

Dans cette rubrique, nous ne traitons que les enseignes qui acceptent de nous confier l'ensemble des éléments du Document d'informations précontractuelles exigé par la loi Doubin. Nous contactons librement les franchisés, des experts indépendants étudient les aspects juridiques et financiers du franchiseur. Nous avons joint jusqu'ici une centaine de réseaux. Beaucoup ont décliné notre offre. "Ce n'est pas le moment", "Nous ne voulons pas dévoiler notre savoir-faire à la concurrence", "Justement, nous sommes en train de revoir nos documents", sont les arguments le plus souvent avancés. La transparence n'a visiblement pas le même sens pour tout le monde... Ceux qui acceptent de jouer le jeu n'ont pas peur d'affronter notre critique. Cela signifie en tout cas qu'ils sont réellement prêts à se soumettre à des enquêtes serrées de la part d'éventuels candidats. Et sans doute ont-ils compris qu'un article loyal mais sans complaisance est en fait une excellente promotion pour eux. **Cash Express** est de ceux-là...

CASH EXPRESS

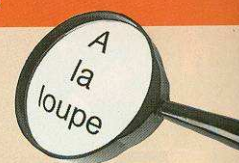
L'ACHAT-VENTE DE PRODUITS
D'OCCASION EN COMMERCE



Ces enseignes qui jouent la transparence

Speedy (N°1), Troc de l'île (N°2), Goldy Les Montres (N°3), Saint Algue (N°4), Jeff de Bruges (N°5), Lissac Opticien (N°6), Laforêt Immobilier (N°7), Geneviève Lethu (N°8), Catimini (N°9), Moving (N°10), Lynx Optique (N°11), Century 21 (N°12), Speed Rabbit Pizza (N°13), Eléphant Bleu (N°14), La Trocante (N°15), La Mie Câline (N°16), Pronuptia (N°17), Unicis (N°18), Shampoo (N°19), Uni-Centre (N°20), L'Univers du Sommeil (N°21), Rent a Car (N°22), La Boucherie Restaurant (N°23), Scottage (N°24), Laforêt Immobilier (N°25), Virtua (N°26), Le Jardin des Fleurs (N°27), Dock Games (N°28) Copifac (N°29), Rapid'Flore (N°30), Mikit France (N°31), Class'Crôûte (N°32), Rapid'Couture (N°33), Physiomins (N°34), Casino Cafétéria (N°35), Cuisines Plus - Bains Plus (N°36), Century 21 (N°37), Hestia (N°38), La Boule d'Ange des Marchés (N°39), 12 enseignes top niveau (N°40), Eléphant Bleu (N°41), Rent a Car (N°42), Le Jardin des Fleurs (N°43), Logéka (N°44), Speedy (N°45), Top Enseignes (N°46), Cash Converters (N°47), Monceau Fleurs (N°48), The Athlete's Foot (N°49), Avis-Immobilier (N°50), Mikit (N°51), La Boucherie Restaurant (N°52), Bureau-Center (N°53), Era Immobilier (N°54), Bureau Vallée (N°55), Orpi (N°56), Guy Hoquet L'Immobilier (N°57), Epil Center (N°58), La Papéthèque (N°59), Ixina (N°60), Kéops (N°61), Soho (N°62), La Mie Câline (N°63), Point Soleil (N°64), Best Western (N°65), Basic System (N°66), Mobis (N°67), Physiomins (N°68), HôM Service (N°69), Bazarland (N°70), Happy (N°72), Sixt (N°73), Domino's Pizza (N°75).

Pour tout savoir sur ces enseignes, commandez dès à présent les numéros correspondants de L'Officiel de la Franchise.



