

## AFFAIRES

# Choisir une franchise

Quelques pistes pour faire le bon choix parmi les sept cents chaînes de franchise qui existent actuellement en France.

**L**e commerce en franchise semble attirer de plus en plus de particuliers qui souhaitent lancer une affaire. Dans son principe, la formule a effectivement de quoi séduire. Moyennant le paiement d'un droit d'entrée, d'une redevance (calculée sur le chiffre d'affaires) et l'aménagement d'un magasin aux normes établies par le franchiseur, on profite d'entrée de jeu de la notoriété d'une enseigne, de campagnes de publicité régionales ou nationales, d'une source d'approvisionnements réguliers. Pourtant, il ne faut pas se le dissimuler, chaque année plusieurs dizaines de réseaux disparaissent. Il n'existe actuellement en France aucun cadre juridique pour la franchise. Quiconque peut, en effet, du jour au lendemain, se déclarer franchiseur et fournir sur son activité les seules informations que bon lui semble. Un contraste particulièrement frappant avec d'autres pays lorsqu'on sait qu'aux Etats-Unis, par exemple, la loi oblige le franchiseur à faire état de son expérience professionnelle, de son bilan, des litiges soumis aux tribunaux au cours des sept dernières années, des dépôts de bilan survenus pendant cette période, etc. Toutes sortes d'obligations qui n'ont pas cours en France.

Il convient donc, avant de se lancer, de demander à un franchiseur le maximum de renseignements sur son activité : bilans (toujours disponible au greffe du tribunal de commerce du siège du réseau, en cas de refus), liste complète des franchisés à comparer à celles d'il y a deux ans — un bon moyen de vérifier que leur rotation n'est pas aberrante —, références bancaires et

antécédents professionnels. Il convient aussi de bien assimiler cette règle des banquiers pour qui un franchiseur commence à être crédible lorsqu'il a respecté la règle des «trois-deux». C'est-à-dire lorsqu'il a testé lui-même sa formule dans trois centres pilotes pendant deux ans avant de constituer un réseau de franchise. Il s'agit, en effet, d'éviter de jouer les cobayes d'un entrepreneur qui chercherait habilement à vous faire assumer le risque financier à sa place.

Au cours de notre enquête, nous avons constaté, y compris chez les franchiseurs réputés pour leur sérieux, une nette tendance à présenter des comptes d'exploitation prévisionnels pêchant par un optimisme excessif. Il nous a suffi pour cela de confronter les hypothèses qui nous étaient données à la réalité telle que la vivent les membres d'un réseau. Une démarche que tout candidat à la franchise doit d'ailleurs impérativement s'imposer. Bien souvent, le niveau des loyers et des frais de personnel ne correspondaient pas à l'importance du chiffre d'affaires prévu. Peut-on, par exemple, comme nous l'a affirmé un franchiseur spécialisé dans le domaine de l'épicerie fine, réaliser un chiffre d'affaires annuel de quatre millions de francs en exploitant seul son magasin avec l'aide ponctuelle d'un intérimaire dont le salaire annuel est évalué à 44.000 francs ? Pour avoir contacté des membres de ce réseau, qu'il nous soit permis d'en douter !

L'expérience le montre, ce sont les franchises dites de production qui posent le moins de problème. C'est à travers elles qu'un fabricant diffusera ses produits. Son intérêt évident est donc de s'appuyer sur un réseau performant de distribution. Ces franchises, qui ont fait la preuve de leur

savoir-faire et de leur pérennité au fil des ans, opèrent dans le textile, les produits de beauté ou encore l'épicerie fine. Citons Descamps, Rodier, Daniel Hechter, Coryse Salomé, Simone Mahler ou Comtesse du Barry. Revers de la médaille : ces franchiseurs exigent le choix d'un emplacement de toute première qualité dont les prix évolueront le plus souvent entre un et deux millions de francs. Mais il est évident que la stabilité financière de ces structures ne signifie ni que la fortune soit assurée pour leurs franchisés, ni que l'on ait affaire à des philanthropes.

Comparativement, les franchises de distribution sont réputées moins stables que les précédentes, ce qui n'exclut pas pour autant de belles réussites comme Alain Afflelou (optique) ou Geneviève Lethu (Arts de la table). Ici, le franchiseur n'est plus un fabricant, mais un intermédiaire qui gère une centrale d'achat auprès de laquelle s'approvisionnent les membres du réseau.

Plus fragiles encore, les franchises de service sont celles où l'on enregistre le plus de problèmes. Disposant souvent de capitaux propres insuffisants, il arrive qu'elles ne puissent survivre à une crise de croissance. Les cas de réseaux qui implorent sont les plus nombreux dans ce secteur : Plein Pot (repris par Shell), Prontaprint et Copy 2000 (imprimerie rapide), Acte (location de bureaux).

Dans un prochain numéro du Revenu Français, nous passerons les principales chaînes de franchise au banc d'essai. Cette première analyse avait pour but d'attirer votre attention sur quelques garanties élémentaires dont il convient de s'entourer avant de se décider à signer un contrat. □