



I ENCONTRO NACIONAL DOS PROFISSIONAIS DO COMÉRCIO

SALÃO DO FRANCHISING E DO COMÉRCIO

FORUM PICOAS

27, 28, 29 DE OUTUBRO 1989

P. 3

F R A N C H I S E L A N D L I S B O A

27 DE OUTUBRO DE 1989

-FORUM PICOAS-

Av. Fontes Pereira de Melo
1000 LISBOA
PORTUGAL

9:30 RECEPÇÃO DOS PARTICIPANTES

9:45 ALOCUÇÃO PELO PRESIDENTE DA SESSÃO

Dr. A GASPAR - Advogado - Presidente do Conselho
Distrital de Lisboa da Ordem dos Advogados.

APRESENTAÇÃO DOS ORADORES E INTRODUÇÃO

10:00 Dr. Rogério TAVARES - Advogado - Presidente da A.P.F.-
Secretário da Comissão Franchise da U.I.A.- Membro do
Comité Jurídico da F.E.F.- " Special Representative" da
I.F.A. para Portugal.

10:30 O CONTRATO DE FRANCHISE -Princípios fundamentais-

Dr. Carlos OLAVO - Advogado - Agente da Propriedade
Industrial- Professor de Direito Comercial na Faculdade
de Direito da Universidade Internacional de Lisboa.

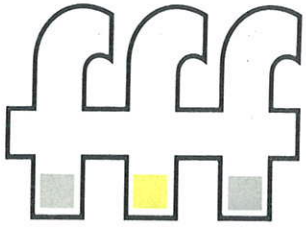
11:15 INTERVALO

11:30 CONCORRÊNCIA E FRANCHISE EM PORTUGAL

12:15

Dr. Nuno RUIZ - Advogado - Assistente na Faculdade de
Direito da Universidade de Lisboa (F.D.L.) - Membro do
Conselho da Concorrência .

- 12:15 PERGUNTAS/RESPOSTAS
12:45
- 12:45 ALMOÇO LIVRE
14:30
- 14:30 DEONTOLOGIA DA FRANCHISE
15:15
Madame Chantal ZIMMER-HELOU - Delegada Geral da
Federação Francesa da Franchise
- 15:15 INTERNACIONALIZAÇÃO DA FRANCHISE
16:00
Me. Olivier GAST - Advogado em Paris - Presidente da
Comissão Franchise da U.I.A. - Presidente da
Universidade Europeia da Franchise (I.P.F. Colmar
França).
- 16:00 A MASTER FRANCHISE : Técnica de implantação privilegiada
em Portugal
Mesa Redonda animada pelo Dr. Rogério TAVARES com a
participação de Me. Olivier GAST, Dr. Nuno RUIZ, Dr.
Carlos OLAVO e Mme Chantal ZIMMER-HELOU.
- 17:30 Visita do "SALÃO DO FRANCHISING E DO COMÉRCIO"



FEDERATION
FRANCAISE DE
LA FRANCHISE

N/REF : IG/ZG - 834
Paris, le 3 Novembre 1989

MISSION D'ÉTUDES ET DE PROSPECTION EN ESPAGNE ET AU PORTUGAL 23 - 28 Octobre 1989

COMPTE - RENDU

La mission d'études et de prospection s'est déroulée du 23 au 26 Octobre en Espagne avec pour destination Madrid et Séville et du 26 au 28 Octobre au Portugal, plus précisément à Lisbonne.

Les réseaux participants à cette mission étaient les suivants : CAGEM:EMBALDECOR, CATIMINI, COPY 2000, CREDIT LYONNAIS, HYPROMAT, POINT COMPO, Me Olivier GAST, Me Jean-Marie LELOUP, Me Catherine SERVOLES-ZAMBEAUX, Mme Isabelle GUEURY (FFF).

En Espagne, le programme a été élaboré par la Fédération Française de la Franchise en collaboration étroite avec les Postes d'Expansion Economique de Madrid et Séville, les Chambres de Commerce également de Madrid et Séville et la Banco Popular.

Se sont ainsi tenus colloques d'information, tables rondes entre partenaires de la Franchise et rendez-vous avec des partenaires potentiels pour les entreprises présentes.

Au Portugal, la mission s'est rattachée à FRANCHISELAND, vaste opération organisée par l'U.I.A. (Union Internationale des Avocats) avec la participation de la Fédération Française de la Franchise et a participé au 1er Salon du Commerce et de la Franchise de Lisbonne.

La journée du 23 Octobre a démarré par une réunion au Poste d'Expansion Economique de Madrid durant laquelle M. HOYOIS, Attaché Commercial, Chef de la section économique, en expose le déroulement de la mission et la mentalité actuelle de l'Espagne face aux entreprises étrangères de plus en plus nombreuses à s'intéresser au marché espagnol : l'Espagne est en pleine mutation ; concurrence et compétence sont désormais les deux nouvelles clés du marché ; le consommateur recherche de plus en plus qualité et spécialisation.

