

*Avec l'abolition progressive des frontières devant les produits et services étrangers, l'implantation des entreprises étrangères en Tunisie croît de plus en plus. Les modes et modèles d'intégration varient selon les objectifs des détenteurs de capitaux et selon le système de commercialisation et d'internationalisation choisi par la firme mère. Entre l'investissement direct étranger, l'off-shoring, l'investissement mixte, la franchise, le champ d'internationalisation devient plus large. La Franchise est un système de commercialisation novice faisant ses premiers pas en Tunisie. Ce nouveau concept comme toute initiative nouvellement conçue prendra certainement du temps pour s'intégrer progressivement à la culture entrepreneuriale tunisienne. Les entreprises tunisiennes persistent et signent leur réticence envers ce modèle de commercialisation.*

## En toute Franchise!



### YOSR GUERFEL AKKARI

### Cadre juridique de la Franchise

\*Décret n° 2010-1501 du 21 juin 2010, portant fixation des clauses minimales obligatoires des contrats de franchise ainsi que des données minimales du document d'information l'accompagnant.

Article premier - Le présent décret fixe les clauses minimales obligatoires des contrats de franchise ainsi que les données minimales du document d'information accompagnant le contrat et relatives au franchiseur et de son secteur d'activité, tels que visés à l'article 15 de la loi 2009-69 du 12 août 2009 relative au commerce de distribution.

Art. 2 - Le contrat de franchise doit inclure les droits et les obligations du franchiseur et du franchisé et notamment les mentions suivantes :

- les services rendus par le franchiseur au franchisé notamment en ce qui concerne le transfert de l'expérience acquise, du savoir faire et de l'exploitation des droits de la propriété intellectuelle,
- les royalties exigées du franchisé,
- la durée du contrat et les conditions de son renouvellement,
- les conditions d'exploitation de la marque ou de l'enseigne commerciale,
- les conditions de résiliation du contrat,
- les clauses d'exclusivité d'approvisionnement,
- les clauses de non concurrence,
- la délimitation de la zone géographique exclusive d'exploitation de la marque ou de l'enseigne commerciale,
- l'obligation du franchisé à la confidentialité des données divulguées par le franchiseur,
- le plan d'investissement à exécuter par le franchisé,
- Les conditions de répartition des dépenses de publicité,
- la communication au franchiseur des données relatives à la vente et à la situation financière du franchisé,
- les procédures d'autorisation du franchiseur ou de ses délégués pour accéder aux locaux du franchisé,
- la possibilité pour le bénéficiaire d'un contrat d'exclusivité de représentation couvrant tout le territoire de la République Tunisienne, de conclure avec des franchisés des contrats d'exploitation couvrant des zones géographiques limitées.

\* Arrêté du ministre du commerce et de l'artisanat du 28 juillet 2010, portant l'octroi systématique, à certains contrats de franchise, de l'autorisation prévue par l'article 6 de la loi n° 91-64 du 29 juillet 1991, relative à la concurrence et aux prix.

### Quelques franchises disponibles en Tunisie

Materna, Adèle, Alex pneu et mécanique, femmes en formes, Herbal Magic, Pano boutique, Plan Ahead events, Swann, Trade Secrets, WSI Inter-net...

### Qu'est-ce que la franchise ?

Il s'agit d'un système de commercialisation de produits et/ou de services et/ou de technologies, basé sur une collaboration étroite et continue entre entreprises juridiquement et financièrement distinctes et interdépendantes : le franchiseur et ses franchisés. Le franchiseur accorde le droit et impose l'obligation d'exploiter une entreprise en conformité avec son concept. L'entreprise propriétaire d'une marque ou d'une enseigne s'appelle (le franchiseur). Et les commerçants interdépendants sont (les franchisés).

La loi tunisienne du 12 août 2009 relative au commerce de distribution définit le contrat de franchise comme un contrat par lequel le propriétaire d'une marque ou d'une enseigne commerciale accorde le droit de son exploitation à une personne physique ou morale dénommée franchisé, et ce, dans le but de procéder à la distribution de produits ou à la prestation de services moyennant une redevance.

Le droit d'exploitation de la franchise comprend le transfert des connaissances acquises, le savoir faire et l'exploitation des droits de la propriété intellectuelle. Est considéré réseau de franchise, l'ensemble des commerces interdépendants exerçant sous la même marque et selon des méthodes commerciales unifiées dont notamment l'aménagement des locaux, les modes de gestion, l'exposition, le marketing et les sources d'approvisionnement.

