



LA FRANCHISE

# Se lancer en franchise



LA FRANCHISE

# PLAN D'INTERVENTION

- 1. Qu'est ce que la franchise ?**
- 2. Les droits et obligations des parties**
- 3. La FFF**



## ZOOM SUR LE COMMERCE

- **Le client/consommateur est avisé, exigeant**
- **La concurrence est vive**
- **Le métier est complexe**

Être commerçant aujourd'hui... requiert

- **Professionalisme**
- **Notoriété**

..... pour être performant



## DIFFERENTES FORMES DE COMMERCE

- Le commerce **indépendant isolé**  
= 1 patron – 1 magasin
- Le commerce **intégré**  
= 1 patron – plusieurs magasins
- Le commerce **associé ou organisé**  
= plusieurs patrons – plusieurs magasins
- Les **réseaux mixtes**  
= mélange intégré et organisé



### Commerce associé

Un **lien capitalistique**, un système horizontal

- Coopérative de commerçants



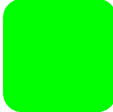

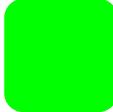

















### Commerce organisé

Un **lien contractuel**, des systèmes verticaux

- Licence de marque
- Concession
- Commission-affiliation
- Franchise – Master franchise



## LA FRANCHISE

	Enseigne (marque) commune	Achats groupés	Concept architectural	Savoir- faire	Exclusivité territoriale	Assistance
<b>Partenariat - licence de marque</b>						
<b>Concession</b>						
<b>Coopérative</b>						
<b>Commission affiliation</b>						
<b>Franchise</b>						

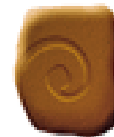
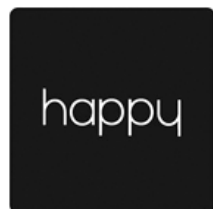


LA FRANCHISE

**La Franchise =  
le système le plus abouti du réseau  
contractuel**



## LA FRANCHISE



Cannelle



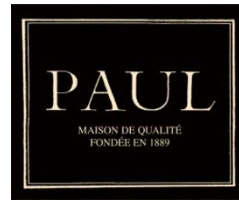


## LA FRANCHISE



## DESSANGE

PARIS





## POIDS ECONOMIQUE de la franchise en France

### *Quantitativement*

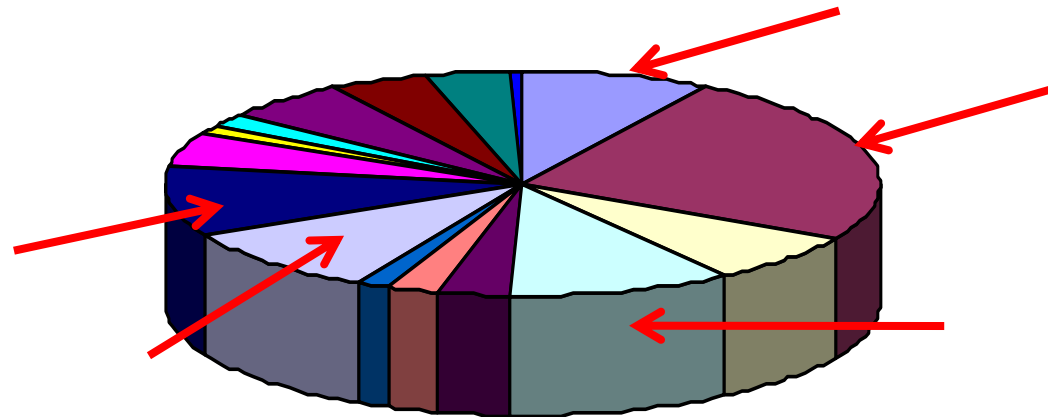
- 47 Milliards d'euros / 1234 réseaux / 49000 franchisés

