

## INDEX ANALYTIQUE

– A –

### **Achats faits par le franchiseur**

Marge bénéficiaire, 137

**Allocation**, 133

### **Animateur**

Rôle, 83

### **Arbitrage**

Nouvel établissement, 153

Règlement des différends,  
171-176

*Voir aussi* **Programme  
d'arbitrage**

### **Avis**

Programme de médiation ou  
conciliation, 170

– B –

### **Bannière**

Développement d'une nouvelle  
bannière, 33

**Benchmarking**, 110

**Blogue privé**, 99

– C –

### **Cadre du franchiseur**

*Voir* **Dirigeant et cadre du fran-  
chiseur**

**Centre de formation**, 101

### **Chaîne concurrente**

Acquisition, 33

**Coaching**, 80, 84

**Coentreprise**, 34

### **Comité de franchisés**

Ajout de franchisés, 158

Composition, 55, 98

Consultatif, 97

Décisionnel, 97

Règles, 98

Rôle, 97

Sélection des franchisés, 98

### **Comité de sages**

Composition, 176

Crédibilité, 177

Partenariat stratégique, 176

- Règlement des différends, 158, 176  
Rôle, 176
- Commandite**, 136
- Commissions**, 136  
Construction, aménagement et rénovation des établissements, 136
- Communication**, 31, 58  
Ajout de franchisés, 157  
Conformité aux règles, 120  
Entente avec les fournisseurs, 141  
Information utile, 108  
Mécanismes, 93-102, 109  
Meilleur intérêt du réseau, 121  
Partenariat stratégique  
– Implantation, 189  
Politique de portes ouvertes, 165  
Règlement des différends, 162-165  
Rôle, 53  
Transmission des plaintes et problèmes, 166
- Conciliation**  
Règlement des différends, 170
- Concours**, 55
- Conférence téléphonique**, 95
- Conflit d'intérêts**, 134, 138, 142
- Congrès**, 96, 136
- Conseiller**, 97  
Rôle, 83-84
- Contrat**  
*Voir* **Convention de franchise**
- Convention de franchise**  
Clause de non-concurrence, 172  
Conformité, 113  
Contrat relationnel, 9-11  
Durée, 148, 149  
Évolution, 114  
Exclusivité territoriale, 146, 156  
– Options, 147, 149, 152  
Force, 11  
Normes, 11, 113  
Obligations, 9, 151  
Programme d'arbitrage, 171-176  
Programme de médiation ou de conciliation, 170  
Recours judiciaires, 116, 171  
Redevance, 19-20, 23, 126, 131, 133  
Relation franchiseur/franchisé, 11  
Renouvellement, 148, 149  
Résiliation, 173  
Violation, 12, 116
- Culture d'entreprise**, 43, 56  
Partenariat stratégique, 183  
*Voir aussi* **Valeur(s)**, **Vision**

– D –

**Délai**

Programme de médiation ou conciliation, 171

**Dirigeant et cadre du franchiseur**

Évaluation des candidats, 55  
 Interactions avec les franchisés, 58, 94  
 Partenariat stratégique, 184  
 Politique de portes ouvertes, 165

**Droit initial de franchise, 131**

Amortissement des coûts, 131  
 Montant, 131  
 Versement, 131

– E –

**Énoncé de valeurs, 43-45**

**Entente d'indemnisation**

Nouvel établissement, 153

**Entente franchiseur/fournisseurs, 134**

Communication, 141  
 Partage des bénéfices, 142

**Entreprise franchisée**

Éléments, 28  
 Meilleures pratiques, 110

**Escompte, 133**

**Étude de marché et de localisation, 152**

**Exclusivité territoriale, 146**

Arbitrage, 153  
 Compensation, 153  
 Durée de la convention, 148, 149  
 Étude de marché et de localisation, 152  
 Exceptions, 148  
 Modification de la convention, 148  
 Nouveau *Code civil du Québec*, 150  
 Obligations du franchiseur, 151  
 Options du franchiseur, 147, 149, 152  
 Partenariat stratégique, 156-158  
 Politique d'empiètement, 153  
     – Problèmes d'interprétation et d'application, 155  
 Préavis, 152  
 Préférence, 155

