



POUR RETABLIR L'EQUILIBRE

Plus de 1.800 réseaux de franchise, 70.000 points de vente franchisés pour un chiffre d'affaires de plus de 53 milliards d'euros. Les chiffres de la franchise font tourner la tête !

Vous devez dépasser ces chiffres et l'engouement que suscite ce modèle économique pour prendre conscience que la franchise a deux visages : celui du succès et celui de la ruine du franchisé.

SUCCEs. Quand un franchisé noue un partenariat avec un franchiseur sérieux et loyal, qui détient un savoir-faire original et rentable et lui apporte une assistance tout au long du contrat, la franchise est un vecteur de réussite. La franchise est alors pour le franchisé une opportunité de réaliser une reconversion professionnelle, de devenir un commerçant indépendant à la tête d'un point de vente ou d'une entreprise de prestations de services, d'augmenter sa rémunération et de créer un patrimoine.

ECHEC. Trop de franchisés s'effondrent, tant sur le plan financier que personnel, après avoir subi le manque de transparence, l'incompétence ou encore la tromperie de leur franchiseur. Les franchisés en paient alors très cher le prix. Dans le meilleur des cas ils ne se rémunèrent pas pendant plusieurs années, dans le pire des cas ils perdent leurs économies et leur maison, avec les graves répercussions que cela provoque sur leur santé et leur vie familiale.

Nous dénonçons avec force la part d'ombre de la franchise qui est trop souvent ignorée et même occultée avec beaucoup d'hypocrisie. Depuis 40 ans, notre cabinet lutte aux côtés des franchisés pour dénoncer ces abus et les faire sanctionner.

Il faut arrêter l'hécatombe !

Nous proposons une FRANCHISE EQUITABLE pour rétablir l'équilibre entre le franchisé et le franchiseur. La franchise n'a de sens et de légitimité que si elle est un partenariat gagnant gagnant. Pour cela le franchisé doit être armé et exigeant.

À ARMES ÉGALES !

Etape par étape, nous fournirons un arsenal d'outils destinés à permettre au franchisé de décrypter le fonctionnement de la franchise, d'optimiser son partenariat et de déjouer les pièges.

Le but du label FRANCHISE EQUITABLE est de favoriser la réussite de chaque franchisé en lui permettant de :

- Connaître les informations qu'il doit impérativement exiger du franchiseur avant de signer un contrat de franchise.
- Savoir mettre de côté son enthousiasme pour repérer les voyants rouges qui doivent le convaincre de renoncer à signer.
- Apprendre à négocier les clauses des contrats de franchise, de prêt et de bail.
- Savoir refuser les clauses inacceptables et déséquilibrées.
- Comprendre à quoi il s'engage et la portée des clauses des contrats.
- Etre capable d'exiger du franchiseur qu'il respecte ses obligations tout au long du contrat, notamment son obligation d'assistance.
- Savoir conserver les preuves des manquements du franchiseur.
- Apprendre à s'appuyer sur les autres franchisés du réseau et ne pas rester isolé.
- Savoir ce qu'il est en droit d'exiger du franchiseur en contrepartie des redevances versées.
- Préparer sa reconversion à l'expiration du contrat.
- Régler amiablement les conflits et à défaut, préparer et mener un procès.

7 GUIDE

**“FRANCHISE EQUITABLE, C’EST EXIGER DU
FRANCHISEUR QU’IL FOURNISSE DES
INFORMATIONS COMPLETES ET LOYALES”**



EXIGEZ UNE PRÉSENTATION SINCÈRE ET COMPLÈTE DU FRANCHISEUR

IDENTITÉ COMPLÈTE DU FRANCHISEUR

LA PERSONNE MORALE



Vous devez analyser les comptes annuels des deux derniers exercices que le franchiseur est obligé de vous communiquer et qui sont une mine de renseignements sur la structure du franchiseur, son chiffre d'affaires, ses charges, sa rentabilité, son taux d'endettement, etc.

Vous obtiendrez sans difficulté les renseignements classiques tels que la date de création de la société qui exploite le réseau de franchise, son capital et son historique.

Vous devez comprendre l'organisation économique du franchiseur. Il arrive en effet que la société avec laquelle vous signez le contrat de franchise ne soit pas solide financièrement, car c'est une autre structure qui récupère le profit de la franchise.

