

LE MENSUEL DU COMMERCE ASSOCIÉ

# FRANCHISE

Magazine



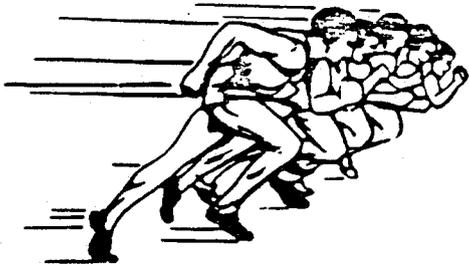
Olivier GAST,  
président de l'UEF

**L'UEF:**  
**une force**  
**de proposition**

136 FL/ESP - 320 PTS/GB - 2 £/USA 4 \$ - ISSN 0221 - 7821

M 1650 - 26 - 20,00 F

ERTEN



## PARTISAN D'UNE LOI PREVENTIVE SUR LA FRANCHISE

# Olivier Gast (président de l'UEF) :

«VOICI CE QUE JE PROPOSE» :

- *Respect de la règle des trois-deux.*
- *Les comptes d'exploitation des deux pilotes doivent être certifiés conformes par un commissaire aux Comptes.*
- *Le franchiseur doit dévoiler le nom de tous ses franchisés et les causes éventuelles de la rupture.*

**F**ranchise Magazine : Olivier Gast, vous êtes président de l'Université européenne de la franchise. Cette jeune institution a organisé au mois de novembre 1983, sa première convention, manifestation dont «Franchise Magazine» s'est largement fait l'écho. Depuis le silence, ou presque... Une présence décontractée à la 24<sup>ème</sup> convention de l'IFA, comme en témoigne l'article d'Hélène Douet, paru dans nos colonnes, et c'est à peu près tout. J'allais omettre le stand de l'Uef au 3<sup>ème</sup> Salon de la franchise ! Travailleur de l'ombre, malgré vos illuminations au soleil d'Acapulco, appréciez-vous la clandestinité ? La froideur alsacienne vous a-t-elle inspiré des "initiatives pour 1984", en faveur de la franchise ? D'une manière plus prosaïque, où en est l'Uef ?

**Maître Olivier GAST** : Lorsque l'Uef a été conçue, trois étapes étaient prévues :

• **Première étape** : la période de lancement. L'objectif a été parfaitement atteint puisque l'Uef est désormais connue en France bien sûr, mais aussi en Europe, aux USA, au Japon, au Canada. Tous les membres actifs de l'Uef se sont considérablement démenés pour obtenir ce résultat.

• **Deuxième étape** : la période d'exploitation. L'Uef a, je le rap-

pelle, un double objectif : tenir un discours de développement des PME dans le cadre de la communauté européenne et, être un institut pédagogique.

En ce qui concerne l'Institut pédagogique, rien ne peut se faire à court terme. D'ailleurs, l'Uef travaille à long terme, nous avons le temps pour nous. L'année 1984 est une année où l'Uef doit exploiter un produit. A l'automne prochain, l'Uef sortira un nouveau produit mieux adapté au cadre et à "l'homme franchise".

**UEF** : Europe, Canada, USA, Japon... l'UEF est connue et reconnue partout.  
Formation : un nouveau produit adapté au cadre et à l'homme franchise.

Nous ne sommes pas dans la clandestinité, jugez en vous-même. A Marseille, nous avons organisé, en collaboration avec la revue "Cadres et Dirigeants", le 17 avril dernier, le premier forum régional sur la franchise, intitulé "Franchise management", qui fut un séminaire intense d'une durée d'une journée. Ce forum régional est le premier dans le genre, et

l'Uef entend bien continuer son tour de France et d'Europe ainsi. L'Uef était présente, par mon intermédiaire, à Liège où le ministre wallon des PME avait organisé le 3 avril dernier, une manifestation sur la franchise qui a rassemblé près de 600 chefs d'entreprises... ! L'Uef a contribué au "franchise boom" en Belgique qui démarre vraiment depuis 1984.

L'Uef contribue également au développement de la franchise en Suisse : elle a été présente aux conférences organisées par la Fédération Suisse de franchisage à Bâle, lors de la Foire de Bâle.

