

La franchise

Levier de croissance des franchiseurs

Atout de la réussite des franchisés

LA RECHERCHE COMMUNE D'UNE MEILLEURE PRODUCTIVITE ET D'UNE RENTABILITE ACCURUE

La franchise a démontré qu'elle est un efficace levier de croissance pour les franchiseurs et un précieux atout de la réussite des franchisés. Sa contribution au développement économique est également reconnue, tant par le monde des affaires que par les autorités. Son apport, en termes de partenariats commerciaux, d'une part, et d'amélioration de l'offre commerciale aux consommateurs, d'autre part, est une évidence. Dans le cadre de la nécessaire collaboration

inter-entreprises, elle se fonde sur la recherche commune d'une meilleure productivité et d'une rentabilité accrue des divers partenaires qui font le choix de cette formule.

Evidemment, tout ne va pas toujours pour le mieux dans l'univers de la franchise, et la jurisprudence témoigne des difficultés qui demeurent encore à surmonter dans le cadre de certains contrats, en particulier au niveau de la pertinence de l'information donnée aux candidats-franchisés, du degré de subordination dans laquelle le franchisé se trouve parfois par rapport à son franchiseur, des modalités de résiliation du contrat de franchise,

de la clause de non-concurrence imposée au franchisé à la fin de son contrat. Mais l'arbre ne doit pas cacher la forêt et les difficultés qui apparaissent de façon ponctuelle, dans le cadre de certains contrats de franchise, ne peuvent pas occulter la très belle amélioration qualitative générale des relations entre les franchiseurs et leurs franchisés.

UNE DEFINITION CLAIRE ET UNE RESPONSABILITE COLLECTIVE

Pour bien situer toute réflexion sur la franchise, il n'est pas sans intérêt de rappeler la définition suivante: La franchise est une formule de





collaboration entre deux partenaires indépendants, et qui le demeurent dans le cadre du contrat qui les lie, selon laquelle l'un d'eux, le franchiseur, concède à l'autre, le franchisé, en contrepartie d'une rémunération, le droit d'exploiter, suivant des conditions définies par le contrat de franchise, une formule commerciale ayant fait ses preuves et concrétisée par une enseigne et un savoir-faire spécifique.

Ce n'est que si les rôles respectifs du franchiseur et de ses franchisés sont clairement définis dans le contrat et respectés dans la pratique, qu'une formule de franchise peut réussir. Il doit être clairement défini, dès le départ, que le franchiseur met à disposition un concept solide, original, ayant fait ses preuves dans le cadre d'au moins une unité pilote. Il doit aussi être clairement établi que les franchisés doivent être de véritables chefs d'entreprise ayant la volonté et la capacité de valoriser l'outil qui leur est confié. Ils doivent être porteurs d'une valeur ajoutée pour l'ensemble du réseau. Et il ne peut y avoir aucune ambiguïté sur le fait que le franchiseur doit faire la preuve préalable de la valeur du concept qu'il propose et doit réellement transmettre son savoir-faire à ses franchisés, sans restriction, s'engageant en outre à leur apporter durant toute la durée du contrat l'assistance que celui-ci prévoit. C'est

cette responsabilité collective qui constitue la véritable dynamique de la franchise. Il est évident, en effet, que le franchiseur ne peut en aucun cas donner une garantie absolue de succès à ses franchisés: dans le cadre de la franchise, le succès se construit en partenariat entre franchiseur et franchisé.

MATURITE CONFIANCE ET DYNAMISME

La progression de la franchise et le développement des réseaux s'expliquent par la maturité qui caractérise le secteur, par la confiance qu'il suscite, par le dynamisme qui est le sien. Cette tendance fondamentale s'explique également par la progression des résultats commerciaux enregistrés par ces réseaux de franchise. Et ces résultats sont également une résultante directe du concept lui-même, lequel libère les franchisés des contraintes administratives, des aspects techniques de la gestion d'entreprise, pour leur permettre de se concentrer de façon déterminante sur l'activité commerciale elle-même, qui leur a été confiée dans le cadre du contrat de franchise.

Cette disponibilité assurée au franchisé, complétée par un degré d'autonomie réaliste au niveau de chaque point de vente, signifie aussi une meilleure adéquation de l'offre de chaque point de vente franchisé à sa clientèle spécifique, et un apport

très réel de cette politique de proximité aux résultats de l'ensemble du réseau de franchise. Les franchisés, chefs d'entreprise à vocation locale, constituent dès lors un maillon fort dans l'ensemble du réseau, à côté des magasins propres du franchiseur. Naturellement, toute stratégie commerciale fondée sur l'exploitation d'un réseau de franchise implique, pour le franchiseur, l'obligation de maintenir, dans la durée, un juste équilibre entre ses succursales propres et les magasins franchisés de son enseigne. La consolidation de sa position sur le marché l'impose, la nécessité d'assurer la pérennité du réseau l'exige.

Pour toutes ces raisons, les relations entre un franchiseur et ses franchisés doivent être fondées sur la confiance, la concertation permanente, la sincérité, la loyauté, l'intégrité, le respect mutuel, la faculté d'écoute, la volonté de réussir ensemble, la prise en compte des intérêts de l'autre, un véritable esprit d'ouverture, sans oublier le respect du principe d'indépendance qui doit faire partie intégrante de cette interdépendance, si particulière et librement acceptée, qui caractérise la franchise. Car ce sont les valeurs des hommes et des femmes qui construisent et s'investissent dans une formule de franchise, qui en assurent aussi le succès.

Léon F. Wegnez