Ont suivi des entretiens individuels avec les experts sectoriels du Poste d'Expansion Economique correspondant aux secteurs des entreprises présentes.

L'après-midi est consacré à un important colloque sur l'environnement économique, juridique, immobilier, financier de la Franchise en Espagne, auquel ont participé : Sr D. José Luis BLANCO de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Madrid; Sr Miguel de CASTRO, Secrétaire Général de la Fédération Espagnole de la Franchise ; Sr Eduardo CARRASCAL de la Banco Popular Espanol; Sr Tomas HERREROS MILA, Expert Comptable ; Sr PROL , Prol Asociados, Avocat ; Sr Cyril FREMIOT, société Frecin - Consultant immobilier ; Mr Alain HOYOIS , Attaché Commercial Ambassade de France ; Sr Laurent LAVRIL, Spécialiste du Marketing et de la Promotion de la société YCA.

Depuis début 86, l'Espagne n'est plus isolée. C'est, pour la France, une chance à condition de bien saisir les règles du jeu.

Premier client de l'Espagne, la France est aussi son second fournisseur. Elle est le premier partenaire commercial de la Péninsule. Le marché est en forte croissance et les opérateurs de l'économie espagnole ont besoin des autres.

L'Espagne, d'un point de vue économique, prend tous les raccourcis. Elle se dote des innovations les plus récentes, sans passer par des stades intermédiaires et gagne un temps précieux : l'Espagne décolle.

Le contexte espagnol est très favorable à la Franchise, celle-ci répondant à un besoin de restructuration de la distribution, à un développement d'une politique de marque du marché et à une démarche du consommateur. D'autant plus qu'il est prévu que plus de 15% des commerces, le plus souvent de structure familiale, vont disparaître.

Actuellement la Franchise représente : 500 milliards de pesetas soit 1% du commerce de détail. On compte 185 franchiseurs, dont 50% étrangers et 15 000 points de vente en franchise.

La Franchise se heurte actuellement à la méconnaissance des entreprises et au farouche individualisme des Espagnols.

D'un point de vue immobilier, en ce qui concerne Madrid, des quartiers bien privilégiés s'offrent à la Franchise de distribution : Salamentra, Chambéry, quartier del Sol, Grand Via ou zone Azca. Les loyers s'échelonnent entre 5 000 et 15 000 pesetas/m² par mois.

On voit apparaître également de plus en plus de centres commerciaux ou des galeries commerciales à thème spécialisé. A noter que la profession des agents immobiliers est très mal organisée.

En matière de marketing et promotion, les Espagnols ont une très mauvaise connaissance des techniques malgré une grande créativité espagnole, sensibilité espagnole très forte au jeu, importance des relations humaines; très gros marché du cadeau d'entreprises ; média régionaux très bien implantés et à très forte pénétration ; développement très important du marketing direct ; investissement moyen des entreprises pour la promotion : 15%... Ils font peu de différence à ce niveau entre investissement et défense.

L'environnement juridique de la Franchise est très similaire à celui de la France. Il est à noter qu'il existe peu de jurisprudence en matière de franchise (concerne en général des problèmes de marque) et que les Franchisés espagnols respectent très bien leur contrat avec leur Franchiseur.

L'Expert comptable précise que le droit d'entrée en principe est exigible à la signature mais on peut imaginer toutes sortes d'arrangements; pour la redevance, il est préférable de prévoir un minimum annuel. Il faut savoir également que la comptabilité au noir subsiste fortement en Espagne et que le Franchiseur aurait avantage à se baser sur le patrimoine et la personnalité de son interlocuteur, plus que sur les états financiers parfois bien mouvants.

Le colloque se termine sur un large échange d'idées et d'expériences entre intervenants et participants.

La journée du 24 Octobre est consacrée aux rendez-vous individuels pour chaque enseigne avec des entreprises venues de toutes les régions d'Espagne, au siège de La Banco Popular. Parallèlement se déroule une réunion pour les avocats et l'organisme financier participant à la mission, organisée par la Fédération Espagnole, avec des Franchiseurs Espagnols.

Départ en fin de journée pour Séville.

Autre ville, autre marché.

L'Andalousie a ses spécificités. D'autant plus que dans moins de trois ans s'y tient l'Exposition Universelle qui implique pour cette région un énorme bond en avant.

La journée du 25 Octobre démarre par un colloque à la Chambre de Commerce de Séville auquel participent : D. Ramon CONTRERAS RAMOS, Vice-Président de la Chambre Officielle de Commerce, d'Industrie et de Navigation de Séville ; D. Roberto ALES PEREZ, Président de la Commission pour le Commerce Intérieur, Membre de la Chambre Officielle de Commerce, d'Industrie et de Navigation de Séville ; Mme Cristina SALDAGO, Chef du Service Artisanat et Promotion Commerciale, Junta d'Andalousie ; M. Juan MOYA, IEF Consultores.

