

Qu'est-ce qu'un réseau d'enseigne ?

Un réseau est un ensemble de points de vente qui présentent des caractéristiques communes (vente de mêmes produits, offre de mêmes services) et qui sont coordonnés par une même entreprise, la « tête de réseau ».

Un réseau d'enseigne peut être constitué de points de vente possédés en propre par la structure « tête de réseau » (commerce intégré), de points de vente indépendants regroupés dans le cadre d'un groupement d'achat ou d'approvisionnement (commerce associé) ou de points de vente indépendants liés à la « tête de réseau » par un contrat (franchise, concession, commission-affiliation, etc.)

Qu'est-ce qu'une tête de réseau ?

C'est l'entreprise qui coordonne le réseau et qui est propriétaire des droits relatifs au réseau.

Remplissage de la page 2 du questionnaire :

IDENTITÉ DU POINT DE VENTE – colonnes A, B et C

Ces colonnes concernent l'identification de chaque point de vente membre du réseau : enseigne, nom de l'établissement (personne physique ou raison sociale) et numéro SIRET.

Les points de vente de cette liste doivent être situés en France métropolitaine ou dans les DOM.

ADRESSE – colonnes D à G

Concerne la localisation du point de vente : numéro dans la voie, type de voie, nom de la voie, complément d'adresse éventuel, code postal, nom de la commune d'implantation.

TYPE DE POINT DE VENTE – Colonne H

Pour chaque établissement de la liste, il faut remplir la colonne avec le code (1 ou 2) correspondant.

1. Magasin

2. Corner ou stand fixe

Un corner désigne un espace réservé à une marque ou enseigne au sein du point de vente d'une autre enseigne (en général plus vaste, de type grand magasin, grande surface, hall de gare...).

La mise en œuvre de cet espace ainsi que les produits ou services qui sont offerts à la clientèle sont définis contractuellement entre les deux entreprises. *Le plus souvent, l'espace concédé est géré et animé par des vendeurs de la marque hébergée qui effectuent également la facturation. En contrepartie, l'enseigne ou marque bénéficiant d'un corner verse un loyer et/ou une commission au point de vente qui l'héberge.*

LIEN AVEC LA TÊTE DE RÉSEAU – Colonne I

Cette colonne permet d'indiquer le lien (contractuel ou financier) entre le point de vente et la « tête de réseau ». S'il y a plusieurs liens, indiquez le **lien principal**.

Pour chaque établissement de la liste, il faut remplir la colonne avec le code (1 à 9) correspondant :

1. Point de vente en propre (commerce intégré) :

- le point de vente en propre appartient à la « tête de réseau » ou à l'une de ses filiales. Il peut être indépendant juridiquement mais pas financièrement.

2. Contrat de franchise :

- point de vente d'entreprise juridiquement et financièrement indépendante de la « tête de réseau »
- le franchisé exploite la marque et le savoir-faire du franchiseur, conformément au concept de l'enseigne (localisation, aménagements intérieur et extérieur, stratégie marketing, logistique, communication...).
- le franchisé verse en contrepartie un droit d'entrée et des redevances sur son chiffre d'affaires (et/ou le contrat est assorti d'une obligation d'approvisionnement auprès du franchiseur)
- la « tête de réseau » se doit de transférer son savoir-faire et d'assister le franchisé

3. Adhérent à un groupement (commerce coopératif et associé) :

- point de vente d'entreprise juridiquement et financièrement indépendante, adhérent à un groupement (le plus souvent une coopérative, mais aussi un GIE ou une société civile...)
- le commerçant est un partenaire ou un associé, propriétaire de son point de vente et d'une part du capital du réseau : décisionnaire dans le fonctionnement et la stratégie de développement du réseau, il dispose d'une voix lors de l'élection du conseil d'administration.
- l'adhésion au réseau permet de mutualiser les moyens et de développer des politiques communes : achat (création d'une centrale d'achat), enseigne, opérations commerciales, services.

4. Contrat de commission-affiliation :

- point de vente d'entreprise juridiquement indépendante de la « tête de réseau »
- mêmes conditions que la franchise mais le commerçant n'est pas propriétaire de son stock. La propriété de la marchandise passe directement de la « tête de réseau » au client.
- le commissionnaire-affilié est rémunéré à la commission sur son chiffre d'affaires et ne se soucie pas des invendus
- la « tête de réseau » transmet son savoir-faire, impose les produits et le prix, gère le rythme d'approvisionnement (souvent exclusivité)

5. Contrat de concession :

- point de vente d'entreprise juridiquement et financièrement indépendante de la « tête de réseau »
- le concessionnaire commercialise les produits de la « tête de réseau » avec la garantie d'une exclusivité territoriale. Le concessionnaire est libre de sa politique commerciale.
- la « tête de réseau » approvisionne le concessionnaire en produits de la marque, met à disposition tous les outils et dispositifs mais n'est pas obligé de transmettre son savoir-faire.

6. Simple contrat de licence de marque (*seulement si contrat exclusif, hors franchise*) :

- point de vente d'entreprise juridiquement et financièrement indépendante de la « tête de réseau »
- le commerçant exploite l'enseigne de la « tête de réseau », avec une grande autonomie, contre le paiement de redevances
- la « tête de réseau » peut imposer un approvisionnement, un format aux produits ou une assistance, mais ce n'est pas une obligation

7. Simple contrat de location gérance (*seulement si contrat exclusif, hors franchise*) :

- point de vente d'entreprise juridiquement indépendante de la « tête de réseau »
- la « tête de réseau », propriétaire du fonds de commerce, le loue au commerçant indépendant

8. Affilié à une centrale de référencement ou d'achat sans porter l'enseigne du réseau

9. Autre lien. Précisez :

- autre type de contrat, à façon, ne relevant pas des catégories citées plus haut. Précisez en quelques mots les grandes caractéristiques du contrat.

Type de lien du point de vente avec l'entreprise « tête de réseau » de l'enseigne	Indépendance financière	Mise à disposition de signes distinctifs	Mise à disposition d'un savoir-faire	Assistance permanente	Exclusivité (approvisionnement, revente, territoriale)	Précisions et autres points distinctifs
1. Intégré	non	oui	oui	oui	oui	Succursale ou point de vente d'une filiale
2. Franchise	oui	oui	oui	oui	facultatif	Le franchisé verse à la tête de réseau un droit d'entrée et des redevances sur son chiffre d'affaires
3. Adhérent à un groupement (commerce coopératif et associé)	oui	facultatif	facultatif	facultatif	facultatif	Le point de vente appartient à un associé ayant vocation à utiliser les services du groupement et disposant d'un pouvoir décisionnaire dans le fonctionnement du réseau
4. Commission-affiliation	non	oui	facultatif	facultatif	oui	Point de vente plus ou moins intégré selon le contenu du contrat. Le commerçant n'est pas propriétaire de son stock, il est rémunéré à la commission. La tête de réseau impose les produits et les prix, gère le rythme d'approvisionnement.
5. Concession	oui	oui	facultatif	facultatif	oui	Le concessionnaire est libre de sa politique commerciale
6. Simple licence de marque (contrat seul, hors franchise)	oui	oui	non	facultatif	facultatif	Le commerçant, autonome dans l'exploitation de l'enseigne, verse des redevances à la tête de réseau
7. Contrat de location-gérance (contrat seul, hors franchise)	non	oui	non	non	non	La tête de réseau, propriétaire du fonds de commerce, le loue au commerçant indépendant
8. Affilié à une centrale de référencement	oui	non	non	non	non	Le point de vente ne porte pas l'enseigne du réseau