

## COMMISSION OLIVIER SUR LA FRANCHISE

# La rue de Lille recommande le boulevard des Italiens

*Pas de surprise le 15 février au Ministère du Commerce et de l'Artisanat, rue de Lille, où Michel Crépeau avait réuni la presse pour lui transmettre le rapport du groupe de travail sur la franchise qu'il avait mis en place ; il n'y aura pas de législation sur la franchise. A partir du texte de la Commission Olivier, la Fédération Française du Franchisage est chargée de rédiger une recommandation. La rue de Lille, qui semble se dessaisir du dossier de la franchise, recommande le boulevard des Italiens, l'adresse de la FFF.*

« **C**'est un jour historique pour la franchise ! », triompha Benjamin Amstutz-Mahler, président de la Fédération française du franchisage, lors de son intervention au Colloque national de la Petite et Nouvelle Entreprise (Pne), le matin du 15 février.

« Le texte que Michel Crépeau remettra cet après-midi à la presse va bouleverser l'avenir de la franchise pour les années 80 ». Qu'allait-il se passer d'exceptionnel et d'inattendu au Ministère du Commerce et de l'Artisanat ? Les fonctionnaires du ministère avaient-ils concocté, dans le dos de leur ministre, un projet de loi sur la franchise ? Aucun doute à ce sujet, Jacques Bonnacossa, directeur du Commerce intérieur, s'était prononcé à plusieurs reprises contre une législation sur la franchise.

Malgré la discrétion des membres du groupe de travail sur la franchise, mis en place par Michel Crépeau sur requête du président de la Fff, l'information avait filtré, laissant augurer de la teneur de ce rapport. La Fff, elle-même, ne s'était pas privée d'informer ses adhérents, par le biais de son bul-

letin de liaison, de l'évolution des travaux des différentes commissions mises en place par les Pouvoirs Publics.

Pourtant, l'euphorie dont fit montre Benjamin Amstutz-Mahler, à la tribune du colloque de la Pne, était bien de circonstance, non que le document présenté aux journalistes, quelques heures plus tard, revêtit le caractère d'importance que lui attribuait le président de la Fff, mais parce qu'en point d'orgue de cette rencontre avec la presse, Michel Crépeau lui remit l'Ordre national du Mérite pour son action à la tête de cette famille du commerce associé. En honorant le président de la Fff, c'est l'ensemble d'une profession que les Pouvoirs Publics ont voulu distinguer pour son dynamisme.

### Jour historique... pour la FFF

Jour historique ? Pour la Fff, sans aucun doute...

En demandant à son ministère de tutelle la constitution d'un groupe de travail sur la franchise, la Fff a à la fois évité un processus de réglementation de la franchise en France et s'est positionnée comme la seule instance ordonna-

trice de la déontologie d'une profession qu'elle est loin de réunir dans sa majorité. Fixant ses propres critères de reconnaissance de la franchise, élaborant la morale de groupe, la Fff a jusqu'ici refusé son label à des sociétés franchisantes qui n'auraient pas respecté l'orthodoxie de la franchise que cette association a pour vocation de protéger. Intervenant à la convention de l'Université européenne de la franchise (Uef), au mois de novembre 1983, Benjamin Amstutz-Mahler n'avait-il pas affirmé que sur les 500 franchiseurs recensés en France, moins de 200 étaient de véritables franchiseurs ! Le rapport du groupe de travail sur la franchise dit Commission Olivier, du nom de son animateur et responsable à au moins un mérite : celui de fournir des règles de reconnaissance et de morale de la franchise qui ne sont plus seulement celles d'une organisation qui jusqu'ici s'est distinguée par son sectarisme.

Certains signes montrent que l'association Fff, responsabilisée et presque institutionnalisée par les Pouvoirs Publics, va évoluer vers une compréhension plus fédérative et œcuménique de son rôle

représentatif. S'ouvrant sur les gros distributeurs intéressés par la franchise, et surtout sur de petits franchiseurs prestataires de service, la Fff a la chance historique de devenir un syndicat des franchiseurs, largement représentatif d'une profession et partenaire privilégié des Pouvoirs Publics. Déjà très écoutée dans le cadre des structures de l'Europe, la Fff, qui a donné à cette entité un code de déontologie de la franchise, pourrait accroître son influence au sein de la Cee. A partir du rapport de la Commission Oliver, la Fff rédigera une recom-

mandation sur la franchise que le président Amstutz-Mahler proposera par la suite à la Cee pour uniformiser la morale de la profession en Europe.