L'Andalousie est la région d'Espagne qui, depuis ces dernières années, enregistre le plus fort taux de croissance (en 88, 7% contre 5% de moyenne en Espagne). Ce dynamisme s'explique par des facteurs conjoncturels et structurels favorables : mise à niveau par rapport à l'Espagne et aux autres pays de la CEE ; concours financiers très importants du gouvernement central et de la CEE ; agriculture performante ; capital touristique ; industrie qui, grâce à une politique visant à attirer les investisseurs étrangers, retrouve un nouveau dynamisme.

Ajoutons enfin que les principaux responsables du pouvoir central sont originaires d'Andalousie, ce qui explique l'impulsion considérable que donne le gouvernement en faveur de cette région.

Les sociétés françaises montrent un intérêt croissant pour l'Andalousie. Outre les grandes entreprises (ex: dans la distribution : Carrefour et Continent; dans l'agro-alimentaire : Lesieur, Bongrain, Sodimat), on note également la présence de PME et le développement de leurs actions.

A ce colloque, de nombreuses entreprises andalouses, curieuses de la franchise française, étaient présentes. Elles ont pu ainsi rencontrer, en qualité d'investisseurs potentiels, les enseignes françaises venues avec la Fédération Française de la Franchise. Des contacts fort prometteurs pour les entreprises ont ainsi été pris .

En fin de journée, les entreprises ont également visité des emplacements et, pour la distribution, les principales artères commerciales de la ville.

La mission ne pouvait se rendre à Séville sans passer par le site d'Expo 92, l'exposition universelle prévue pour 1992 à Séville. Ce vaste projet génère d'énormes travaux d'infrastructures (ponts, autoroutes, capacité d'accueil, etc...) et de modernisation de la ville.

L'exposition, qui a pour thème "L'ère des découvertes" s'étendra sur 215 hectares. Sont prévus plus de cent pavillons correspondant aux pays (80), aux organisations internationales, aux entreprises, aux communautés autonomes d'Espagne (17).
Inauguration prévue le 20 Avril 1992...et pendant 6 mois plus de 18 millions de visiteurs seront attendus.

Ainsi s'achève la mission d'études et de prospection en Espagne.
Première approche, premiers contacts avec une Espagne en pleine expansion. Une démarche positive et des perspectives d'ouverture de marché importantes pour les Franchiseurs français.

A l'année prochaine Espagne, Bonjour le Portugal !

Le programme de la mission au Portugal a été monté en étroite collaboration avec la Fédération Portugaise de la Franchise.

Le 27 Octobre se tenait FRANCHISELAND 89, organisé par l'Union Internationale des Avocats avec la participation de la Fédération Française de la Franchise, opération d'envergure de promotion de la Franchise qui a pour objectif prioritaire d'éduquer les entrepreneurs de la Franchise et d'harmoniser les discours de la Franchise dans toute l'Europe.
Les participants à la mission ont ainsi pu assister à l'intervention de spécialistes de la distribution et du droit de la Franchise au Portugal.

Il en ressort que, malgré l'arrivée tardive de la Franchise dans ce pays, les observateurs assistent à une explosion de ce système. Le commerce portugais vit une période de transformation profonde et radicale. Les anciennes structures commerciales font place à des commerces nouveaux et l'aspect des grandes villes comme Lisbonne ou Porto se modifie terriblement.

La Franchise au Portugal présentent les chiffres suivants : 120 à 150 enseignes; 1200 à 1500 points franchisés ; un volume d'affaires de 90 millions de coutos environ (1 coutos = 100 écus).
Les secteurs commerciaux particulièrement développés en Franchise sont : produits alimentaires et boissons; vêtements et chaussures; cosmétiques; services; hôtellerie.
Les enseignes françaises présentes ont été surprises par la curiosité des entreprises portugaises et des journalistes économiques (ils ont ainsi pu rencontrer les principaux organes de presse), pour la Franchise française.

Il leur a suffi d'observer, à partir du stand qui leur avait été réservé dans le cadre du premier Salon du Commerce et de la Franchise de Lisbonne (du 27 au 29 Octobre) l'intérêt que leur a porté le public fort nombreux toute la journée du 28 Octobre, pressé autour des stands de la cinquantaine d'exposants portugais et du stand de la Fédération Française de la Franchise.
La FFF, porte - parole de la Franchise française et particulièrement de ses adhérents, y était très présente.

Plus de doute sur l'avenir de la Franchise française au Portugal pour les Franchiseurs français, si tant est qu'ils ne confondent pas Espagne et Portugal.
Le Portugal trop souvent considéré par la France comme une province d'Espagne, ne leur pardonnerait pas

En conclusion de cette mission d'études, les participants sont rentrés avec un dossier plein de contacts prometteurs et une information précise sur les marchés espagnols et portugais : "au moins six mois de travail mais une implantation certaine" conclue l'une des enseignes.

Nul doute également que la qualité et le sérieux des contacts engagés laissent à penser qu'ils se concrétiseront et poussent la Fédération Française de la Franchise à développer son action de sensibilisation auprès des enseignes françaises de telle sorte qu'une mission puisse repartir sur le sol ibérique l'année prochaine avec un panel d'entreprises plus large et plus diversifié.