

FRANCHISE DE SERVICE

Dans une société qui aborde l'ère post-industrielle, il est normal de voir se développer le secteur tertiaire.

Dans le monde de la franchise, on peut souligner le formidable bond en avant de la franchise de service.

La franchise de service se caractérise essentiellement par la transmission d'un know-how où les franchisés doivent ensuite fournir eux-mêmes un certain type de prestations auprès du consommateur.

Cette forme de franchise concerne des secteurs variés qui vont de la réparation à l'hôtellerie et la restauration en passant par la location de voitures, le conseil d'entreprise ou l'agence matrimoniale, l'imprimerie rapide, l'intérim, vidéo, photo, accessoires automobiles, coiffure, décapage, etc... certaines branches comme l'assurance, les agences de voyage, les agences immobilières, le bâtiment s'y lancent également.

En théorie, toutes les prestations de services peuvent être franchisables, aux U.S.A. par exemple !

1) Les services apportés aux entreprises représentent en nombre de points de vente franchisés 50 825 subdivisés en :

- comptabilité, crédit et centre d'affaires (2531),
 - personnel intérimaire (4572),
 - imprimerie et photocopie (4325),
 - assistance fiscale (9069),
 - immobilier (15 148),
 - services divers (15 180).
- 2) Autres services :
- restauration (71 764),
 - hôtel (7 224),
 - blanchisserie, nettoyage à sec (3 077),
 - enseignement, produits et services (6 963)
- etc...

En France, avec des chiffres plus modestes, le CECOD (Centre d'étude du commerce et de la distribution) a évalué la franchise comme représentant 1/3 de la franchise en France (33 %) en 1983 102 franchiseurs pour 2 106 franchisés.

Les avantages pour un franchisé appartenant à une chaîne de service sont : — un investissement moindre que dans une franchise de distribution — pas de stock, emplacement moins cher, fidélisation d'une clientèle.

Les chaînes connues dans les services sont par exemple :

Olivier GAST

VSD : 6 mars 1986

Les 3 qualités de l'Entrepreneur-Franchiseur

J'ai déjà parlé dans cette rubrique de quel environnement politico-économique la franchise et la création d'entreprise ont besoin pour se développer harmonieusement et vite.

J'ai parlé également de venture capital (ou comment gérer ses fonds propres) ainsi que des techniques modernes de management.

Alors que l'hyper spécialisation est devenue la règle dans les affaires, il n'est pas surprenant de constater que nous sommes entrés dans l'ère du travail en équipe. Animer une équipe devient une des choses les plus importantes dans le commerce moderne.

Aussi le franchiseur par exemple doit-il posséder un certain nombre de qualités spécifiques, en dehors des qualités normales, propres aux créateurs d'entreprises (intelligence, compétence, inventivité) qui sont les suivantes : « **Energie, volonté, enthousiasme** ».

Ces trois qualités s'avèrent nécessaires au succès d'un candidat-franchiseur.

1. L'énergie

L'énergie dans nos sociétés modernes est le besoin le plus absolu, le plus vital. Une grande capitale privée d'électricité pendant plusieurs semaines devient vite invivable. La situation rappellerait le fameux « **Ravage** » de Barjavel.

A l'échelle individuelle, la situation est la même. L'énergie humaine est la qualité fondamentale, indispensable à toute activité. C'est l'énergie qui donne envie de se trouver au cœur de l'action, qui donne la sensation d'avoir les moyens de vaincre les événements ou soi-même. Cet influx nerveux est l'étincelle qui doit briller dans l'esprit du créateur d'entreprise. L'énergie, cette électricité humaine, ne peut se trouver qu'en soi-même ; ni drogue, ni stimulant ne peut s'y substituer. Mais cette énergie n'est pas forcément innée ; elle s'acquiert par l'éducation, elle s'entretient. La technique du sport est un excellent moyen éducatif pour cela. Le sport, c'est la tension, l'effort, la souffrance volontaire qui, elle, est enrichissante. L'entrepreneur qui a habitué son corps à l'effort physique a un esprit lui aussi entraîné à admettre la lutte pour le travail et la réussite.

Le franchiseur aura besoin d'énergie pour répondre aux contraintes aussi bien

physiques que morales de ses activités : emploi du temps chargé, travail continu, stress et inquiétude seront son lot quotidien.

2. La volonté

Pourtant, isolée, l'énergie ne suffira pas si elle n'est pas assortie de la seconde qualité indispensable à la réussite : la volonté.