Il deviendra alors plus difficile pour le franchisé de réclamer des dommages et intérêts car il devra aussi mettre en cause la holding ou toute autre structure du groupe qui, seule, aura la surface financière pour l'indemniser.

Vous devez également vous méfier d'un franchiseur qui affiche un très faible capital social.

LA TÊTE DE RÉSEAU (PERSONNE PHYSIQUE)

Le franchiseur doit vous communiquer son identité complète, son niveau d'études et son expérience professionnelle.

Il arrive que le franchiseur cache avoir connu un échec professionnel par le passé et "oublie" de dire qu'une société qu'il a exploitée dans le même secteur d'activité ou dans un autre secteur a été placée en redressement ou en liquidation judiciaire. Un "dépôt de bilan" est une information essentielle que le franchiseur doit impérativement communiquer au franchisé s'il prétend nouer un partenariat basé sur la confiance.



Vous devez obtenir toutes les étapes de son parcours professionnel pour être en mesure d'évaluer sa réelle expérience et sa capacité à animer un réseau de franchise, surtout lorsqu'il s'agit d'un jeune réseau.

PRÉSENTATION DES UNITÉS PILOTES



Si vous êtes l'un des premiers franchisés d'un jeune réseau, vous ne devez pas servir de cobaye. C'est au franchiseur de prendre le risque du test, pas à vous. Imposez de ne pas payer de droits d'entrée, ni de redevance tant que vous n'aurez pas atteint votre seuil de rentabilité. Exigez aussi une assistance particulière.

Franchiser c'est réitérer un succès. Nul ne peut prétendre créer un réseau de franchise s'il ne justifie pas avoir exploité avec succès, dans ses unités pilotes, un concept pendant une période raisonnable.

Vous devez exiger du franchiseur qu'il vous communique les chiffres essentiels de ses unités pilotes, c'est-à-dire, pour chacune d'entre elles, le chiffre d'affaires réalisé en année 1 et 2, la masse salariale, le taux d'endettement, le loyer, la marge brute et le résultat net.

Seule la communication de ces chiffres permettra au franchiseur de justifier du succès réel de ses unités pilotes.

Demandez-vous si le succès d'un pilote dans une ville donnée (taille, densité de la population, configuration de la concurrence) est réitérable dans la ville dans laquelle vous projetez d'ouvrir votre propre point de vente.

MOYENS HUMAINS ET MATÉRIELS DU FRANCHISEUR

La franchise n'est certainement pas une simple mise à disposition d'une enseigne.

S'il veut assurer le succès de son réseau à tous les niveaux, le franchiseur doit disposer de véritables moyens tant humains que matériels, et notamment :

- Des animateurs en nombre suffisant qui effectuent des visites constructives et régulières auprès de chaque franchisé.
- Des animateurs qui ont suffisamment d'expérience pour répondre aux attentes légitimes des franchisés. Trop souvent les franchisés se plaignent de l'incompétence totale de l'animateur qui est incapable d'apporter des solutions aux difficultés d'ordre juridique, technique et commercial qu'ils rencontrent et de leur apporter la moindre plus-value.
- Des moyens financiers pour assurer la notoriété de l'enseigne au niveau national, notamment par des campagnes publicitaires sur différents supports. Le franchiseur doit justifier qu'il consacre l'intégralité des redevances de communication versées par les franchisés à réaliser des actions publicitaires.
- Des moyens de surveiller, d'analyser et de contrer la concurrence afin de permettre aux franchisés du réseau de rester compétitifs.



Si le franchiseur n'a pas mis en place une véritable structure humaine et matérielle, il ne pourra pas remplir ses obligations et vous serez totalement livré à vous-même.



EXIGEZ UNE PRÉSENTATION SINCÈRE ET COMPLÈTE DU RÉSEAU DES FRANCHISES

Vous devez exiger les informations suivantes :

- La date de création du réseau de franchise.
- L'évolution du réseau de franchise, année par année, ce qui interdira au franchiseur d'occulter le moindre turn-over.
- Le nombre de franchisés existant au jour de la remise du DIP (Document d'Information Précontractuel) avec la mention, pour chacun d'entre eux, de la date d'entrée dans le réseau, du nom de la société d'exploitation, de l'adresse du point de vente, du nom du franchisé et de son numéro de téléphone.
- Le nombre de franchisés qui ont été placés en redressement ou en liquidation judiciaire depuis la création du réseau.
- Le nombre de franchisés qui ont quitté le réseau au minimum au cours des douze mois qui ont précédé la délivrance du DIP, quel que soit le motif de la rupture qui doit par ailleurs être indiqué par le franchiseur (contrat venu à expiration, résiliation, annulation, cession de contrat ou dépôt de bilan).



