

CHALLENGE GRATUIT

3 JOURS POUR SE LANCER EN FRANCHISE

20 - 21 - 22 mars 2024, 100% en ligne



3 JOURS POUR SE LANCER EN FRANCHISE

Mercredi 20 mars – 20h00

Avantages et contreparties
de la franchise



Élodie BERTRAND-ESQUEL

Avocate, *Beside Avocats*

Jeudi 21 mars – 20h00

Les étapes clés avec
mon expert comptable



François MOUCHEL

Expert-comptable, *Pepit*

Vendredi 21 mars – 20h00

La formation
du futur franchisé



Mélissa GESTIN

Organisatrice du challenge
Coach et formatrice





Mélissa GESTIN

Coach et formatrice pour les futurs franchisés

En 6 ans, j'ai accompagné **+ de 350 franchisés** dans divers secteurs : prêt-à-porter, restauration, automobile, etc.

Alexandre Yopa 4 avis
★★★★★ il y a une semaine NOUVEAU
Melissa est une consultante très professionnelle et empathique avec qui il est très facile d'aborder nos problématiques. Elle parvient à satisfaire nos attentes en tout point.

Lina Kada 2 avis
★★★★★ il y a un mois
J'ai eu la chance de travailler avec elle pour ma recherche pour me lancer. Ses conseils et ses ressources très satisfaisantes ont été précieuses. Elle m'a guidé à travers les démarches et a fourni des conseils pratiques. Mélissa a également pris le temps de répondre à toutes mes questions. Grâce à elle, je suis plus sereine pour démarrer mon aventure.
Merci encore à toi ! :-)

Maria Bensais 3 avis
★★★★★ il y a une semaine NOUVEAU
Je remercie Mélissa pour notre échange et son assistance qui est tout à fait précieuse. Son expertise m'a permis de mieux appréhender tous les aspects de mon aventure et elle a su répondre à mes questions avec beaucoup de clarté et pertinence.

Dimitri Donat 1 avis
★★★★★ il y a une semaine NOUVEAU
Je recommande fortement Mélissa pour son professionnalisme, ses conseils et sa réactivité. Elle a conforté mon choix d'entreprendre en franchise et m'a également permis d'obtenir de bons contacts avec des franchiseurs en ciblant parfaitement mes souhaits.

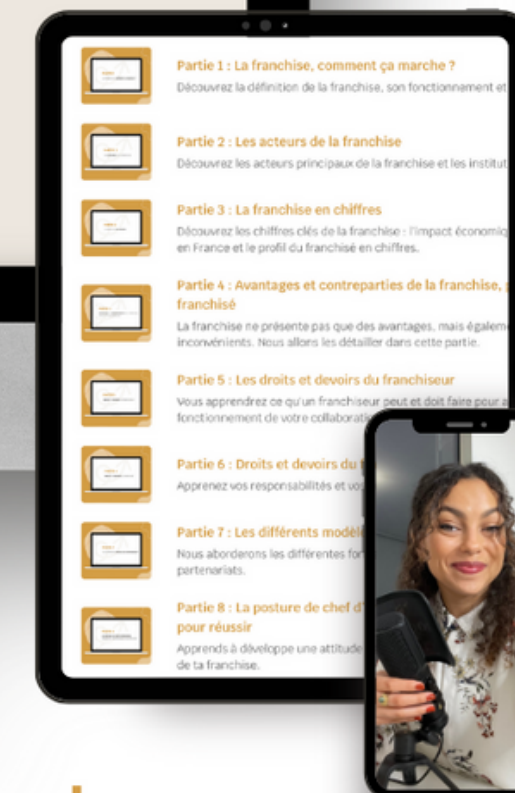


Objectif Franchise

Programme de formation en ligne pour les futurs franchisés



Formation en ligne



Lives mensuels avec des experts de la franchise



Coaching de groupe & suivi individuel

Communauté de futurs franchisés

LES ELEMENTS CARACTÉRISTIQUES DE LA FRANCHISE



SAVOIR-FAIRE

Défini comme un ensemble secret, substantiel et identifié d'informations pratiques non brevetées, résultant de l'expérience du fournisseur et testées par celui-ci



ASSISTANCE & FORMATION

Le franchiseur assiste et forme le franchisé dans sa mise en oeuvre du savoir-faire



MARQUE

Droit de propriété intellectuelle déposé.
Le franchiseur accorde ensuite le droit d'exploiter cette marque et les signes de ralliement de clientèle



INDEPENDANCE

Les parties restent deux commerçants indépendants sans liens financiers (hors franchise participative)

AVANTAGE

1. MISE À DISPOSITION D'UN SAVOIR-FAIRE ÉPROUVÉ

Concrètement, le savoir-faire est constitué par :

- la mise à disposition d'une sélection d'articles
- les techniques de vente
- la communication client
- le plan d'action commercial
- la formation du personnel
- l'animation
- système informatique / logiciel de caisse

AVANTAGE

QUAND ET DE QUELLE MANIÈRE
LE SAVOIR-FAIRE EST-IL TRANSMIS ?

