

D - Les relations contractuelles avec les points de vente indépendants du réseau «NNomRes»

10. Votre réseau est-il composé, en partie ou en totalité, de points de vente indépendants (franchise, sous contrat, adhérents à un groupement...)?

Oui **Si oui, répondez aux questions 11 et 12.**
Non **Si non, (pas de points de vente indépendants) les questions 11 et 12 ne vous concernent pas.**

11. Les prestations de la tête de réseau aux points de vente indépendants

| Les points de vente indépendants bénéficient-ils ? | Toujours | Parfois | Jamais |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| D'une aide au lancement (étude de marché, dossier de financement, recherche de local, compte prévisionnel) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D'une formation initiale | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D'une transmission de savoir-faire | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D'une assistance régulière (gestion, marketing, audit, plan d'amélioration, assistance juridique, ...) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D'une exclusivité territoriale | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D'invitations aux principales commissions stratégiques du réseau (marketing, communication, ...) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| De prix conseillés à la prestation | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| D'une aide à la transmission de l'entreprise | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

12. Les obligations des points de vente indépendants

| Les points de vente indépendants sont-ils soumis aux obligations suivantes ? | Toujours | Parfois | Jamais |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Paiement d'un droit d'entrée ou souscription de parts sociales | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Acquittement de redevances ou cotisations fixes | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Acquittement de redevances ou cotisations proportionnelles au chiffre d'affaires du point de vente | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Participation financière aux campagnes de publicité | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Exclusivité d'approvisionnement auprès de la (des) centrale(s) d'achats ou d'approvisionnement du réseau ou de fournisseurs référencés | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Clause de non concurrence post-contractuelle | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Droit de préemption en cas de cession | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

L'INSEE vous remercie de votre collaboration



ENQUÊTE SUR LES RÉSEAUX DANS LES SERVICES



Merci d'adresser votre réponse à

INSTITUT NATIONAL DE LA STATISTIQUE
 ET DES ÉTUDES ÉCONOMIQUES MIDI-PYRÉNÉES
 36, rue des Trente-Six Ponts
 BP 94 217
 31054 TOULOUSE CEDEX 4

Cachet de l'entreprise

« CODEBARRE » « GEST » « NSIREN »
 « NL1_NOMEN » « NL2_COMP »
 « NL3_CADR »
 « NL4_VOIE »
 « NL5_DISP »
 « NL6_POST »
 Nom du réseau : « NNOMRES »

Dossier suivi par

Nom : « GestNom »
 Téléphone : « GesTel »
 Télécopie : « GestFax »

Réponse à adresser avant le : XXX

Nom de la personne ayant répondu au questionnaire :
 Fonction dans l'entreprise :
 Numéro de téléphone :
 Numéro de télécopie :

Vu l'avis favorable du Conseil National de l'Information Statistique, **cette enquête, reconnue d'intérêt général et de qualité statistique, est obligatoire.** Visa n°2008X048EC du Ministre de l'économie, des finances et de l'emploi, valable pour l'année
 Aux termes de l'article 6 de la loi n°51-711 du 7 juin 1951 modifiée sur l'obligation, la coordination et le secret en matière de statistique, les renseignements transmis en réponse au présent questionnaire ne sauraient en aucun cas être utilisés à des fins de contrôle fiscal ou de répression économique. L'article 7 de la loi précitée stipule d'autre part que tout défaut de réponse ou une réponse sciemment inexacte peut entraîner l'application d'une amende administrative. - Questionnaire confidentiel destiné à l'INSEE. La loi n°78-17 du 6 janvier 1978 modifiée, relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, s'applique aux réponses faites à la présente enquête par les entreprises individuelles. Elle leur garantit un droit d'accès et de rectification pour les données les concernant. Ce droit peut être exercé auprès de l'INSEE.

A - Renseignements sur la tête du réseau «NNomRes» (voir Notice)

Nom du réseau : «NNomRes»

Si le nom du réseau n'est pas correct, merci de bien vouloir le modifier :

1. Votre entreprise est-elle la tête du réseau «NNomRes»?

Oui **Si Non, pouvez-vous nous indiquer les coordonnées de l'entreprise tête de réseau et nous renvoyer ce questionnaire :**
 Raison sociale : Numéro SIREN :
 Nom du correspondant à contacter :
Non Adresse :

2. Le réseau «NNomRes» est-il une enseigne ?

Oui
Non

3. Votre entreprise est-elle la tête d'un (ou plusieurs) autre(s) réseau(x) ?

Oui **Si Oui, pouvez-vous nous indiquer les noms et l'activité des autres réseaux :**

Non

4. Votre entreprise est-elle contrôlée majoritairement par des membres du réseau ? (comme dans un groupement coopératif, par exemple)

Oui
Non

B - Renseignements et chiffres clés du réseau «NNomRes»

5. Renseignements sur le réseau

Activité principale du réseau : «**NLibapeRes**»

Si l'activité principale mentionnée n'est pas celle du réseau, merci de bien vouloir la modifier :
.....

