Franchise : l'Industrie à son tour

A l'heure où les PME / PMI se tournent vers le partenariat d'entreprise, et lancent des actions dans ce domaine, l'Université Européenne de la Franchise (UEF), présidée par Maître Olivier Gast, a créé récemment une commission Franchise Industrielle, dont l'objectif est de promouvoir le concept du franchisage dans le monde des industries.

Cette création repose sur un postulat : la franchise ayant réussi à bouleverser le monde du commerce et de la distribution, pourquoi ne bouleverserait-elle pas certains secteurs industriels. Ce défi de l'UEF se justifie-t-il ? A notre sens oui, particulièrement dans le cadre de la coopération-exportation. En effet, la franchise industrielle était à l'ordre du jour lors de la troisième convention de Lomé, les états d'Afrique des Caraïbes et du Pacifique étant demandeurs de cette forme de coopération industrielle.

Exporter son savoir-faire

De nombreux industriels ont déjà utilisé la franchise : ainsi Coca-Cola, Pepsi-Cola, Yoplait, Standard, Cofram, ...

En quoi consiste le franchisage industriel ? C'est une forme de collaboration et d'assistance continue entre des entreprises juridiquement indépendantes par laquelle une entreprise (le franchiseur) concède à une autre (le franchisé), moyennant une rémunéra-

tion, un savoir-faire et un ensemble de techniques pour la fabrication de produit qu'il commercialise sous la marque du franchiseur.

Le franchisage industriel suppose la mise à disposition du franchisé des éléments suivants :

- 1) une licence du brevet,
- 2) une licence de marque,
- 3) La fourniture d'un savoir-faire,
- 4) l'assistance avant le démarrage de l'unité,
- 5) la formation du personnel du franchisé,
- 6) l'assistance technique pendant toute la durée du contrat,
- 7) une assistance au niveau de la gestion
- 8) une assistance à la commercialisation des produits fabriqués
- 9) la mise à la disposition des équipements de production.

En contrepartie le franchisé doit :

- 1) payer un droit d'entrée en redevance forfaitaire initiale
- 2) acquitter une redevance proportionnelle au chiffre d'affaires annuel pendant toute la durée du contrat
- 3) financer son investissement
- 4) fabriquer les produits

selon les techniques du franchiseur

- 5) promouvoir les produits ainsi fabriqués
  - 6) disposer d'un personnel suffisamment qualifié
  - 7) connaître le marché sur lequel il va s'implanter
  - 8) respecter l'image de marque des produits
- On voit que la définition des obligations réciproques des partenaires en franchise industrielle diffère peu de ce que nous connaissons déjà pour la franchise commerciale classique.

Une collaboration mutuellement avantageuse

Les avantages de la formule sont, pour le franchisé :

- a) Le maintien de son indépendance juridique et financière,
- b) Le bénéfice d'un savoir-faire et de techniques de fabrication préalablement expérimentés,
- c) L'assurance d'une assistance continue,
- d) La fabrication et la commercialisation de produits sous une marque de notoriété nationale ou internationale,
- e) L'appui du franchiseur au niveau technique, commercial, marketing et de la gestion,
- f) Eventuellement la résolution du problème de l'approvisionnement en matières premières,
- g) Le bénéfice d'un contrat de durée déterminée certes, mais accompagné d'une très forte probabilité de renouvellement (généralement le contrat

de franchise industrielle est conclu pour une durée de 10 ans).

Pour le franchiseur, les avantages consistent en :

- a) L'assurance d'un développement national ou international sans en supporter le financement,
- b) L'accroissement de la notoriété de la marque,
- c) Le bénéfice d'un nouveau marché,
- d) L'augmentation de ses ressources financières afin d'amplifier son développement national ou international,
- e) Eventuellement, le développement de la vente de ses matières premières
- f) Si le franchisage est contracté avec un partenaire d'un pays en voie de développement, la participation à cet effort.

Les clés de la réussite

Pour réussir, le franchiseur industriel doit veiller à ce que diverses conditions soient remplies. Il lui faut :

- étudier le marché local : les produits doivent satisfaire les besoins fondamentaux des populations locales et, si possible, se substituer aux importations ;
- choisir avec soin le site d'implantation : les installations et équipements doivent être faciles à monter, conduire et entretenir ;
- recruter du personnel compétent et donc, à défaut de main d'oeuvre qualifiée sur place, faire jouer son potentiel de

Dossier

BUSINESS entreprise : n°3 ; mai -
avril 1985