

La revue occasion d'affaires
Juillet-Août 1996.

FRANCHISE

ACTUALITÉS DE LA FRANCHISE EN EUROPE

Les années 80 ont été, pour la franchise européenne, des années d'euphorie marquées par l'explosion de nouveaux concepts et le développement exceptionnel des réseaux en place.

Cette période de frénésie ont succédé les années 90 marquées, à l'inverse, par la crise et la disparition de nombreuses chaînes créées avec précipitation quelques années plus tôt et donc, trop fragiles pour s'adapter aux variations conjoncturelles.

De ces expériences, les différents acteurs de la franchise semble, aujourd'hui, en 1996, vouloir tirer les leçons.

Le 15^{ème} Salon européen de la franchise, qui s'est tenu à Paris du 29 mars au 1^{er} avril 1996, en a parfaitement fait la démonstration. Si l'intérêt pour ce mode de distribution semble aujourd'hui, en effet, plus que jamais réel, nous constatons que le public change et se professionnalise. Les candidats franchisés raisonnent désormais en véritables investisseurs et réfléchissent en moyenne huit mois avant de s'engager. Beaucoup mieux informés qu'il y a quelques années, ils posent des questions précises et attendent des réponses détaillées, en particulier sur les aspects juridiques et financiers.

Il reste que, sous réserve de posséder dynamisme et professionnalisme, la franchise offre, aujourd'hui comme hier, de formidables opportunités à qui veut investir et s'investir.

ACTUALITÉS JURIDIQUES

En Europe, le secteur de la grande distribution fait actuellement l'objet de toutes les attentions. Les changements importants intervenus dans le paysage commercial ces dernières années et notamment la montée en puissance des supers et hypermarchés inquiètent certains européens.

LA FRANCE ET LE LUXEMBOURG SOUTIENNENT LE COMMERCE DE PROXIMITÉ

Plusieurs réformes intéressant la grande distribution sont actuellement en cours d'élaboration en France.

La première de ces réformes a pour objet de modifier les règles du droit de la concurrence instituées par l'ordonnance du 1^{er} décembre 1986 No86-1243. Lors des travaux à l'Assemblée nationale, le projet de loi a été considérablement durci aux dépens des grandes surfaces. Une série d'amendements a été retenue visant à protéger le commerce de détail face au développement des géants de la grande distribution. Il a notamment été décidé de contrôler de manière plus stricte les politiques de prix cassés pratiquées par les grandes surfaces et contre lesquelles les petits commerçants ne peuvent que difficilement lutter. Le projet prévoit notamment de limiter la durée des promotions, d'autoriser les rabais à la seule condition de l'existence d'une vraie contrepartie et d'admettre, sans restriction, le refus de vente.

La deuxième réforme intéressant ce secteur vise à contrôler l'expansion des grandes surfaces et vient très récemment d'être soumis à l'examen des députés français. Ce projet réformant la loi dite «Loi Royer», No73-1193, du 27 décembre 1973, a pour objet d'abaisser de 1000 à 300 m² le seuil soumettant à autorisation les ouvertures et les extensions de grandes surfaces. Il est également prévu d'instaurer une enquête publique pour les projets de plus de 6000 m² et de prendre en compte l'impact de l'ouverture d'une grande surface sur l'emploi local.

Coincidence ou non, le Luxembourg vient également de décider de soumettre désormais à examen tous les projets d'implantation de surfaces alimentaires ou spécialisées de plus de 4000 m².

Ces textes français et luxembourgeois démontrent la volonté des gouvernements actuels de soutenir le commerce de détail.

LA GRANDE DISTRIBUTION ET LES PARFUMEURS DEVANT LES TRIBUNAUX EUROPÉENS

Décidément la polémique sur l'essor des grandes surfaces est d'actualité. En effet, après plus de quatre années de procédure, le Tribunal de première instance des Communautés connaît enfin de l'action introduite par deux distributeurs mettant en cause les contrats de distribution sélective des parfumeurs Yves Saint-Laurent et Givenchy.

