



Union européenne



Pays d'implantations

Où s'implantent les réseaux français qui développent des points de vente en franchise à l'étranger ?

- 26% en Europe.
- 12% en Afrique.
- 12% au Moyen-Orient.
- 10% en Asie.
- 9% en Amérique du Nord.

Source : Enquête sur la franchise 2008-CSA-FFF-Banque populaire

Se lancer à l'étranger

Envie de dépassement ou tout simplement de découvrir une autre culture ? Choisir de s'installer en franchise à l'étranger est une solution à envisager. Ni plus simple ni plus compliquée, la démarche demande tout de même quelques précautions.



«Un challenge particulier»



Est-ce que des Français choisissent l'étranger pour ouvrir une franchise Basic System ou est-ce toujours des locaux ?

Jusqu'à ce jour, les franchises Basic System qui ont été ouvertes à l'étranger l'ont toujours été par des locaux. Cela dit, s'agissant d'un concept d'origine française, les personnes qui ont ouvert à l'étranger avaient toujours une bonne perception de la culture française et donc des a priori positifs sur les relations de travail avec une équipe d'encadrement française. Cette compréhension mutuelle est une clé importante du succès à l'étranger, car le concept doit être parfois adapté aux conditions locales, tout en restant le plus proche possible de sa définition première.

Dans le cas de Français qui choisissent de s'implanter à

o o
Contact

Basic System

Tél.: 04.97.07.20.30

e-mail :

www.basicssystem.fr

l'étranger, qu'est ce qui différencie d'une ouverture en France ? Est-ce plus compliqué ?

L'ouverture à l'étranger apporte toujours quelques challenges particuliers. La culture et le public local vont-ils réserver le même bon accueil au concept ? Quelles adaptations sont nécessaires sur le concept technique, l'approche commerciale, les tarifs pratiqués, les moyens de communication, le recrutement et la formation de personnel... ? Pour chaque domaine abordé, rien n'est forcément plus compliqué qu'en France, mais parfois différent. Mais l'ouverture à l'étranger présente aussi une opportunité unique par rapport à une ouverture en France. La fierté d'implanter et développer un concept existant en France et éprouvé sur un nouveau territoire.

Y a-t-il un intérêt pour une personne habitant pour l'heure en France d'ouvrir une franchise Basic System à Casablanca, par exemple, plutôt qu'à Lyon ?

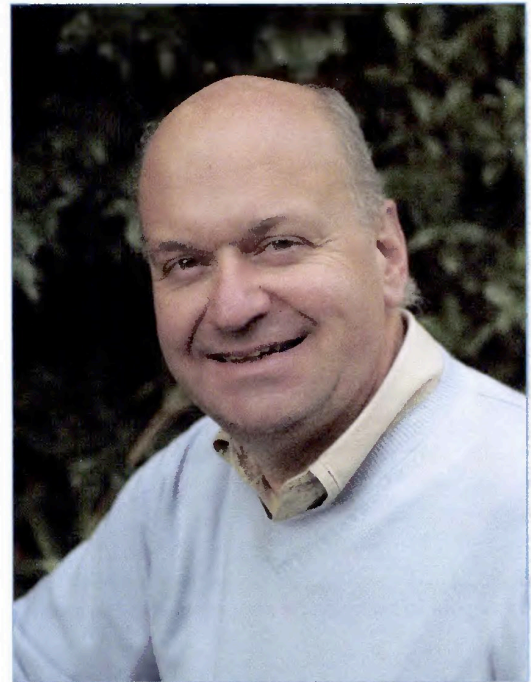
Il existe justement une franchise Basic System à Casablanca ! Elle est dirigée par M. Adnane Lahbabi, un Marocain qui a fait une partie de ses études en France, puis

est retourné dans son pays d'origine développer une agence Basic System.

L'avantage pour lui a été de pouvoir rapidement profiter des référencements Basic System en France pour conquérir rapidement des clients aussi prestigieux que : Sofitel, Christian Dior, Hyatt. Ce franchisé bénéficie dès l'ouverture du savoir-faire, comme tout autre franchisé en France. Mais il bénéficie surtout des vingt années d'antériorité de l'enseigne. Comme il propose un concept encore unique et novateur, il a plusieurs longueurs d'avance sur la concurrence locale.

