

Le temps du Maroc  
1/15 juin 1996

# LE TEMPS DU MAROC

HEBDOMADAIRE D'INFORMATION • DU 7 AU 13 JUIN 1996 • N° 32

## ÉCONOMIE

### Franchise

# Une nouvelle forme de partenariat

Connus d'abord par "franchising", son succès lui a valu d'entrer dans bien des langues. Elle fait partie du quotidien des pays développés. La "franchise" est en plein essor dans plusieurs secteurs : des produits de grande consommation au commerce spécialisé en passant par l'enseignement, l'équipement ménager, l'hôtellerie et la restauration.

**P**our la définir sommairement, la notion de franchise est "avant tout un accord sous forme de contrat par lequel une entreprise (le franchiseur) accorde à une autre (le franchisé) en échange d'une compensation financière, directe ou indirecte, le droit d'exploiter une franchise dans le but de commercialiser des types de produits ou services bien déterminés.

Au Maroc, cette pratique est encore à ses débuts. Toutefois, le concept a déjà fait preuve d'un grand potentiel d'intégration dans les habitudes de consommation locale. De plus, son caractère pratique, sa facilité d'utilisation et sa notoriété internationale en font un produit prometteur.

D'ailleurs, selon une enquête réalisée par "Forum 7", les principales raisons qui ont jusqu'à présent poussé au choix du système de franchise se résument, côté franchiseur, dans la conquête rapide de nouveaux marchés (58 %), la dynamique et la maîtrise de la distribution (57 %), le feed back régulier de la clientèle (30 %), des retombées financières immédiates (28 %) et l'amélioration de la notoriété du produit (27 %).

Côté franchisés, le recrutement avant tout la recherche d'une marque connue et rentable, le bénéfice d'un support de peson et de communication, la formation continue notamment et un approvisionnement régulier.

S'agissant de la répartition sectorielle, la confection (32% du total de la franchise) vient en tête suivie par la restauration

(26 %), le transport touristique (13 %), les produits cosmétiques (9 %), l'ameublement, la chaussure, la couture, l'enseignement et la musique (respectivement 4 %).

Selon la même enquête, les retombées financières annuelles varient entre la gratuité et 600 000 dirhams. Quant aux royalties, elles varient proportionnellement au volume d'activité réalisé et par lequel le franchisé rémunère régulièrement le franchiseur de toutes les prestations de services, y compris le droit à l'enseigne et à la marque. - Ils varieraient entre 3 % et 10 % du chiffre d'affaires.

#### Un Salon pour la franchise

Les intérêts du franchiseur et du franchisé se rejoignent. Nombreux sont les pays qui ont leur Salon de la franchise. C'est même devenu une tradition bien établie. États-Unis, Belgique, Afrique du Sud, France, Canada, Argentine, Allemagne, Brésil, Suisse, Grande-Bretagne, Italie, Émirats Arabes Unis, Singapour, Espagne... organisent des manifestations pour la promotion de la franchise.

Qu'ils soient du Nord ou du Sud, les opérateurs économiques sont tout intéressés par cette forme de partenariat. Casablanca n'a fait pas exception. Il s'est déroulé du 30 mai au 1<sup>er</sup> juin. Une initiative redevable à M. Abdelrahman Oumadani, directeur général de l'agence conseil en publicité et communication "Forum 7". Il s'est attaché à la concrétisation du projet qui a germé dans son esprit il y a deux ans. Pour cela, il a fait appel au concours de la Fédération marocaine des jeunes entrepreneurs (FJEM) et de la Fondation des Banques populaires pour la création d'entreprises. Les partenaires étrangers du Salon espace franchise n'ont pas manqué également dont les fédérations française et européenne de franchise ainsi que le Salon international de la

franchise.

La manifestation n'est proposée de promouvoir l'esprit d'entreprise et la création d'entreprise à travers la franchise. De même qu'elle s'est fixée comme objectif la contribution à la croissance économique et à la création d'emploi par le biais de cette nouvelle forme de partenariat.

Mais cette première édition est plus orientée vers la sensibilisation des divers partenaires et intervenants potentiels dans les opérations de franchise. Elle s'est également efforcée de mieux faire connaître les fondements de la franchise, ses enjeux, de faire progresser la prise de conscience de son importance aux niveaux économique, juridique, financier et fiscal.

Enfin, la trentaine de franchiseurs nationaux et étrangers qui ont participé au Salon ont eu des contacts avec les visiteurs venus de tout le Maroc. D'après les organisateurs, si l'affluence n'a pas été énorme, elle n'en a pas moins été représentative par une présence exclusivement professionnelle et intéressée au plus haut degré. Plus de 90 % s'acheminent vers la concrétisation par des contrats, soulignent les organisateurs. Ces derniers, après avoir signé un accord de partenariat avec le groupe Blerhelmi, promoteur du Salon européen de la franchise à Paris, un autre vient d'être conclu avec le cabinet international Cast. De même, un partenariat lie à présent le Salon international de la franchise avec celui de Milan qui se tiendra début novembre.

En attendant la prochaine édition en mai prochain, un séminaire se déroulera en juillet avec la collaboration de la Fédération française de la franchise. Plus permanent, un "espace franchise" a vu le jour au sein de "Forum 7". Il a pour mission de former, d'informer, d'assister et d'accompagner ceux qui veulent se lancer dans la franchise. ■