– F –

**Focus group, 110**

**Formateur, 84**

**Formation du personnel, 35, 101**

Frais de participation, 136  
 Meilleures pratiques, 111  
 Rôle, 101

**Fournisseur**

Entente avec le franchiseur, 134, 141, 142  
 Évaluation, 54  
 Négociations, 141  
 Ristournes, escomptes et allocations, 133  
 Sélection, 54

**Frais administratifs**, 135, 136

**Frais de distribution**, 137

**Frais de gestion de bail**, 135

**Frais de participation**, 136

**Frais de transport**, 137

**Frais d'utilisation d'un système de commande informatisé**, 137

**Franchisage**

Avantages, 31  
 Chaîne de distribution, 52  
 Contrat relationnel, 10  
 Évolution, 114  
 Fondement, 139  
 Forces et faiblesses, 34  
 International (gestion), 82  
 Modèle d'affaires, 9, 51, 103, 163  
 Opinion publique, 3  
 Redevance, 23, 126, 131  
 Sources de revenus, 131  
 Valeur, 34

**Franchise**

Contrat, 9  
 Droit initial, 131  
 Mise en marché, 24  
 Nouvelle, 33  
 Renouvellement (droit), 136  
 Virtuelle, 3

*Voir aussi* **Relation franchiseur/franchisé, Réseau de franchises**

**Franchisé**

Ajout de nouveaux franchisés, 145-160  
 Ambassadeur, 106  
 Apport, 7  
 Attentes, 25, 69-71, 85, 155  
 Candidat, 55  
 Changement d'attitude, 4  
 Choix, 71  
     – Outils, 72  
 Collaboration, 11-12, 89  
 Comité, 97  
 Confiance, 12, 157  
 Conformité aux règles, 113-124  
 Contact avec la clientèle, 106  
 Critiques et suggestions, 31, 58, 99, 100, 110, 164, 166  
 Défection, 37, 83  
 Degré de satisfaction, 69, 83  
 Devoirs, 30  
 Difficultés financières, 129  
 Divergences d'idées, 121, 157

- Document, 57
- Droits, 4
- Employés-clés, 96
- Exclusivité territoriale, 146
- Expérimenté, 80, 103
- Formation, 79, 101
- Gestion du réseau, 103-112
- Information, 7, 105
- Initiatives, 110
- Interactions, 85
- Intérêt à la réussite, 12
- Investissements, 33-37, 129
- Loyer, 135, 136
- Motivation, 83
- Non rentable, 129
- Obligations, 9, 57, 58, 118, 120
- Paiement au franchiseur, 18, 21, 29, 126
- Sommes perçues des clients, 19
- Partenariat stratégique, 184
- Implantation, 187
  - Résistance, 189
- Participant actif, 28, 53, 55, 58, 184
- Projets précis, 109
- Performance, 83, 111, 162
- Plus dépendant, 7
- Plus entrepreneur, 7
- Promotion et publicité, 33
- Reconnaissance, 58
- Recours judiciaires, 5
- Recrutement, 63-78, 145
- Réduction des coûts, 138
- Règlement des différends, 161-181
- Regroupement, 56
- Rencontres avec le franchiseur, 54, 93-102
- Rendement, 129
- Renouvellement de la franchise, 136
- Responsabilités, 85, 120, 184
- Revenu, 129
- Rôle, 24, 30, 47, 51, 85
- Partenariat stratégique, 28, 48, 184
- Satisfaction de la clientèle, 15-17, 35
- Sentiment d'appartenance, 83, 88, 96
- Services du franchiseur, 17
- Perception erronée, 18
- Soutien, 79-92, 126
- Succès, 66-68, 111, 145
- Valorisation, 96
- Ventes, 23
- Vision du franchiseur, 39, 64, 96
- Voir aussi* **Relation franchiseur/franchisé**
- Franchiseur**
- Activités promotionnelles, 33
- Ajout
- De franchisés, 53, 145-160
  - De nouveaux services, 33
- Assistance du franchisé, 80

