

Cómo exportar su concepto de franquicia española a Francia

Madrid, 29 de Septiembre de 2017

Eduardo Abadia, AEF
Sebastián Álvarez, CCI
Rose-Marie Moins, FFF
Virginie Sablé, KPMG



Asociación Española de Franquiciadores (AEF)



La **Asociación Española de Franquiciadores** reúne a aquellos franquiciadores que desarrollan actividades en España, comprometidos con los principios éticos del sistema de franquicias y que, por ello, se comprometen a cumplir con las normas del Código Deontológico Europeo de la Franquicia.

Actualmente, la facturación de los miembros asociados representa el 72% del volumen de negocio del mercado nacional y también pueden ser miembros colaboradores aquellas empresas o profesionales relacionadas con el sistema de franquicias a través de la aportación de diversos servicios.

Eduardo Abadía
Director Gerente
Asociación Española de Franquiciadores



Federación Francesa de la Franquicia (FFF)



El objetivo diario de la FFF: hacer de la franquicia la mejor herramienta para el desarrollo del comercio moderno. La FFF representa a sus miembros en eventos nacionales e internacionales. Proporciona asesoramiento y formación sobre cuestiones legales, de gestión, comerciales y de exportación, genera actividades de cabildeo activo, desarrolla el código de ética de la franquicia (que se convirtió en europeo en 1992).

Ofrece la oportunidad a sus miembros de reunirse durante los eventos, lo que permite optimizar el funcionamiento de su red, a través de intercambios con otros franquiciadores.

Rose-Marie Moins

Responsable de formación y promoción
Federación Francesa de la Franquicia



Cámara Franco-Española de comercio e industria



La Cámara Franco-Española de Comercio e Industria, creada en 1894, contribuye a los intercambios y contactos entre las empresas de los dos países.

Fundamentada en el pasado y con la visión en el futuro, ayuda y desarrolla a todas aquellas empresas francesas y españolas que desarrollan su actividad en ambos países. Por una parte, propone más de 100 actividades a sus más de 620 empresas socias (66% españolas). Por otro lado, ofrece distintos servicios a entidades, entre ellas el acompañamiento, donde ha colaborado con más de 250 empresas, 70 de las cuales están domiciliadas en la Cámara. Comprometida con la calidad, está certificada por ISO 9001.

Sebastián Álvarez

Jefe de departamento

Departamento de Estudios et Implantación



El departamento especializado en franquicia tiene un conocimiento único del sector y acompaña a los franquiciadores y franquiciados durante todo su proceso, con soluciones a medida para promover su desarrollo en Francia.

Su experiencia añadida a su apuesta tecnológica y a su visión global ofrecen soluciones innovadoras para acompañar a nuestros clientes identificando e interpretando las problemáticas legales, impulsando sus estrategias de crecimiento y aprovechando las oportunidades de desarrollo.

Virginie Sablé
Responsable del Desarrollo
Departamento Franquicias – KPMG France



Sumario

1

El contexto
económico francés

2

La franquicia en
Francia

3

Franquicia española
Franquicia Francesa

4

Consejos

Introducción

Datos generales de la franquicia española en el extranjero

313 enseñas españolas con presencia internacional

3,6% incremento año anterior

137 países con presencia de franquicias españolas

21 730 locales

El **29,14%** de nuestras enseñas están operando en otros mercados.

Presencia de franquicias españolas en Francia

En la actualidad, y según refleja el informe de la AEF “La Franquicia española en el Mundo 2017”, la situación de las enseñas nacionales en Francia es la siguiente:

Número de franquicias españolas en Francia : 77

Numero de establecimientos abiertos: 1 586

Sectores de actividad que representan: 20

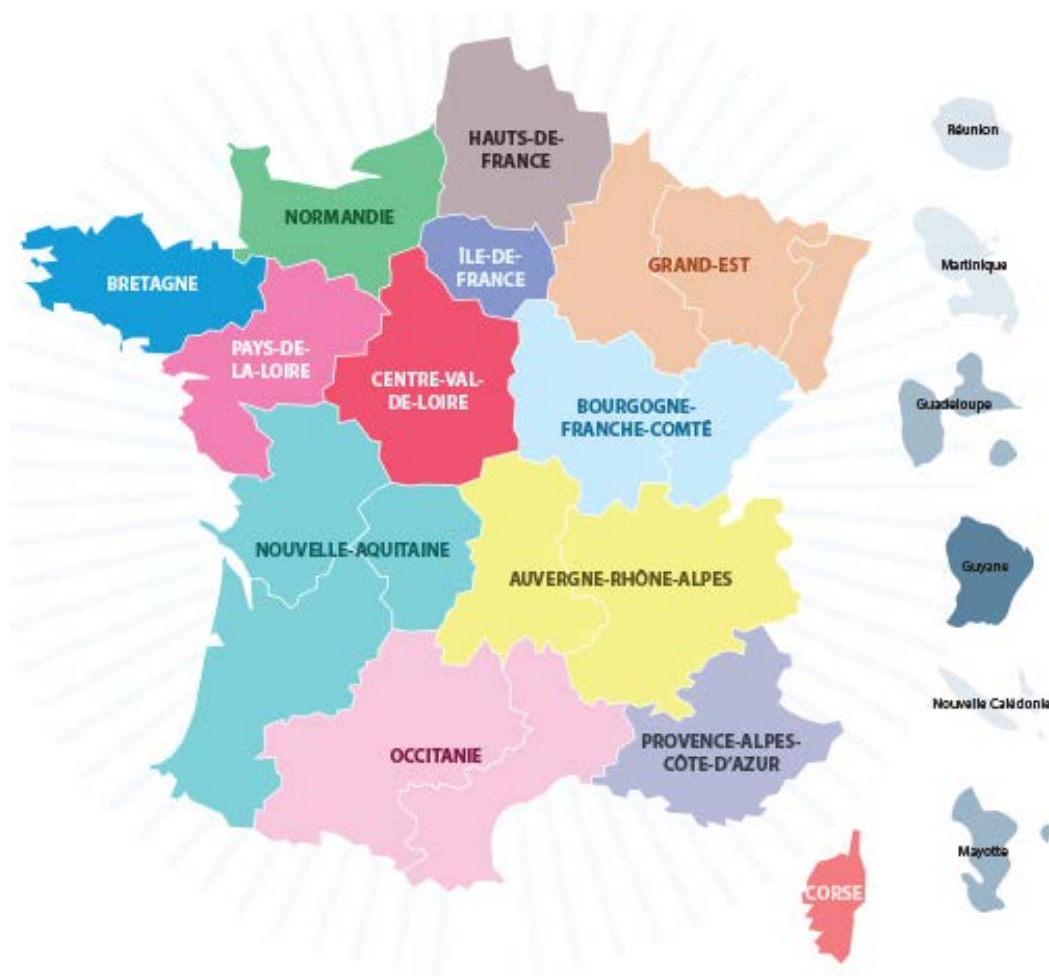
Con estos datos, Francia es:

- El 4º país del mundo con mayor presencia de franquicias españolas
- El 4º país del mundo con mayor número de establecimientos de enseñas españolas