Trop de franchiseurs mentent aux franchisés sur l'historique et la consistance de leur réseau.

EXIGEZ DES GARANTIES SUR LA RENTABILITÉ DU RÉSEAU

On ne compte plus les franchisés qui estiment avoir été trompés par les franchiseurs qui leur mentent sciemment sur la véritable rentabilité de leur réseau (dans les plaquettes, dans les publicités, dans le compte d'exploitation prévisionnel et dans le DIP).

Vous devez impérativement exiger du franchiseur qu'il vous donne des garanties sur la rentabilité de son réseau et pour cela qu'il vous communique :

- Le chiffre d'affaires et le résultat net de tous les franchisés sur leurs trois premières années d'exercice. On ne peut sérieusement comparer les chiffres enregistrés par un franchisé implanté depuis 15 ans avec ceux d'un franchisé qui s'installe. Un concept doit être viable dès l'année d'ouverture.
- Si le réseau est de taille importante, votre demande peut être limitée à 50 unités.
- Quelle que soit la taille du réseau, exigez la communication du chiffre d'affaires et du résultat net des 5 unités qui se situent en bas du classement au jour de la remise du DIP, ce qui vous permettra de vous projeter dans le scénario le plus pessimiste.
- Le nombre de franchisés qui ont un arriéré de redevances au jour de la remise du DIP. Le non-paiement des redevances par les franchisés est toujours synonyme d'un malaise au sein du réseau (manque de rentabilité ou absence de contrepartie aux redevances versées).

Les motifs avancés par les franchiseurs malhonnêtes sont toujours les mêmes : certains vous diront que les franchisés ne leur ont pas communiqué leurs chiffres, d'autres n'hésiteront pas à prétendre que les chiffres du réseau sont confidentiels.

C'est évidemment faux, car le contrat de franchise fait systématiquement obligation aux franchisés de communiquer à leur franchiseur :

- Leur chiffre d'affaires mensuel pour permettre le calcul des redevances
- Leur bilan et le compte de résultat de chaque exercice.



Ne vous contentez pas des chiffres qui vous sont communiqués par le franchiseur !



Ne laissez jamais un franchiseur vous dire qu'il ne détient pas ces informations.



EXIGEZ DES GARANTIES SUR LA FAISABILITÉ ÉCONOMIQUE DU PROJET

Pour que les relations franchisé/franchiseur s'inscrivent dans une démarche de FRANCHISE EQUITABLE, il faut que l'analyse du marché local et le compte d'exploitation prévisionnel permettent de conclure à la faisabilité d'un projet d'implantation.

Pour que la franchise soit équitable, le franchiseur doit vous communiquer les informations suivantes :

- Les chiffres de la population locale (nombre d'habitants par tranches d'âge).
- Les catégories socioprofessionnelles et les revenus moyens par tranches d'âge.
- Les chiffres et données qui correspondent à la cible clients (par exemple, le nombre d'entreprises, de comités d'entreprise, d'administrations, de lycées sur la zone de chalandise, etc.).
- Les moyens de transport locaux et les accès routiers.
- Les éventuels projets de modification de voirie.
- La liste exhaustive des concurrents en distinguant ceux qui ont une enseigne nationale et ceux qui exploitent sous une enseigne indépendante.
- Les parts de marché des concurrents.
- Le taux d'emprise de l'enseigne au niveau national et local.
- Les perspectives de développement, c'est-à-dire la projection de la rentabilité du point de vente sur toute la durée du contrat.
- Les chiffres d'affaires prévisionnels.
- Les ratios de marges et de charges de la franchise pour permettre l'élaboration du compte d'exploitation prévisionnel.

Il faut être concret : si le franchiseur ne collecte pas et n'analyse pas toutes ces informations, il ne pourra sérieusement prétendre être en mesure de conclure ou non à la faisabilité du projet du franchisé.

Il appartient évidemment au franchisé de participer à la recherche de toute information utile qui lui est accessible.

Une fois ces informations récoltées de manière sérieuse et complète, le franchiseur doit utiliser sa connaissance du réseau d'exploitants pour comparer la ville dans laquelle le franchisé projette d'ouvrir son magasin avec les autres villes de taille et de caractéristiques similaires, dans lesquelles des franchisés exploitent déjà un point de vente.