• **Troisième étape** : période de développement. L'Uef, à moyen et long termes, sortira des ouvrages, des statistiques, une banque de données et organisera d'autres manifestations comme celles de la Tour Eiffel, et dans tous les pays de la Communauté européenne. Rome ne s'est pas faite en un jour... ! L'Uef ne peut espérer faire un travail constructif que si la vision est à long terme. En prenant du recul et observant le chemin déjà parcouru, je peux vous affirmer que l'Uef se porte très bien.

**F.M.** : *Quels enseignements avez-vous tiré de la Convention de l'Ifa à Acapulco, outre les vertus de la "dolce vita" et la chaleur des contacts ?*



américain. Je me rappelle les réflexions de certains théoriciens du franchising américain, tel M. Zeidman par exemple, me disant sur un ton admiratif, qu'ils n'ont pas chez eux un média aussi performant que "Franchise Magazine", qu'ils n'ont pas une Université de la franchise, qu'ils ont une loi trop encombrante, que le franchising aux USA est trop monopolisé par la loi et les avocats, etc.

**Franchise française et franchising US :**  
*«La franchise française n'a rien à envier au franchising américain.»*  
*«Ce qui manque à la France, c'est une plus vaste dimension du marché intérieur.»*

Les Américains nous envient nos capacités innovatrices. Mais ce qui fait leur puissance, c'est leur nombre, leur marché, leur territoire. Tout entrepreneur américain a de plus en plus aujourd'hui une vision mondiale des marchés. S'il a réussi chez lui, il est suffisamment puissant pour internationaliser sa réussite. Le drame en France, c'est que 55 millions de consommateurs ne permettent pas de générer des entreprises qui peuvent internationaliser leur réussite. Ce qui manque à la France, c'est une plus vaste dimension du marché intérieur.

**F.M. :** *La franchise aux USA est réglementée par le full disclosure. En France, les Pouvoirs publics n'ont pas voulu légiférer sur la franchise. Le rapport de la Commission Olivier s'en remet à la Fff qui est chargée de rédiger une recommandation sur la franchise. Estimez-vous qu'une recommandation, qui par définition est privée de force juridique, soit suffisante ?*

**M<sup>e</sup> O. G. :** Je pense que le rapport Olivier exprimé sous forme de recommandation a au moins le mérite d'exister, et de partir d'un bon sentiment : aider la profession à s'autoréguler". C'est bien, mais en tant qu'homme de loi, je suis obligé de constater que ce rapport demeurera insignifiant, tant dans son contenu que dans ses effets. Dans son contenu : un certain nombre d'inexactitudes ont été exprimées que l'on peut résumer ainsi :

**M<sup>e</sup> O. G. :** L'enseignement le plus clair, outre les mises au point techniques de sociétés américaines qui veulent s'implanter en France et inversement, des sociétés françaises qui s'implantent aux USA, travail qui correspond à mon métier d'avocat international, est celui de la mondialisation des marchés, et la nécessité pour la France de s'ouvrir un maximum pour libérer ses forces créatrices, vitales pour sa survie.

**F.M. :** *La presse spécialisée et plus précisément les milieux du franchisage vous considèrent comme l'un des meilleurs spécialistes français du franchising américain. En quoi est-il supérieur à la franchise "made in France" ? Que manque-t-il aux franchiseurs français pour atteindre la pointure américaine ?*

**M<sup>e</sup> O. G. :** La franchise française n'a rien à envier au franchising

- Le franchiseur doit être de plus en plus responsable des comptes d'exploitation prévisionnels (contrairement à ce que tend à dire le rapport Olivier sur ce sujet).
- L'intuitu personae est fondamental dans les relations franchiseur-franchisé.

**Rapport Olivier :** «Ce rapport demeurera insignifiant, tant dans son contenu que dans ses effets.»

Le rapport assimile une jurisprudence (non définitivement fixée du reste), applicable au refus de concession assimilé au refus de vente.

Si tel était le cas, je garantis la mort de l'animal juridique qu'est la franchise en France à très court terme.

- ses effets : il existe plus de 600 franchiseurs en France et 80 à peu près sont membres de la Fédération française de franchisage, et en mesure de s'engager à respecter ses recommandations. La disproportion est telle qu'on ne peut que constater l'inefficacité juridique de ce rapport. Vous connaissez mon opinion sur ce sujet. Je demeure persuadé qu'une loi est indispensable en France pour réglementer la franchise. Mes deux principes sont essentiels : une loi préventive uniquement et une loi très légère.