Concrètement quelles sont les démarches et étapes pour un résident français qui souhaiterait ouvrir une franchise Basic System à l'étranger ?

La démarche générale est la même que pour une ouverture en France. Pour une implantation à l'étranger, le franchisé va en plus pouvoir profiter de l'expérience de l'équipe Basic System à l'international sur tous les aspects du développement de son affaire : établissement d'un business plan, recherche de financement, recrutement et formation de personnel...



Eric Bonnot, directeur général de Basic System

Au Maroc, par exemple, les équipes techniques de M. Lahbabi ont été formées localement par un formateur venu de France. En outre, dans les territoires "nouveaux", le franchisé va bénéficier d'une option masterfranchise. Aux franchisés qui implantent Basic System dans un nouveau territoire, nous

proposons de démarrer une franchise "simple" avec l'option de devenir masterfranchise pour ce territoire. Pendant les premiers 18 mois de son activité, le franchisé peut décider de devenir masterfranchise, pour, à son tour, assurer localement le développement du réseau et de l'enseigne. >>>

Tout chef d'entreprise ou futur dirigeant pense à un moment de sa carrière à franchir les frontières de son pays d'origine. Bien que séduisante, l'expatriation reste pour beaucoup un rêve difficilement réalisable tant le parcours semble semé d'embûches. Loin d'être une solution idyllique, miser sur la franchise pour poser ses valises en terre étrangère peut, dès lors que l'entreprise est lancée en toute connaissance de cause, rendre l'aventure moins angoissante. Si l'appui et l'expérience d'un réseau, quelle que soit sa taille, peuvent rassurer et aider le futur franchisé dans les démarches administratives, choisir d'ouvrir une franchise à l'étranger n'en demeure pas moins un défi de taille qui demande réflexion.

Garder les pieds sur terre

Qu'il s'agisse d'ouvrir un commerce indépendant ou d'adhérer à un réseau de franchises, choisir de se lancer dans la grande aventure entrepreneuriale demande une bonne dose de clairvoyance. Réorientation professionnelle pour certains, entrée dans la vie active, passage d'un statut de salarié à celui d'employeur pour d'autres... autant de changements qui peuvent être sources de bien des angoisses pour certains ou à l'inverse totalement euphorisants pour d'autres, d'où l'importance de garder les pieds sur terre pour ne pas noircir la situation ni l'embellir. Selon Maître Miguel Morillon, avocat chez Morillon & Associés, cabinet d'avocats franco-espagnol spécialisé dans le conseil, l'aide à la conception,

l'assistance, la supervision et le développement de franchises françaises en Espagne et intervenant au sein de l'AFEF (Association franco-espagnole de la franchise), «avant de commencer l'analyse du processus de création d'entreprise, il nous paraît opportun d'insister sur les deux caractéristiques fondamentales, mais parfois laissées pour compte, de tout projet de cette nature : elles reposent dans la confiance en soi et l'illusion suscitée par le projet, surtout si l'implantation se réalise dans un autre pays».

Prendre le temps

Outre cette rationalisation du projet, ouvrir une franchise à l'étranger, comme toute création d'entreprise, exige av



Opter pour la franchise est pour certains l'occasion de poser leurs valises à l'étranger.

chose une période plus ou moins longue d'analyse et d'étude comme le détaille Maître Morillon : «La décision de créer une entreprise doit être assortie d'un processus d'analyse et de planification visant à déterminer tant la viabilité du projet dans le pays d'accueil que la future forme juridique de l'entreprise. Dans notre cas, en Espagne, après avoir défini la nature de l'activité envisagée sur le sol espagnol, notre équipe

aide à analyser minutieusement les différents thèmes portant, entre autres, sur le type de marché auquel s'adresse l'entreprise, les perspectives d'évolution dudit marché, les données en termes de concurrence réelle et prévisible, l'élaboration d'une politique commerciale fixant certaines règles relatives au comportement à suivre au sein de l'entreprise ainsi que celles afférentes aux relations externes, la déter-

mination des objectifs en termes de vente, de chiffre d'affaires, de moyens technique et financier».