Avec de l'énergie mais sans volonté, on n'est qu'un touche à tout. C'est la volonté qui permet de passer de la velléité à l'action ; de maintenir et conserver constant et régulier l'effort né de l'énergie. C'est elle encore qui confère opiniâtreté, endurance et même autorité. L'autorité se transformera en influence et l'ensemble donnera le pouvoir.

Dans une chaîne de franchise, l'autorité et l'ascendant acquis par le franchiseur lui permettront souvent de maintenir la cohésion de sa chaîne.

3. L'enthousiasme

Enfin, pour faire un tout cohérent, la réussite de l'entrepreneur est promise à celui qui associe une troisième qualité aux deux premières : il s'agit de l'enthousiasme.

Pourquoi l'enthousiasme ?

Parce que c'est lui qui donnera de l'allant et la foi de poursuivre l'action. C'est lui qui sous-tendra l'énergie et la volonté qui attire sur soi la sympathie, malgré la réussite qui fera forcément des jaloux et des aigris. C'est l'enthousiasme qui maintiendra l'énergie et la volonté même dans les moments de déprime.

Mais même dans la vie courante, dans les moments où il n'y a pas de crise, c'est l'enthousiasme qui donnera le pouvoir de conviction. C'est lui, associé bien sûr aux autres qualités du franchiseur qui en fera un leader crédible, qui entraînera l'adhésion.

Energie, volonté et enthousiasme sont donc les trois « plus » qui, ajoutés aux qualités évidemment nécessaires à toute réussite feront d'un candidat franchiseur un candidat à la réussite.

Et au diable ceux qui condamnent toute vocation à la réussite !

L'élitisme n'a pas que des défauts lorsqu'il est bien compris et ne sombre pas dans un corporatisme, borné et source de stagnation et d'enlisement...

La limite à l'élitisme, c'est le respect absolu du principe de la libre concurrence.

OLIVIER GAST

VSD : 6 février 1986

FRANCHISE ET ESPRIT D'ENTREPRISE

La franchise est une stimulation à la création d'entreprise et à la création d'emplois.

Au Printemps 1982, 80 % des élèves des Grandes Ecoles estimaient qu'il est toujours possible de créer son entreprise.

En juillet dernier, confirmation de ce « frémissement » : 93 % des futurs cadres de l'industrie et du commerce sont attirés par l'entreprise privée, 77 % ont une « opinion négative » des fonctionnaires, 56 % n'aiment guère les syndicats, 79 % aimeraient se « frotter aux réalités du terrain », au cours de leur vie professionnelle, 85 % souhaiteraient changer plusieurs fois d'emploi, enfin 90 % sont « pour » la famille.

(SONDAGE : EXPANSION IFOP).

Récemment, l'IFOP a exploré la France profonde et la pêche est miraculeuse : plus de 10 Français « actifs » sur 100 (deux millions et demi très exactement) aimeraient créer ou s'emploient à créer leur propre entreprise, parmi eux, beaucoup de jeunes. Chiffre étonnant si l'on ne se souvient qu'à la fin des années 1970, plus de la moitié des parents voulaient que leurs enfants soient... fonctionnaires.

Ce qui étonne dans le Franchising, c'est sa capacité d'engendrer l'esprit d'entreprise. Il apporte une réponse au besoin profond de nos sociétés occidentales et de plus en plus, la tranche des 24-39 ans veut être son propre patron.

Une étude récente aux U.S.A. (Printemps 1985) démontre que sur un millier d'étudiants, 42 % envisagent d'être leur propre patron d'ici 10 ans.

Malheureusement on sait (d'après d'autres statistiques américaines), qu'en 5 ans, 65 % d'entre eux mettraient la clé sous la porte.

Mais la franchise a la possibilité, non pas simplement de réduire le taux d'échec pour ceux qui veulent créer leur entreprise, mais aussi d'amener au cours des 10 prochaines années, un nombre important de ces dernières à être réellement dans le sens le plus significatif du terme, leur propre patron.

La franchise donnera des occasions et continuera dans ses implications sociales pour nous tous, à fournir des opportunités à ceux qui autrement n'auraient jamais eu cette chance.

Olivier GAST

VSD : oct. 1985

FRANCHISE ET ESPRIT D'ENTREPRISE

Le progrès a toujours été consécutif à l'innovation.

La grandeur de l'Espagne à la fin de la Renaissance n'était-elle pas la conséquence de l'esprit d'aventure, et l'innovation de Christophe Colomb et après lui, des conquistadors ?

La grandeur de l'Europe du XIX^e siècle - le capitalisme - n'était-elle pas la conséquence de l'imagination (scientifique) et de l'esprit d'entreprise des grands créateurs des usines et manufactures ?

En l'an 2000, la créativité existera toujours : le nucléaire, l'ordinateur, l'électronique, la conquête de l'espace, la génétique en sont déjà le témoignage vivant.