### Un partenariat pour la réussite

Mise en place par Michel Crépeau et sous l'autorité de Jacques Bonnacossa, la Commission Olivier a réuni la plupart des partenaires de la franchise et de son environnement immédiat : Fff

(franchiseurs), Cidef (franchisés), Ireff, consultants, juristes, experts financiers, organismes bancaires, notariat, Cci de Paris, Apcm, Cecod, ainsi que les administrations des Ministères de l'Economie, des Finances et du Budget et du Commerce et de l'Artisanat. Des personnalités de la franchise, Marc Goguet, président-fondateur de la Fff et président du Centre national du commerce associé, en particulier, ont également parti-

## Benjamin AMSTUTZ-MAHLER

### « Nous exigerons des déclarations entières, véridiques et objectives »

*C'est au Colloque de la Petite et Moyenne Entreprise que Benjamin Amstutz-Mahler a répondu aux questions de «Franchise Magazine» sur le rapport du groupe de travail sur la franchise. Tout d'abord, nous publions quelques passages de l'intervention du président de la FFF.*

« Nous ne voulions pas demander un texte aussi contraignant que le Full Disclosure aux Etats-Unis, nous voulions moraliser la profession. Il fallait se donner un moyen de contribuer à développer la franchise en France. Pour ce faire, nous avons cherché un moyen simple, une monographie. La Commission Olivier a travaillé pendant six mois au cours desquels ont été étudiés chaque point du package, le transfert de savoir-faire, la formation, etc. Le rapport de synthèse de ces travaux sera appuyé d'une recommandation de la Fff ».

« Franchise Magazine » - Pouvez-vous nous dire quels seront les points les plus importants de cette recommandation ?

« Nous sommes inspirés de l'expérience américaine. On va donner le rôle du bon franchiseur tout en évitant pas d'obligation légale, tout en étant souple et en respectant

la liberté du commerce. On a insisté sur l'aspect contractuel entre franchiseur et franchisé, au moment de la signature du contrat et quelques points touchent à la



rupture du contrat où il y avait effectivement des abus, notamment en ce qui concerne la reprise de stock et la propriété clientèle. Pour préparer la vie du contrat, au moment de la signature, il y a des points précis qui reprennent le Full Disclosure Law, que M<sup>e</sup> Gast a traduit en Français.

On a en effet repris certaines obligations du franchiseur de faire des déclarations entières, véridiques et objectives de ce qu'ils ont à transmettre en matière de technologie. Le franchiseur doit se présenter, s'identifier pour qu'il puisse transmettre des documents tels les comptes d'exploitation, pour qu'il puisse prouver sa réussite par des chiffres. Il devra montrer que l'outil de production est en mesure de produire, que les pilotes sont véritablement des pilotes, qu'ils sont la preuve de sa réussite, avec des comptes d'exploitation à la clef. Il devra également fournir les résultats d'exploitation de ses franchisés, s'il a des franchisés.

« Franchise Magazine » - Par quels moyens va-t-on contraindre les franchiseurs à fournir les résultats d'exploitation de leurs pilotes puisqu'une recommandation est privée de force juridique ?

« Il faut faire passer très largement l'information. C'est ce que l'on fait depuis des années à la Fff, en particulier lors du Salon international de la franchise. Le candidat franchiseur va s'informer et le candidat franchisé sera mieux informé. La Fff va exiger des déclarations entières, véridiques et objectives. Il appartient également à vous, journalistes de la presse spécialisée, de faire passer cette information.

Patrick FAURE ●



Michel Crépeau ministre du Commerce et de l'Artisanat.

cipé à ces travaux. Si le rapport de cette commission est marqué de la patte des juristes de la Fff (Jean-Paul Clément et Jean-Marie Leloup), il ne s'en ouvre pas moins sur des propositions dont M<sup>e</sup> Olivier Gast, président de l'Uef, s'est fait le champion. Il s'agit de l'institution du pré-contrat et surtout de la présence des pilotes, obligation morale et technique que le grand avocat d'affaires parisien a exprimée dans sa règle des trois-deux. Ce texte a également été enrichi par l'apport des professions de l'environnement de la franchise : notaires, experts financiers, banquiers, etc. qui sont rarement consultés lors de l'élaboration des différentes études sur le franchisage.

Que contient ce rapport qui, selon le président Amstutz-Mahler "va bouleverser la franchise"? Tout d'abord, il est précisé que le principe essentiel de la franchise réside dans «la réitération d'une expérience réussie». «Les relations entre les parties sont normalement caractérisées par l'état d'esprit d'un partenariat pour la réussite».