### *Qualitativement*

- La franchise est présente dans tous les secteurs économiques
  - Franchise de produits : 49,8 %
  - Franchise de services : 50,2 %



## LA FRANCHISE



Equipement de la maison - 8,6%	Equipement de la personne - 24,1%
Alimentaire - 7,6%	Commerces divers - 9,8%
Services automobiles - 3,4%	Bâtiment - 2,1%
Nettoyage - 1,5%	Coiffure et esthétique - 9,7%
Autres services aux personnes - 9,8%	Services aux entreprises - 4,8%
Formation - 1,5%	Hôtels - 1,9%
Restauration rapide - 5,6%	Restauration classique - 4,2%
Immobilier - 4%	Voyages - 0,5%



## La franchise, une **ALLIANCE ABOUTIE**

Méthode de collaboration entre une entreprise, le franchiseur et plusieurs entreprises, les franchisés dans le but de dupliquer/réitérer un concept.

*« La franchise ne met pas en présence seulement **deux partenaires** sur le seul **plan du profit** mais prévoit entre eux une **coopération étroite** pour assurer par une action commune, le **succès** et le **développement de la marque pour le bénéfice de chacun**;  
Qu'il est certain que le succès dépend du sérieux et du dynamisme des intéressés. »*  
T.G.I. Paris 4 mars 1974



LA FRANCHISE

## Les FONDAMENTAUX de la franchise

Trois piliers du concept :

- Les signes de ralliement de la clientèle
- Le savoir-faire
- L'accompagnement technique et commercial



LA FRANCHISE

## Les SIGNES de RALLIEMENT de la clientèle

- La marque, l'enseigne
- Le concept architectural du point de vente
- Le système d'identité visuelle



LA FRANCHISE

## Le SAVOIR FAIRE

Ensemble d'informations pratiques brevetées ou non, résultant de l'expérience du franchiseur et testées par celui-ci, qui est secret, substantiel, identifié.

Sans savoir-faire, il n'y a pas de franchise



LA FRANCHISE

## Un ACCOMPAGNEMENT TECHNIQUE ET COMMERCIAL

- **Au montage du projet**
- **A l'ouverture de l'unité franchisée**
- **Durant la vie du contrat**



## le **FRANCHISEUR**

- A des droits sur une marque, une enseigne
- Possède un savoir-faire expérimenté
- Apporte une formation initiale et continue
- Apporte une assistance continue
- Contrôle le respect du concept par les franchisés
- Est responsable de la stratégie du réseau et de sa pérennité



LA FRANCHISE

## le **FRANCHISE**

- Est un entrepreneur indépendant
- Est responsable de l'exploitation du concept
- Réalise tout ou partie des investissements
- Est l'ambassadeur de l'enseigne
- Doit respecter le concept
- Adhère à l'esprit franchise et réseau



LA FRANCHISE

**AVANTAGES ET EXIGENCES**

**DE LA FRANCHISE**



## FRANCHISE : les AVANTAGES

1. Profite de l'effet d'enseigne, de la marque
2. Profite du savoir-faire (maîtrise professionnelle supérieure à celle de l'homme de métier par la formation dispensée par le franchiseur)
3. Bénéficie d'un système de gestion testé par la tête de réseau (prise de risque moindre et gain de temps)



## FRANCHISE : **les AVANTAGES**

4. Avantage compétitif lié à l'appartenance d'un réseau (commerçant indépendant organisé)
5. Communication (mutualisation et augmentation des moyens financiers pour communiquer nationalement)



## FRANCHISE : les EXIGENCES

1. Application d'une stratégie commerciale (ne pas vendre ce que l'on veut)
2. Application de normes (respect d'un contrat )
3. Adhérer à l'esprit réseau (participation à la vie du réseau)
4. Rétribuer la tête de réseau .....par



## Le **DROIT d'ENTREE**

- Notoriété de la marque, de l'enseigne
- Un savoir-faire éprouvé
- Une exclusivité territoriale
- Les études préalables (marché, financière, technique...)
- Formation initiale
- Accompagnement à l'ouverture