Voici ce que je propose :

**a** - Le franchiseur ne doit pouvoir recruter de franchisés qu'à partir du moment où il a pu garantir qu'il possédait trois magasins pilotes d'au moins deux ans (respect de la règle des 3/2).

**b** - Les comptes d'exploitation de ces deux pilotes ont été certifiés conformes par un commissaire aux Comptes.

**c** - Le franchiseur doit dévoiler le nom de tous les franchisés présents et passés, et les causes éventuelles de rupture.

Cela suffira à accroître massivement le nombre des candidats potentiels en France.

**F.M. :** *Observateurs du Salon international de la franchise, les journalistes de "Franchise Magazine" ont constaté lors de sa troisième édition, deux phénomènes concomitants : la saturation et la banalisation du franchisage en France. Quelle est votre analyse et quelle prospective proposez-vous à la réflexion ?*

**M<sup>e</sup> O. G. :** Ce qui est étonnant, c'est de voir le renouvellement extraordinaire d'enseignes qui disaient faire de la franchise.

Il y a eu un peu plus de stands cette année que l'année précédente, mais cette année, il y avait beaucoup d'inconnus, de nouveaux franchiseurs qui n'exposaient pas l'année dernière. Tous les exposants de l'année précédente ne sont pas revenus cette année, tant s'en faut. On peut donc s'interroger, pourquoi cela ? Les premiers ont-ils été déçus ? S'ils étaient revenus en 1984, la somme algébrique de ceux de 1983 plus ceux de 1984 aurait-elle été envisageable ? Si oui, il y aurait donc presque deux fois plus de franchiseurs. Toujours est-il que la progression d'année en année est constante, mais du fait du renouvellement considérable des exposants, les observateurs peuvent en effet avoir l'impression d'une certaine stagnation du marché de la franchise. Que la franchise se banalise en France, c'est un phénomène fort possible. Mais la franchise est loin d'être saturée. La franchise, pour ces différentes familles, est une nouvelle doctrine qui leur redonne un avenir, de nombreux objectifs, de nouveaux moyens. J'ai déjà, au sein de mon cabinet, transformé des coopératives et chaînes volontaires en franchiseurs. Le résultat est très efficace et très positif.

**Salon de la franchise :**  
«Extraordinaire renouvellement des enseignes.»

**F.M. :** *En 1985, le Salon de la franchise se tiendra sous l'appellation "La Semaine internationale du commerce". Ce terme générique chapeautera les assises nationales du commerce, le Forum des enseignes du commerce intégré, Equip'mag, le Salon du Commerce associé et... le Salon de la franchise. Dans la multitude des genres, le Salon de la franchise ne risque-t-il pas de perdre son identité ?*

**M<sup>e</sup> O. G. :** C'est une crainte que j'ai eue, disons épidermiquement, au début. Après réflexions, je pense que non, que la franchise ne risque pas de perdre son identité et au contraire, le système du franchising a besoin de grands espaces, d'oxygène pour s'expri-

mer, pour être efficace. Plus on ouvrira le monde du commerce associé, moderne, international, plus vite "l'animal franchise" s'engouffrera et procédera à sa révolution des mentalités, à ce bouleversement qui se fait de l'intérieur. La franchise est un concept, un discours très puissant, très riche, c'est un système qui ne peut qu'entraîner les autres familles du commerce. Entraîner, car la franchise est une méthode d'actions : comment conquérir un marché vite et bien.

**Franchise et commerce associé :**  
«Le rapprochement permettra à la franchise de devenir la locomotive du commerce français.»

Donc, comme vous dites, dans la multitude des genres, le Salon de la franchise ne pourra briller que d'une lumière plus éclatante encore. En fait, le danger eut été l'inverse. Enfermer la franchise dans son petit monde clos.