La franchise en France n'étant soumise à aucune réglementation, la Commission Olivier insiste sur l'importance du pré-contrat. C'est, en effet, à ce moment du rapport franchiseur-franchisé que les partenaires doivent concevoir ensemble les conditions de la réussite de leur collaboration. Le franchiseur doit protéger son savoir-faire et le franchisé obtenir du franchiseur toutes les informations sur son réseau de franchises. Les outils de l'information sont nommément cités : salons spécialisés, organisations professionnelles spécialisées (Fff, associations regroupant des franchisés), Chambres consulaires, professionnels du Droit, banques et organismes financiers, presse professionnelle et grande presse. Les franchiseurs ont l'obligation morale de délivrer des informations aux franchisés concernant : la spécificité de la franchise, le degré de responsabilité du franchisé, la qualité des produits ou des services, les données du marché. Le franchiseur doit également transmettre au franchisé potentiel des renseignements sur sa situation : son ancienneté et son expérience, la structure de son réseau, les moyens matériels et humains dont il dispose pour pouvoir assurer la formation des franchisés, la transmission du savoir-faire et l'assis-

tance au cours du contrat, sa situation financière. Il est notifié, plus concrètement, que le franchiseur, toujours dans la phase pré-contractuelle, doit fournir au candidat franchisé «les éléments indicatifs sur la gestion et la rentabilité du ou des établissements pilotes, tels que comptes d'exploitation, bilans, ratios comptables, ainsi qu'un certain nombre de données moyennes élaborées à partir des chiffres recueillis dans les établissements déjà franchisés du réseau».

La publicité des résultats d'exploitation des pilotes devrait permettre la transparence des chaînes, bien qu'aucun dispositif ne soit prévu pour contrôler ce type d'information transmise par le franchiseur. Il appartiendra aux franchisés, et tout autant aux journalistes de la presse spécialisée, de vérifier ces informations comptables. Il serait cependant naïf de croire que, contaminés par un vent de "franchise", tous les franchiseurs vont jouer cartes sur table. Le contrat de franchise est "intuiti personae" et comme tel, il exprime un rapport de force en faveur de la partie qui en est le géniteur, en l'occurrence le franchiseur. C'est toute l'ambiguïté du système franchisage : le franchisé est à la fois chef d'entreprise et subordonné du franchiseur. Le franchisé doit s'entourer de conseils pour discuter les points obscurs du contrat et demander la suppression des clauses abusives.

### Vers une guerre des ministères ?

Clarté et objectivité, telles sont les qualités de ce rapport qui montre l'intérêt du Ministère du Commerce et de l'Artisanat pour ce système de commercialisation et de développement des entre-

prises. Les Pouvoirs Publics enregistrent, avec un temps de retard, ce que l'on a appelé "le franchise boom". Mais si le Ministère du Commerce Extérieur semble soutenir cette branche du commerce associé, très performante à l'exportation, on peut se demander qu'elle sera l'attitude de la rue de Rivoli dans les mois prochains, vis-à-vis d'un système de distribution qui provoque une levée de boucliers de la part des organisations de consommateurs.

Dernièrement, une autre Fff, la Fédération des familles de France, a saisi la Commission de la concurrence, parce que ce système de distribution enfreindrait le droit de la concurrence. Cette institution, rattachée au Ministère de l'Economie des Finances et du Budget, n'a pu recevoir cette saisine.

Dans le même sens, lors d'un séminaire international sur la distribution sélective, la distribution exclusive et la franchise, qui s'est tenu à Strasbourg au mois de décembre 1983, et auquel participe Claude Jouven, directeur de la Concurrence et de la Consommation, les membres de la commission sur la franchise ont constaté : «Que la franchise était souvent en contradiction avec un certain nombre de règles essentielles du droit de la concurrence».

Ainsi, va-t-on assister, dans les mois ou les années à venir, à une guerre des ministères au sujet de la franchise ? Cela dépendra de la force des groupes de pression, mais on peut être inquiet quand on sait l'importance que le Gouvernement accorde au consumérisme. Reste à savoir si les grandes associations de consommateurs voudront mener le combat sur le terrain de la franchise.