Cash Express : l'achat-vente de produits d'occasion en commerce

Un argus de l'occasion, la centrale de référencement, un concept en évolution vers un nouvel Espace achat, une carte de fidélité, une informatisation complète du service après-vente, un logiciel pour les achats, la mise en place de Drop Express (*lire ci-contre*) : autant d'atouts qui signent l'ambition commerciale de Cash Express. Forte de plus de 40 points de vente ouverts, l'enseigne d'achat-vente de produits d'occasion pour les particuliers entend affirmer son identité de commerce. L'image de l'activité évolue, de l'avis de Roger Beille, président-directeur général de la société Cash Associés, le franchiseur, on assiste à une démocratisation de l'achat-vente, en raison notamment de l'arrivée sur Internet de très gros opérateurs. Ce sont 16 associés qui, fin 2000, ont créé Cash Express, en réponse aux difficultés que connaissait la société qui gérait Cash Converters, l'enseigne dont ils étaient franchisés. Après une période de consolidation, le réseau a mis en place des outils renouvelés et s'est ouvert à de nouveaux franchisés. Tout au long de la vie du contrat, l'adhérent bénéficie

d'un ensemble de services. Un processus d'intégration l'accompagne, de la signature du contrat à l'ouverture du point de vente. Le nouvel adhérent reçoit l'appui d'un conseiller en franchise, lui-même associé du réseau et propriétaire d'un magasin à l'enseigne. La formation initiale s'articule autour de trois grands axes : le magasin et son organisation, les achats et la gestion. La bijoute-

rie comprend un programme spécifique. Quant à la formation continue, elle est dispensée par l'organisme interne Cash Université, en collaboration avec la société For'Hom. C.Express, la centrale de référencement négocie l'approvisionnement pour les magasins en gammes complémentaires. Créations publicitaires annuelles, publicité sur le lieu de vente, opérations locales font partie

des actions de communication auquel s'ajoute l'environnement sonore du point de vente. L'enseigne, qui doit franchir un palier, avec 47 magasins pour la fin de l'année, estime son potentiel en France à 120-130 unités. Elle regarde vers les marchés étrangers, en master-franchise. La Belgique et l'Espagne pourraient être ses premières destinations. ■



LE DOCUMENT D'INFORMATIONS PRÉCONTRACTUELLES (DIP)

Composé d'une trentaine de pages, le Document d'informations précontractuelles (DIP) gagnerait à être agrémenté d'un sommaire, ce qui faciliterait le repérage des différentes parties qui le composent. L'historique relate les étapes

de l'enseigne mais prend le parti de ne pas citer le réseau dont sont issus les fondateurs de Cash Express. La présentation de "l'état général du marché" est succincte, l'enseigne y mentionne néanmoins ses principaux concurrents.



Trois questions à Roger Beille, président-directeur général de la société Cash Associés



À quelle volonté de l'enseigne correspond la mise en place de Drop Express, le concept dépôt-vente sur eBay ?

La mise en place de Drop Express correspond au fait que dans notre champ d'activité Internet est présent et incontournable. Dans un premier temps, nous avons réfléchi à l'idée de vendre les produits en ligne. Or notre produit est unique, ce ne serait pas sérieux de le mettre à la fois en magasin et en ligne.

Nous avons regardé ce qui se faisait dans le monde. Le concept américain qui est assorti de boutique (sur une surface de 30 à 40 mètres carrés) nous a paru intéressant. Toutefois, le marché n'est pas suffisamment mûre en France pour espérer une rentabilité.

Nous avons fait un test sous forme de corner dans un point de vente à Paris, rue Beaubourg, dans le troisième arrondissement, ainsi qu'à Avignon, l'achat cash dans le magasin et l'assistance sur eBay représentent deux leviers.

Les résultats sont encourageants, la rentabilité est au rendez-vous dans le point de vente de la rue Beaubourg, ce mode génère du trafic supplémentaire.

Ce service est en période de test. Nous construisons la bible et nous élaborons la formation. La demande est forte de la part du réseau.

