

Les formes de commerce organisé

	Principe de fonctionnement	Objet du réseau/prestations	Modalités d'entrée dans le réseau	Avantages	Inconvénients
Licence de marque	Contrat par lequel le titulaire d'une marque confère à une entreprise le droit de l'utiliser, contre le versement d'une somme forfaitaire ou de redevances proportionnelles au chiffre d'affaires réalisé.	Exploitation de la marque. Possible transmission d'un savoir-faire attaché à la marque.	Contrat de licence de marque. Le montant des royalties varie en fonction de la notoriété de la marque.	Permet d'utiliser une marque créée et développée par une autre entreprise et de bénéficier immédiatement de sa notoriété.	- Absence (en principe) de prestations de type formation, assistance, etc. - La marque doit être déjà bien connue du public. - Formule limitée à certains types de produits.
Concession exclusive (ex. : distributeurs automobiles tels que Citroën ou Peugeot, machinisme agricole CLAAS, etc.)	Contrat par lequel une entreprise permet à une autre de distribuer ses produits en bénéficiant d'une exclusivité territoriale pour une durée déterminée.	- Approvisionnement en produits de la marque du concédant, - Logistique, livraison, enseigne commune, politique commerciale commune. - Le cas échéant, transmission du savoir-faire attaché à la marque. prestations de services après-vente.	Le concédant sélectionne les concessionnaires. Contrat de concession exclusive	- Exclusivité territoriale (évaluer la pertinence du périmètre d'exclusivité). - Permet de bénéficier immédiatement de la notoriété de la marque du concédant	- Les prestations d'assistance fournies par le concédant sont généralement limitées. - Possible exclusivité d'approvisionnement. - Insécurité juridique : la durée du contrat peut être courte. -Surtout adapté à la distribution de marchandises.

	Principe de fonctionnement	Objet du réseau/prestations	Modalités d'entrée dans le réseau	Avantages	Inconvénients
Chaînes volontaires (ex. : Logis de France)	Contrat par lequel un grossiste sélectionne des produits qu'il référence et fournit exclusivement à ses détaillants. Souvent complété par d'autres prestations.	Approvisionnement. Généralement complété par une licence de marque et d'enseigne. Politique commerciale commune.	Contrat d'adhésion	<ul style="list-style-type: none"> - Permet de bénéficier de l'intelligence d'approvisionnement du groupe, notamment grâce aux contrats de référencement fournisseurs. - Le cas échéant, permet de bénéficier immédiatement de la notoriété de la marque et d'une politique commerciale commune. 	Exclusivité d'approvisionnement.
Commission-affiliation (ex. : Bonobo)	Contrat par lequel une entreprise (commissionnaire-affilié) place des marchandises en dépôt chez une autre entreprise en charge de les vendre, contre commission.	<ul style="list-style-type: none"> - Approvisionnement, logistique, livraison. - La commission-affiliation est souvent complétée par une autre forme de réseau permettant au commettant de bénéficier d'une politique commerciale, d'une enseigne commune et d'une assistance dans les méthodes de vente. 	Sélection des commissionnaires. Contrat de commission affiliation.	<ul style="list-style-type: none"> - Le distributeur n'est pas propriétaire des stocks, ce qui limite sa prise de risque. - Il ne se concentre que sur la vente du produit. - Permet de bénéficier immédiatement de la notoriété d'une marque. - Partenariat particulièrement adapté au prêt-à-porter. 	<ul style="list-style-type: none"> - Non maîtrise de la politique d'approvisionnement et de la gestion des stocks. - Dépendance vis-à-vis du commettant (sur la variété des produits reçus par exemple). - Souvent assorti d'une clause d'exclusivité totale ou partielle.

	Principe de fonctionnement	Objet du réseau/prestations	Modalités d'entrée dans le réseau	Avantages	Inconvénients
Franchise (ex. : Bébé futé, Memphis coffee, Park & trip, Rapid flore, etc.)	<p>Contrat par lequel une entreprise, accorde à une autre le droit d'exploiter son concept, sa marque et son savoir-faire, en échange d'une compensation directe ou indirecte.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Enseigne commune, signe de ralliement de la clientèle - Politique commerciale commune (versement d'une redevance/ montant moyen pratiqué : 7 % du CA). - Approvisionnement (assez souvent). - Assistance. - Formation et transmission d'un savoir-faire. 	<ul style="list-style-type: none"> - Le franchiseur sélectionne les candidats à la franchise. -Droit d'entrée très fréquent, qui varie selon le réseau concerné. 	<ul style="list-style-type: none"> - La franchise est le système de commerce organisé le plus abouti (formation, assistance, etc.) - Adapté à la distribution de marchandises comme de services. -Permet de bénéficier d'un concept et d'un savoir-faire déjà éprouvés sur le marché. -Permet de se lancer de manière sécurisée en bénéficiant de l'appui du réseau à la création et en cours d'activité. - Permet de bénéficier immédiatement de la notoriété d'une marque. - Presque toujours une exclusivité territoriale (évaluer le périmètre d'exclusivité). 	<ul style="list-style-type: none"> - Selon le réseau de franchise, le droit d'entrée peut être élevé. - Le coût des locaux et des aménagements souvent nécessaires pour se conformer au cahier des charges de la franchise est à prendre en compte. - Versement, en cours de contrat, de redevances pouvant être également élevées. - Indépendance relative du franchisé. Obligation notamment de suivre l'ensemble des prescriptions du franchiseur.

Le commerce associé : l'exemple de la coopérative

	Principe de fonctionnement	Objet du réseau/prestations	Modalités d'entrée dans le réseau	Avantages	Inconvénients
Coopérative (ex. : Intersport, Super U, etc.)	<p>Société constituée entre plusieurs entreprises indépendantes souhaitant mutualiser des moyens et développer leur activité (ex. : achats groupés).</p> <p>Son fonctionnement est dit "démocratique" : chaque entreprise dispose d'une voix en assemblée générale.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Approvisionnement - Logistique - Livraison - Politique commerciale - Enseigne commune 	<ul style="list-style-type: none"> - Le droit d'entrée correspond à l'achat d'une action de la coopérative. - Possibles coûts supplémentaires en fonction de la coopérative. 	<ul style="list-style-type: none"> - Principe démocratique : la participation aux assemblées générales est fondée sur le principe : 1 homme = 1 voix (pouvoir à nuancer cependant dans les grandes coopératives). - Permet de réaliser des économies grâce aux achats groupés. - Permet de bénéficier immédiatement de la notoriété d'une marque. - Prestations d'assistance de la coopérative. 	<ul style="list-style-type: none"> - Exclusivité d'approvisionnement des membres de la coopérative.

Mars 2016