C'est parce qu'il est le seul à détenir ces éléments de comparaison qu'il peut seul déterminer si un local donné, dans une ville donnée, peut être un succès.

Le choix d'un local, c'est-à-dire sa taille, sa localisation en centre-ville, en zone périphérique ou dans un centre commercial, mais encore ses impératifs de stationnement, est un élément du savoir-faire du franchiseur.

Quelle que soit la qualité du concept, un franchisé connaîtra un échec commercial en cas d'erreur d'emplacement : un local trop grand, un loyer trop cher, un centre-ville moribond, un centre commercial peu attractif ou encore des difficultés d'accès ou une insuffisance de stationnement.

La FRANCHISE EQUITABLE ne peut exister qu'à ces conditions, car le franchiseur est le seul à pouvoir conclure à la faisabilité économique du projet du franchisé.

Vous aurez compris l'importance d'obtenir de votre franchiseur qu'il vous fournisse des informations complètes et loyales.

N'acceptez pas que le franchiseur vous les communique seulement de manière verbale. Exigez évidemment que toutes ces informations soient transmises par écrit !

Ne signez pas le contrat de franchise :

- **Si le franchiseur ne vous a pas remis un Document d'Information Précontractuel (DIP).**
- **Si le franchiseur ne vous a pas laissé au minimum 20 jours de réflexion entre la remise du DIP et la signature du contrat de franchise.**
- **Si le franchiseur ne répond pas aux demandes d'informations que nous venons de détailler.**



On a vu des franchiseurs valider un local sur un simple visionnage sur Google Map ! N'acceptez pas que le franchiseur valide votre local sans se déplacer pour le visiter et apprécier son environnement.



Dans un premier temps, vous devez exiger du franchiseur qu'il justifie avoir collecté toutes ces informations et avoir effectué le travail de comparaison.

Dans un second temps, vous exigerez que le franchiseur valide formellement la ville et le local d'exploitation et qu'il justifie des critères qui l'ont amené à cette validation.



contact@franchise-equitable.com



Charlotte BELLET



Rodolphe PERRIER

Cabinet d'avocats Bourgeon Méresse Guillin Bellet & Associés
181, rue de la Pompe 75116 Paris - 01.47.27.00.60
www.bmgb-avocats.com



CHECK-LIST

AVANT DE S'ENGAGER AVEC UN FRANCHISEUR

- Le franchiseur m'a communiqué de manière précise son organisation économique et ses deux derniers comptes annuels.
- Le franchiseur m'a communiqué son expérience professionnelle et m'a confirmé qu'il n'avait fait l'objet ni d'un redressement, ni d'une liquidation judiciaire.
- Le franchiseur m'a communiqué les chiffres essentiels de ses pilotes.
- Le franchiseur m'a communiqué les moyens humains et matériels mis à disposition des franchisés. Il m'a également communiqué les moyens mis en œuvre pour assurer la publicité et la notoriété de sa marque.
- Le franchiseur m'a communiqué la date de création du réseau de franchise et son évolution année par année.
- Le franchiseur m'a communiqué le nombre de franchisés existant au jour de la remise du DIP avec la mention, pour chaque franchisé, de la date d'entrée dans le réseau, le nom de la société, l'adresse du point de vente, le nom du dirigeant et son numéro de téléphone.
- Le franchiseur m'a communiqué le nombre de franchisés ayant été placés en redressement ou en liquidation judiciaire depuis la création du réseau et ceux qui ont quitté le réseau au cours des douze mois qui ont précédé la délivrance du DIP.
- Le franchiseur m'a communiqué le chiffre d'affaires et le résultat net de tous les franchisés sur leurs trois premières années d'exercice.
- Le franchiseur m'a justifié son travail d'analyse du marché local et m'a justifié des critères qui l'ont amené à valider ma ville et mon local.
- Le franchiseur m'a remis les informations nécessaires à l'établissement du compte d'exploitation prévisionnel et l'a validé.

**UN FRANCHISEUR SÉRIEUR RÉPONDRA FACILEMENT ET RAPIDEMENT À TOUTES CES DEMANDES.
S'IL NE LE FAIT PAS DE MANIÈRE TRANSPARENTE, CHERCHEZ UN AUTRE PARTENAIRE.**