Contexto económico francés

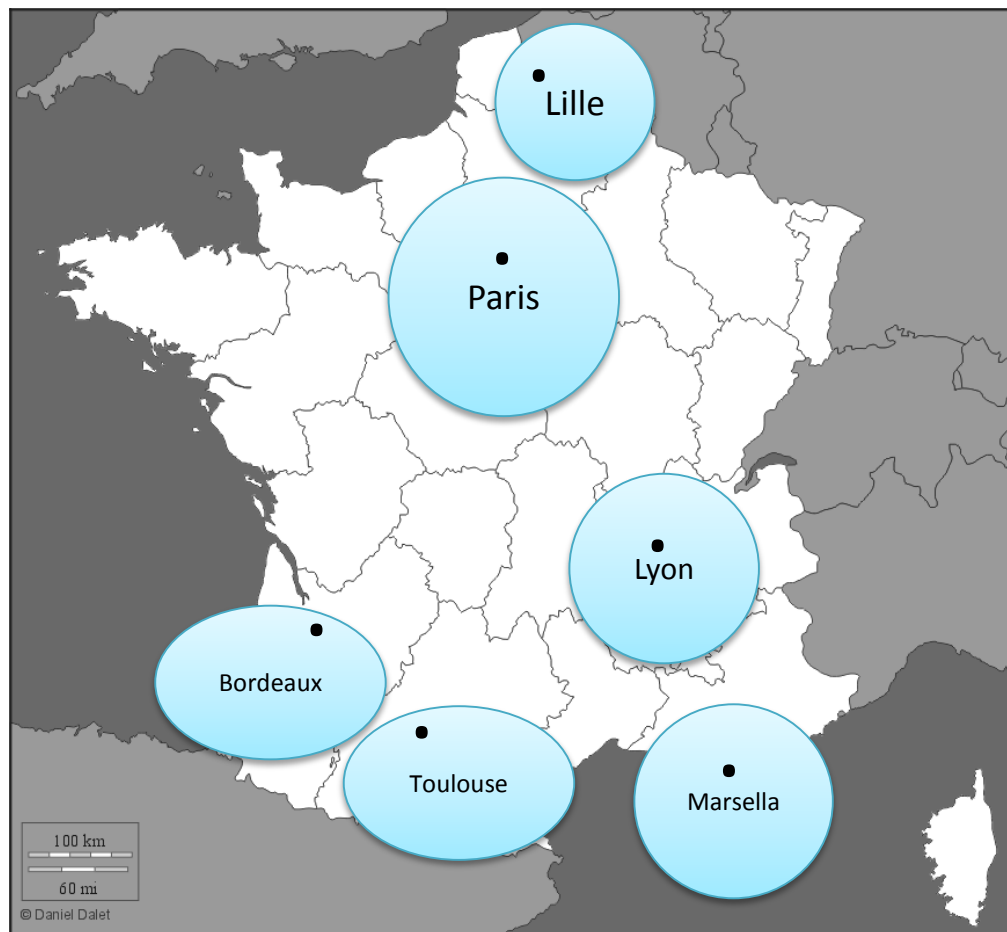


Informaciones Generales



- 2º mercado europeo, 6ª potencia mundial
- República Parlamentaria
- Población total: 66,9 millones de habitantes
- Territorio dividido en 13 regiones (+ 5 regiones Ultramar)

Informaciones Generales



- 6 aglomeraciones principales

- Paris: 12.405.000 hab
- Lyon: 2.237.000 hab
- Marsella: 1.734.000 hab
- Toulouse: 1.291.000 hab
- Bordeaux: 1.178.000 hab
- Lille: 1.175.000 hab

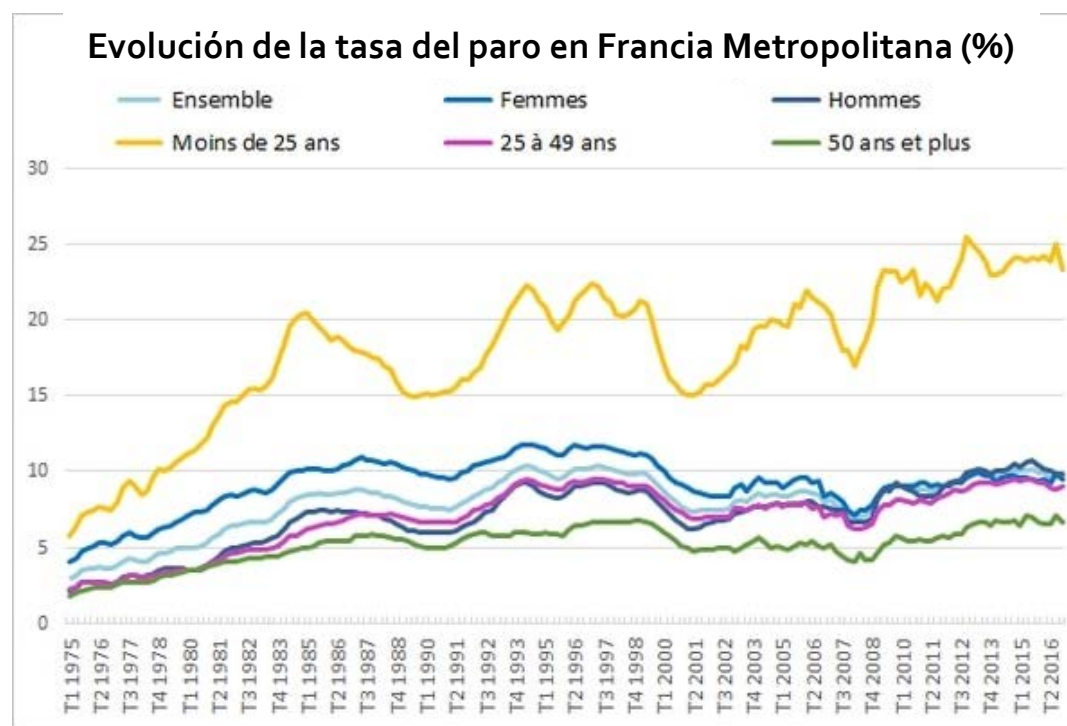
Informaciones Generales

PIB de los países europeos (Octubre 2016)

Country 	GDP (Nominal) (billions of \$)			Rank (Nominal)	
	2015 	2016 	change 	Europe 	World 
Germany	3,365.293	3,494.898	129.605	1	4
United Kingdom	2,858.482	2,649.893	-208.589	2	5
 France	2,420.163	2,488.284	68.121	3	6
Italy	1,815.759	1,852.499	36.740	4	8
Russia	1,326.016	1,267.754	-58.262	5	12
 Spain	1,199.715	1,252.163	52.448	6	14
Netherlands	750.696	769.930	19.234	7	17
Turkey	717.932	735.716	17.784	8	18
Switzerland	664.005	662.483	-1.522	9	19
Sweden	493.042	517.440	24.398	10	23