La distribution sélective consiste, pour un fabricant, à réserver la vente au détail de ses produits à un certain nombre de distributeurs qu'il sélectionne selon des critères qualitatifs précisément définis et ayant pour but de préserver une certaine image de marque.



Me OLIVIER GAST
AVOCAT AU
BARREAU DE PARIS

La Commission des Communautés a pris, le 16 décembre 1991 et le 24 juillet 1992, deux décisions d'exemption des contrats de distribution sélective des sociétés Yves Saint-Laurent et Givenchy Parfums, dans lesquelles elle valide l'ensemble des critères qualitatifs de la distribution sélective de cosmétiques de prestige.

Ce sont ces deux décisions de principe, servant de base à l'ensemble des contrats de la parfumerie sélective, qui ont fait l'objet de recours en annulation devant le Tribunal de première instance des Communautés par des distributeurs français et hollandais désireux de commercialiser des parfums de luxe en grande surface.

L'enjeu est important et concerne l'ensemble des industries de luxe qui s'efforcent de conserver la maîtrise totale du mode de distribution de leurs produits. Elles entendent pour la plupart notamment empêcher les supermarchés de commercialiser leurs produits à des prix spéciaux et dans un environnement qui, selon elles, est en contradiction avec leur image de marque.

Attendue avec impatience, aussi bien par les partisans que par les opposants au système de distribution sélective, la décision devrait être rendue avant l'été.

DES NOUVELLES DU MARCHÉ

CES ENSEIGNES QUI MONTENT

- L'enseigne française de salon de coiffure JC BIGUINE continue son développement. En France, un salon de coiffure est ouvert chaque semaine. La chaîne compte actuellement 170 points de vente en France et 20 salons à l'étranger (Belgique, Luxembourg, Japon...). Soucieuse de constamment maintenir son image de marque, la chaîne se refait une beauté en «relookant» son agencement intérieur.
- L'enseigne espagnole ZARA INTERNATIONAL poursuit également son expansion. Cette chaîne qui développe des magasins de prêt-à-porter moyen et haut de gamme pour hommes, femmes et enfants connaît un succès remarquable. Elle recense 280 points de vente dans le monde, dont 32 en France. Dans l'avenir, elle entend continuer à privilégier le territoire français avec pour objectif d'atteindre les 70 unités en France.

TROPHÉE CEDRE (Club européen des directeurs de réseau) : le réseau SAINT ALGUE

À l'occasion du Salon européen de la franchise de Paris, le CEDRE remet chaque année un trophée au meilleur directeur de réseau. Ce trophée, créé en 1993, a été remis, cette année, par la nouvelle présidente du CEDRE, madame Dominique Gérald, directrice du réseau GODIVA FRANCE, à monsieur Didier Le Tannou, directeur du réseau de salons de coiffure SAINT ALGUE. Ce groupe français fait preuve d'un grand dynamisme, il est passé en France, depuis sa création, de 3 à 375 salons.

FRANCHISE ET TRANSPORT AÉRIEN

La compagnie aérienne française AIR INTER, pour ne pas perdre le marché des lignes de taille modeste, a décidé de concéder en franchise certaines liaisons aériennes. Les unités franchisées bénéficieront des services commerciaux du franchiseur et de son système de réservation. Un premier contrat a été signé avec Brit Air pour la liaison Rennes-Paris, d'autres liaisons devraient suivre. Cette stratégie, encore très peu développée en France, a déjà fait ses preuves notamment en Grande-Bretagne.

L'ACTUALITÉ DES SALONS

LE SALON DE LA FRANCHISE DE ESSEN, en Allemagne, a eu lieu du 13 au 16 juin 1996. Ce salon est un événement important pour la franchise européenne. Le Cabinet GAST était présent à cette manifestation avec le groupement EFLAW (EUROPEAN FRANCHISE LAWYERS ASSOCIATION - association d'avocats européens spécialisés dans le domaine de la franchise) qui intervient notamment afin de promouvoir une politique d'ouverture vers les pays d'Europe de l'Est. ■