

est-elle vraiment un Eldorado ?

Le franchiseur-affiliant ayant la maîtrise absolue des prix de vente, les coûts d'invendus, les frais de transport, de conservation et d'assurance des marchandises doivent également être à sa charge.

Pourquoi la choisir ?

Le textile n'est pas le seul secteur où se pratique la commission-affiliation. Monsieur Bizouarn, président de Meryal, réseau parapharmaceutique, a opté pour ce procédé lorsque certains laboratoires, comme Vichy, Phas et Roc, ont préféré traiter avec des commerçants en direct, sans passer par la centrale d'achat. "Notre référencement est très large, de 10 000 à 12 000 produits. Cette formule nous permet d'en rester propriétaire et de soulager l'affilié, qui n'a pas à se préoccuper de l'aspect tarifaire. En gérant le stock par informatique, nous sommes informés au jour le jour sur le chiffre d'affaires et l'état des ventes."

Commission-affiliation
Dépôt, par le fournisseur, de
marchandises dont le distributeur
n'est pas le propriétaire

La recette se pratique aussi dans le prêt-à-porter féminin haut de gamme. "Nous avons lancé la marque Julie Guerlande en franchise en 1991", indique Nathalie Mater, juriste du Groupe Zastera. "Devant les résultats frileux de certains magasins, la prise en charge des stocks par le Groupe a été décidée en 1994. Aujourd'hui, 30 magasins fonctionnent en commission-affiliation, 10 autres étant en succursales. La marque est également présente dans une quarantaine d'emplacement, sous forme de corner dans de grands magasins."

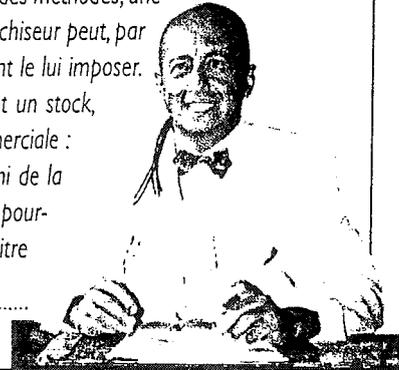
Le commerçant affilié, s'il n'a pas de liberté d'action sur les paramètres qui déterminent le produit, (prix, qualité, quantité), peut tout de même recruter et animer son équipe de vente à sa guise.

Le point de vue de l'expert

De son côté, Hubert Bensoussan apprécie assez peu ce procédé et le différencie nettement de la franchise.

"Le principe de la franchise "pure" est de permettre au franchisé de tirer un large profit du partenariat avec son franchiseur, son indépendance juridique et sa dépendance économique devant s'intégrer dans un intérêt commun. Il adhère à des idées, des méthodes, une marque, mais reste un commerçant indépendant. Le franchiseur peut, par exemple, lui conseiller le niveau des prix sans pour autant le lui imposer. L'affilié, lui, est dépendant à tous les niveaux. On lui met un stock, on le lui gère, le lui enlève, lui impose une politique commerciale : il n'y a là aucune souplesse. Le commerçant ne décide ni de la qualité, ni de la quantité, ni du prix de ce qu'il vend. C'est pourtant un chef d'entreprise à part entière, et doit à ce titre avoir une marge de manoeuvre."

Hubert Bensoussan
avocat membre du Collège des experts de la FFF



"La commission-affiliation va de plus en plus se heurter à l'esprit du droit communautaire, qui donne une liberté accrue aux commerçants", prévient l'avocat Hubert Bensoussan. "Les contrats vont nécessairement devoir évoluer. Ils incluront, par exemple, la possibilité d'ouvrir au franchisé le droit d'aller se fournir ailleurs à tout moment." Olivier Gast, lui aussi avocat et membre du Collège des Experts de la FFF, partage cet avis. "La stratégie de baser tout le réseau sur la commission-affiliation est très dangereuse. Pour garantir sa pérennité économique et limiter les risques de conflits entre le franchiseur et ses franchisés, un équilibre entre succursalisme, commission-affiliation et franchise "pure" serait une bonne solution." Ainsi, même si la commission-affiliation diminue la marge de manoeuvre de l'affilié, elle ne doit en aucun cas être un moyen pour le franchiseur de dominer ses affiliés, mais simplement une facilité de gestion financière. Nous ne le répéterons jamais assez, le futur commerçant désireux de se lancer

"La stratégie de baser tout le réseau sur la commission-affiliation est très dangereuse."

Olivier Gast,
avocat et membre du Collège des Experts de la FFF

L'affiliation permet une plus grande disponibilité commerciale

dans le monde de la franchise doit également bien lire et étudier le document d'information précontractuel, défini par la loi Doubin, que tout réseau est obligé de fournir vingt jours avant la signature du contrat. C'est en appliquant ce "doute méthodique" que le futur commerçant peut diminuer sensiblement les risques d'erreurs et de malentendus.

Lorys Lechevallier

