



(/membre/jeanhgagnon)

La combinaison de franchises pour le retour au profit en déconfinement



()

Me Jean H Gagnon du cabinet Fasken avocats, bureau de Montréal

La phase de déconfinement et de reprise des affaires étant maintenant bien amorcée, plusieurs réseaux de franchises ont entrepris le **long chemin du retour vers la rentabilité** dans un monde fort différent de celui de l'avant COVID-19.

Ce nouvel environnement présente, au moins pour plusieurs mois, **plusieurs défis importants** (distanciation, limitations et mesure de sécurité et d'hygiène) et sera probablement caractérisé par plusieurs changements dans les habitudes de consommation dont plusieurs pourraient bien s'avérer permanents.

Ce nouvel environnement commercial et les importants défis qu'il soulève, lesquels sont sans précédent, demandent de faire appel à de nouvelles approches et à de nouveaux outils qui permettront aux réseaux de franchises de devenir plus efficaces et performants.

Le retour à la rentabilité par la collaboration entre réseaux

L'une des grandes avenues pouvant faciliter le retour à la rentabilité (et, pourquoi pas, même à une meilleure rentabilité) consiste dans une plus grande collaboration entre entreprises (notamment des entreprises complémentaires) et un **meilleur partage de ressources**.

J'ai déjà de cette question dans mon article intitulé « Au-delà de la COVID-19 : Un monde différent et une collaboration améliorée au sein des réseaux », dont le lien apparaît ci-bas.



Le présent article porte sur l'une des façons dont une telle collaboration entre réseaux de franchises peut s'articuler de manière profitable: la combinaison de franchises.

Fondamentalement, l'on peut **définir la combinaison de franchises comme une forme de collaboration entre deux ou plusieurs concepts de franchise afin d'accroître les revenus et/ou les profits de chacun de ces concepts.**

Une telle combinaison est évidemment plus simple à réaliser lorsque les concepts à combiner sont contrôlés par un même franchiseur (ou par un même groupe), mais elle peut aussi très bien fonctionner lorsque tel n'est pas le cas.

Le principe consiste à combiner deux ou plusieurs concepts différents qui présentent cependant un certain potentiel de complémentarité dans le but d'accroître leur visibilité, leur efficacité et, au bout du compte, leur rentabilité respective.

Il existe plusieurs façons de combiner des réseaux de franchises et chacune d'entre elles peut être adaptée aux besoins et aux caractéristiques de chaque secteur d'activités et de chaque franchiseur impliqué.

En voici cinq exemples :

1. La combinaison d'entreprises franchisées dans un même emplacement

Dans ce premier modèle, il s'agit tout simplement de placer des établissements franchisés de plus d'un concept dans un même emplacement. (*Note du Franchise Business Club : c'est l'exemple du magasin de Vichy en France qui regroupe Nicolas, La Comtesse du Barry et les chocolats De Neuville*)

Les principaux avantages consistent, d'une part, en un certain partage des frais locatifs et, d'autre part, en une plus grande visibilité et attractivité d'un emplacement commun où les clients peuvent avoir un choix entre plus d'une offre.

Un exemple classique de ce type de combinaison consiste dans les foires alimentaires de centres commerciaux et de grands édifices.

On en retrouve aussi dans plusieurs autres domaines d'activités, notamment dans les secteurs liés à la vente au détail.

2. Le partage de ressources

Une deuxième manière selon laquelle des réseaux de franchises peuvent se combiner consiste dans un partage de ressources importantes à leur rentabilité.

Ces ressources partagées peuvent être d'ordre publicitaire ou promotionnelle (par exemple, une plateforme commune de vente en ligne, des outils communs de fidélité ou des campagnes communes de publicité ou de promotion), logistique (un entrepôt, un service de livraison ou une cuisine centrale) ou technologique (par exemple, un centre d'appel ou de service).

Elle peut aussi consister dans la mise en commun de certaines activités importantes telles, par exemple, les achats groupés de certains produits ou services.



3. L'intégration d'une franchise au sein d'une autre entreprise

Une troisième méthode consiste à implanter et à exploiter une entreprise franchisée d'un premier réseau à l'intérieur d'un établissement plus vaste d'un second réseau.

L'on peut par exemple penser à un bistro-café dans un grand magasin d'articles de sports, une entreprise de location d'outils dans un grand centre de rénovation, une franchise d'équipements électroniques dans un magasin de meubles, etc.

Dans un tout autre domaine, l'on peut penser à une franchise d'antirouille pour voiture à l'intérieur d'un centre de réparation de vitres d'auto ou dans un atelier de carrosserie.