Malgré les tendances inflationnistes de ce système de distribution, il semble peu probable, tout au moins dans le court terme, que les fonctionnaires de la rue de Rivoli enfourchent ce cheval de bataille. Pour l'instant, la franchise à le vent en poupe mais il faudra bien un jour ou l'autre endiguer les excès du "franchise boom". La croissance de ce secteur est encore trop douce et il serait dangereux d'entraver son développement en normalisant. La franchise en France ne représente encore que 8 % du chiffre d'affaires du commerce de détail, qu'en sera-t-il s'il venait à dépasser les 30 %, comme c'est le cas aux Etats-Unis ?

Sébastien GRAND

# MICHEL CREPEAU (MINISTRE DU COMMERCE ET DE L'ARTISANAT) : «Il faut respecter la liberté d'entreprendre et savoir légiférer quand il y a des excès»

*Franchise : Pas de législation, mais l'Etat interviendra s'il y a des excès ;  
Les professionnels doivent établir la règle du jeu.*

*Petits commerçants : Ils doivent se moderniser, se former, s'informer...se grouper.*

*Distribution : Je suis résolument du côté des modernes.*

*Lai Royer : Pas de réforme en profondeur, mais une adaptation aux nouvelles réalités.*

**F**ranchise Magazine : La Commission d'étude sur la franchise que vous avez mise en place vient de vous remettre son rapport. Le ministère dont vous avez la charge a préféré suivre la voie douce de la recommandation, plutôt que d'intervenir dans la franchise française par une législation ou une réglementation. Pouvez-vous expliquer ce choix ?

**Michel Crépeau :** Je suis un partisan convaincu de la liberté d'entreprendre, d'imaginer, d'expérimenter et je crois que les Pouvoirs Publics n'ont à intervenir que quand c'est indispensable, lorsque certains excès dommageables apparaissent. A côté de la grande distribution, une forme de commerce moderne est apparue ces dernières années : la franchise. La franchise est un système de commercialisation relativement nouveau et qui a déjà un certain poids. Il fallait donc se demander s'il était opportun d'intervenir par voie législative ou réglementaire dans un secteur encore jeune et en pleine expansion. En l'état actuel des choses, je considère que ce n'est pas indispensable.

**FM :** L'explosion du franchising aux USA a entraîné de graves excès qui ont contraint l'état américain à légiférer. Bien que spectaculaire, sans doute parce qu'elle



Michel Crépeau interviewé par notre rédacteur en chef : Patrick Faure

est partie du point zéro, la croissance de la franchise en France peut être qualifiée de douce, de maîtrisée. Qu'en serait-il si le mouvement venait à s'accélérer ?

**M. C. :** Malgré sa relative jeunesse, la franchise française a connu un succès certain. Elle peut aussi remporter des succès considérables à l'étranger, au plus grand profit de nos exportations. Je ne veux donc pas enfermer dans un carcan un secteur aussi dynamique. Jusqu'à présent, le

développement de la franchise en France n'a pas été accompagné par de graves excès. Si cela menaçait de se produire, l'Etat interviendrait.

**«FM» :** Une législation très souple n'aurait-elle pas permis de se prémunir contre d'éventuels excès ?

**M. C. :** Je suis juriste de formation et j'ai passé ma vie à apprendre que quand on fait des textes trop pointus, il y a toujours de "bons esprits" qui s'arrangent pour les



tourner. Je suis très attaché au principe de la liberté des conventions, qui est un fondement de notre droit, de notre société, de notre démocratie. Je pense néanmoins que certaines situations dans le secteur distribution imposent de légiférer. C'est ce qui s'est passé pour la loi Royer. Mais la franchise n'en est pas là. Par contre, il est bon que les professionnels se fassent eux-mêmes une règle de jeu. C'est pourquoi j'encourage l'initiative de la profession. J'ai même un peu suggéré à ces professionnels qu'ils élaborent des contrats de franchise-type. Un franchisé qui signe un contrat-type peut considérer que ce contrat lui donne un certain nombre de garanties. Il faut respecter la liberté d'entreprendre, savoir légiférer s'il y a des excès. On peut respecter ces deux principes en essayant de fixer une règle du jeu par la voie conventionnelle.



**«F.M.» :** On reproche à la franchise d'être un système de distribution inflationniste. Comment considérer la franchise dans le cadre de la politique de désinflation du Gouvernement ?

**M.C. :** Cette critique s'adresse surtout à la distribution sélective que l'on confond trop souvent avec la franchise. Cela étant dit, je crois que tout ce qui tend à moderniser le commerce est beaucoup moins inflationniste que des structures immobilières, archaïques et surannées. L'inflation est un vieil archaïsme de la société française ; il remonte à Philippe Le Bel. Avoir une bonne rentabilité de structures rationnelles, c'est cela qui est anti-inflationniste.