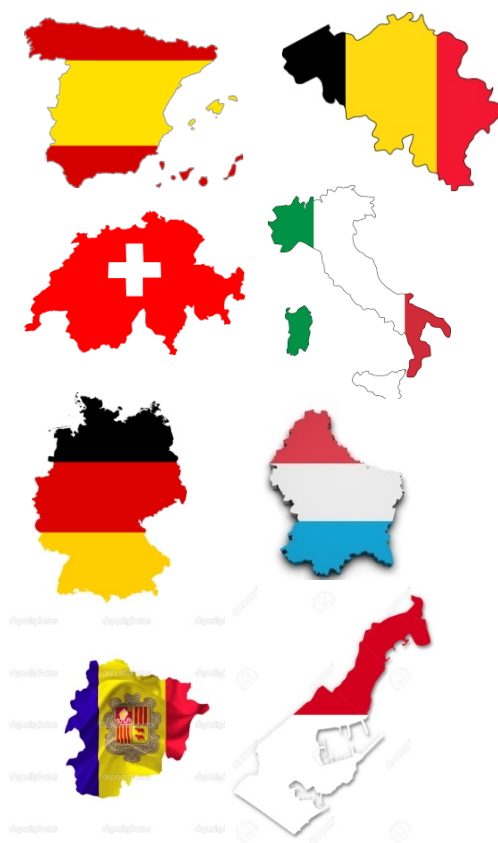
Indicadores Económicos

	Francia	España
Salario medio (2017)	2.157 €	1.718 €
Salario mínimo (2016)	1.480,27 €	826 €
Tasa de paro (2017)	9,3 %	19,2 %



Elegir Francia: ubicación estratégica

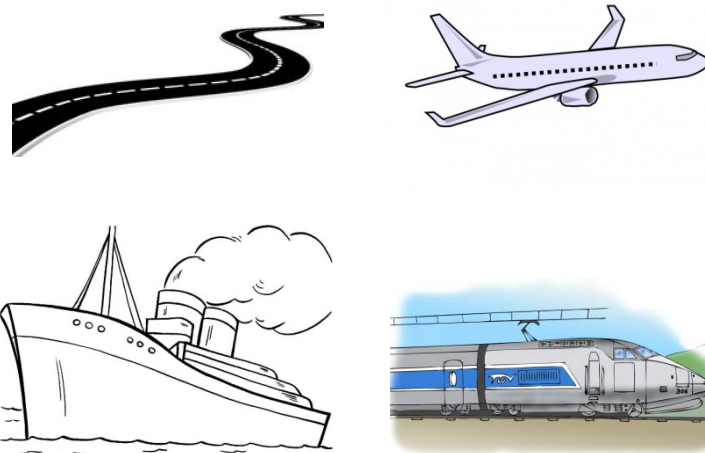
Frontera con



Trampolín a países francófonos



Red de comunicación muy avanzada



Sector de la restauración



8 de cada 10 franceses va al restaurante una vez al mes



147.000 empresas



Más de **530.000** personas empleadas



42 600 Millones € de volumen de negocio

Sector de la restauración



1 de cada 3 franceses afirma que sus desayunos están influidos por la tendencia healthy



95% prefieren los productos locales



9 de cada 10 franceses consumen algún producto Bio

**Transformación del sector hacia lo premium (incluido fast-food)
Bio (alta demanda), tendencia « Home-made », +37,5% de la restauración
es sector fast-food.**

Fuentes: Bra tendances restauration – Junio-Julio de 2017 y Agencia SocialFood

Sector del textil en Francia



- Volumen de negocio 150.000 millones de Euros (moda en general (textil, perfumería, marroquinería, bisutería...))

o 67.000 millones de Euros en Textil

- 2,7% PIB de Francia
- Más de 1 millón de empleos (580.000 empleos directos)

Evolución E-commerce textil en Francia

FRANCE	2006	2008	2010	2015
	2 %	5 %	8 %	15 %

Source : Base de données consommateurs IFM

Sector del textil en Francia

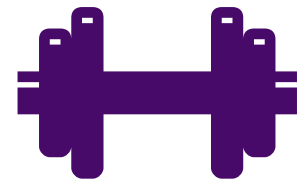


Tendencias

- Pago por móvil/otros
- Apps
- Inmediatez en e-commerce
- Calidad, el sector del lujo representa el mayor aumento (3,5%)
- Innovación tanto en el textil como en las prestaciones en tienda
- Implantación estándares producción ética

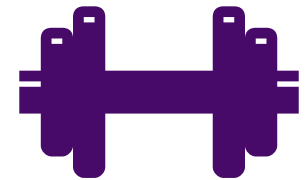
Fuente: *Institut Français de la Mode*

Sector del bienestar en Francia



- +7% crecimiento anual (2016)
- 290.000 empresas
- 37.500 millones de € en facturación
- Aumento de la conciencia del estilo de vida saludable
- Importancia del ejercicio y de la nutrición
- Hay más de 9.000 spas en Francia, importancia en núcleos urbanos.