AVANT OU PENDANT l'ouverture du
point de vente



Assistance
initiale

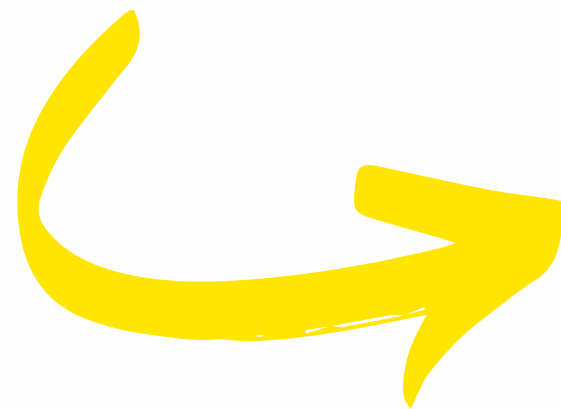
Remise du
manuel
opérateur
(la "bible")

Formation
initiale

AVANTAGE

**QUAND ET DE QUELLE MANIÈRE
LE SAVOIR-FAIRE EST-IL TRANSMIS ?**

**APRES l'ouverture du point de vente et
PENDANT toute la durée du contrat.**



Formation
continue

Formations imposées par le franchiseur
Réunions du réseau

Assistance
continue

Demandes du franchisé
Visites du franchiseur
Audits

CONTREPARTIE

OBLIGATIONS FINANCIÈRES

Le franchisé doit verser au franchiseur des sommes au titre, par exemple :



Droit d'entrée : montant forfaitaire
(attention aux renouvellements)

Redevance de franchise

Redevance de communication

Redevance de informatique

Redevance de formation

Autres frais

CONTREPARTIE



LA FORMATION ET L'ASSISTANCE SONT-ILS COMPRIS DANS LE PRIX ?

Le prix de l'assistance et la formation initiale **peuvent ne pas être compris** dans le droit d'entrée et être facturés en supplément.

Même chose pour le prix de l'assistance et de la formation continue : peuvent **être compris dans la redevance de franchise ou non.**

AVANTAGE

2. GESTION DE LA MARQUE ET SIGNES DE RALLIEMENT DE LA CLIENTÈLE

Le franchiseur doit maintenir la marque en vigueur et protéger les signes de ralliement de la clientèle contre la concurrence :



Comment ?

En exerçant les actions nécessaires (renouvellement de la marque, action en contrefaçon, concurrence déloyale) à ses frais.

CONTREPARTIE

RESPECT DE LA MARQUE ET SIGNES DE RALLIEMENT DE LA CLIENTÈLE

Le franchisé doit, pendant toute la durée du contrat, respecter la marque, le concept et les signes de ralliement.



Le franchisé ne peut déroger au concept ou exploiter une autre marque !

Le franchiseur peut solliciter l'aide du franchisé et exiger qu'il agisse à l'encontre d'un concurrent installé sur son territoire.

CONTREPARTIE

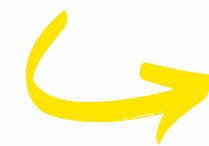
CLAUSE DE NON-CONCURRENCE ET DE NON-AFFILIATION

Le franchiseur peut interdire :



PENDANT le contrat = d'exercer une activité concurrente ou de s'affilier à un autre réseau (y compris un réseau créé par le franchisé lui-même).

APRES LA FIN du contrat = d'exercer une activité concurrente ou de s'affilier à un autre réseau (y compris un réseau créé par le franchisé lui-même).



Limité à un an et à partir des locaux

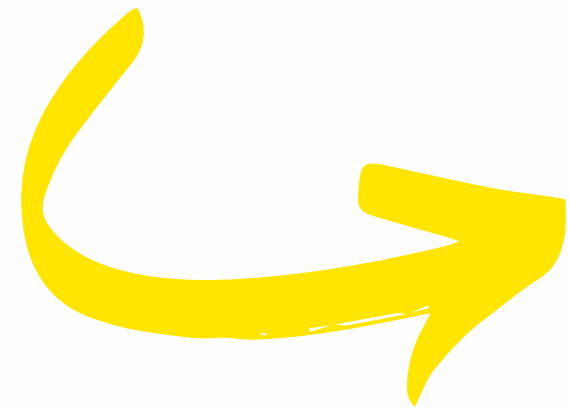


***En cas de violation :
résiliation du contrat,
pénalités financières
et/ou actions en justice***

AVANTAGE

3. ACTUALISATION DU SAVOIR-FAIRE

Le franchiseur doit mettre à jour le savoir-faire **pendant toute la durée du contrat** :