- Avantages offerts au franchisé, 22
- Collaboration, 11
- Compétence des dirigeants, 12
- Conflit d'intérêts, 134, 138, 142
- Conformité aux règles
- Intervention, 120
- Décision, 97, 109
- Implantation d'un partenariat stratégique, 187
- Développement immobilier, 147
- Devoirs, 29
- Dirigeants et cadres, 55, 58
- Document, 57
- Ententes spéciales avec des fournisseurs, 33
- Exclusivité territoriale, 146
- Faillite, 37
- Fonctions, 14-15, 47, 49
- Fournisseur de services, 5, 17, 24
- Perception erronée, 18
- Information aux franchisés, 105
- Investissements, 34-37, 127, 130
- Lien avec la clientèle, 15-17
- Mise en marché des franchises, 24
- Mission, 13, 23, 25
- Obligations, 4, 9, 57, 151
- Organisation, 14-16, 47-62, 100
- Ouverture, 105, 141
- Partenariat stratégique
- Implantation, 183-192
- Point de contact, 100
- Règlement des différends, 161-181
- Relation avec le franchisé, 4, 5, 7, 9
- Rémunération, 23, 29, 134, 139
- Rencontres avec les franchisés, 54, 93-102
- Ressources, 127
- Sous-estimation, 130, 133
- Revenus, 125-144
- Rôle, 5, 18, 24, 29, 32, 47, 80, 85, 134
- Partenariat stratégique, 27, 48, 140, 184
- Sources alternatives de revenus, 25, 133, 135-138
- Soutien du franchisé, 79-92, 126
- Transparence, 105, 141
- Utilisation des revenus, 130
- Vision, 39, 64
- Voir aussi* **Relation franchi-  
seur/franchisé**
- G –
- Gestion des ressources  
humaines, 49**
- Gestion des stocks, 35**
- Gestion participative**
- Conformité aux règles, 120
- Du franchisé, 28, 53, 55, 58, 109

Échange de renseignements et d'information, 105, 108

Implantation, 97, 108

**Groupe de réflexion**, 110

**Groupe de travail**, 54, 94

Ajout de franchisés, 158

Composition, 55

Rôle, 54, 97

**Groupement d'achats**, 34

– H –

**Honoraires**, 135

Construction, aménagement et rénovation des établissements, 136

Obtention de financement, 136

Plan d'aménagement, 136

Publicité du réseau, 136

Support à la négociation de contrats, 137

Sur le prix de vente du franchisé, 136

Système de facturation centralisée, 137

– I –

**Intelligence collective**, 110, 112

**Internet**

Énoncé de valeurs du réseau, 45

Franchise virtuelle, 3

Investissements, 128

Site sécurisé, 99

Vente de marchandises ou services identifiés au réseau, 33

**Investissement**

Choix, 36, 130

Facteurs horizontaux, 35

Facteurs temporels, 35

Facteurs verticaux, 34

Risque de sous-investissement, 36

Succès du réseau, 127

– L –

**Leadership**

Difficultés du réseau, 126

Divergences d'idées, 121

**Loyer**, 135, 136

– M –

**Marketing**, 127

**Médiation**

Règlement des différends, 170, 173

**Mentorat**, 80, 84

– N –

**Négociation**

Règlement des différends, 173

– O –

**Ombudsman**

Coûts, 170  
 Dans l'organisation du réseau,  
 168  
 Employé du franchiseur, 169  
 Impartialité, 169  
 Rapport d'activités, 168  
 Recommandations, 168  
 Règlement des différends,  
 167-170  
 Rôle, 168  
 Services externes, 168