Sector del fitness en Francia



Fitness

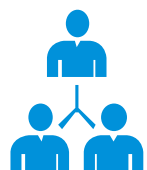
- 4.000 gimnasios de los 54.700 existentes en Europa
- 5,46 millones de miembros
- 2.500 millones de € en facturación
- Precio medio de las cuotas: 41€/mes
- En el top 10 de gimnasios, 9 son franquicias
- Tendencia hacia lo premium (+65 € al mes)

Fuente: *Global Wellness Institute*

La Franquicia en Francia



Las cifras clave de la franquicia (FFF, 2016)



1 900 marcas en franquicias



71 508 puntos de venta



618 845 empleados (empleos directos e indirectos)



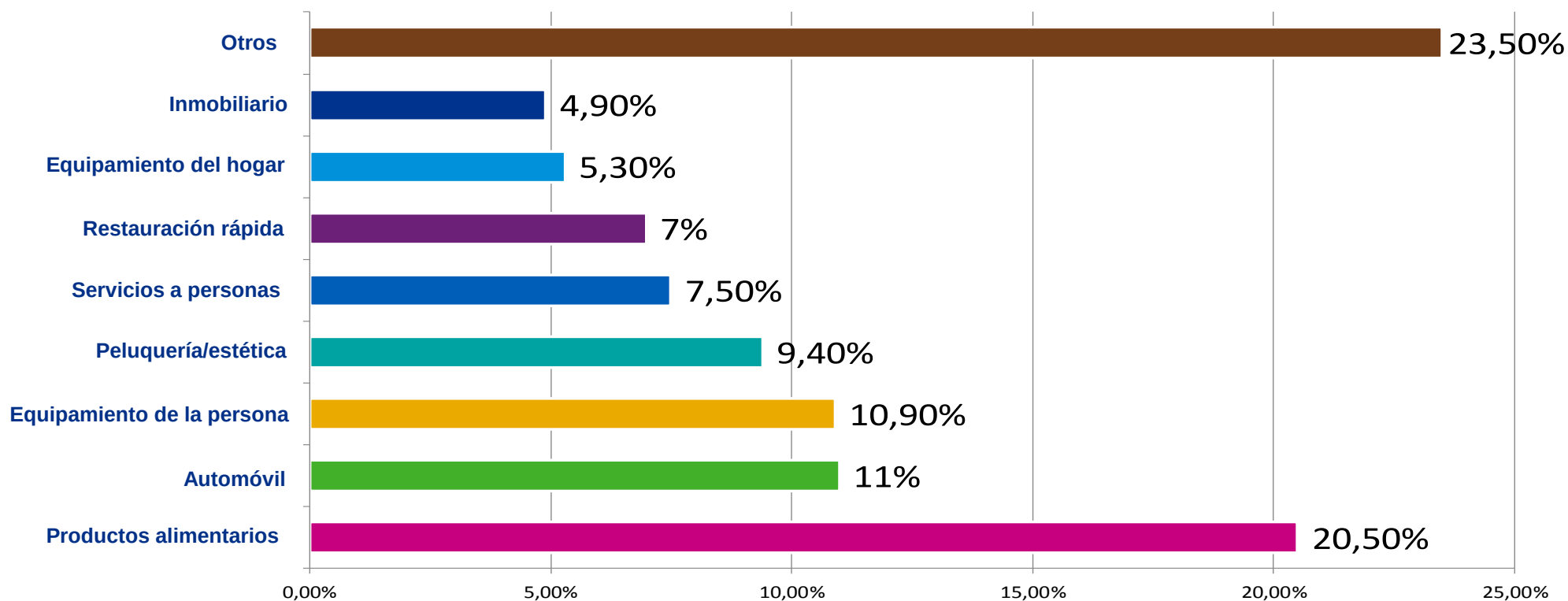
55,10 billones de euros de cifra de negocio



El número de franquicias se duplicó en los 10 últimos años y conoce una progresión continua

Los principales sectores de actividad

Núm. de puntos de venta



Fuente : FFF

Algunas tendencias

Restauración :

Burgers Gourmet / Bagels →
(muchas marcas en este segmento de mercado)



Saludable →
(18% de crecimiento)



Actores de la distribución intentan entrar más en el mercado de la restauración con la entrega a domicilio:



Servicios a domicilio:



A granel:



Bienestar / Gimnasios:



Comercio de barrio: las cadenas de supermercados desarrollan su propio concepto de tienda de barrio (pequeñas superficies)

