

Note à destination des investisseurs dans le capital du franchiseur

1 DEFINITION DE LA FRANCHISE

« La franchise est un système de commercialisation de produits et/ou de services et/ou de technologies, basé sur une collaboration étroite et continue entre des entreprises juridiquement et financièrement distinctes et indépendantes (1)*, le franchiseur et ses franchisés, dans lequel le franchiseur accorde à ses franchisés le droit, et impose l'obligation d'exploiter une entreprise en conformité avec le concept (2) du franchiseur. Le droit ainsi concédé autorise et oblige le franchisé, en échange d'une contribution financière directe ou indirecte, à utiliser l'enseigne et/ou la marque de produits et/ou de services, le savoir-faire (3), et autres droits de propriété intellectuelle, soutenu par l'apport continu d'assistance commerciale et/ou technique, dans le cadre et pour la durée d'un contrat de franchise écrit, conclu entre les parties à cet effet ».
(cf Code de déontologie européen de la franchise)

2 DEFINITION DU CONCEPT DE FRANCHISE :

Le concept est la conjonction originale de trois éléments :

- ▶ la propriété ou le droit d'usage de signes de ralliement de la clientèle : marque de fabrique de commerce ou de services, enseigne, raison sociale, nom commercial, signes et symboles, logos ;
- ▶ l'usage d'une expérience, d'un savoir-faire ;
- ▶ une collection de produits, de services et/ou de technologies brevetées ou non, qu'il a conçus, mis au point, agréés ou acquis..

3 LES PRINCIPES DIRECTEURS

3-1 Le franchiseur est l'initiateur du réseau de franchise constitué du franchiseur et des franchisés. Il a vocation à assurer la **pérennité du réseau** et par conséquent il est responsable de la **stratégie à long terme**.

Il appartient donc au franchiseur de consacrer à la promotion de sa marque, à la recherche et à l'innovation, les moyens humains et financiers permettant d'assurer le développement et la pérennité du concept.

3-2 Le franchisé, ambassadeur de l'enseigne auprès du consommateur, devra consacrer ses meilleurs efforts au développement du réseau de franchise et au maintien de son identité commune et de sa réputation.

3-3 Franchiseur et franchisés devront agir de façon équitable dans leurs relations mutuelles en recherchant l'intérêt supérieur du réseau.

3-4 Les relations contractuelles :

Le franchiseur et les franchisés savent qu'ils collaborent dans un système où leurs intérêts sont liés, tant à court qu'à plus long terme.

La souplesse du système et le sens des responsabilités de chacun ont fait le succès de la franchise.

Les relations entre les partenaires doivent donc permettre de suivre les évolutions nécessaires à améliorer le fonctionnement du réseau de franchise et la satisfaction du consommateur. Le franchiseur établit le contrat écrit qui énonce de façon complète et précise les droits, obligations et responsabilités des parties.

Le contrat doit traduire la stratégie du réseau de franchise. Il comporte l'indication des moyens nécessaires pour atteindre la réalisation du concept de franchise. Le contrat n'impose pas aux parties intéressées de restrictions qui ne soient pas nécessaires pour atteindre les objectifs.

L'équilibre du contrat est apprécié d'une façon globale en fonction de l'intérêt du réseau de franchise. Le cadre contractuel permet l'expression d'un dialogue permanent et favorise les solutions de conciliation.

4 VERTUS DE LA FRANCHISE

La franchise est un modèle de développement permettant à une enseigne de s'étendre sur un territoire en minimisant les besoins en capitaux. En effet, fort de la mise au point d'un concept solide et éprouvé, le franchiseur met à disposition des franchisés un modèle économique déployable sur une zone géographique large. Ce sont alors les franchisés qui investissent financièrement dans le maillage du territoire par le développement de leurs points de vente. Ce mode de développement économique donne ainsi au franchiseur un effet de levier important dans son développement.

Outre cet aspect économique, la franchise permet également à l'enseigne d'asseoir son développement sur des entrepreneurs investisseurs motivés, investis dans leur outil de travail à la recherche de la rémunération de leur travail ainsi que de leur capital investi

5 CONTRAINTES DE LA FRANCHISE

La relation franchiseur – franchisé est spécifique dans la mesure où il s'agit d'une relation contractuelle encadrée, mais n'incluant aucunement de lien de subordination (contrairement au salarié). A ce titre, l'adhésion des franchisés à la démarche de développement du franchiseur est importante, voire indispensable au bon développement de la franchise. Les franchiseurs se doivent de mettre à cet égard en place des instances de concertation, à l'instar de commissions thématiques, réunions de groupe ou comités de franchisés sélectionnés afin de les associer aux démarches du franchiseur.

De plus, la relation contractuelle entre le franchiseur et le franchisé est de plusieurs années, ce qui requiert du franchiseur une continuité dans sa stratégie de développement afin de permettre aux franchisés de se retrouver dans le projet d'entreprise qu'ils ont rejoint au moment de la signature de leur contrat de franchise. Les évolutions du modèle de franchise doivent donc être réalisées de façon progressive et fondées sur la recherche d'une efficacité économique.

6 L'INTERET DU RESEAU

Il peut malheureusement arriver, dans certaines situations anormales, que les perspectives à court/moyen -terme d'un franchiseur soient contraires aux perspectives, voire même aux intérêts, à plus long terme de ses franchisés.

Cette situation, contraire au Code de déontologie et aux règles qui régissent la franchise dans l'Union Européenne pourrait s'imaginer dans le cas extrême d'un fonds d'investissement acquérant un franchiseur, dans le cadre d'une opération financière basée sur une rentabilité excessive à court/moyen terme du réseau et impliquant par exemple, des opérations de restructuration importantes au sein du réseau.

Cette situation, bien qu'exceptionnelle, n'est pas acceptable pour la Fédération Française de la Franchise qui promeut une franchise fondée sur le respect de la Loi et de ses règles déontologiques. Face à ce type de comportement, la FFF rappelle qu'indépendamment de sa situation économique, la valeur d'un réseau de franchise dépend intrinsèquement de la valeur de ses franchisés. Il est donc essentiel, en toutes circonstances, que le franchiseur intègre dans ses réflexions et décisions **la vision des franchisés et l'intérêt supérieur du réseau.**

Annexe : Code de déontologie européen de la franchise

CA du 27/02/2014