

6 GUIDE

“FRANCHISE ÉQUITABLE, C’EST EXIGER UNE ASSISTANCE EFFICACE DU FRANCHISEUR”



EXIGEZ QUE LE FRANCHISEUR RESPECTE SON OBLIGATION D'ASSISTANCE

Deux obligations essentielles pèsent sur le franchiseur : il doit mettre à disposition du franchisé un concept qui a fait ses preuves et l'assister pour lui permettre de réussir.

L'obligation d'assistance participe du savoir-faire du franchiseur.

Le franchiseur doit assister le franchisé tout au long du contrat et sur tous les aspects importants de l'activité

1. AVANT DE VOUS ENGAGER

Une fois en possession du document d'information précontractuelle et avant de signer le contrat de franchise, vous devez impérativement vérifier que le franchiseur a les moyens humains et matériels pour vous assister.

MOYENS HUMAINS

Exigez que le franchiseur vous communique l'organigramme précis de la structure mise en place pour le réseau afin de vous assurer qu'il est entouré de personnes compétentes et en nombre suffisant.

Les animateurs réseau

Le rôle de l'animateur est primordial.

C'est lui qui rend régulièrement visite au franchisé dans son fonds de commerce afin de l'accompagner dans la mise en application du concept et l'aider à régler les difficultés rencontrées.

Vous devez donc impérativement vérifier deux choses :

- tout d'abord que le nombre d'animateurs embauchés par le franchiseur est proportionnel au nombre de franchisés. Il est évident qu'un animateur doit gérer un nombre raison-



Trop souvent l'assistance se limite à la formation initiale et le franchisé se retrouve livré à lui-même pendant toute la durée du contrat.

nable de franchisés pour être en mesure de leur rendre visite régulièrement et de suivre leur activité de manière concrète,

- ensuite, vous devez vous faire communiquer l'expérience précise de l'animateur qui sera amené à vous suivre afin de vérifier qu'il aura la capacité de vous aider à mettre en œuvre les différents aspects du savoir-faire et qu'il sera suffisamment qualifié pour répondre à vos attentes légitimes, notamment pour développer votre chiffre d'affaires, mettre en place des actions commerciales, lutter contre la concurrence, améliorer vos rations, optimiser le management de vos salariés (etc.).



Très souvent l'animateur est un jeune recruté par le franchiseur à bas coût, inexpérimenté et incapable de répondre aux besoins concrets du franchisé.

Les autres acteurs du réseau

Vous devez vérifier que le franchiseur est également accompagné de salariés ou de prestataires de qualité pour garantir la mise en œuvre du savoir-faire.

Tout dépend de l'activité développée.

A titre d'exemples, les franchisés d'un réseau d'agents immobiliers doivent pouvoir compter sur un prestataire informatique compétent. Ceux d'un réseau de restaurants doivent s'assurer de la qualité des fournisseurs de matières premières. Ceux d'un réseau d'aide à la personne doivent pouvoir faire appel à une personne qualifiée en matière de ressources humaines.

MOYENS MATÉRIELS

Ne vous engagez pas dans un réseau sans avoir vérifié la consistance des moyens matériels qui seront mis à votre disposition par le franchiseur.

Il faut que les moyens matériels soient à la hauteur du concept qui vous est vendu.

Une nouvelle fois, la nature des moyens dépend de l'activité.

Il est essentiel pour un franchisé de pouvoir compter sur un logiciel opérationnel et rapide, un service de livraison fiable, des techniciens de qualité, un site internet compétitif, une présence active sur les réseaux sociaux (etc.).



Nombreux franchisés s'aperçoivent trop tard que les outils mis à leur disposition sont obsolètes ou déficients et qu'ils génèrent un manque à gagner important.

2. L'ASSISTANCE DANS LA PHASE DE PRÉPARATION DU PROJET

Que le contrat de franchise ait été ou non déjà signé, vous devez pouvoir compter sur l'assistance du franchiseur dans toute la phase préparatoire.

