

# L'EXPORTATION A L'ÉTRANGER D'UN CONCEPT EN FRANCHISE



Lorsqu'une entreprise souhaite s'internationaliser, différents modes de développement à l'étranger s'offrent à elle. La franchise permet d'implanter rapidement un réseau de vente et de distribution de biens et services sur un marché.

## LA DÉFINITION D'UNE FRANCHISE

La franchise est un **accord entre le franchiseur (une entreprise) et le franchisé (une autre entreprise)**. L'objet de l'accord est la **commercialisation de produits et/ou services en échange d'une compensation financière directe ou indirecte**. Ainsi, elle prend la forme d'un contrat écrit qui stipule les conditions. Autrement dit, la franchise correspond à un mode d'entrepreneuriat visant à se déployer sur divers territoires, comme à l'international, pour démarcher de nouveaux marchés. Par exemple, il peut s'agir d'un franchiseur français qui souhaite s'exporter à l'étranger à l'aide d'un franchisé qui a une excellente connaissance du pays en question ou d'un franchisé français qui souhaite développer un concept.

## LES STRUCTURES JURIDIQUES DE LA FRANCHISE

Il existe différents modèles pour exporter son réseau. Ainsi, le **franchiseur doit opter pour la bonne formule** selon son principal objectif, les lois en application dans le pays concerné, le choix du franchisé et ses ressources financières.

Les franchises directes :

- **La filiale** correspond à une société dont la majorité du capital social est gérée par une autre, la société mère. Le franchiseur opte pour cette option lorsqu'il possède les moyens financiers pour installer un siège et une équipe dans le pays visé ;
- **La franchise directe** dont le centre de décision est en France avec des équipes responsables du développement du concept dans le pays visé. Ainsi, le franchiseur conclut directement les accords avec les franchisés du pays. Autrement dit, la structure juridique reste identique. Ce modèle est déconseillé aux franchiseurs qui ont une méconnaissance du marché visé et des réglementations locales.

Les franchises indirectes :

- **La joint-venture ou coentreprise** permet au franchiseur d'avoir un accès direct à la gouvernance de la structure internationale. Ainsi, il s'associe avec un partenaire étranger dans le cadre d'une société basée dans le pays étranger visé. Autrement dit, c'est une association, qui comporte un objectif précis et un horizon temporel déterminé, avec une entreprise locale. Par la suite, la société constituée en joint-venture pourra conclure un contrat de développement ou de master franchise avec le franchiseur. Par exemple, en Chine, la joint-venture est obligatoire. Cette structure permet de partager des frais de développement et les risques inhérents. Il faut savoir que ce modèle requiert une bonne entente entre les deux sociétés ;
- **Le master franchise** permet au franchiseur de déléguer son pouvoir à un master franchisé local. Ainsi, le franchisé dans un pays visé sera en lien direct avec le master franchisé et non avec le master franchiseur. Par ailleurs, le master franchisé, qui a une bonne connaissance du pays en question, s'occupe du développement et de l'animation du réseau. Cependant, le créateur ne contrôle plus entièrement sa marque et ses revenus peuvent subir une baisse. Ainsi, le choix du partenaire doit être fait minutieusement. Cependant, il n'est pas exclu qu'un master franchiseur fasse le choix de confier la mission à un master franchisé francophone, au lieu d'étranger, qui connaît le marché local.

## LES OUTILS POUR REUSSIR SON EXPORTATION

L'exportation d'une franchise à l'étranger demande de la préparation en amont. Cela s'applique également aux franchiseurs français qui souhaitent exporter leur franchise. Ainsi, quelques facteurs sont à retenir pour réussir cette mission.

- Tout d'abord, avant d'envisager une exportation de ce type, il faut avoir un **réel succès en France**. Autrement dit, une structure solide et une assistance reconnue sur le territoire national ;
- Il faut avoir déjà **expérimenté le métier de franchiseur sur son marché-mère**, dans ce cas la France, pour réaliser un bilan sur la franchise déjà existante ;
- De manière générale, il faut **analyser le concept** et savoir s'il peut être exportable ou requiert une adaptation ;
- Il faut réaliser une **étude de marché de certains pays** pour l'exportation et celui qui offre plus d'aisance selon le concept ;
- Il faut **analyser les ressources du franchiseur** : ressources humaines, matériels et financières. Le but est de se préparer à toutes éventualités. Il ne faudrait pas qu'un possible échec à l'international puisse mettre en danger le développement de la franchise sur le plan national. Ainsi, **anticiper les approvisionnements et les moyens logistiques** nécessaires pour l'exportation ;
- Selon le choix du pays visé, Il faut **se renseigner sur les normes juridiques et culturelles** du pays visé en rapport avec votre concept. Ainsi, avoir une bonne connaissance de la législation locale sur le commerce et la franchise du pays. Notamment, en ce qui concerne la protection du réseau de franchises et aux droits de propriété intellectuelle ;

- Selon le choix du modèle de franchise, il faut impérativement **identifier le partenaire idéal**. En effet, ce dernier sera en charge de la gérance et le développement de l'enseigne exportatrice sur le territoire défini de façon contractuelle ;

Afin de vous aider dans le choix du mode de développement en fonction de votre réseau, nous vous recommandons de vous tourner vers **la Fédération Française de la franchise**.

#### A noter

Lors de l'élaboration du contrat entre le franchiseur et le franchisé certains éléments doivent impérativement être adaptés : la langue selon le pays, les règles relatives au e-commerce, etc. Il est également recommandé de se renseigner en matière de conventions fiscales en vigueur, ainsi que sur le lieu de paiement de la TVA. Sans omettre de stipuler dans l'accord de franchise les règles en cas d'éventuels conflits entre le franchiseur et le franchisé.