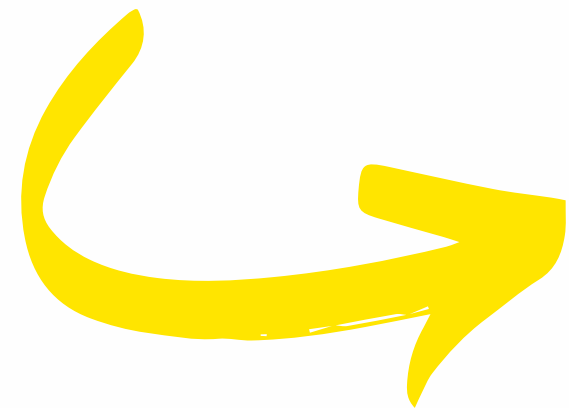


Nouveaux produits, nouveaux procédés, nouveaux partenariats, nouveaux outils etc.

CONTREPARTIE

APPLICATION DES ACTUALISATIONS DU SAVOIR-FAIRE

Le franchisé doit suivre les actualisation du savoir-faire
et **donc les appliquer**



En cas de modification de la marque ou des signes de ralliement (mobilier) le franchisé aura l'obligation de modifier l'ensemble de son point de vente afin de respecter le savoir-faire.

AVANTAGE

4. EXCLUSIVITÉ

Le franchiseur peut concéder des exclusivités, notamment de clientèle sur un territoire déterminé :



Par exemple : les clients d'un département ne pourront être démarchés que par le franchisé installé sur le département.



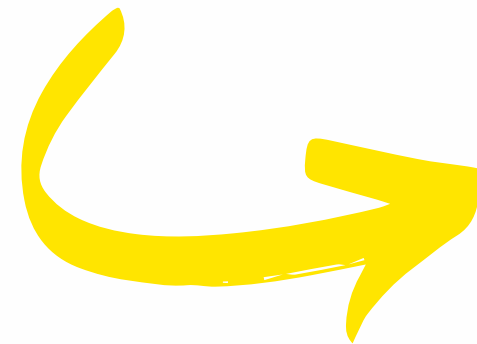
Attention aux ventes sur internet

AVANTAGE

5. POLITIQUE TARIFAIRE

Le prix des produits peut être **fixé librement** par le franchisé.

Pour que le réseau soit homogène, le franchiseur peut déterminer des "prix de vente conseillés" ou des "prix maximum".

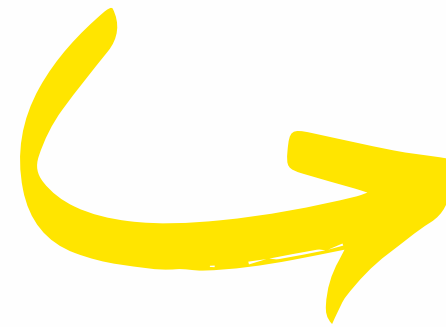


Le franchiseur ne peut pas imposer des prix minimum !

AVANTAGE

6. APPROVISIONNEMENT

Le franchiseur peut approvisionner le franchisé avec une gamme de **produits exclusifs**, à des conditions commerciales négociées avec des fournisseurs référencés.



Le franchiseur peut centraliser ou non les commandes !

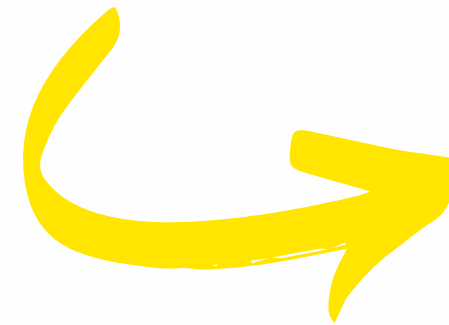


Attention redescende RFA

AVANTAGE

7. COMMUNICATION NATIONALE

Le franchiseur doit assurer la promotion de la marque et de l'enseigne en réalisant des **communications nationales**, le franchisé bénéficie donc directement des :



Spots et campagnes télé, réseaux sociaux (influenceurs), affiches, jeux concours, etc.

CONTREPARTIE

COMMUNICATION LOCALE

Le franchisé doit assurer la **promotion locale de la marque et de l'enseigne** en réalisant des communications locales :



Qui respectent la marque et le concept (respect de la charte graphique, du manuel du savoir-faire).

Parfois, le franchisé doit obtenir la validation préalable et écrite du franchiseur sur chaque projet de communication.



Le franchiseur peut imposer un budget minimal de communication !

3 JOURS POUR SE LANCER EN FRANCHISE

À vos questions !



Contact



Élodie BERTRAND-ESQUEL

Avocat

ebertrand@beside-avocats.com

BESIDE 
A V O C A T S



MONCONTRATDEFRANCHISE.COM



Mélissa GESTIN

Coach et formatrice

contact@objectif-franchise.fr

objectif 
FRANCHISE

COACHING POUR FUTURS FRANCHISÉS