4. Le comptoir, le kiosque, l'îlot ou le présentoir dans une autre entreprise

Une quatrième méthode consiste tout simplement à mettre en valeur et, évidemment, en vente certains produits d'un réseau de franchises dans un espace dédié et identifié à l'intérieur d'établissements d'un autre réseau sans pour autant y installer une entreprise franchisée distincte.

Cet espace dédié peut prendre diverses formes, dont un kiosque, un îlot, un comptoir ou, même, un présentoir. (*Note du Franchise Business Club : ce qu'en France nous appelons souvent "Franchise Corner", une pratique encore peu commune bien que connue depuis 50 ans environ*)

Si les deux entreprises concernées offrent des produits ou des services complémentaires, cette combinaison peut être bilatérale, chacun des concepts étant présent d'une manière similaire dans les établissements de l'autre.

5. La pluri-franchise

Il s'agit là d'un modèle encore peu connu dans la plupart des secteurs d'activités.

Ce modèle consiste dans l'autorisation octroyée, à certaines conditions, à certains franchisés (généralement choisis parmi les plus performants) de détenir une ou des franchises (ou concessions) d'autres concepts.

Ceci permet de mieux utiliser les capacités de plus grands franchisés et d'optimiser l'utilisation de leurs ressources, notamment lorsque surviennent des périodes creuses pour l'un des concepts. En raison de la diversification de leurs investissements et de leurs sources de revenus, il rend aussi ces pluri-franchisés plus résistants en cas de crise ou d'imprévu.

Ce modèle pourrait s'avérer intéressant pour des concepts qui sont complémentaires ou dont les cycles sont différents, tel, par exemple, pour des entreprises dont les ventes fluctuent beaucoup selon les saisons.

Soyons créatifs, dépassons nos habitudes

Ce ne sont là que quelques modèles déjà utilisés, souvent avec succès, de combinaison de concepts de franchise. Avec un peu de créativité, il est tout à fait possible de concevoir plusieurs autres modèles intéressants de combinaison et de collaboration positive entre réseaux de franchises.

En outre, chacun de ces modèles se présente aussi sous diverses variantes qui permettent de mieux l'adapter aux besoins des partenaires.



Afin d'en illustrer quelques variantes possibles, prenons le cas où un franchiseur d'un réseau de cafés-bistros souhaite exploiter des établissements de son réseau à l'intérieur d'un grand magasin à rayons.

L'entente permettant une telle combinaison peut notamment prendre l'une des formes suivantes :

- La **simple location d'un espace** dans le grand magasin pour y installer un café-bistro franchisé;
- L'**octroi d'une franchise** (dont le modèle peut être adapté pour ce contexte) du concept de café-bistro à l'exploitant du grand magasin;
- L'octroi par le grand magasin d'**une forme de licence d'exploitation** au franchisé du réseau de cafés-bistros;
- La mise en place entre le franchiseur du réseau de cafés-bistros et l'exploitant du grand magasin (s'il s'agit d'une entreprise unique ou à succursales) ou le franchiseur du réseau de grands magasins (s'il s'agit d'un réseau de franchises) d'**une entente-cadre** régissant l'exploitation de cafés-bistros dans les grands magasins de ce dernier.

En voici une autre illustration : une entente visant l'installation d'un comptoir, d'un kiosque, d'un îlot ou d'un présentoir d'un réseau de franchises dans les établissements d'un autre réseau peut tout autant prendre la forme d'une forme de licence (ou d'une forme allégée de franchise) permettant à l'exploitant de chaque établissement hôte d'y exploiter lui-même ce comptoir, kiosque, îlot ou présentoir ou, de manière tout à fait différente, d'une entente entre les franchiseurs de chacun des réseaux concernés permettant à un franchisé du concept devant être mis en valeur dans ce comptoir, kiosque, îlot ou présentoir dont l'établissement franchisé est situé à proximité d'exploiter ce comptoir, kiosque, îlot ou présentoir à titre de satellite à sa franchise

Il est important, dans chaque cas, de concevoir, de rédiger, de négocier et de mettre en œuvre le type d'entente qui convient le mieux aux partenaires et qui les aide vraiment à mieux atteindre leurs objectifs et à tirer le plus grand avantage possible de la synergie découlant de la combinaison choisie.

Évidemment, l'assistance et les conseils d'un expert en franchisage sera un ingrédient-clé du succès de toute telle combinaison. Les services d'un expert en droit de la concurrence peuvent s'avérer aussi pertinents si les partenaires, ou leurs franchisés, peuvent être considérés comme étant en concurrence l'un avec l'autre.