**«F.M.» :** Alors que l'on est sorti de la période dite du "franchise boom", pensez-vous que la franchise française soit encore promise à un fort développement ?

**M.C. :** Elle a une marge de développement considérable. Les avantages qu'elle apporte sont indéniables. Certains secteurs, qui n'ont pas été pénétrés par la franchise, le seront. Je crois aussi que la franchise française va connaître un essor rapide à l'étranger.

**«F.M.» :** Le secteur distribution français se caractérise par un important clivage entre petits commerçants d'une part, et grands groupes de distribution d'autre part. A côté des deux

grands courants tente d'exister une troisième forme d'organisation du commerce : le commerce associé. Quelle importance accorde votre ministère aux différentes familles du commerce associé : coopératives de détaillants, chaînes volontaires, franchise, dans le secteur distribution de notre pays ?

**M. C. :** Le commerce associé me paraît pour le commerce traditionnel de détail une chance à saisir. En effet, pour que les petits commerçants améliorent leur formation professionnelle, leurs capacités de gestion, pour qu'ils accèdent aux nouvelles techniques de communication (informatiques et audiovisuelles en particulier), il faut qu'ils se groupent. On peut imaginer différentes formes d'organisation du commerce : les groupements de commerçants, les groupements d'achats, les coopératives d'exportation, etc. Tout ce qui permet de moderniser et de dynamiser le secteur distribution est positif. Se former, moderniser l'outil de production, se grouper... La franchise, de même que les autres familles du commerce associé, remplit ces trois conditions de la réussite du commerce.

**«F.M.» :** Quelle est votre approche du commerce associé ? Comptez-vous soutenir ses différentes composantes ?

**M. C. :** L'indispensable, c'est la modernisation. J'accompagnerai tout ce qui peut tendre à cette

modernisation. Mais ce n'est pas le ministre qui entreprendra cette modernisation à la place des commerçants. De même, je pense que l'on ne défendra pas le commerce de détail traditionnel, de proximité, uniquement en mettant des barbelés devant la grande distribution. Je crois que c'est l'ensemble de l'appareil commercial français qui doit être modernisé. Pour la grande distribution... c'est fait.

La franchise représente une amorce de modernisation du commerce de proximité. Mais il y a d'autres formes d'organisation du commerce possibles. J'encouragerai, par tous les moyens, ces autres formes, de telle façon que la modernisation soit une réponse aux mutations qui vont marquer la fin du XX<sup>ème</sup> siècle.

**«FM» :** Pensez-vous que le commerce associé va encore se développer dans les prochaines années, ou est-il arrivé à saturation ?

**M. C. :** Je pense qu'il va se développer dans des conditions que nous n'imaginons pas. Ce sera un mouvement au moins aussi important que celui de la grande distribution. Bien entendu, ce mouvement ne se réduit pas à la franchise. Il comprend toutes les formes de groupements : groupements d'achats, coopératives...

**«FM» :** Vous pensez donc que le petit commerçant traditionnel est condamné ?

**M. C. :** *Il n'est pas condamné parce qu'il est petit, mais il peut l'être s'il confond archaïsme et tradition. Obligatoirement, on assistera d'ici à la fin du siècle à un renouvellement des entreprises commerciales. Déjà, je constate l'apparition d'une nouvelle génération de commerçants.*

**«FM» :** *Comment arbitrer entre les grands groupes de distribution dynamiques et le petit commerce traditionnel ? Peut-on être le défenseur de l'un, sans être l'adversaire de l'autre ?*

**M. C. :** *Si j'entre dans le conflit idéologique, historique et politique qui oppose les petits commerçants aux grands distributeurs, je me comporte en fantassin de la Guerre de Cent ans. Quand j'explique aux commerçants que le petit commerce de détail ne sera défendu qu'en se modernisant, en se formant et s'informant ; qu'au contraire, il subsistera peut-être, mais ne progressera pas, le message est bien reçu s'il s'adresse à l'intelligence individuelle des gens. Mais il est plus difficile à faire passer sur un plan collectif car on se heurte alors à certains comportements corporatistes. On retrouve là un problème que l'on rencontre à tous les niveaux de la société française ; la vieille querelle des anciens et des modernes, des archaïques et des gens qui avancent.*

*Dans cette querelle, sans vouloir écraser les anciens ni leurs vertus, je me situe résolument dans le camp des modernes, soucieux de faire sortir les gens de cet archaïsme.*