L'humanité ne peut s'affirmer et s'épanouir que dans le progrès et la course en avant (mythe de Prométhée).

Si aujourd'hui le monde scientifique et technologique accélère son processus de création, le monde économique, commercial, politique par la force des choses est obligé de s'adapter. Un nombre considérable de professions sont appelées à court terme à disparaître et vont être remplacées par un nombre plus important de nouveaux métiers, nouvelles spécialités qui apporteront un très grand nombre de nouveaux postes et de nouveaux emplois.

La véritable innovation est créatrice de travail et d'embauche. Mais pour éviter tout décalage - c'est-à-dire le chômage - les structures organisationnelles commerciales doivent être repensées.

Le franchising dans le domaine commercial est un exemple d'organisation juridique et économique parfaitement adapté au commerce moderne, celui de l'an 2000.

OLIVIER GAST

VSD : nov. 1985

FRANCHISE ET ESPRIT D'ENTREPRISE

Ni à gauche, ni à droite, mais EN AVANT ! Voilà la seule politique sérieuse pour une France MODERNE.

Le clivage gauche-droite me semble de plus en plus « ringard ».

Le fait est que le vrai changement que la gauche au pouvoir depuis 1981 a effectué (à son insu peut-être ?) est le *changement des mentalités*.

Or, le nouveau clivage des Français dans les prochaines années — et qui saute aux yeux — se trouve entre les *conservateurs de tous bords* (les dynosaures) qui s'accrochent à un mode d'organisation dépassé en voie d'effondrement (aussi bien dans l'organisation politique, qu'économique, que financière, que sociale, que syndicale...) et les *pionniers d'une organisation nouvelle*, petites entreprises, souplesse, motivations, mutualisation du profit et de l'effort, travail d'équipe, cercle de qualité, conquête de marché, création d'emplois. (Mais tous ces types nouveaux d'organisation ne peuvent se concevoir que dans un environnement politique nouveau, que seuls les entrepreneurs pourraient mettre en place). Les franchiseurs et les franchisés dans le commerce moderne ont déjà montré l'exemple et la voie d'un modèle d'organisation adapté à l'an 2000.

Franchiseur et franchisé, *chacun est son propre patron*, indépendant. Leur relation juridique et les rapports de force sont soigneusement consignés dans un contrat. Le franchisé est une entreprise autonome, très motivée puisque c'est une entreprise qui a investi ses deniers et qui respecte la politique générale de la chaîne dont le franchiseur est le gestionnaire et le responsable. « L'indépendance dans l'interdépendance », voilà ce qu'est la franchise ! ».

C'est un immense progrès social comparé aux relations salariales traditionnelles Patron-employés ! Plus de « syndicats », mais du partenariat dynamique, raisonnable et cohérent.

OLIVIER GAST

VSD : 28 nov 1985

FRANCHISE ET ESPRIT D'ENTREPRISE

La franchise est un système sophistiqué et original dirigé vers un seul véritable objectif : LA VENTE.

- 1) Vendre des services ou du savoir-faire dans la franchise de service.
- 2) Vendre des produits, des marchandises dans la franchise de distribution.
- 3) Vendre de la haute technologie, de l'industrie, des usines dans la franchise industrielle.
- 4) Exporter à l'étranger toute l'inventivité prodigieuse des industriels et ingénieurs français dans la franchise internationale.

Mais tout cela veut dire qu'il faut *vendre*. C'est fondamental pour lutter contre la concurrence étrangère.

Hélas, les entrepreneurs français semblent être d'excellents producteurs, d'excellents industriels... mais de piètres vendeurs, alors que les pays anglo-saxons et les Japonais sont eux d'excellents vendeurs !

Les pouvoirs publics, les institutionnels dans tous les secteurs de notre économie et l'état d'esprit des responsables doivent changer radicalement.

Attention, il ne sert à rien de produire si on ne vend pas ! Si on ne vend pas, on ne produit que des chômeurs !

Il est lamentable de constater que si peu de voix dans le monde des politiciens ne s'élèvent pour dire aux Français la vérité.

Il faut redonner à la fonction vente sa première place dans l'entreprise, tant sur le plan social que financier (salaire) que prestige.

20 ans d'influence « gauchisante » ont conduit les Français (de toute tendance politique) à mépriser (consciemment ou inconsciemment) l'aspect commercial des choses. Aussi, nous le payons très cher aujourd'hui en terme de balance de commerce extérieur, de chômage, de dépôt de bilan et de déclin de notre culture dans le monde.

OLIVIER GAST

VSD : 5 déc. 1985