El perfil de los franquiciados



Hombres : **66%**
Mujeres : **34%**



Edad media:
47 años

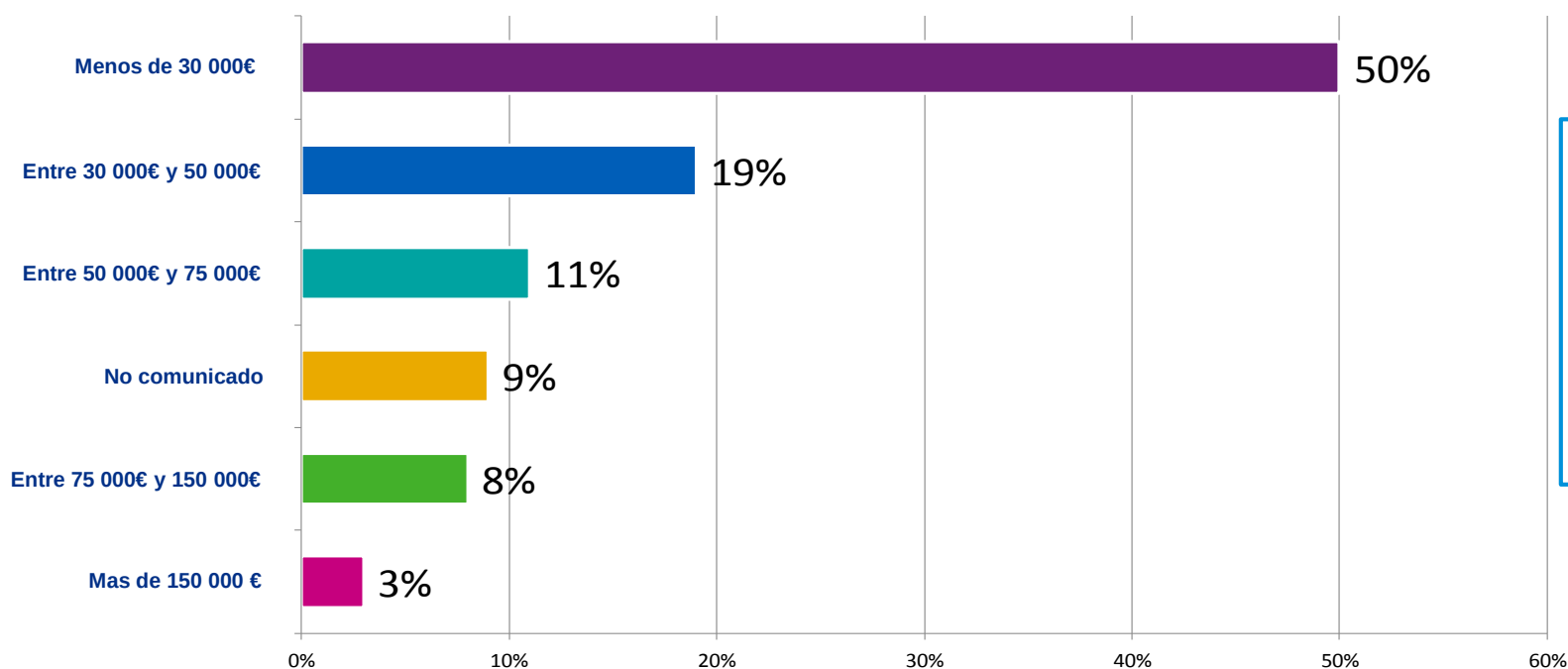


Selectividad+2/3,
Selectividad +5
y más : **57%**



Origen
profesional
asalariado : **3/4**

Importe de la contribución personal



Punto de vigilancia :

Es necesario generalmente para un franquiciado tener una contribución personal de un 30% de la inversión total como mínimo

Fuente: FFF

Los perfiles de las franquicias

Las herramientas de reclutación de las franquicias :

- Internet : 71% (sitio propio en internet + otro sitio)
- Ferias : 37% (de la franquicia – Paris/Marseille + ferias especializadas)
- La prensa : 33% (especializadas en franquicias - papel + web, profesional)
- La red de la marca : 25% (clientes de la marca, franquiciados de la marca)

Para más información : inscribiros en estas newsletters



Los eventos del sector



Franchise Expo Paris - Feria anual desde hace 30 años. Es una de las ferias de la franquicia más grandes del mundo (4 días, 500 expositores, 36000 visitantes):

del 25 al 28 marzo 2018 – Porte de Versailles



Top Franquicias mediterráneas - Marsella, 100 expositores, 3500 visitantes : del 9 al 10 octubre 2017



