

III. 10 POINTS CLES BASES SUR UNE PERSPECTIVE GLOBALE DE LA FRANCHISE

La franchise est une industrie centenaire, représentant US\$300 milliards de chiffre d'affaires mondiale annuel.

La franchise est un catalyseur puissant de développement des petites et moyennes entreprises en raison des caractéristiques suivantes :

- *Une méthode de collaboration entre une entreprise, le franchiseur, d'une part, et une ou plusieurs entreprises, les franchisés, d'autre part, pour exploiter un concept de franchise.*
- *Un concept mis au point par le franchiseur composé de 3 éléments :*
- *La mise à disposition des **signes de ralliement de la clientèle** : la marque, l'enseigne, le concept architectural, le système d'identité visuelle sont autant de signes de ralliement de la clientèle. Le franchiseur en est le propriétaire et, dans le cadre du contrat de franchise, il les met à disposition des franchisés. Le franchiseur est garant de l'entretien et du développement de l'image de marque qu'il met à disposition.*
- *La mise au point et la transmission d'un savoir-faire : le savoir-faire en franchise désigne un ensemble de méthodes commerciales, techniques, logistiques, informatiques, et de gestion qui ont été testées en amont par le franchiseur dans le cadre de l'exploitation d'unités pilote. Le savoir-faire est au cœur d'un réseau de franchise.*
- *L'assistance technique et commerciale : le franchiseur s'engage par contrat à assurer au franchisé un accompagnement technique et commercial pendant toute la durée du contrat. Ceci inclut l'aide au montage, l'ouverture, la cession, etc.*

1. Franchise et réussite commerciale

La franchise est une méthode de développement rapide et à risques de défaillance moindres. En effet, la franchise est initiée dans une perspective de stratégie de développement territorial nécessitant une couverture géographique rapide. Elle permet donc de reculer les limites habituelles en matière de ressources financières et humaines. Elle conjugue les avantages du dynamisme de l'entreprise individuelle et la puissance économique de la grande organisation. Grâce à sa nature fondée sur la motivation des deux parties (franchisé et franchiseur), la franchise s'inscrit parmi des formes organisationnelles empruntant la voie de la croissance contractuelle. S'étant rapidement développée en Europe et aux Etats-Unis à partir des années soixante, la franchise est apparue dans les pays de l'Europe de l'Est et du Moyen-Orient au cours des 10 dernières années.

2. Franchise et transfert de savoir faire

Les services offerts par les franchiseurs, avant et après l'ouverture de la franchise, représentent un important soutien technique et psychologique pour le franchisé. Le franchisé bénéficie d'un transfert du savoir-faire de service et de technologie par le biais d'une formation qui perdure après l'ouverture de la franchise. Il économise ainsi les coûts d'apprentissage qui peuvent grever les activités d'un commerce exploité par un débutant ou lui être fatale de par son absence.

Du fait de cet accompagnement, le risque de faillite d'une franchise est nettement moindre que de partir en affaire tout seul : en moyenne, 80% des petites entreprises font faillites les deux premières années de leur existence contre 20% pour une franchise. D'autre part, une période de 2 à 5 ans est généralement nécessaire pour qu'un commerce indépendant devienne économiquement et financièrement rentable. Par contraste, pour une nouvelle franchise, atteindre une rentabilité financière moyenne est de l'ordre 7 mois.

Le contrat de franchise oblige le franchiseur étranger à dévoiler tous ses secrets qui entoure son concept et son succès et il s'assure par un contrôle ardu que tous ces procédés seront appliqués par le franchisé. Ainsi le franchisé opère pour son propre compte avec un concept qui a fait ses preuves au cours des années dans plusieurs marchés internationaux et peut compter sur l'expérience de l'entreprises mère internationale pour cultiver le professionnalisme et la perfection dans les petites entreprises locales.

3. La franchise menace-t-elle les entreprises tunisiennes ?

Premièrement, une franchise opérant en Tunisie est une entreprise tunisienne juridiquement indépendante qui est relié par un contrat avec une compagnie étrangère ou algérienne pour exploiter son nom de commerce en Tunisie. Deuxièmement, la franchise est un modèle de distribution et de service qui assure aux entreprises un levier de développement rapide et efficace. Ce modèle n'est pas exclusif juste aux enseignes étrangères mais il peut être exploité par les entreprises tunisiennes. Il y a d'ailleurs plusieurs exemples de sociétés tunisiennes qui ont déjà opté pour le système de franchisage pour se développer.