Histoire de contrat

L'idée de se retrouver à la tête d'une franchise située à des milliers de kilomètres du sol français pourrait séduire les plus indépendants qui verraient dans ce cas de figure une solution pour bénéficier de l'appui et de la force d'un réseau sans pour autant devoir se plier aux mêmes exigences de ce dernier lorsque l'implantation se trouve en France. Or, dans le cas d'une ouverture à l'étranger comme dans toute ville de l'Hexagone, une franchise reste une franchise, avec son lot d'avantages et d'inconvénients : «Le contrat comme en France définit les règles du jeu entre franchisé et franchiseur. Dans certains cas de figure, il peut les lier bien au-delà de son terme. Le futur franchisé doit analyser, ou faire analyser par un professionnel, chaque clause de façon minutieuse pour éviter toute désillusion une fois les signatures apposées. En Espagne, par exemple, il n'y a à proprement parlé aucune différence par rapport à une ouverture en France, la seule différence est la protection ab initio du franchisé avant signature puisqu'il devra être informé des pratiques et des lois espagnoles, à savoir : les modes de transmission du savoir-faire, l'assistance due aux franchisés, les contrôles menés auprès des franchisés, les principales clauses contractuelles, la durée du contrat, les obligations financières du franchisé, l'exclusivité territoriale, l'exclusivité d'approvisionnement, la clause d'agrément, de préemption, de non-concurrence, de non-affiliation et les clauses "de sortie". Sur ces dernières, il convient pour un futur franchisé d'être particulièrement vigilant, car elles pourraient se révéler fort contraignantes au moment du départ ou de la cession en Espagne. Ces conseils valables pour une installation sur le sol espagnol le sont bien évidemment dans n'importe quel autre pays», précise Maître Miguel Morillon.

Choix opportun

Si l'argument le plus souvent avancé afin de justifier l'ouverture d'une franchise en terre étrangère est l'envie de découvrir un autre pays, une autre culture ou plus simplement pour certains Français d'origine étrangère de renouer avec leur

Les 10 secteurs qui s'exportent le mieux

Secteur	Nombre de réseaux en 2008	Nombre de réseaux exports	% par secteur
Équipement de la personne	298	119	46,5
Hôtels	24	9	42,8
Coiffure et esthétique	118	37	32,7
Équipement de la maison	117	33	31,1
Alimentaire	94	20	23
Nettoyage	18	4	22,4
Restauration rapide	69	13	21,6
Bâtiment	26	4	16,6
Restauration classique	52	7	14,2
Automobile	42	3	8,1

Source : Franchise Le Guide complet 2010



Un réseau qui s'exporte



Selon la loi, est-il plus simple ou plus compliqué

pour un Français d'installer une franchise à l'étranger plutôt qu'en France ?

Bien que la dimension internationale semble a priori impliquer en elle-même un facteur de complexité, l'implantation d'un réseau ne se révèle pas juridiquement plus difficile à l'étranger qu'en France. D'une manière générale, et sauf exception, la franchise bénéficie d'un régime souple, ce qui est d'ailleurs le cas en France. Les partenariats avec des cabinets étrangers permettent de pallier aisément les quelques spécificités pouvant ressortir du droit du pays d'implantation.

Le franchisé doit-il résider dans le pays ou peut-t-il gérer son implantation depuis la France ?

Rien n'interdit a priori au franchisé de gérer son implantation depuis la France. Cependant, en pratique, le contrat peut prévoir que le dirigeant de l'entreprise franchisée s'implique personnellement dans l'exploitation de son point de vente et y soit physiquement présent. En outre, le plus souvent, le dirigeant de la société franchisée implantée à l'étranger est lui-même originaire du pays concerné et y réside.

Cette implantation est-elle

plus simple dans certains pays. Si oui, lesquels et pourquoi ?

