

nomique que constitue la franchise. Plus de 400 chaînes sont aujourd'hui répertoriées par les spécialistes. Les franchisés seraient, eux, au nombre de 20 000 à 25 000 dans l'Hexagone. Et, selon une enquête du CESA (1986), la franchise représenterait 3 % du chiffre d'affaires du commerce de détail et 4 % des points de vente.

Trois catégories de franchises

➔ Les franchises dites « de production » vendent au franchisé une qualité de produit et une image de marque. Elles sont légion dans le prêt-à-porter. Cacharel, Daniel Hechter ou Anastasia fabriquent des vêtements qu'ils diffusent par l'intermédiaire de boutiques franchisées bénéficiant à la fois de l'image de marque du créateur et de prix intéressants consentis par les centrales d'achats.

➔ Les franchises dites « de distribution » ne font que sélectionner des articles produits par des tiers et les obtiennent à des prix intéressants pour leurs franchisés. C'est le cas de Fil à fil, par exemple.

➔ Enfin, les franchises dites « de services », comme Tricoform, vendent un savoir-faire : métiers de l'immobilier, agences matrimoniales sont à ranger dans cette catégorie.

Les franchises qui attirent le plus les candidats sont en général celles qui bénéficient d'une image. A juste titre sans doute : une marque jouit d'un réel pouvoir d'impact auprès du public. Mais il faut peser le pour et le contre : plus une marque est prestigieuse et plus le droit d'entrée à acquitter est élevé, au point quelquefois d'être inaccessible pour un simple particulier démarrant ex nihilo. A titre d'exemple, Franck et Fils réclame un droit d'entrée d'un million de francs, hors pas-de-porte. Daniel Hechter exige 2 à 3 millions de francs, toujours hors pas-de-porte. Avec en plus un stock minimum pour une première saison atteignant 900 000 F. Ce sont là des tickets d'entrée qui ne sont pas à portée de toutes les bourses !

Ouvrir une boutique en franchise ne

UNE SÉLECTION DE FRANCHISES

Quelques franchisés à des prix abordables dans des secteurs économiques en expansion.

■ **Infinitif** (prêt-à-porter féminin). Investissement de départ (*) : 710 000 F minimum correspondant à 7 000 F/m² pour l'aménagement d'un magasin d'environ 80 m², et premier stock de 150 000 F, dans une agglomération d'au moins 100 000 habitants. Pas de droit d'entrée, ni redevance. 9, cour des Petites écuries, 75010 Paris. Contact, Edmond David au 42.46.83.66.

■ **Bon Point** (confection pour enfants et prêt-à-porter féminin). Commence à développer ses franchises. Investissement minimum : 500 000 F (*) ; surface minimum 80 m² ; pas de droit d'entrée. Pas de redevance. 67, rue de l'Université, 75007 Paris. Contact : Bernard Cohen au 45.50.32.18.

■ **Charles Jourdan** (fabriquant de chaussures haut de gamme). Cette chaîne vient de réviser son système de franchise et propose désormais plus de services et d'assistance à ses franchisés. Elle développe aussi des projets de « corner » (espace Charles Jourdan personnalisé dans une boutique de chaussures ou de prêt-à-porter). Investissement de départ : 980 000 F (*) pour une surface minimum de 50 m². Le coût de l'aménagement au m² est de 7 000 F ; stock de départ : 600 000 F environ ; droit d'entrée : 30 000 F. Pas de redevance. 1, boulevard Volaire, 26100 Romans-sur-Isère, Contact : Pascale Argoud ou Jean Couperier, au (16) 75.72.18.11.

■ **Comtesse Du Barry** (producteur de foies gras et conserves de luxe, bonne image de marque). Investissement minimum : 350 000 F (*) ; droit d'entrée : 30 000 à 70 000 F, mais pas de redevance ; surface minimum : 30 m².

32200 Gimont. Contact : Francis Lacroix : (16) 62.67.70.10.

■ **Aux Ducs de Gascogne** (producteur de foies gras, bonne image de marque). Investissement minimum : 400 000 F (*) ; droit d'entrée : 70 000 F, pas de redevance. surface minimum : 30 m².

32200 Gimont. Contact : Claude Goualard (16) 62.67.72.95.

■ **Daskalidès** (producteur belge de chocolats, bonne image de marque). Investissement minimum : 300 000 F (*) ; pas de droit d'entrée, ni redevance ; surface minimum : 40 m².

Einde Were, 47 A 9000 Gand, Belgique. Contact : Monsieur Brugge : 32.91.24.40.52.

■ **Triangle d'Or** (diffuseur de bijoux or moyenne gamme) : 43 franchisés pour l'instant ; cherche à pourvoir Niort, Périgueux, Marseille, Le Mans, Tours, Angoulême, Strasbourg... Dans une agglomération d'au moins 20 000 habitants. Investissement minimum : environ 350 000 F (*) ; droit d'entrée 60 000 F ; redevance dégressive de 7 à 3 % du C.A. ; surface minimum : 50 m², 4,5 m de façade. Les Jardins de Gambetta, Tour n° 2, 33000 Bordeaux. Contact : Bernard Bellot et Jean-Claude Susperregui. Tél. (56) 72.62.62.

(*) Hors pas-de-porte ou achat des murs de boutique.

POUR S'INFORMER

— « Le guide de la franchise 1988 » édité par *Défis* (plein de bons conseils sur la franchise, avec un état des lieux et un carnet d'adresses assez complet). Écrire ou téléphoner à *Défis*, 33, rue Faidherbe, 75011 Paris. 43.70.04.04.

— « Le livre blanc de la franchise » édité par le Cecod (Centre d'Étude de la Commercialisation et de la Distribution). Écrire ou téléphoner au Cecod, 19, rue de Calais, 75009 Paris. 40.69.37.00.

Ainsi que « L'annuaire de la

franchise » du Cecod qui recense 537 chaînes, et « les contrats de franchise, analyse comparative ».

— « La franchise, guide pratique, être franchiseur, être franchisé », Éditions Dalloz. Il a l'avantage de montrer les deux côtés de la barrière. En librairie.

— « Comment négocier une franchise » par Olivier Gast et Martin Mendelsohn. Éditions de l'Usine Nouvelle, 17, rue d'Uzès, 75002 Paris. Ouvrage simple et clair, assorti de nombreux conseils concrets.