvent l'existence d'une faille dans le contrat. Ce qui leur laisse la possibilité de quitter leur chaîne en cas de reprise. « Il est clair, conclut M. Gast, que reprendre une marque sans ses franchisés, c'est-à-dire sans son réseau de distribution, est un peu un marché de dupes... » Shell ne semble pas avoir fait appel contre cette décision. Nous reviendrons sur cette affaire qui, en dépit de son importance, n'a encore rencontré que peu d'échos. Par ailleurs, les marques Quick Fit et Shell devraient prochainement annoncer publiquement leurs intentions et leurs objectifs en matière de réparation rapide.

THAL'ION VEND DE L'AIR MAIS PAS DU VENT

La santé grâce à l'air et à la mer, telle est la formule du franchiseur breton Thal'ion. Les vertus médicales des ioniseurs sont reconnues. Un ioniseur est un appareil qui rétablit dans l'air ambiant les ions nécessaires à la vie. Vous pouvez même en installer un dans votre voiture. Ce franchiseur a donc passé un contrat exclusif avec le plus gros fabricant français d'ioniseurs, Atmostat, et diffuse ce matériel par le biais de ses franchisés.

À l'origine de cette franchise : La Somodia. Elle fabrique dans ses labos des produits à base d'algues, destinés à la Thalassothérapie. Elle emploie une quarantaine de salariés. La Somodia a été créée par Jean Prigent en 1967, mais la franchise n'a été lancée qu'en

1985. Un centre pilote a été testé à Brest. « Dans les franchises de santé et de mise en forme, c'est vrai qu'on trouve un peu de tout, dit André Prigent (le fils du P-dg), mais nous, nous travaillons en permanence sous contrôle médical, une équipe de médecins épaulé nos franchisés. » Thal'ion se définit comme un véritable franchiseur et non comme un simple marchand de matériel : « Nous disposons d'un centre de formation où nos franchisés effectuent deux stages de 8 jours. »

Objectif : une vingtaine de centres fin 1988. Pour monter un centre Thal'ion, il faut disposer d'un magasin de 55 à 90 m², de préférence bien placé. Investissement minimum : 250 000 F dont 120 000 F de stock. Droits d'entrée : 80 000 F dont 30 000 F de formation et 10 000 F d'honoraires d'architecte (pour donner une unité au magasin.) Le franchiseur demande 3 % de royalties et 2 % de redevances publicitaires. Le CA des centres tourne entre 2 et 3 MF. Une seule personne suffit pour tenir le magasin, mais une équipe de VRP rémunérée à la commission se charge de prospecter la clientèle.

Le franchiseur recherche de préférence des couples : madame reçoit les clients, monsieur dirige les commerciaux. Françoise Le Gaël, une des premières franchisées, est installée à Rennes et se dit très satisfaite. « Je vendais déjà du matériel médical avant de prendre cette franchise. L'un des avantages est d'obtenir du matériel à des prix compétitifs. Je vends aussi bien à des particuliers qu'à des médecins. Nous avons beaucoup de gens qui ont fait des cures et les prolongent de cette façon. D'une manière générale, nous ne sentons pas trop les effets de la crise. Mon franchiseur m'apporte son aide dès



Le bain bouillonnant de Thal'ion, santé garantie...