

La bibliothèque de la franchise

DEVENIR FRANCHISÉ OU LANCER UNE FRANCHISE

Subtil mariage entre une enseigne et une entreprise individuelle liées par la notion de savoir-faire, la franchise ne cesse de se développer en France et couvre les secteurs les plus divers. En 5 ans, cette stratégie commerciale apparue dans les années soixante a créé plus de 500 nouveaux réseaux et des dizaines de milliers d'emplois. Elle offre aujourd'hui aux actifs une voie professionnelle, particulièrement sûre, pour créer un commerce ou une activité de service. Ces dernières années, elle a conquis et contribué à créer des secteurs d'activité nouveaux, notamment celui des services de proximité. Elle a formalisé des méthodes de management (animation des réseaux, prises de décision collective) qui ont fait évoluer le commerce et la prestation de service, mais elle a également pris en compte les nouvelles technologies et les courants profonds qui ont modifié le comportement des consommateurs. Plus détaillée avec plus d'exemples, la 2^e édition de cet ouvrage suit ces évolutions.

Devenir franchisé ou lancer une franchise (2^e édition) par Chantal Zimmer chez Vuibert. 226 pages, 14 euros.



CRÉER ET DÉVELOPPER SON RESTAURANT

De la création à la revente : voici tous les éléments pour réussir l'ouverture d'un restaurant, développer ses activités et, si nécessaire, préparer sa revente. Ce guide propose de vous fournir l'ensemble des éléments importants relatifs à la création, la gestion, le développement et la revente d'un restaurant. Il a été organisé dans un ordre logique, chaque sujet étant traité dans un chapitre qui lui est propre. Préparation du projet, qualités nécessaires, financement, analyse financière, aides possibles, comptabilité et fiscalité, TVA, emplacement, communication, gestion de la clientèle, locaux, choix de la carte, personnel, fournisseurs, l'accueil, pièges à éviter, gestion des litiges... Tout est très clairement exposé, exemples à l'appui ! Réalisé avec un souci d'objectivité, il s'adresse à des créateurs de première entreprise et des exploitants de restaurants, les fondamentaux qui y sont traités étant valables pour toutes les entreprises de restauration.

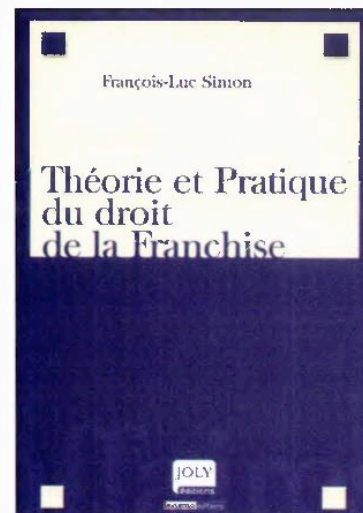
Créer et développer son restaurant de Marc Binet aux Éditions Du Puits Fleuri. 260 pages, 24 euros + 4 euros de port.



THÉORIE ET PRATIQUE DU DROIT DE LA FRANCHISE

On ne trouvera dans cet ouvrage, présenté sous un titre trop ambitieux et pourtant nécessaire pour en accuser l'inspiration, que la réunion ordonnée des règles issues du droit commun et des décisions nombreuses rendues en la matière. L'objectif poursuivi par ce livre est à la fois de dévoiler, d'une manière exhaustive, l'état du droit positif, entendons les règles juridiques en vigueur, mais également de présenter le droit tel qu'il est, pour reprendre une formule d'Jhering (un juriste), donc de l'envisager dans son application concrète et de ramener ainsi la théorie du droit aux zones inférieures des difficultés journalières. Bref, il s'agit d'appréhender ce droit sous toutes ses coutures, ce droit sans lequel le franchisage serait sinon inconcevable, du moins impossible pratiquement. Pour tenter d'atteindre cet objectif, cet ouvrage s'organise en dix thèmes, regroupés par chapitre, envisageant tour à tour la délimitation du contrat de franchise, sa formation, son exécution, sa renégociation, sa cession, son extinction. Il est aussi question de mesurer l'incidence du droit de la concurrence et du droit des procédures collectives, avant d'envisager les questions plus particulières relatives aux situations contentieuses et au développement des réseaux à l'international.

Théorie et pratique du droit de la franchise de François-Luc Simon, Joly éditions - Lextension éditions. 596 signes, 65 euros.





