

# La vérité sur la franchise

La franchise est-elle une solution pour la profession pharmaceutique qui traverse de grandes difficultés ? La question s'est posée dans les allées du salon, consacré à ce système contractuel qui lie une enseigne et des entrepreneurs indépendants, le week-end dernier à Paris. Surprise ! si elle a trouvé d'ardents défenseurs (responsables de groupements, avocats spécialisés), la franchise ne semble pas séduire les pouvoirs publics et même la Fédération française de la franchise (FFF) lorsqu'il s'agit de l'adapter à des officines.

**LES** salons de coiffure Jean-Louis David, les chocolats Jeff de Bruges, les magasins La Vie Claire, les boutiques l'Herbier de Provence, les agences Uni Inter, les hôtels Akéna, les laboratoires Photo Express, les papeteries Plein Ciel, les garages Speedy, des fast-food Burger King... Le Parc des expositions de Paris avait des allures de centre commercial ou plutôt de centre ville le week-end dernier. Toutes ces marques, et bien d'autres, appartenant aux secteurs de l'équipement de la maison, de l'hôtellerie, de la restauration, du prêt-à-porter, des services... étaient représentées à la porte de Versailles. Leur point commun ? Toutes sont des enseignes de

franchise ou de réseaux commerciaux, qui constituaient l'objet de ce salon.

### 6 % de l'activité du commerce du détail

Championne incontestée de ce système commercial, la France détient la première place européenne, avec quelque 600 réseaux et 33 000 franchisés. Elle a enregistré l'année dernière un chiffre d'affaires supérieur à 140 milliards de francs, soit 6 % de l'activité du commerce de détail. Au niveau mondial, elle est battue uniquement par les Etats-Unis.

Collaboration étroite et



Christian Babusiaux, directeur de la Concurrence et de la Consommation : « La franchise pourrait être une solution pour aider les jeunes qui s'installent ou les titulaires en difficulté. Mais il faudrait s'assurer qu'il n'y a pas d'incompatibilité entre ce système et la déontologie de la profession. »

contractuelle entre une enseigne et plusieurs commerçants indépendants, la franchise permet à des entrepreneurs isolés de bénéficier d'une marque, d'un savoir-faire, de services et de produits, qui leur forgent une identité bien distincte de celle de leurs concurrents.

Tous les secteurs d'activité du commerce ont éprouvé ce système et l'ont adopté. Tous ? A l'exception de la pharmacie, dernière corporation irréductible. Mais pour combien de temps ? « Dans deux ans, il y aura des pharmaciens, présents comme exposants, sur ce salon », assure Olivier Gast, avocat spécialisé dans les problèmes juridiques de franchise.

### Les réserves du Conseil de l'Ordre

La prévision est catégorique, mais peut-être un peu optimiste. Le Conseil de l'Ordre n'a jamais caché que, s'il acceptait les groupements d'achat, il s'opposait fermement à la constitution de centrales dites de vente, le contrat qui lie le franchiseur à ses franchisés constituant une entrave à l'indépendance de chaque officinal. « Mais, on peut être libre et dépendant », affirme Olivier Gast. Faire du business et respecter sa déontologie ne sont pas contradictoires. Les Anglo-Saxons, eux, l'ont bien compris.

Si ce système était adapté au milieu de la pharmacie d'officine, la franchise ne pourrait interférer sur le médicament, reconnaît pourtant M<sup>e</sup> Gast, qui estime que les groupements d'achat, dans la profession, sont arrivés à saturation.

« Ils ne peuvent plus évoluer, dit-il. S'ils veulent passer au niveau supérieur, ils devront se transformer en franchise. »

Dans cette optique, Jacques Ambonville, le directeur de l'Expansion France du groupe OCP, animateur de Pharmactiv, un groupement qui n'a jamais fait mystère de sa volonté de se transformer en enseigne, était là en quête d'informations. Persuadé que la franchise peut représenter l'une des solutions, Jacques Ambonville s'est montré particulièrement intéressé, notamment dans la standardisation des points de vente.

« Tout en respectant l'identité de chacune, il est important qu'un client qui entre dans nos pharmacies perçoive un air de famille », estime-t-il. Pharmactiv réfléchit actuellement à un tel concept qui pourrait constituer la base d'un réseau

### La prudence du ministère

Du côté des pouvoirs publics, la franchise ne paraît pas être la panacée, susceptible de résoudre tous les problèmes de l'officine. Christian Babusiaux, le directeur de la Concurrence et de la Consommation (DGCC) au ministère de l'Economie et des Finances, s'est montré très prudent face à un éventuel développement de ce système. « La franchise pourrait être une solution pour aider les jeunes qui s'installent ou les titulaires d'une officine qui connaissent de grandes difficultés. Il y a dans la franchise une transmission d'un savoir-faire qui peut être très utile. Mais, a-t-il prévenu, il faudrait avant de se lancer s'assurer qu'il n'y a pas d'incompatibilité entre ce système et la déontologie de la profession. L'officine est un lieu de santé. Si elle perdait son individualité, elle pourrait devenir trop commerciale. D'autre part, la pharmacie est un service public, elle se doit d'assurer le même service sur tout le territoire, en fournissant les mêmes produits aux consommateurs. Il faudrait donc bien étudier ces projets avant de se lancer. »

A la Fédération française de la franchise (FFF), l'un des responsables, pourtant un ardent défenseur de ce système, a émis aussi de sérieux doutes sur l'opportunité d'appliquer cette méthode sur la pharmacie. « Cela me paraît très compliqué », a-t-il déclaré.

Pourtant, rien ne presse. Une loi, souvent énoncée, mais inscrite sur aucun document officiel, veut qu'une franchise avant de se lancer à la conquête du marché, doit être testée sur trois magasins pendant deux ans. Si vraiment les pharmaciens veulent passer l'acte dans ce domaine, on peut donc prendre rendez-vous pour mars 1994. Pas avant.

Philippe JOUSSERANT