4. Franchise et qualité

Les franchisés tunisiens de marques étrangères sont supportés chaque jour par les franchiseurs qui veillent à travers leurs services de recherche et développement à améliorer la qualité de leurs produits et services.

Le franchiseur veille aussi à ce que le franchisé respecte toutes les procédures et les services mis et élaborés par le franchiseur. Ainsi le commerce en question offre un service exceptionnel avec des produits innovateurs et constamment en développement.

5. Franchise et consommateur

C'est une garantie de sécurité par la traçabilité du produit et de qualité pour le consommateur algérien et un moyen efficace de combattre le commerce informel du « cabas ».

6. Franchise et croissance économique

Aux Etats-Unis, la franchise connaît un taux de croissance supérieur à tout autre secteur commercial. Une qualité principale de la franchise est sa capacité à se développer de façon rapide et durable. Les entreprises franchisées ont le soutien de l'expérience du franchiseur et des experts qui y sont attachés, sont conscients des pièges du marché ce processus de mise en place sur le marché mondial. Cela conduit à un taux de réussite plus élevé pour les nouvelles entreprises et une croissance plus rapide, ce qui a un impact direct sur la croissance de l'économie.

Selon l'Association Internationale de la Franchise, les ventes effectuées dans le cadre d'une franchise représentaient plus de 50% de toutes les ventes au détail aux États-Unis à la fin des années 1990, les franchises américaines ayant généré environ 100 milliards de dollars des ventes de biens et de services par an aux États-Unis au cours de cette période. En 2020, environ 1 sur 10, ou 785,316 entreprises étaient des franchises aux

USA.

Leader européen, la franchise française a vu son nombre de réseaux doubler au cours des dix dernières années et connaît une progression régulière. En France, le chiffre d'affaires global des franchisés au sein du réseau français était de 62,01 milliards d'euros en 2018, et en 2019 ce chiffre est passé à 67,80 milliards d'euros. Au niveau du chiffre d'affaires, l'alimentaire arrive très loin devant avec 21,91 milliards d'euros, suivi de l'équipement de la maison (6,98 milliards d'euros) et le commerce divers (6,16 milliards d'euros). La France est quant à elle le premier pays européen en termes de réseaux puisqu'elle comptait, en 2019, 2049 franchiseurs pour 78 218 franchisés et un chiffre d'affaires de 67,8 milliards d'euros. En outre, plus de 40% des entreprises franchisées sont exportatrices.

En 2021, l'Association Internationale de la Franchise prévoyait que La franchise augmenterait de 7% en 2021, et atteindrait le niveau de production économique d'avant la pandémie COVID-19

On s'attend à l'ouverture de plus de 26.000 nouvelles locations de franchises et à la création de plus de 800.000 d'emplois en 2021 aux Etats-Unis, contribuant \$477 milliards au PIB américain. Après les déclinés associés à la pandémie COVID-19, la franchise devrait rattraper ces pertes avec une croissance du nombre d'établissements de 3.5% par rapport à 2017, et une création de plus de 8 millions d'emplois, soit une croissance de 10.2%, des emplois entre 2017-2021.

Par habitant, la Nouvelle-Zélande est le pays le plus franchisé dans le monde. C'était également l'une des économies les plus dynamiques de l'Organisation de Coopération et de Développement Economiques (OCDE) en 2017, ayant bénéficié d'un taux de croissance PIB de 2,8% en 2019.

Les Philippines connaissent une forte augmentation de la franchise ces dernières années, et le secteur est appelé à une croissance de 20% en 2021 et de 30% en 2022. Actuellement, la franchise contribue 7,8% au PIB du pays. Les Philippines sont considérées comme la « passerelle de la franchise » et centre de formation pour l'Asie, et connaissent maintenant la plus forte croissance économique en Asie du Sud-Est.

Le service de soutien aux petites entreprises du Brésil, Sebrae, indique que le risque de défaillance d'une entreprise franchisée au Brésil est de 15%, par rapport à un risque d'échec pour une entreprise non-franchisée de 80%, soutenant ainsi le principe que les entreprises franchisées sont un pilier du développement économique.