Avec Drop Express, nous préparons l'avenir. C'est un outil qui, demain, servira notre concept, notamment pour nos ambitions à l'international. Son nom sera aisément compréhensible à l'export. De plus, les Américains vont investir le marché par les pays anglo-saxons. Plutôt que de subir, notre démarche est d'anticiper.

Quel profil d'adhérent recherchez-vous ?

Nos adhérents sont surtout issus de la grande distribution. Ils ont dans les 35-40 ans. Le profil de nos franchisés a évolué. Depuis deux ans, je m'occupe du recrutement. Ce que je recherche, ce sont des personnes passionnées qui ont envie de s'investir dans leur affaire. J'attends des candidats qu'ils aient le goût du commerce. Le franchisé est perçu comme un commerçant par nos clients.

Chez nous, le franchisé est un exploitant. Notre politique de développement est que les adhérents possèdent plusieurs points de vente. Dans ce

contexte, ce n'est plus le même métier. Le franchisé se trouve dans la situation de devoir déléguer davantage.

Nous encourageons l'acquisition de plusieurs magasins. Car les meilleurs ambassadeurs de l'enseigne sont les adhérents eux-mêmes. Nous écoutons les souhaits de celui qui veut implanter un autre magasin. Nous regardons où il souhaite s'installer, comment il va s'organiser. On apprécie sa maturité économique. Il est possible d'ouvrir un an après le précédent.

Nous l'entourons pour l'aider à asseoir sa réussite. Entre autres, nous l'assistons pour la formation de son directeur, par exemple, précédemment un responsable de son premier magasin. Notre état d'esprit est atypique, nous nous sommes nourris des expériences du passé. Nous avons une démarche de transparence. La réussite de Cash Associés repose sur les magasins. Nous ne sommes pas des affairistes. Je n'ai pas au-dessus de moi la pression d'un actionnaire majoritaire.

Quel est votre parcours ?

Mon parcours est diversifié. J'ai arrêté tôt l'école, j'ai travaillé à la SNCF, avant de reprendre

des études pour poursuivre une formation universitaire. Parallèlement à cela, j'ai travaillé dans le secteur de la grande distribution, comme salarié et comme propriétaire de magasin.

C'est comme franchisé Cash Converters que j'ai participé à la création de Cash Associés au moment où la société qui gérait l'enseigne Cash Converters a connu des difficultés. Les circonstances m'ont conduit à proposer un projet, il y avait alors 26 magasins franchisés. Il s'agissait d'assurer la pérennité de nos entreprises. Je travaillais depuis longtemps, j'ai l'habitude de diriger. Ma fonction de président et ma réélection à ce poste s'inscrivent dans un projet commun. ■

REPÈRES

- **Durée du contrat :** 7 ans
- **Droit d'entrée :** 25 000 euros
- **Surface moyenne :** 400 à 450 mètres carrés.

Témoignage d'Arnaud Havez, franchisé à Reims et à Saint-Memmie (Marne)

Pourquoi avez-vous rejoint le réseau Cash Express ?

J'étais précédemment responsable de magasin chez des concurrents. J'ai souhaité devenir franchisé chez Cash Express, car j'ai rencontré de vrais interlocuteurs qui connaissent leur métier.

Qu'est-ce qui vous plaît le plus ?

Ce qui me séduit est que l'enseigne, dans son rythme d'ouverture des magasins, a une politique cohérente sur le long terme. Le développement est maîtrisé.

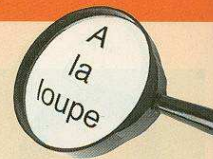
Autre point fort : l'animateur du réseau connaît bien le concept car il a déjà deux magasins. Je trouve également appréciable que le président soit accessible, on peut joindre facilement le staff de la franchise. Pour ce qui est d'un élément négatif, non, je n'en vois pas.

Quels sont vos projets ?

J'ai signé le contrat pour le magasin de Reims en 2005, quant à celui de Saint-Memmie, à proximité de Châlons-en-Champagne, il a ouvert récemment. Ils sont tous les deux en

zone commerciale, celui de Reims est moins bien situé, donc les gens doivent venir exprès.