Un système nouvellement initié et méconnu en Tunisie surtout en l'absence de cadre juridique régissant l'activité de franchise et protégeant les intérêts des franchiseurs et des franchisés. En 2009, une première loi est venue réglementer le secteur pour le faire sortir de l'anarchie. Le décret du 21 juin 2010 et l'arrêté du 28 juillet 2010, sont venus dépasser les hics et les lacunes de la loi 2009 et raffiner les dispositions promulguées en faveur des franchiseurs et des franchisés. Aujourd'hui, bon nombre d'enseignes et de marques étrangères ont intégré le circuit de distribution tunisien et d'autres expriment la volonté de se lancer dans ce système de distribution. Néanmoins, la vulgarisation de ce concept interpelle toutes les parties concernées à redoubler d'efforts notamment en matière de sensibilisation et de promotion. En parlant de la Franchise on ne peut ignorer le rôle joué par un jeune tunisien résidant au Canada dans la vulgarisation et dans l'ancrage de la culture de la franchise en Tunisie. Il s'agit de Tarek Yazidi, président et co-fondateur de « Occasion Franchise ». Tarek Yazidi a été mandaté par la MDEIE afin de représenter les franchises québécoises à l'étranger. Il est aussi l'initiateur du projet de loi sur la franchise en Tunisie. Selon notre concitoyen et le « big boss » d'« occasion franchise », le premier cabinet de consultation en franchise en Canada et en Tunisie : « Le risque de faillite d'une franchise dans le monde est nettement moindre que de partir en affaire tout seul : 80% des petites entreprises font faillite lors des deux premières années de leur existence contre 10% pour une franchise. En moyenne, le temps pour qu'un commerce indépendant devienne économiquement et financièrement rentable, une période de 2 à 5 ans est nécessaire, tout dépend de la nature du commerce. Pour une nouvelle franchise, la durée de rentabilité financière moyenne est de l'ordre de 6,6 mois. La présence de modèle d'affaires de franchise en Tunisie n'a aucune menace sur les entreprises tunisiennes. Cependant, la franchise enrichit le monde des affaires et des investissements en Tunisie. En fait, la franchise est simplement une entreprise juridiquement tunisienne qui s'ajoute comme un nouveau concurrent.

La franchise est un modèle d'affaires qui influence énormément l'économie tunisienne et qui apporte des nouvelles notions. L'émergence de la franchise comme nouveau modèle d'affaires pour les entreprises tunisiennes et les nouveaux entrepreneurs modifie et enrichit l'image actuelle de l'économie tunisienne. Avec l'émergence de modèle d'affaires de la franchise en Tunisie, le citoyen tunisien moyen peut trouver les biens de marques qu'il désire avec les prix réels sans aucune intervention de tierce partie qui peut entamer la réputation de la marque et la confiance de consommateur tunisien en produit. Le Tunisien moyen désireux de se procurer des produits de renommée mondiale n'aurait plus de crainte de la contrefaçon et paiera le même prix que dans les boutiques en Europe sans avoir besoin d'y voyager.

La franchise raccourcit les distances, rapproche les biens des consommateurs et élargit la base clientèle des marques ce qui est en faveur du consommateur qui aura un choix plus diversifié ».

## Ouverture demain du Salon Med Franchise 2010 au siège de l'UTICA (du 1er au 3 décembre)

M.Mounir Mouakhar, président de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Tunis (CCIT)

### Des progrès probants sur le plan juridique, mais beaucoup reste à faire

- "L'Association tunisienne de la Franchise, créée en ce mois de novembre pourra contribuer à la vulgarisation du concept de la franchise"

**Le Temps-économie : si vous nous donniez un avant goût de la 2ème édition du Salon Med Franchise ?**

**M.Mounir Mouakhar :** Organisée par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Tunis en collaboration avec l'Association des Chambres de Commerce de la Méditerranée (ASCAME) et en partenariat avec l'UTICA, la deuxième édition du Salon Medfranchise ouvre ses portes demain et se poursuit jusqu'au 3 décembre au siège de l'UTICA. Le Salon regroupe des exposants nationaux et internationaux qui s'intéressent à la franchise. Le thème choisi pour cette année s'inscrit dans le fin fond des objectifs nationaux de création d'emplois. « La franchise : pour contribuer à relever les défis de l'emploi », tel est le leitmotiv de l'édition 2010. La Chambre de Commerce et d'Industrie de Tunis, s'emploie à vulgariser la franchise auprès des unités productives nationales. La Franchise a été citée à deux reprises dans le programme présidentiel. La modernisation des circuits de distributions en est l'objectif ultime. D'où le rôle imparti à la Chambre de Commerce et d'Industrie de Tunis dans l'ancrage de ce concept en vogue.