Forum Franchise - Lyon, 150 expositores, 1000 visitantes : el 19 octubre 2017

Franquicia Española / Franquicia francesa



Puntos similares y diferencias

Tema	España	Francia
Federación	Asociación Española de franquiciadores	Fédération Française de la Franchise
Ley específica para la franquicia	BOE 13 marzo 2010 (Franquicia)	Loi Doubin (Franquicia y redes de distribución)
	Registro estatal	Ningún registro
	DIP (20 días antes de la firma) con proyecto de contrato adjunto	DIP (20 días antes de la firma) con proyecto de contrato adjunto
Código europeo de la franquicia	Anexos distintos	Órganos de concertación Implicación del franquiciado

Consejos





Test de concepto en el mercado francés

- Apoyarse en un estudio de mercado
- Conviene adaptar su oferta sin perder su identidad
- Adaptar los precios
- Tener en cuenta costumbres distintas
 - Horarios
 - Apertura el domingo posible en algunas zonas (Loi Macron – Zonas Turísticas Internacionales)



Estrategia de implantación / 3 alternativas

- Implantar una sucursal y una organización de expansión propia en Francia
 - Anexo : mas detalles sobre la creación de una empresa franquiciada en Francia (válido para crear una sucursal y para entender los gastos que tendrán sus franquiciados)
- Buscar un Master Franquicia
- Crear un Joint Venture con un candidato franquiciado para compartir los riesgos



Inmobiliario comercial

- Es importante estar acompañado de expertos del tema
- Duración de los contratos de alquiler : 3-6-9 años
 - Se puede aconsejar un “pop-up store” / Tienda efímera con un contrato de alquiler (llamado “bail” sin obligación de cumplir la duración mínima de 3 años con un “bail précaire”
 - En la negociación con centros comerciales muchas veces el alquiler está vinculado al volumen de negocio
- Algo de vocabulario :
 - “Le pas-de-porte” : dinero que el arrendador pide al inquilino al principio del contrato de alquiler, es como un canon de entrada para poner el local a disposición
 - “Le droit au bail” : el derecho de arrendamiento, lo paga al inquilino a quien deja el local (tiene que cumplir con ciertas condiciones)
 - Cada vez más vamos hacia “le bail américain” : cuando el “Pas-de-porte” está incluido en el alquiler
 - “Le fonds de commerce” / el fondo de comercio



Tener en cuenta la legislación local (1)

- La traducción de su contrato de franquicia no es suficiente, conviene adaptarlo a la ley francesa
 - No es una obligación con un Master Franquicia pero su Master Franquicia tendrá que tener un contrato francés con sus franquiciados
- El uso de un contrato español traducido no le permitirá escaparse de las leyes francesas como:
 - La protección de los consumidores
 - El derecho de marcas
 - Leyes fiscales
 - Derecho de la competencia
 - Reglamento publicitario
 - Urbanismo comercial ...
- Puede sorprender pero conviene notar que las franquicias francesas en el mercado de la depilación no están en conformidad con la orden ministerial del 6 de enero del 1962 que impide a las depiladoras depilar de otra manera que con cera o pinza (solo lo pueden hacer médicos).
 - Redes como Depil Tech, Radical'Epil se han desarrollado en Francia pero algunas franquiciadas tienen que comparecer al tribunal correccional



Tener en cuenta la legislación local (2)

- Loi El Khomri : polémica en Francia porque impone al franquiciador tener el papel de “co-empleador”
- Si supera 50 asalariados en total (contando los asalariados de los franquiciados) el franquiciador tendría que
 - Montar una instancia de diálogo con un representante del franquiciador, uno de los franquiciados y un número de representantes de asalariados distinto en función del número total de asalariados.
 - Informar de su situación económica y financiera cada trimestre



Business Plan: El franquiciador no debe mandar a los candidatos franquiciados directamente este documento. Franquiciados ganaron contra Franquiciadores quienes habían dado previsiones demasiado optimistas/ irrealistas



Software de cajas: a partir del 1 de enero del 2018, los software de cajas tendrán que estar certificados (multa de 7 500 €).

Anexos

Los perfiles de los franquiciados

Los criterios de los candidatos al elegir una franquicia:

- Beneficiar de la reputación de la marca: 19%
- Compra de una tienda ya franquiciada: 17%
- Para facilidad, simplicidad, velocidad: 16%
- Para publicidad, marketing, comunicación: 13%
- Beneficiar de la fortaleza de una red y de la experiencia de otros franquiciados: 13%
- Beneficiarse del acompañamiento, asistencia: 12%

Los frenos a la franquicia :

- La franquicia es demasiado restrictiva: el 40%
- La franquicia es demasiado cara: 34%
- No tiene suficiente dinero: 22%

Los costes para una creación en franquicia u otro tipo de comercio asociado

Importante:

Costes adicionales en caso de adquisición de una empresa existente.

En este caso es importante planificar una auditoría de adquisición para asegurarse que está bien valorada y tener los elementos necesarios para iniciar las negociaciones con el cedente.