**De 0 à 50000 euros**



## Les ROYALTIES

(Redevances directes - Hors système de commission-affiliation)

Rémunération (en % ou forfaitaire du CA HT) :

- Droit à l'enseigne
- Assistance
- Formation continue
- Animation du réseau
- Recherche et développement

De 0 à 15% du CA HT



## Les REDEVANCES de PUBLICITE

En % ou forfaitaire du CA HT

- Publicité internationale, nationale et régionale
- Commission communication

Entre 0.5 et 5% du CA HT



LA FRANCHISE

## Les **AUTRES RECETTES**

- Marge produit ou service
- Commission-affiliation : entre 20 et 40% du CA HT



## FRANCHISEUR : les AVANTAGES

- Moyen de financement privilégié d'un réseau commercial
- Effet financier de la coalition économique : le franchiseur est un acheteur dominant
- Conquête rapide d'un marché et donc limitation de la capacité de réaction de la concurrence



## FRANCHISEUR : les AVANTAGES

- Valorisation de la marque et fidélisation de la clientèle : grâce à une implantation rapide et à l'investissement publicitaire
- Contrôle de la distribution
- Dynamique créée grâce à une concertation permanente avec les franchisés



## FRANCHISEUR : les EXIGENCES

- Exigences stratégiques :
  - Le savoir-faire doit apporter un avantage concurrentiel au franchisé et au consommateur
  - Le franchiseur est responsable de tout le réseau et est donc « condamné » à réussir
  - Le franchiseur renonce à exploiter directement tout ou partie d'un territoire. Il perd donc une partie de sa clientèle



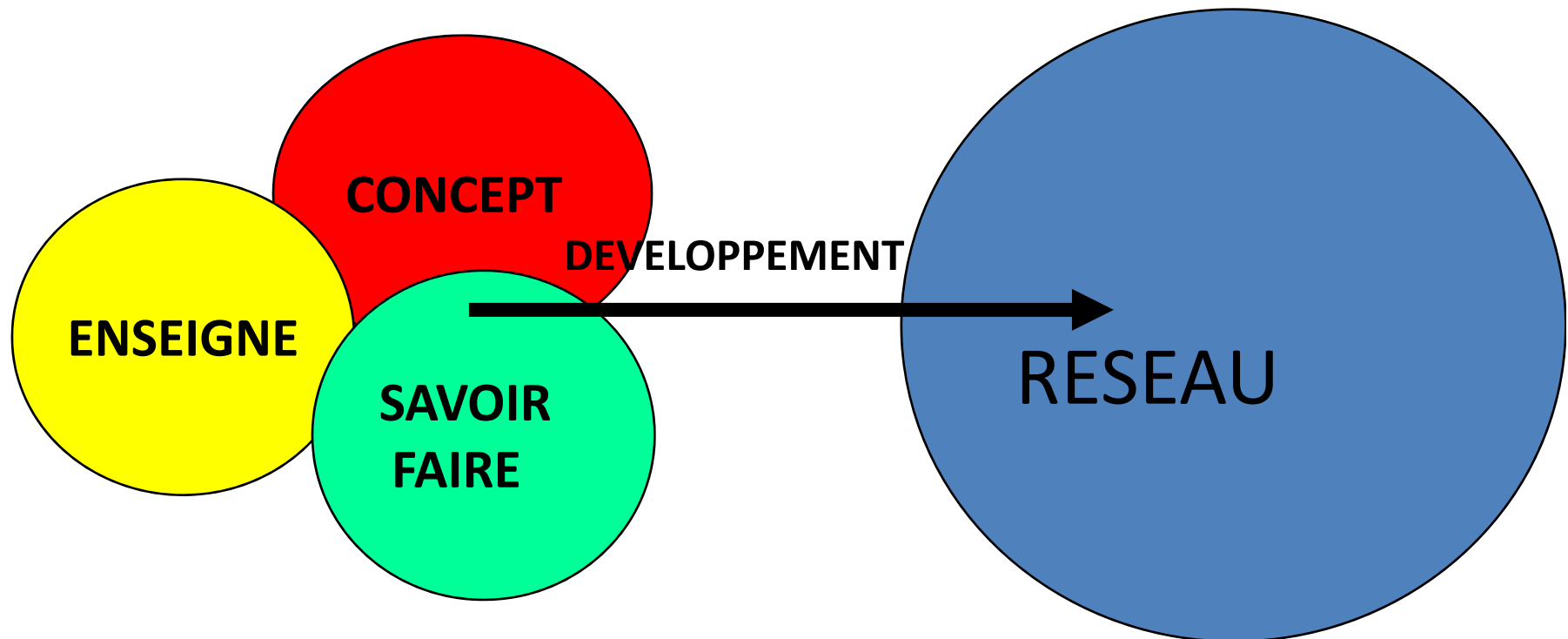
- Exigences financières :
  - Coût de mise au point et d'expérimentation du concept
  - Coût de développement
  - Coût d'assistance
  - Coût de recherche et d'innovation
  - Communication