**«FM» :** *La loi Royer n'est-elle pas une expression de cette querelle ?*

**M. C. :** *Tout à fait. C'est une expression "des années 73" date de la loi d'orientation, avant le premier choc pétrolier. Il faut avoir un bandeau sur les yeux pour ne pas voir que le monde a changé depuis 1973.*

*Il faut savoir s'adapter aux réalités nouvelles, et cela consiste aussi à ne pas faire, autour de la loi Royer, une querelle purement idéologique.*

*Essayons de concilier le développement de la grande distribution et celui du commerce traditionnel par une notion d'équilibre qui prenne en compte la nouvelle situation de notre économie : une croissance plus faible, un développement urbain différent. Il s'agit de rapprocher les préoccupations du développement com-*

*mercial, du développement économique général et du développement urbain. Je crois que, pour son temps, la loi Royer a été utile. Elle a permis d'encadrer le développement de la grande distribution sans l'entraver.*

**«FM» :** *Que proposez-vous pour adapter la loi Royer aux nouvelles réalités ?*

**M. C. :** *La réalité m'oblige à constater qu'il y a des problèmes différents sur le terrain ; il faut les traiter en se gardant de croire qu'une loi valable pour l'ensemble du territoire plus un abaissement uniforme des seuils réglera la question. Il faut coller au terrain, mais cela ne veut pas dire faire du coup par coup. Mon idée est au contraire de traiter l'urbanisme commercial comme l'urbanisme. Des schémas de développement élaborés au niveau départemental pourraient permettre de définir des seuils modulés en fonction de la situation concurrentielle locale. Mais je veux que ces seuils soient soumis à l'approbation du ministre, en concertation avec les pouvoirs locaux pour éviter les blocages. Je veux mettre un peu de logique dans ce problème, tout en sachant qu'il n'y aura jamais de système parfait.*

**«F.M.» :** *Par rapport à l'ancien système de la loi Royer, qui détiendra le pouvoir de décision ?*

**M. C. :** *Il faut que ce soit un vote de la Commission départementale, avec une possibilité d'appel devant le ministre, comme cela existe actuellement.*

*Je ne veux pas réformer de fond en comble la loi Royer ; je veux l'adapter aux réalités nouvelles, supprimer des abus qui sont évidents et essayer d'aboutir à un certain consensus autour de ce que doit être l'urbanisme commercial. Une réflexion à froid, préalable à l'examen du dossier, devrait être de nature à éliminer les litiges les plus grands.*

**«FM» :** *Peut-on savoir à quelle période le projet de réforme de la Loi Royer sera présenté au Conseil des ministres ?*

**M. C. :** *J'ai lancé une vaste concertation et il y a eu des propositions. Au sein de mon ministère a été préparé un projet de texte. Il y aura, cela va de soi, des arbitrages. Le sujet est suffisamment explosif pour que le Gouvernement prenne le temps de la réflexion.*

**Patrick FAURE ●**

## BREVES INFOS

### Accords de régulation des prix de divers services

Le comité national des prix, réuni le 9 mars, a été consulté sur les projets d'arrêtés parus au «Bosp» du 10 mars, entérinant des accords de régulation conclus avec des organisations professionnelles sur des prestations de services. Ces accords prévoient des hausses de 4,25 % et 4,5 % pour 1984 en deux étapes, pour les tarifs de déménagement, de la réparation automobile, des vétérinaires, des soins esthétiques, des cinémas, de la réparation et de l'entretien de l'horlogerie et de la bijouterie. Par ailleurs, un arrêté autorise les cliniques non conventionnées à pratiquer les hausses déjà autorisées pour les cliniques conventionnées.

Enfin, le Comité a été informé de la publication d'une liste complémentaire d'engagements de lutte contre l'inflation portant à 278 le nombre d'engagements signés. Les principaux produits concernés par la nouvelle publication sont alimentaires : confitures (4,25 %), chips (4 %), pommes de terre surgelées (clause de répercussion de l'évolution des matières premières dans certaines limites).

### Création d'un centre d'information et de recherche du commerce associé

Les deux organismes de formation émanant de la Fédération française des chaînes volontaires (le Centre de recherche et de perfectionnement du commerce indépendant organisé) et de la Fédération française du franchising (l'Institut de recherche et de formation de la franchise), viennent de s'associer pour créer un Centre d'information et de recherche du commerce associé qui aura pour première tâche d'informer les chambres de commerce et d'industrie, les chambres de métiers, les banques et les écoles de commerce des possibilités de développement que constituent ces deux formes d'association.