El canon de entrada, cantidad pagada relacionada con la firma del contrato

- Acceso a la marca,
 - La transmisión por la franquicia de su know-how,
 - La exclusividad territorial (si se prevé en el contrato),
 - Formación inicial (a veces puede separarse de la cuota de inscripción y pagarse por separado),
 - Acompañamiento a la pre-apertura y apertura del punto de venta.
- Obsérvese una variación de la cantidad según el tipo comercio asociado (para la creación en concesión generalmente se cuentan menos que en franquicia pero el acompañamiento es diferente) y según la actividad.

Los costes estándares de creación de la empresas

- Los honorarios de la asesoría contable para el establecimiento del Plan de Negocios y la realización de los estatutos,
- La comisión de garantía sobre el préstamo - No sistemática, pero puede ser una solicitud del banco (por ejemplo, garantía BPI, garantía SACCEF para la Caisse d'Epargne ...)
- Otros gastos que puede pedir la asesoría "les frais de débours" (variable entre € 250 y € 450 dependiendo de la región administrativa); Corresponden a los siguientes elementos (registro "au Registre du Commerce et des Sociétés" o al « Répertoire des Métiers » según su actividad
- Tasas inherentes al registro de periódicos de anuncios legales.
- Tasas de inscripción en el Tesoro Público.

Gastos implicados por el estudio de mercado

- Los costes varían según el sector de actividad, el tamaño del proyecto, la zona de captación, si el estudio incluye recuentos, las consultas de los consumidores.

Los costes para una creación en franquicia u otro tipo de comercio asociado

El local comercial

- La compra o el alquiler

Las obras del local

- Según las especificaciones impuestas por el franquiciador.

El mobiliario, la informática y los vehículos (si se necesitan)

El stock de mercancías

- Excepto si se trata de una comisión/afiliación

El logo (que a veces se alquila al franquiciador)

Los seguros

Necesidades de capital circulante

- Es importante anticipar este punto en todos los casos, pero especialmente si se trata de obras largas (tener en cuenta el pago del alquiler mientras la tienda no esté abierta).

La contribución personal del franquiciado y las ayudas financieras

- El cálculo de la contribución personal mínima se basa en el previsional de ventas/Business Plan. Debe cubrir los costes de instalación, el stock y las necesidades de capital circulante.
- Para la creación o adquisición de una empresa en franquicia, generalmente es necesario tener un mínimo de **30% de la inversión inicial en la contribución personal**. De bajo de este porcentaje, un banco generalmente considera que el perfil del creador es demasiado arriesgado, y rechaza la financiación.
- **Los puntos a negociar :**
 - La tasa de financiación demandada
 - Las garantías
 - La ADI : seguro sobre la financiación
 - Los gastos de gestión de cuenta
 - La tasa de comisión sobre ingresos con tarjeta de crédito
 - El coste del alquiler del terminal bancario
 - El crédito provisional de TVA : tasa y duración
 - El descubierto bancario : importe, duración y coste
 - El diferido de amortización sobre la financiación principal
 - El no bloqueo de la cuenta corriente del socio: duración, regresividad

Las ayudas financieras

El emprendedor se puede beneficiar de prestamos y garantías de terceros:

- El crédito de tesorería BPI France
- El contrato de desarrollo Transmisión de BPI France
- El préstamo de honor de Initiative France
- El NACRE de France Active
- La Garantía France Active
- El Fondo de Garantía para la iniciativa de las mujeres.
- El préstamo de Réseau Entreprendre
- El ACCRE
- La ADIE

<https://les-aides.fr>

La elección de la estructura jurídica

El creador tendrá que analizar su negocio para elegir la forma legal que más le convenga según sus expectativas :

SNC : Sociedad con nombre colectivo

SARL : Sociedad con responsabilidad limitada

EURL : Empresa unipersonal con responsabilidad limitada

SAS : Sociedad por acción simplificada

SASU : Sociedad por acción simplificada unipersonal

SA : Sociedad anónima

Criterios privilegiados	Las estructuras jurídicas						
	Entreprise individuelle	SNC	SARL	EURL	SAS	SASU	SA
Asociarse							
Limitar su responsabilidad							
Limitar los costes de creación							
Limitar los costes de funcionamiento							

	=	conviene
	=	Puede convenir
	=	No conviene

Contactos :

Eduardo Abadía – AEF

aef@soporte1.com

+34 91 461 22 26

Rose-Marie Moins – FFF

r.m.moins@franchise-fff.com

+33 1 53 75 22 25

Sebastián Álvarez – CCI

salvarez@lachambre.es

+34 91 307 21 00

Virginie Sablé – KPMG

vsable@kpmg.fr

+33 6 27 21 11 86