Année de création du réseau (année de l'ouverture du 1^{er} point de vente en France sous cette enseigne) _____

Nombre de points de vente* du réseau en France y compris DOM au 31 décembre 2007 _____

Nombre de points de vente du réseau à l'étranger au 31 décembre 2007
(tous types de points de vente) _____

6. Chiffres clés du réseau, en France y compris DOM, au 31 décembre 2007 (voir Notice)

Chiffre d'affaires TTC réalisé par le réseau en 2007 (réel ou estimé, en euros) _____

Part du chiffre d'affaires total réalisé par la vente de produits, achetés et revendus en l'état (hors activités de services) en 2007 (tous types de points de vente) _____ %

Remarque : les activités de restauration ne sont pas des produits mais des activités de services.

| Répartition des points de vente* du réseau par catégorie (un point de vente ne doit être comptabilisé qu'une seule fois - voir Notice) | Nombre de points de vente | Chiffre d'affaires TTC réalisé par ces points de vente en 2007 (réel ou estimé, en euros) |
|--|---------------------------|--|
| Points de vente en propre (intégrés ou succursalistes) | _____ | _____ € |
| Points de vente sous contrat de franchise | _____ | _____ € |
| Points de vente adhérents à un groupement (coopérative, GIE,...) ou à une chaîne volontaire | _____ | _____ € |
| Points de vente sous simple contrat de licence de marque | _____ | _____ € |
| Points de vente sous simple contrat de commission-affiliation | _____ | _____ € |
| Points de vente sous simple contrat de concession | _____ | _____ € |
| Points de vente sous simple contrat de location-gérance | _____ | _____ € |
| Points de vente affiliés à la centrale de référencement, d'achat ou d'approvisionnement du réseau mais ne portant pas l'enseigne du réseau | _____ | _____ € |
| Autres (précisez :) | _____ | _____ € |

*Dans le questionnaire sont considérés comme **points de vente** les lieux où sont délivrés les prestations de services.

Ils peuvent prendre des dénominations différentes selon les secteurs, par exemple celle d'**agences** (dans l'immobilier, le travail temporaire, la location,...), de **salons** (dans la coiffure, les soins de beauté,...), d'**établissements** (hôtels, restaurants,...), etc.

C - L'organisation du réseau «NNomRes»

7. Le rôle de la tête de réseau

| Les fonctions suivantes sont-elles assurées par la tête de réseau (ou une structure proche, au niveau régional par exemple) ? | Oui Totalelement | Oui Partiellement | Non |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Conception de l'agencement des points de vente | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Définition des offres de services à la clientèle | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Formation des équipes | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Lancement de campagnes de publicité et de promotion | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Animation du réseau (organisation de réunions, séminaires,...) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Suivi des ventes | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Diffusion au sein du réseau des performances des points de vente | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Partage d'informations (fichiers clients,...) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Gestion des offres et des demandes | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

8. Les marques propres du réseau (voir Notice)

| | Oui | Non |
|---|--------------------------|--------------------------|
| Le réseau possède-t-il des marques propres (marques de distributeur, marques d'enseigne, ...) ? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| A combien estimez-vous la part du chiffre d'affaires du réseau réalisé avec ses marques propres en 2007 ? | _____ % | |

9. Les achats du réseau (voir Notice)

| | Oui | Non |
|--|--------------------------|--------------------------|
| Le réseau possède-t-il une (ou plusieurs) centrale(s) d'achat ou d'approvisionnement ? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Le réseau possède-t-il une (ou plusieurs) centrale(s) de référencement ? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Notice

Enquête sur les réseaux dans les services

Réseau

On entend par réseau de services un ensemble de points de vente (entreprises ou établissements) et une tête de réseau qui entretiennent des relations durables en établissant une communauté d'intérêt. Les points de vente prennent des formes différentes selon le secteur d'activité du réseau : agences (immobilier, travail temporaire, ...), salons (coiffure, soins de beauté), établissements (hôtels, restaurants).

Remarque : par convention, on ne retient que **les réseaux constitués d'au moins 7 points de vente**. Certains réseaux acceptent l'adhésion au réseau sans avoir l'obligation de porter l'enseigne par exemple pour profiter de la centrale d'achat.

