La fixation des prix de revente par le franchisé

Vous avez trouvé votre enseigne, vos locaux et vous êtes en plein préparatifs avant l’ouverture de votre nouveau point de vente en tant que franchisé ? Cela signifie que votre franchise ouvrira bientôt ses portes. Mais savez-vous à quel prix vous allez-vendre vos produits ? Et d’ailleurs, qui est-ce qui fixe les prix de revente : vous ou votre franchiseur ?

# Vérifiez les clauses de votre contrat

Tout d’abord, il faut savoir que le franchisé n’est pas forcément libre de ses actes. Et oui, vous avez déjà la chance d’avoir une boutique portant une enseigne renommée et de pouvoir profiter d’une formation vous permettant d’acquérir des savoir-faire découlant d’une longue expérience, vous ne pensiez tout de même pas que vous seriez libre d’agir comme bon vous semble ?

Si la marque vous laisse profiter de nombreux avantages, elle ne veut pas pour autant que vous détruisiez tout son concept et l’image qu’elle s’est construite durant de nombreuses années. Certains franchiseurs ne vous laisseront d’ailleurs même pas toucher à leurs prix et vous enverront des produits déjà étiquetés. Dans ce cas, vous n’aurez pas le choix, vous ne pourrez pas vous faire plus de marge que ce à quoi on vous autorise.

Mais toutes les enseignes ne fonctionnent pas de cette manière et certaines vous laissent tout de même une petite marge de manœuvre. Vous aurez donc la possibilité de fixer vous-même le prix des produits que vous vendez en fonction de la marge que vous souhaitez pouvoir dégager.

Dans tous les cas, pour savoir si les prix sont fixés à l’avance ou si vous pouvez décider de ceux-ci, il vous suffit de regarder votre contrat qui définit toutes vos obligations et libertés.

# Prenez garde aux franchiseurs trop rigides

Comme nous l’avons vu, certaines enseignes imposent leurs prix à leurs franchisés. Et pourtant, il faut savoir que cette pratique n’est pas des plus légales. En effet, les règles de libre concurrence font que le franchisé est en fait libre de décider des prix des produits qu’il vend. Le franchiseur ne peut rien lui imposer. Fixer un prix minimum est d’ailleurs puni par la loi. Il existe cependant une exception : le contrat de commission affiliation. Car dans ce cadre-là l’enseigne ne vous vend pas des marchandises, mais elle vous met son stock à disposition. Le vendeur réel ce n’est donc pas vous, mais bien la marque. On ne parle alors pas de prix de revente, mais bien de prix de vente. Vous récupérez seulement une commission sur les ventes que vous effectuez. Vous avez donc moins de libertés. Autre cas un peu à part : la revente de livres qui est soumise au respect du prix public fixé par l’éditeur.

Dans le cadre d’une franchise classique, si la fixation des prix par la marque n’est pas autorisée, vous pourrez tout de même rencontrer ce que l’on appelle les prix conseillés. Les contraintes définies par le franchiseur en termes de prix ne sont alors là qu’à titre indicatif. Les prix conseillés qu’ils vous fournissent ne sont en aucun cas obligatoires. Ils sont simplement là pour vous aider dans la fixation de vos prix et pour veiller à une harmonie du réseau.

Vous ne trouveriez pas ça bizarre vous qu’un Big Mac coûte deux fois plus cher dans votre ville que celui du Mc Do de la ville d’à côté ? De quoi mettre à mal l’image de l’enseigne. Pourtant, si vous êtes franchisé, c’est votre point de vente avant tout, et libre à vous de vendre vos produits au prix qu’il vous plaira.

Avant de signer, penchez-vous donc bien sur votre contrat de franchise et pourquoi pas, faites-le analyser par un professionnel pour vous assurer que tout est légal et que vos droits sont bien respectés. Mais n’oubliez pas que si le franchiseur ne peut pas vous obliger à vendre les produits qu’il vous fournit à un certain prix, il est tout à fait en droit de vous fixer d’autres règles comme la taille des locaux, la couleur des murs, la tenue des vendeurs, etc. Et tout cela, vous ne pourrez pas y échapper !

# Ne pas trop s’écarter des prix pratiqués par l’enseigne

Vous êtes libre de fixer vos prix comme bon vous semble. Mais est-ce une raison pour casser les prix dans le but d’attirer le plus de monde ou bien pour les augmenter de manière significative afin de couvrir les royalties que vous payez à votre franchiseur ? Pas si sûr. L’une et l’autre de ces solutions risquent en effet de ne pas s’avérer payante. Bien que le franchiseur ne puisse pas imposer de minimum et de maximum de prix, les extrêmes sont à éviter.

Dans le premier cas vous ne dégagerez pas suffisamment de marge pour faire vivre votre entreprise, et dans le second votre point de vente risque d’être bien vide si les consommateurs considèrent vos prix comme excessifs et qu’ils peuvent trouver les mêmes produits dans une autre enseigne proche.

Le mieux est donc de se baser sur les prix conseillés par le franchiseur et de les adapter un peu en fonction des caractéristiques propres de votre secteur géographique, ou de la situation économique du moment. Vos prix doivent correspondre à ceux du marché si vous espérez une longue durée de vie pour votre franchise.