Me Jean H Gagnon (<https://franchisebusinessclub.com/membre/jeanhgagnon>)

Avocat expert en franchisage

Cabinet Fasken Avocats Montréal (<https://franchisebusinessclub.com/p/fasken>)

(<https://franchisebusinessclub.com/article/au-dela-de-la-covid-19-un-monde-different-et-une-collaboration-amelioree-au-sein-des-reseaux>)

[Article/à de la COVID-19, le monde différent et une collaboration améliorée au sein des réseaux](https://franchisebusinessclub.com/article/au-dela-de-la-covid-19-un-monde-different-et-une-collaboration-amelioree-au-sein-des-reseaux)
(<https://franchisebusinessclub.com/article/au-dela-de-la-covid-19-un-monde-different-et-une-collaboration-amelioree-au-sein-des-reseaux>)

Après la phase aiguë de la crise de la COVID-19, le monde ...

<https://franchisebusinessclub.com> (<https://franchisebusinessclub.com>)

Le cabinet Fasken de Montréal fait partie des experts invités à intervenir au 1er e-congrès de la franchise francophone du 21 au 25 septembre. Le Franchise Business Club les invite à présenter les spécificités, notamment juridiques de la franchise québécoise et canadienne le 25 septembre. L'objectif est d'informer les étrangers intéressés par la franchise québécoise et canadienne que ce soit pour :

- émigrer au Québec et y devenir franchisé
- aider un franchiseur à exporter sa franchise au Québec
- ou importer une franchise canadienne

(<https://franchisebusinessclub.com/article/1er-e-congres-francophone-de-la-franchise-du-21-au-25-septembre>)

[1er e-congrès francophone de la franchise du 21 au 25 septembre](https://franchisebusinessclub.com/article/1er-e-congres-francophone-de-la-franchise-du-21-au-25-septembre)
(<https://franchisebusinessclub.com/article/1er-e-congres-francophone-de-la-franchise-du-21-au-25-septembre>)

Nous souhaitons vous inviter au e-congrès de la franchise ...

<https://franchisebusinessclub.com> (<https://franchisebusinessclub.com>)

[#outil de gestion \(/recherche?terms=outil%20de%20gestion\)](#)

[# franchiseur \(/recherche?terms=%20franchiseur\)](#)

[#contrat relationnel; franchise; collaboration; partenariat stratégique \(/recherche?](#)

[terms=contrat%20relationnel%3B%20franchise%3B%20collaboration%3B%20partenariat%20strat%C3%A9gique\)](#)

[#développement \(/recherche?terms=d%C3%A9veloppement\)](#) [#contrat \(/recherche?terms=contrat\)](#)

[#avocat franchise \(/recherche?terms=avocat%20franchise\)](#)

[#franchise québec \(/recherche?terms=franchise%20qu%C3%A9bec\)](#)

♡ (.) 1 (.)

🔗 (.)

Vous devez être connecté pour pouvoir commenter

Connexion (.)



Commenter



(/membre/jeansamper)

JeanSamper (/membre/jeansamper) Consultant Expert en Franchise

Durant le confinement, Franprix a vendu quelques articles de sport dans près de 70 magasins Des corners d'articles de sport Décathlon sont prévus dans 15 magasins environ avec un assortiment plus complet.

Casino mise sur les partenariats avec d'autres marques pour déployer des corners. (voir les accords avec Hema et Easy C... [Voir plus](#).)

1 Répondre • 13/07/2020

Recommandations d'article

(/article/programme-d-ateliers-franchise-a-tunis-les-13-et-14-decembre-2022) (membre/jeansamper)

Document

Programme d'Ateliers Franchise à Tunis les 13 et 14 décembre 2022

3

(/article/programme-d-ateliers-franchise-a-tunis-les-13-et-14-decembre-2022)

(/article/bien-selectionner-ses-franchises) (membre/jeansamper)

18 juillet 2022

Article

Bien sélectionner ses franchisés

(/article/bien-selectionner-ses-franchises)

(/article/bien-selectionner-ses-franchises)

(/article/adapter-sa-convention-de-franchise-pour-le-quebec-et-l-amerique-du-nord-les-meilleures-pratiques) (membre/jeanhgagnon)

28 juin 2022

Article

Adapter sa convention de franchise pour le Québec et l'Amérique du Nord : les meilleures pratiques

(/article/adapter-sa-convention-de-franchise-pour-le-quebec-et-l-amerique-du-nord-les-meilleures-pratiques)