**Qu'en est-il du développement de la Franchise en Tunisie après la promulgation de la loi sur la Franchise et l'évolution du cadre juridique ?**

Entre la première et la deuxième édition de Med Franchise, d'énormes progrès ont été réalisés sur le plan du cadre juridique régissant la Franchise en Tunisie. Il s'agit entre autres des conditions contractuelles reliant le franchiseur et le franchisé et des conditions d'octroi systématique de l'autorisation prévue pour certains contrats de franchise.

Par ailleurs une Association Tunisienne Franchise (ATF) vient de voir le jour. Créée à l'initiative de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Tunis, elle a pour objectif de sensibiliser les entreprises tunisiennes à adhérer à cette nouvelle culture entrepreneuriale et nouveau modèle de distribution. En effet, les entreprises tunisiennes bougent encore ce nouveau système de commercialisation. Il est vrai qu'on relève la présence de plusieurs enseigneurs

en Tunisie et de nouvelles marques internationales qui ne cessent d'être lancés dans le marché national. Toutefois, beaucoup reste à faire sur le plan de la promotion et de la sensibilisation des entreprises à adhérer à ce concept de commercialisation. Les contrats de franchise peuvent permettre aux entreprises de se positionner sur les marchés internationaux. L'émergence de franchiseurs tunisiens est en point de mire. Il ne faut pas se limiter au seul rôle de franchisés. Néanmoins, il y a des préalables requis qu'il convient de développer avant de se lancer dans ce créneau porteur. Il y a des aspects juridiques à revoir et à actualiser. Du fait, il faut des spécialistes, des avocats spécialisés en la matière capables de définir les relations contractuelles entre le franchiseur et le franchisé et de veiller au grain de manière à protéger les intérêts des uns et des autres. Donc, c'est un travail de longue haleine.

Nous en tant que Chambre de Commerce et d'Industrie de Tunis, nous aspirons à une plus grande intégration des entreprises tunisiennes dans ce modèle de distribution afin de gagner le pari de modernisation du secteur et d'amélioration

du processus de distribution. Outre les produits de consommation, les services sont aussi concernés par la franchise.

Qu'attendez-vous de l'édition 2010 de « MedFranchise » après une première édition réussie ?

Après la satisfaction des exposants et des visiteurs de la première édition de Med Franchise. La nouvelle édition devra attirer une cinquantaine d'exposants de nationalités françaises, américaines, espagnoles, tunisiennes et autres. Nous attendons un afflux de visiteurs professionnels ou particuliers. Nous appelons toutes les entreprises concernées, les exportateurs tunisiens, les avocats et les experts comptables à prendre part à ce Salon dédié à la Franchise. Les jeunes diplômés sont aussi les bienvenus. Trois jours à l'UTICA, permettront un échange d'idées et d'expériences autour d'un thème révélateur. M.Ridha Ben Mosbah, ministre du Commerce et de l'Artisanat procédera demain à 9heures du matin à l'inauguration du Salon MedFranchise 2010.

### L'enseigne de signalétique «Pano Boutique» au Stand 44

Premier réseau européen de signalétique et de marquage publicitaire. Pano Boutique participe au salon Tunis Med Franchise les 1er, 2 et 3 Décembre prochain, au siège de l'UTICA (Union Tunisienne de l'Industrie, du Commerce et de l'artisanat) à Tunis, stand 44. Ce 2ème salon Tunis - Medfranchise édition 2010 accueille les réseaux qui souhaitent se développer sur de nouveaux marchés et par delà tend à enraciner une culture entrepreneuriale aux portes de la Méditerranée. D'origine bordelaise, Pano Boutique répond depuis plus de vingt ans aux besoins des entreprises, administrations, commerçants et artisans en matière de signalétique et de marquage publicitaire. Créé en 1987, il devient le premier ré-

seau européen dans ce domaine. Il est omniprésent en France, via une centaine de points de vente et, à l'échelle internationale, dans une dizaine de pays d'Europe et d'Afrique.

Pano Boutique intervient dans l'ensemble des secteurs d'activités et peut diffuser des informations de tout type (enseignes, vitrines, marquage de véhicules...) sur support quel support (adhésifs, plaques, métal...).

Les concessionnaires du réseau sont en effet formés et équipés aux toutes dernières technologies du collage adhésif et de l'impression numérique. Ils maîtrisent l'ensemble de la chaîne publicitaire et sont capables de concevoir les logos et les messages, de gérer la fabrication puis de prendre en charge la mise en œuvre du produit.