En revanche, celui de Saint-Memmie est idéalement placé au cœur de la zone commerciale. Nous avons beaucoup de passage, surtout des gens qui découvrent le concept. Reims marche bien, le deuxième magasin a un bon démarrage, nous souhaitons d'abord consolider les deux affaires, avant d'envisager une troisième ouverture.



Le point de vue juridique

“Un souci de clarté et de précision”



Marc Lanciaux

Avocat au barreau de Paris
Membre du Collège
des experts de la Fédération
française de la franchise

Dans son examen des documents, Marc Lanciaux aborde plusieurs points. Les questions et les commentaires de l'avocat portent notamment sur l'étude locale du marché, la présentation de la tête de réseau et les clauses pénales.

Le Document d'informations précontractuelles (DIP) est complet et conforme aux exigences légales. Il est en outre clair et développé en chapitres nettement distincts, la compréhension du contenu est donc aisée. Pour ce qui concerne le contrat, là aussi on constate un souci de clarté et de précision même si certains points appellent des réserves.

1 - L'étude locale de marché

- Le Document précontractuel délègue l'élaboration de l'étude locale de marché à un tiers, en l'occurrence un professionnel de ce type d'analyse. Le franchiseur et le franchisé participent-ils à sa réalisation ou restent-ils extérieurs ? En tout état de cause, on suppose que cette étude est rédigée avant la remise du DIP et insérée dans ses pages. Est-ce exact ? Ou bien l'étude est-elle remise postérieurement ?

La réponse de Roger Beille : “On remet l'étude locale du marché avec le DIP”

“On remet l'étude locale du marché avec le DIP, elle est annexée au Document. La démarche vise à éclairer le candidat. J'ai en charge le recrutement des nouveaux adhérents. J'envoie le DIP au bout de plusieurs entretiens. Cela suppose 3 à 4 heures de travail et représente des frais. L'état local du marché est réalisé, mais le candidat peut ne pas donner suite.”

2 - La présentation de la tête de réseau

- Les prestations proposées par le franchiseur en matière de suivi et d'assistance paraissent satisfaisantes. On sent une volonté d'accompagnement et de coopération avec les franchisés. Il aurait été intéressant que le franchiseur développe la présentation de sa société et de son équipe dans le DIP afin de permettre d'apprécier leur valeur

en termes d'effectifs et de capacités.

La réponse de Roger Beille : “Nous allons y mettre le comité de décision”

“On trouve, en effet, dans le DIP mon curriculum vitae, mais le parcours des personnes qui composent l'équipe n'y figure pas. Nous avons l'intention d'y mettre le comité de décision. Quand nous avons élaboré le DIP, cela ne nous a pas paru intéressant de mettre davantage d'indications. Notre volonté n'a pas été de dissimuler des informations.”

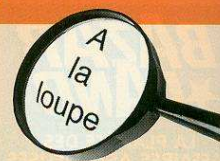
3 - Les clauses pénales

- Le contrat présente une surcharge de clauses pénales. Certains prétendent imposer au franchisé des montants indemnitaires exorbitants sans le justifier. D'autres se contredisent [...] La jurisprudence tient peu compte de ces rédactions menaçantes qui peuvent parfois même nuire au franchiseur.

Ne serait-il pas souhaitable de revenir sur ce point vers la modération et l'équilibre qui prévalent dans l'esprit du contrat ?

La réponse de Roger Beille : “Une volonté d'équilibre dans le contrat”

“Ce qui prévaut, c'est une volonté d'équilibre dans le contrat. Nous n'avons jamais eu de différent avec un franchisé et nous n'avons jamais eu de remarque de ce type. L'esprit du contrat est que nous voulons un engagement des deux parties. En tant que franchiseur, nous avons des droits et des devoirs, il en va de même pour le franchisé. Nous avons l'intention de retoucher notre contrat, pour y introduire les nouveaux éléments comme Drop Express. De même que le Document d'informations précontractuelles va être révisé. De façon qu'il contienne l'apport que représente maintenant pour nous Internet.”