**F.M. :** *Comment percevez-vous le rapprochement commerce associé franchise, qui est en train de s'opérer à l'initiative des présidents Amstutz Mahler (Fff), Salvanes (Ufcc), et Boutineau (Ffcvn) ?*

**M<sup>e</sup> O. G. :** Comme je l'ai souvent dit, la franchise est un phénomène socioculturel en plus d'un phénomène juridique et marketing. Donc, tout rapprochement quel qu'il soit, et effectué par qui que ce soit, ne pourra aller que dans un sens favorable à la franchise. Car le sens de l'histoire aujourd'hui c'est la PME, la conquête de marchés, et la création d'emplois. La franchise donne aux PME (qu'elles soient individuelles ou organisées sous forme de coopératives ou autres), les moyens de ce défi de demain.

Si beaucoup d'exposants du Salon 1983, ne sont pas revenus en 1984, c'est qu'en un an, ils se sont aperçus qu'on ne faisait pas du franchising parce que c'était la mode, parce que tout le monde en fait. Je crois que beaucoup d'entreprises se seront lancées trop à la légère dans le franchising. Très vite, dès les premiers franchisés, le manque de sérieux dans la mise au point de leur contrat de franchise et de leur schéma général, a fait apparaître des difficultés qui



ont dissuadé les franchiseurs de continuer l'expérience franchise, ou du moins de la retarder ou ralentir. C'est une des raisons qui les ont empêchés de revenir au salon 1984. Donc, l'apparence de stagnation actuelle est uniquement due au manque de professionnalisme des candidats franchiseurs. Un contrat, ça se pense, ça se mûrit, un package s'étudie et se teste. Le chef d'entreprise manque d'informations sérieuses en matière de franchise. En se documentant un peu, il a l'impression que c'est facile...

J'affirme qu'il y a beaucoup de franchises qui se créent en France, mais il y en a aussi beaucoup qui échouent ou s'arrêtent avant d'avoir atteint les dix franchisés. L'avenir est au professionnalisme, à la qualité. Mais la pénétration du concept de franchise dans tous les secteurs d'activité est loin d'être terminée.

**F.M. :** *La tenue du premier Salon du commerce associé, à côté du 3<sup>ème</sup> Salon international de la franchise et sous une même appellation : "Les Journées du commerce", a-t-elle été une bonne chose ? A qui a profité l'effet de synergie ?*

**M<sup>e</sup> O. G. :** Oui en définitive, je crois que cette fusion a été une bonne chose, en tout cas pour la franchise. La partie du salon consacrée à la franchise n'a pas désempli, alors que du côté du commerce associé, l'affluence était plutôt médiocre. Ce qu'il faut souligner, c'est que grâce à cette fusion, les différentes familles du commerce associé en France (chaînes volontaires, concessions, coopératives...), ont découvert les avantages et les possibilités que la franchise pouvait leur offrir. En fait, à court terme, nous allons voir beaucoup de coopératives, de chaînes volontaires devenir franchiseurs et créer des chaînes de franchise.

En bref, le rapprochement permettra à la franchise de devenir la locomotive du commerce français tout court.

**F.M. :** *Vous vous êtes engagé, ainsi que deux autres responsables de l'Uef dans la bataille des Elections européennes, sur une liste de jeunes entrepreneurs : "Initiative 84". Quel sens donnez-vous à cette action politique ?*

**M<sup>e</sup> O. G. :** Ainsi que je vous l'ai exposé, la franchise est une nouvelle approche des relations humaines dans la petite et moyenne entreprise. La franchise n'est pas qu'une technique juridique, la franchise est un discours qui a besoin d'un environnement politique favorable à son essort. C'est une idée qui me tenait à cœur depuis longtemps. Je pensais qu'il ne suffirait pas d'être un bon technicien, bon avocat, encore fallait-il être sûr que l'environnement dans lequel nous vivons soit favorable. Sinon à quoi bon tous nos efforts ? Une certaine envergure intellectuelle nous assigne cette ambition, cet objectif. D'ailleurs, quand on regarde de plus près, on se rend compte qu'il y a synergie entre la franchise, le mouvement des nouveaux franchiseurs et théoriciens de la franchise que j'ai stigmatisé avec l'Université européenne de la franchise et les créateurs d'entreprises, dont le chef de file est Gérard Touati. Ces Elections européennes nous ont donné l'occasion d'exprimer notre message. Nous nous battons pour que le franchiseur (mais aussi tous les entrepreneurs bien sûr), puissent vivre dans un environnement plus favorable que celui d'aujourd'hui.

**Entretien : Sébastien GRAND**