Le franchiseur doit participer au choix de la ville et du local dans lequel vous allez développer le concept. Comme cela a déjà été évoqué dans le guide précédent (Guide n°5), le franchiseur

doit se servir de l'expérience de son réseau de succursales et de franchisés pour vous communiquer les critères essentiels qui dicteront le choix d'un emplacement (taille de la ville, taille du local, centre-ville ou centre commercial, environnement concurrentiel supportable, etc.).

Il doit également vous communiquer les informations économiques et financières essentielles pour vous permettre d'élaborer un compte d'exploitation prévisionnel. Vous devez vous assurer que le niveau d'emprunt, du loyer, de la masse salariale, du stock de départ, du fonds de roulement de départ sont en phase avec la rentabilité réelle du concept.

Le franchiseur doit encore vous aider dans le recrutement des salariés, tant sur le nombre que sur le profil requis.

Enfin, le franchiseur doit vous communiquer les coordonnées des entreprises référencées par ses soins (architecte, entreprise de travaux, fournisseurs d'enseigne et d'agencements, partenaire informatique ou marketing, etc.) qui doivent être en mesure de réaliser pour vous des prestations de qualité à moindre coût. Ces entreprises ne doivent pas vous être imposées et vous devez pouvoir faire appel au prestataire de votre choix.

3. PENDANT LE DÉROULEMENT DU CONTRAT

LA FORMATION INITIALE

La formation initiale est le reflet de la réalité du concept et du sérieux du franchiseur.

Elle doit comporter une phase théorique et une phase pratique.

La phase théorique doit permettre au franchisé d'appréhender tous les aspects de l'activité, l'aspect technique lié à la mise en œuvre du concept, l'aspect financier avec la maîtrise des ratios de gestion, l'aspect marketing pour mettre en place une politique publicitaire adaptée, l'aspect social pour préparer au mieux l'embauche des salariés et enfin l'aspect légal pour connaître les réglementations en vigueur.

La phase pratique doit permettre au franchisé de faire l'expérience de la mise en œuvre du concept, de comprendre les rouages essentiels, d'appréhender le rythme et le fonctionnement du point de vente et de poser des questions pragmatiques.

Vous devez vérifier que le franchiseur délivre une formation concrète, complète et de qualité qui sera assurée par des personnes compétentes.

Le prix de la formation est soit compris dans le droit d'entrée, soit facturé individuellement. Vous devez être exigeant sur la contrepartie qui vous sera apportée et avoir conscience que la formation dispensée par le franchiseur est à l'image de l'assistance qu'il vous apportera. Si



Soyez extrêmement vigilants sur les prix pratiqués par le franchiseur ou les entreprises référencées par ses soins. Comparez les devis avec les prix du marché et refusez de payer plus cher. Le franchiseur ne doit pas se faire de marges arrières sur le dos des franchisés.



Exigez le prévisionnel précis d'une succursale ou d'un autre franchisé dont les critères d'exploitation sont similaires à votre projet.



Nombreux franchisés témoignent qu'ils n'ont rien appris pendant la formation ou qu'ils ont servi de main d'œuvre gratuite dans une succursale du franchiseur.

la formation n'est pas sérieuse et professionnelle, renoncez à vous engager dans le réseau !

L'ASSISTANCE À L'OUVERTURE

La réussite de l'ouverture d'un magasin dépend de l'efficacité de la stratégie de marketing et de publicité employées.

Il est recommandé de créer un événement le jour de l'ouverture qui se traduira généralement par un cocktail d'inauguration en présence du franchiseur, d'un élu local et/ou représentant d'associations locales et de la presse locale (etc.).

Il est fondamental de ne pas rater votre ouverture, raison pour laquelle vous devez exiger l'assistance du franchiseur dans la mise en place de l'inauguration ainsi que sa présence ou celle d'un animateur qualifié pendant la première semaine pour optimiser la mise en place du concept et le lancement de votre activité.

LES VISITES BILANS

L'obligation d'assistance dicte que le franchiseur organise des visites du point de vente en nombre suffisant et apporte des réponses concrètes aux attentes du franchisé.

Les visites doivent être suffisamment fréquentes pour que les difficultés ne s'installent pas et que la situation ne devienne pas irrémédiablement compromise.