Le point de vue financier

"Un concept rentable"



Michel Ivanier

Expert-comptable, Inform
Membre du Collège des experts
de la Fédération française
de la franchise

Dans son analyse des documents, Michel Ivanier aborde plusieurs points. Les commentaires de l'expert-comptable portent notamment sur la durée du contrat, la base de données et le logiciel, les comptes prévisionnels, l'investissement et les redevances.

On pourra être séduit par la rentabilité du concept et l'équilibre du contrat de franchise.

1 - La durée du contrat

Le franchisé Cash Express bénéficie d'un contrat de sept ans compatible avec son financement bancaire.

Le commentaire de Roger Beille :

"Donner envie aux adhérents de résigner avec nous"

"Sept ans correspondent, en effet, à la durée des investissements. On ne veut pas emprisonner les gens. Notre propos est d'accompagner nos adhérents. C'est-à-dire être performant vis-à-vis des partenaires, de façon à leur donner envie de résigner avec nous."

2 - La base de données et le logiciel

Le point fort du concept réside sans doute dans les méthodes de détermination des prix d'achat et de vente. Le franchisé dispose à cet effet d'une importante base de données actualisée et

d'un logiciel mis à sa disposition par l'enseigne pour la durée du contrat.

Le commentaire de Roger Beille :

"Ils sont mis gratuitement à la disposition du partenaire"

"La base de données ainsi que le logiciel sont mis gratuitement à la disposition du partenaire et il est prévu un contrat de maintenance avec un prestataire de services. La tête de réseau ne pratique pas de location, Cash Associés demeure le propriétaire de ces outils."

3 - Les comptes prévisionnels

Le franchiseur ne communique pas de comptes prévisionnels "types", mais diffuse les états financiers de magasins de référence situés dans différentes zones territoriales. C'est donc à partir de ces éléments et de l'état du marché local établi par le franchiseur que le candidat réalisera son prévisionnel.

Le commentaire de Roger Beille :

"Nous nous adressons à un chef d'entreprise"

"Nous nous adressons à un

chef d'entreprise, il doit donc être capable d'élaborer son business plan. En tant que tête de réseau, nous lui apportons des outils, de façon à l'aider.

En ce qui concerne l'état du marché, les critères portent sur l'emplacement et le potentiel.

Nous proposons deux sociétés prestataires, mais le futur adhérent demeure libre de son approche."

4 - L'investissement

Il faudra compter sur un investissement global au minimum de 350 000 euros pour lancer un Cash Express. Un apport de 150 000 euros devrait permettre de financer l'opération.

Le commentaire de Roger Beille :

"Le format habituel est de 400 à 450 mètres carrés"

"Ces données correspondent en effet à un format moyen de 400 à 450 mètres carrés. Pour un emplacement en centre-ville, cela dépend du droit au bail. Ce type d'emplacement est possible quand la valeur immobilière est raisonnable."

5 - Les redevances

Les redevances d'enseigne s'élèvent à 1 000 euros par mois. Le principe d'une redevance fixe est particulièrement adapté à l'activité de vente de biens d'occasion où le critère de référence est constitué par la marge brute. Le montant des redevances est relativement faible et parfaitement compatible avec la rentabilité de l'exploitation du franchisé.

Le commentaire de Roger Beille :

"Nous allons voir l'effet que va avoir Drop Express"

"Pour le moment, nous n'avons pas l'intention d'en changer le montant. Nous allons voir l'effet que va avoir Drop Express, en conséquence de quoi, nous pourrions faire bouger les lignes. Nous n'avons encore rien défini. Si nous procédons à un changement, ce sera un freinage, pas un tremblement."