La **tête de réseau** coordonne certaines activités du réseau, elle peut être la centrale d'achat ou de référencement, le franchiseur, le siège social ou l'industriel qui a développé un réseau de distribution.

Enseigne

L'enseigne est ce qui identifie généralement aux yeux du consommateur le point de vente et son réseau. Elle est définie par un nom d'enseigne et correspond à un assortiment de prestations et produits ou un agencement spécifique de point de vente, ...

Points de vente en propre (intégrés ou succursalistes)

Les points de vente en propre sont ceux appartenant à l'entreprise « tête de réseau » ou à l'une de ses filiales. Ils sont donc juridiquement (pour les succursales de la tête de réseau) ou financièrement (pour les succursales des filiales) dépendants de la tête de réseau.

Points de vente sous contrat de franchise

Les réseaux de franchise sont constitués d'entreprises juridiquement indépendantes qui bénéficient notamment du savoir-faire et de l'enseigne du franchiseur dans le cadre d'un contrat de franchise. Les points de vente utilisent l'enseigne dans le cadre de relations contractuelles assorties de droits et d'obligations par rapport au franchiseur.

Points de vente adhérents à un groupement ou à une chaîne volontaire

Ce sont les points de vente d'entreprises juridiquement et financièrement indépendantes qui sont adhérentes à un groupement ou à une chaîne volontaire. Ces entreprises se regroupent souvent, sous forme de coopérative, autour d'une centrale d'achat afin de bénéficier de conditions d'achats et de services. Les chaînes volontaires se rencontrent dans l'hôtellerie sous forme de groupements d'hôtels indépendants désireux d'affirmer une identité (Logis de France, Relais et Châteaux).

Points de vente sous simple contrat de licence de marque

Ce sont tous les points de vente d'entreprises juridiquement indépendantes liées à une tête de réseau par un contrat de licence de marque exclusivement.

Remarque : seuls les points de vente d'entreprises indépendantes liées à une tête de réseau uniquement par un contrat de licence de marque doivent être comptabilisés sous cette catégorie. Si, par exemple, le contrat de licence

de marque est associé à un contrat de franchise, les points de vente doivent être comptabilisés sous la catégorie des « points de vente sous contrat de franchise ».

Points de vente sous simple contrat de commission-affiliation

Ce sont tous les points de vente d'entreprises juridiquement indépendantes liées à une tête de réseau par un contrat de commission-affiliation. Dans le cadre d'un contrat de commission-affiliation, l'unité n'est pas propriétaire de son stock (il ne choisit pas la marchandise et les prix de vente sont imposés). La propriété de la marchandise passe directement de la tête de réseau au client. Le commissionnaire-affilié est alors rémunéré à la commission.

Points de vente sous simple contrat de concession

Ce sont tous les points de vente d'entreprises juridiquement indépendantes liées à une tête de réseau par un contrat de concession. La concession est un contrat par lequel la tête de réseau délivre à un nombre de concessionnaires le droit d'accomplir une ou plusieurs prestations. Le contrat de concession est basé sur la location d'une enseigne et la garantie d'une exclusivité territoriale pour le concessionnaire.

Points de vente sous simple contrat de location-gérance

Ce sont tous les points de vente d'entreprises juridiquement indépendantes liées à une tête de réseau par un contrat de location-gérance exclusivement. La location-gérance est le contrat par lequel un propriétaire de fonds de commerce (la tête du réseau) les loue à des entreprises indépendantes.

Remarque : seuls les points de vente d'entreprises indépendantes liées à une tête de réseau uniquement par un contrat de location-gérance doivent être comptabilisés sous cette catégorie. Si, par exemple, le contrat de location-gérance est associé à un contrat de franchise, les points de vente doivent être comptabilisés sous la catégorie des « points de vente sous contrat de franchise ».

Marque propre

Une marque propre est une marque exclusive du réseau, distribuée par la (ou les) enseigne(s) du réseau. Les marques propres sont aussi dénommées « marques de distributeur » et ne portent pas nécessairement le nom du distributeur qui la propose. Elles peuvent être aussi des « marques d'enseigne » lorsque les produits portent le nom de l'enseigne.

Centrale d'achats

Au sein d'un réseau, la centrale d'achats gère les achats des membres du réseau. Dans ce cadre, elle négocie les prix avec les fournisseurs et, parfois, s'occupe de la logistique et de la documentation des produits.

Centrale de référencement

Contrairement à la centrale d'achats, la centrale de référencement n'achète pas les produits mais sélectionne seulement des produits et des fournisseurs auprès desquels les membres du réseau peuvent acheter à des prix convenus.