

## OLIVIER GAST : « LES AMÉRICAINS SONT DURS EN AFFAIRES... »

Vice-président de l'Université européenne de franchise, M<sup>e</sup> Olivier Gast, avocat, est un spécialiste du droit international de la franchise. Il a déjà aidé certains de ses clients à s'implanter aux USA, et possède une solide expérience des problèmes rencontrés outre-Atlantique par les franchiseurs français.

**DÉFIS : C'est difficile de s'implanter aux USA pour une chaîne de franchise française ?**

OLIVIER GAST : Très peu réussissent. Je ne vous donnerai pas de noms, mais les trois quarts se cassent la figure. Le drame, c'est que les Français en restent trop souvent au bricolage, au « système D », croyant qu'ils se débrouilleront toujours, alors que les Américains sont des « pros » qui ne font pas de cadeaux. C'est aussi que nous ne disposons pas d'un outil d'aide à l'exportation comme en ont les USA ou le Japon, pour épauler nos exportateurs, les appuyer sérieusement sur les marchés locaux, et leur éviter les erreurs. Les fonctionnaires en place dans les consulats et les ambassades ne sont ni motivés ni compétents. Édith Cresson a bien essayé de remédier à cette situation mais pas grand-chose n'a changé...

**Il est donc beaucoup plus difficile à des Français de s'implanter aux USA qu'à un franchiseur américain de venir ici...**

Oui, les Américains parviennent à gagner les consommateurs de presque tous les pays du monde à leurs produits, leur style de vie. Ils ont une vue mondiale de leur marché. Alors que le franchiseur français doit au contraire adapter ses produits, sa formule

de franchise au marché et aux consommateurs américains. Ceux qui ne le font pas échouent.

**Quelle est la meilleure formule ? Prendre un partenaire américain ?**

Certainement pas ! Si ça marche trop bien, il vous absorbera sans scrupules. Et si ça ne marche pas, il cassera le contrat sous un prétexte juridique quelconque avec la même mauvaise foi. Mieux vaut le savoir : les Américains sont très durs en affaires. Il faut disposer d'un cadre très compétent, bilingue, et commencer par l'envoyer passer plusieurs mois à étudier le marché, prendre des contacts aux USA. Ensuite monter un centre pilote, observer ses résultats, avancer prudemment. N'oubliez pas non plus que si votre chaîne prend une trop grande extension, vous risquez de voir un trust investir brutalement le créneau avec des millions et des millions de dollars. La concurrence est sauvage !

**Certains Etats offrent-ils davantage de facilités que d'autres ?**

Il est difficile de répondre systématiquement. Cela dépend du produit, des moyens financiers du franchiseur considéré. Sur le plan juridique, il est plus simple de s'installer en Floride ou au Texas, parce qu'il n'y a pas de « disclosure » (1) obligatoire dans ces Etats. Autrement dit, il n'y a que l'Etat fédéral qui puisse vous attaquer, vous mettre des bâtons dans les roues ; en vous demandant de respecter la « full disclosure law », et il y a relativement peu de chances qu'il le fasse. Sauf si un concurrent mécontent vous dénonce...

(1) Lois locales.