LE GRAND BESTIAIRE DES ENTREPRISES



Si vous voulez savoir comment McDonald's jongle avec les couches de fromage pour améliorer son ordinaire, pourquoi Coca-Cola veut devenir le roi du jus d'orange ; si vous vous demandez comment L'Oréal s'y prend pour séduire les Japonaises et les Brésiliennes aussi bien que les Françaises et pourquoi Kodak ou Alcatel ont tant de mal à remonter la pente, alors ce livre est fait pour vous.

À partir des chroniques brossées dans le quotidien Les Echos depuis plus de quatre ans, Philippe Escande nous entraîne dans la grande et la petite aventure des entreprises mondiales. Une jungle féroce où cohabitent de vieux éléphants angoissés du temps qui passe, des lions puissants et paranoïaques et des loups aux scrupules aussi minces que leurs dents sont longues. Toute une ménagerie qui s'active : les uns pour conquérir le monde, les autres pour garder leur place ou tout simplement survivre dans un monde en plein bouleversement.

Le grand bestiaire des entreprises de Philippe Escande, Les Echos Editions/ Eyrolles. 370 pages, 25 euros.



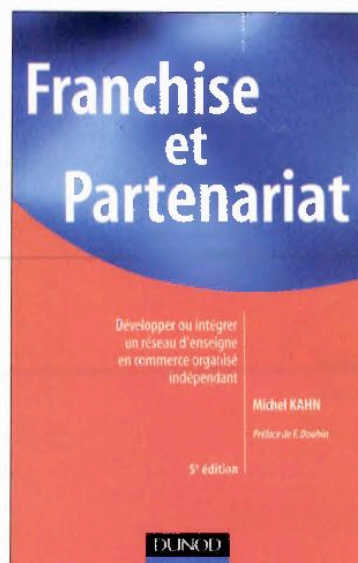
FRANCHISE ET PARTENARIAT

Les réseaux du commerce organisé indépendant ont beaucoup évolué pour s'adapter aux nouvelles formes de consommation et s'assurer un meilleur maillage de zone. Cette 5^e édition dresse un panorama complet du commerce organisé indépendant : franchise, partenariat, commission-affiliation, relais-vente... Elle propose notamment une méthodologie et des critères pour choisir le mode de distribution le plus adapté à un projet commercial donné. Très opérationnel, cet ouvrage analyse l'ensemble des aspects organisationnels, commerciaux, financiers et juridiques à prendre en compte pour l'établissement, la vie quotidienne et le développement d'un réseau local et international. Il répond ainsi aux besoins :

- ◆ des têtes de réseau qui souhaitent structurer et développer un réseau d'enseigne ou recruter les bons candidats,
- ◆ des franchisés/ partenaires qui souhaitent sélectionner efficacement un réseau et réussir leur intégration.

Enrichi d'études de cas et de conseils pratiques, ce livre sera également lu avec profit par les avocats, les consultants et les étudiants.

Franchise et partenariat par Michel Kahn (5^e édition) chez Dunod. 302 pages, 28 euros.



LA FRANCHISE, GUIDE JURIDIQUE, CONSEILS PRATIQUES

La franchise, qui s'est développée en France à partir du début des années 1970 et qui connaît actuellement un développement mondial, constitue la forme la plus complète et la plus utilisée du commerce associé. Elle se positionne entre le commerce indépendant isolé et le commerce intégré (filiales, succursales).

En l'absence d'une législation spécifique en France et confronté à une jurisprudence parfois hésitante, le contrat de franchise repose sur un équilibre subtil entre deux commerçants indépendants :

- ◆ le franchiseur, qui détient une marque, un savoir-faire, mais qui veut assurer son développement grâce à un réseau,
- ◆ le franchisé qui veut rester indépendant, tout en bénéficiant de la marque, du savoir-faire et de l'assistance du franchiseur.

L'ouvrage associe une analyse juridique illustrée par une abondante jurisprudence à de nombreux conseils pratiques fondés sur une expérience de plus de trente années dont quinze passées chez un franchiseur. Ce guide juridique et pratique s'adresse aux franchiseurs, aux franchisés, à ceux qui envisagent de le devenir, aux juristes d'affaires et plus généralement à toutes les personnes intéressées par la franchise.

La franchise, guide juridique, conseils pratiques de Dominique Baschet chez Gualino Éditeur. 574 pages, 44 euros.