LA FRANCHISE

LA FRANCHISE

«3 INGREDIENTS, 2 ACTEURS, 1 EQUILIBRE »



EN RESPECTANT L'EQUILIBRE FRANCHISEUR /FRANCHISE



## La Fédération française de la franchise

- **1971 : Création de la FFF**
- **1972 : Publication du 1er Code de Déontologie**
- **1972 : Création de la Fédération Européenne de la Franchise**
- **1991 : Code de Déontologie Européen**



LA FRANCHISE

**La FFF le réseau des réseaux, son **ROLE** est de :**

- Représenter
- Promouvoir
- Défendre...

**La **FRANCHISE****



LA FRANCHISE

## Qui est la FFF aujourd'hui ?

### *Nos Adhérents*

- 130 réseaux
- tous types de franchise,
- tous secteurs d'activité,
- toutes tailles de réseaux.



## La Sélection des Adhérents

- les règles d'admission,
  - le contrôle,
  - le respect de la déontologie.
- 
- La FFF, un label de qualité



LA FRANCHISE

## La FFF : une mission **d'intérêt général**

- Des actions en faveur de ses adhérents
- Un processus d'adhésion
- Des services exclusifs



LA FRANCHISE

## La FFF un vecteur de **Promotion** de la franchise :

1. Entreprises
2. Banquiers
3. Universités et Ecoles de Commerce
4. Avocats et magistrats
5. Pouvoirs Publics
6. Médias



## La FFF : des **Outils** à la disposition des acteurs

1. Séminaires de formation (devenir franchisé, devenir franchiseur, formations « pro », Académie de la Franchise)
2. Échange d'expériences (comité de dialogue franchiseur-franchisé, groupe de travail Directeurs et animateurs de réseau, ateliers, ...)
3. Base de données franchise, internationales, juridiques
4. Commissions de travail (juridique, ....)
5. Communication (Franchise Expo Paris, Site Internet FFF, Rezo, Toute la Franchise 2009 ....)



## La FFF : l'**Evolution** de la franchise

### *Comité de recherche scientifique*

- Travaux sur :  
La notion de savoir-faire, le processus de décision d'achat d'une franchise, les performances économiques d'un réseau de franchise, la transmission des savoir-faire, la nature de la relation franchiseur-franchisé...
- Universités, chercheurs restituent les résultats de leurs travaux lors '**Entretiens de la Franchise**'



LA FRANCHISE

*Fédération française de la franchise*

**9, rue Alfred de Vigny  
75008 PARIS**

**Tel : 01 53 75 22 25**

**[www.franchise-fff.com](http://www.franchise-fff.com)**