



Les principaux éléments constitutifs de la réussite d'un système de Franchise

Ou "LES FONDEMENTS DE LA REUSSITE DU FRANCHISEUR – PART II"

Mal définir "la franchise" et/ou ne pas connaître l'étendue de son contenu, c'est à coup sûr, prendre le risque de l'utiliser à mauvais escient et/ou de ne pas anticiper les besoins nécessaires à sa création et à sa croissance. Notons, que nous parlons ici des deux principales causes d'échecs de Franchiseurs :

1. Les Franchiseurs qui ne savent pas si le "système de Franchise" correspond à leurs ambitions,
2. Les Franchiseurs qui ont un "bon concept" mais qui sous estiment le contenu et les mécanismes économiques et managériaux des "systèmes de Franchises"

Dans la première partie, nous avons évoqué les possibles confusions liées à une imprécise définition qui pourraient motiver un entrepreneur à utiliser le "système de Franchise" à mauvais escient, ce qui malheureusement conduit souvent une "Franchise" à l'échec. Nous allons cette fois-ci, nous efforcer de lister les éléments constitutifs de la structure d'un "système de Franchise" par différence avec le seul mot « Franchise » qui n'est qu'une traduction erronée de l'appellation américaine « Franchising ».

"Si l'autofinancement du développement et de l'accompagnement d'un réseau, qu'offre un "système de Franchise" peut sembler "miraculeux", il y a tout de même un "prix à payer" : Savoir en faire bon usage, bien connaître son contenu, ses différentes étapes et maîtriser les leviers économiques et managériaux pour chacune d'elles". TB

Si la connaissance du contenu ne résout pas tout, elle permet d'établir une feuille de route en parfaite conscience des principaux éléments constitutifs d'un système de Franchise, nécessaires à sa réussite pérenne. Un "Système de franchise" comprend 15 éléments principaux qu'il faut identifier et expliquer quel que soit la nature du système de franchise, car on en distingue 5 :

- Les franchises de distribution initiées par un fabricant
- Les franchises de distribution initiées par un grossiste
- Les franchises de services B to C
- Les franchises de services B to B
- Les franchises industrielles

Selon la nature de la franchise, il y a de 10 à 15 éléments fondamentaux, définis dans le MANOP (manuel opératoire du concept), le DIP (Document d'information précontractuel), et le Contrat de Franchise dont les procédures de mise en œuvre sont normées pour chaque service du Franchiseurs. Il convient de les objectiver et de les décrire dans un manuel d'organisation, le moment venu d'accélérer le développement et/ou de valoriser la "Franchise". Voici la liste des éléments :

1. Un projet d'enseigne qui comprend notamment le plan de développement du réseau ainsi que le positionnement marketing et la politique commerciale du concept, (la vision commune)
2. Une "marque-enseigne" déposée avec ses attributs et bien protégée,
3. Un "concept" avéré, attractif, substantiel, spécialisé et modélisé dans ses éléments marketing et financiers, et dont le savoir-faire est identifié dans ses 12 catégories, afin de pouvoir être transmis, reproduit et respecté de la meilleure façon,
4. Une organisation spécifique du Franchiseur, structurée dès l'origine en 5 métiers-services quel que soit le nombre de collaborateur, (Développement, animation, approvisionnement, communication, gestion) au service de la réussite du réseau,
5. Un ensemble de contrats dont le DIP et le Contrat de Franchise qui régulent les relations entre la tête de réseau et les Franchisés et les autres partenaires du réseau,
6. Les "paramètres financiers" pour le Franchiseur et pour le Franchisé qui s'expriment dans les leviers financiers du système, dont les ratios sont préalablement définis,
7. Un plan de "zonification et de localisation" de territoires au potentiel similaire et la définition justifiée de leur stratégie de développement,
8. Les "paramètres marketing du concept", liés aux spécificités de différenciation du Concept et à la définition du marché, du segment de marché ou de la niche de marché à conquérir,
9. Des "paramètres juridiques" propres au métier du concept et de la structure du "système de franchise",
10. Des leviers économiques du management du réseau parfaitement identifiés,
11. Un "système statistique" avec des ratios d'exploitation comparatifs de la réussite des franchisés, utilisés pour stimuler et orienter l'animation et la promotion des franchisés,
12. Un pack informatique de gestion et de communication des franchisés avec le Réseau, des services du Franchiseur et de la gestion administrative et commerciale des clients,
13. Les règles d'éthique des systèmes de franchise vertueux et pérennes,
14. Une politique éthique commune et ses outils de communication vis-à-vis des 7 partenaires de la Franchise,
15. Des « Manuels opératoires » qui décrivent les procédures du Franchisé (MANOP) et du Franchiseur (MANORG).

Il n'est que de rares fatalités en Franchise pour le Franchiseur qui sait anticiper. TB