7. Franchise et création d'emploi

La franchise crée des emplois en créant des entreprises dans les zones où il n'y en avait pas avant. Quand une franchise devient établie et prend pied sur le marché local, des emplois sont créés. Les emplois créés par la franchise représentent une variété de secteurs et de niveaux de compétence - par exemple, une franchise hôtelière aura besoin d'employés allant de la gestion de l'hôtel au nettoyage.

En 2015, Steve Caldeira, l'ancien président de l'Association Internationale de la Franchise, déclarait que les "franchises continuent de croître à un rythme plus rapide que les entreprises non franchisées, créant davantage pour les Américains, avec une croissance des ventes supérieure à celle d'autres entreprises. » Il a ajouté que « la franchise reste une composante croissante et vital de l'expansion économique à tous les





niveaux d'emploi ». Même après le déclin économique en 2020 dû à la pandémie COVID-19, l'Association Internationale de la Franchise prévoyait que les entreprises en franchise devaient ajouter 761,000 nouveaux emplois mondiaux en 2021, pour atteindre 8,25 millions d'emplois dans le secteur de la franchise.

8. Franchise et emploi des jeunes

Au Brésil, le secteur de la franchise se développe rapidement, avec une moyenne de 10% et 13% par an au cours de la dernière décennie, avec une croissance des bénéfices de 15% en 2015. Dans le même temps, selon Global Entrepreneurship Monitor, le nombre de Brésiliens âgés de 18- 24 ans qui sont devenus entrepreneurs avait augmenté de 74% de 2002 à 2010, ce qui suggère une forte corrélation entre l'emploi des jeunes dans la franchise et la croissance de ce secteur.

9. Franchise et revenu imposable

Comme tout revenus provenant d'une entreprise sur le territoire d'un état souverain, les recettes provenant des activités de franchises sont imposables, ainsi que les revenus des employés. Les redevances dues à un franchiseur étranger s'élevant en moyenne à 15%, environ **85% des profits du franchisé restent dans le pays.**

		Richesse créée localement et/ou restant dans le pays	Valeur Exportée	TOTAL	
Chiffre d'affaires		100,0		100,0	
TVA 10%		10,0		10,0	
Chiffre d'affaires Hors Taxes		90,0		90,0	
Achats de Marchandises	37%				
dont Importations*	30%		10,0	10,0	
dont Production Locale	70%	23,3		23,3	
Frais de personnel	20,0%	18,0		18,0	
Divers (électricité, eau, assurances, etc.)	8,5%	7,7		7,7	
Publicité	5,0%	4,5		4,5	
Royalties sur chiffres d'affaires	5,0%		4,5	4,5	
Total		62,5	14,5	77,0	
EBITDA	14,5%			13,1	
Impôts sur les bénéfices					

* Les droits de douane payés sur les importations restent également dans le pays.

10. Franchise, jeunes et femmes

La franchise est une occasion pour tous les entrepreneurs de créer leur propre entreprise, mais certains franchiseurs ont créé des programmes dans le but spécifique de promouvoir les jeunes et les femmes. Certains groupes ont découvert que le système de soutien technique qui caractérise les entreprises franchisées peut être utile pour établir leur entreprise quand ils manquent de temps ou d'argent. En effet, ces groupes, ayant souvent des liens communautaires forts, ont également été en mesure de développer des entreprises commerciales dans les zones sous développées au niveau commercial, comme les zones à faible revenu en milieu urbain.

Les femmes possèdent en totalité environ 20% et détiennent conjointement 35% des franchises américaines, selon un rapport établi par The Wall Street Journal. Il est courant pour les familles de mutualiser leurs ressources et le temps dans le but d'exploiter ces entreprises, ce qui facilite la réussite des entreprises même pour les groupes aux moyens les plus modestes.

Ces groupes peuvent utiliser leurs profits pour créer leur propre chaîne d'emplacements franchisés. Certains franchiseurs tels que Burger King et Southland Corporation, propriétaire des 7-11 dépanneurs, offrent même des programmes de prêts et des incitations pour les propriétaires minoritaires, afin de favoriser l'appropriation diversifiée et la croissance économique dans ces collectivités. Ces organisations travaillent souvent avec des groupes locaux pour l'avancement des gens de couleur afin d'attirer et de recruter des propriétaires minoritaires. À cet égard, les franchises sont un outil de croissance économique pour des groupes minoritaires et une source d'autonomisation des femmes.