Parmi les différents schémas évoqués, le plus simple est la franchise directe, qui n'implique ni la création d'une société ni la mise en place d'un contrat de masterfranchise, mais tout ou plus l'adaptation et la traduction du contrat de franchise utilisé pour le réseau français. Néanmoins, la question principale est de déterminer le système le plus adapté au développement envisagé. Il n'est pas possible d'apporter une réponse générale à cette question, tout dépendant du concept exploité et du pays cible. Schématiquement, il faut tenir compte du fait que la masterfranchise et la franchise directe impliquent de la part du franchiseur des investissements et des prises de risques limités et lui apportent des retombées financières limitées, alors que le joint-venture demande un investissement et des prises de risques supérieurs mais est susceptible d'apporter une rémunération importante, issue à la fois des dividendes et des redevances. Le franchiseur choisira donc son mode de développement en fonction de la potentialité du pays cible au regard de son concept.

Créer une entreprise à l'étranger, est-ce que cela demande des accords ou dérogations particulières du pays accueillant ?

En la matière, tout dépend du pays cible : certains pays

interdisent, limitent ou soumettent à certaines conditions la création de sociétés par des ressortissants étrangers. Par ailleurs, certains pays imposent aux franchiseurs de s'inscrire sur un registre spécifique. La vérification s'impose donc au cas par cas.

Quels conseils donneriez-vous à un franchiseur qui souhaite implanter son réseau à l'étranger ?

Le franchiseur souhaitant s'implanter à l'étranger doit envisager à plusieurs vérifications. Celles-ci porteront notamment sur le marché cible, ce qui lui permettra notamment de déterminer son mode de développement (masterfranchise ou joint-venture). Par ailleurs, le franchiseur devra vérifier la disponibilité de sa marque au sein du pays cible, et vérifier que la consonance de ladite marque dans la langue et la culture du pays cible ne risque pas de porter préjudice au développement de son réseau. Ces vérifications faites, le franchiseur devra procéder aux formalités lui permettant de protéger sa marque. Cette protection doit être assurée au bon moment : en effectuant les formalités trop tard, le franchiseur s'expose à ce que sa marque soit déjà déposée par un tiers ; en les effectuant trop tôt, le franchiseur s'expose à la déchéance de sa marque faute d'exploitation, un tel mécanisme, qui existe en droit français, étant prévu par de nombreuses législations.



François-Luc Simon,
docteur en droit, associé-gérant
du cabinet Simon Associés et
membre du Collège des Experts
de la Fédération française
de la franchise

Le franchiseur devra prendre connaissance de toutes les formalités exigées par le pays cible en matière d'investissements étrangers, d'une part, et, d'autre part, d'implantation d'un réseau de franchises : information précontractuelle, inscription sur un registre... Le franchiseur devra également

choisir avec soin son partenaire local (masterfranchisé ou associé dans le joint-venture) afin d'assurer au mieux la réussite du réseau exporté et de se garantir contre les risques de communication de ses éléments confidentiels à un concurrent.



l'argument peut aussi être financier. Loyer souvent moins élevé, frais de fonctionnement réduit, salaire indexé sur un niveau de vie moins élevé qu'en France... la mise en place d'une entreprise dans de nombreux pays voisins demande un budget moins conséquent. Une réalité d'autant plus vraie lorsque le pays d'accueil traverse une période économiquement difficile

comme le souligne Maître Miguel Morillon, avec l'exemple de l'Espagne : « Il s'agit d'une bonne période pour lancer un projet d'entreprise en Espagne et la franchise pour un Français reste un excellent compromis car cela offre notamment l'avantage de s'adosser à des marques puissantes économiquement parlant, ce qui est important en temps de crise. La situation économique

du pays permet de louer des emplacements à de bon prix et de négocier les droits avec les franchiseurs. En revanche, s'installer dans un pays où l'économie n'est pas au beau fixe demande d'être vigilant quant au choix du secteur d'activité choisi », la franchise n'étant bien évidemment pas une solution anti-crise...

Séverine Germai

SS

SIMON ASSOCIÉS
SOCIÉTÉ D'AVOCATS