Elles doivent surtout permettre au franchiseur d'analyser les problèmes et vous apporter des solutions concrètes.

Les conseils et les mesures prodigués doivent être en totale adéquation avec le problème que vous rencontrez et que vous dénoncez.

Ainsi que cela a déjà été évoqué, vous ne devez pas accepter que les visites de l'animateur se réduisent à un contrôle de la bonne application du concept et à un relevé de chiffres.

Le franchiseur ou son animateur doit donc être capable de vous prodiguer des conseils adéquats qui vous permettent de régler toute sorte de problème et notamment un manque de fréquentation du point de vente, un manque de rentabilité, une politique publicitaire inadaptée au tissu local, une difficulté quelconque avec un fournisseur, votre bailleur, votre banque, un de vos salariés, un concurrent ou encore une administration (etc.).

A titre d'exemple, le franchiseur devra vous conseiller une politique commerciale ou une politique de prix adaptée à votre situation locale, une modification de l'organisation et des modalités de travail de vos équipes. Cela peut aller jusqu'à vous conseiller de déménager le local si cela s'avère nécessaire.



Exigez que chaque visite réponde exactement à vos besoins et ne soit pas une simple formalité bâclée par le franchiseur.

Le franchiseur peut également proposer au franchisé de suivre une formation complémentaire qui devra être parfaitement adaptée aux difficultés rencontrées.

L'assistance du franchiseur peut également être d'ordre financier. Face à l'impossibilité pour le franchisé de faire face à ses charges, le franchiseur doit l'aider en lui octroyant des délais de paiement des factures de marchandises ou de redevances. Cela peut aller jusqu'à une exonération de redevances lorsque la situation le justifie.

Vous devez exiger que l'animateur dresse un compte-rendu écrit et contradictoire de chacune de ses visites. Ce compte-rendu doit notamment reprendre les questions ou difficultés que vous avez soulevées et les réponses qui vous ont été apportées. Vous devez impérativement exiger un compte-rendu signé par l'animateur et vous-même. Si le document n'est pas le reflet du déroulement de la visite ou si vous n'avez pas obtenu des réponses adéquates aux difficultés que vous avez dénoncées, vous devez émettre des réserves, soit sur le compte-rendu, soit en écrivant un courriel au franchiseur.

L'assistance peut également être apportée par le franchiseur par téléphone ou par l'intermédiaire de prestataires extérieurs.



L'allocation gratuite par le franchiseur de quelques kilos de marchandises n'est certainement pas de nature à répondre au manque de rentabilité chronique dénoncée par le franchisé.

EN CONCLUSION

En suivant nos recommandations, vous ferez aisément la différence entre :

- le bon franchiseur, qui respectera sans difficulté son obligation d'assistance et mettra tout en œuvre pour aider son franchisé à développer le chiffre d'affaires et la rentabilité de son point de vente,
- le mauvais franchiseur, qui organisera des semblants de visite et adressera des emails creux qui ne répondront à aucune des attentes légitimes du franchisé et qui n'auront comme seul but que de constituer un dossier en cas de contentieux pour convaincre les juges qu'il aura respecté son obligation d'assistance.

Vous devez donc comprendre combien il est fondamental de vérifier, avant de signer le contrat de franchise, les moyens dont dispose le franchiseur pour vous épauler.

Pendant le contrat, il est impératif que vous exprimiez **par écrit** (emails ou lettres recommandées) les difficultés que vous rencontrez. Il est tout aussi essentiel que vous déniez **par écrit** l'absence de réaction du franchiseur ou la médiocrité ou le caractère inadéquat des solutions qu'il propose.

Trop souvent, les franchisés nous disent qu'ils avaient trop « la tête dans le guidon » pour prendre le temps d'écrire. C'est une erreur. Vous devez avoir conscience qu'en cas de procès, les Juges attendront de vous que vous prouviez avoir dénoncé, par des écrits, les problèmes rencontrés et le manque de réaction du franchiseur.



contact@franchise-equitable.com



Charlotte BELLET



Rodolphe PERRIER

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