**Organisme caritatif, 59**

– P –

**Partage de la tarte, 125-144**

**Partenariat**

**manufacturier/distributeur, 34**

**Partenariat stratégique**

Adaptation, 184, 195  
 Agrandissement de la tarte, 128  
 Avantages du franchisage, 31  
 Changement de culture et de  
 valeurs, 183  
 Choix du franchisé, 71  
 – Priorité, 72  
 Comité de sages, 176  
 Communication, 93, 162-165,  
 189  
 Conformité aux règles, 119

Culture d'entreprise, 183  
 Dirigeants et cadres du franchi-  
 seur, 58  
 Document, 57  
 Entreprise franchisée, 28  
 Étapes, 185  
 Exclusivité territoriale, 156  
 Gestion du réseau de franchi-  
 ses, 50, 183  
 Implantation, 183-192, 196  
 Implication des franchisés, 188  
 Intérêts des franchiseurs/franchi-  
 sés (inadéquation), 33  
 Interdépendance, 7, 34, 59, 88,  
 184  
 Modèle, 27, 32, 48, 183, 194  
 – Avantages, 196  
 Moment d'implantation, 190  
 Organisation, 47  
 Partage de la tarte, 128  
 Participation active des franchi-  
 sés, 53, 55  
 Planification, 185  
 Programme d'arbitrage, 175  
 Projet commun, 58  
 Qualité, 32  
 Recrutement des franchisés,  
 63-78  
 Règlement des différends, 161  
 Relations franchiseur/franchisé,  
 1, 4, 7, 27-38, 47, 88  
 Résistance, 186-189

Rôle du franchisé, 29, 30  
– Partenaire stratégique, 30, 184  
Rôle du franchiseur, 27, 29, 48, 140, 184  
Soutien du franchisé, 79-92  
Vision, 39, 43, 64

**Plainte**

Procédure, 166

**Point de contact**

Pour le franchisé, 100

**Politique d’empiètement**

Nouvel établissement, 153

*Voir aussi* **Exclusivité territoriale**

**Politique de portes ouvertes**

Règlement des différends, 165

**Politique de transmission des plaintes et problèmes**

Règlement des différends, 166

**Préavis**

Nouvel établissement, 152

**Prix**, 55, 58, 96

**Programme d’arbitrage**

Clause de la convention, 174

Décision d’un tiers, 171

- Effet, 172
- Limites, 173
- Portée, 172

Limites, 174

Mécanismes, 175

Partenariat stratégique, 175

Plutôt que le recours au tribunal, 174

Règlement des différends, 171-176

**Programme de médiation ou de conciliation**

Avis, 170

Délai, 171

Étapes, 170

Obligations, 171

Procédure formelle, 171

Règlement des différends, 170

Services externes, 171

**Projet commun**, 58, 109

**Protection territoriale**

*Voir* **Exclusivité territoriale**

**Publicité et promotion**, 33, 55

Du réseau, 131

Frais d’administration, 136

Honoraires, 136

Recrutement de franchisés, 68

– Q –

**Questionnaire**

Choix du franchisé, 72

– R –

**Recherche et développement,**  
126

**Récompense,** 58, 96

**Redevance,** 19-20, 23, 126, 131

Augmentation, 133

Fluctuation, 132

Négociation, 139

Sous-estimation, 132

**Règlement des différends,** 55

Ajout de nouveaux franchisés,  
158

Arbitrage, 171-176

Attitude du franchiseur, 178

Comité de sages, 176

Communication, 162-165

Conciliation, 170

Conformité aux règles, 120

Constance, 179

Contribution des franchisés, 177

Équité, 179

Litige judiciaire (impact), 163

Mécanismes retenus par le fran-  
chiseur, 177

Médiation, 170, 173

Ombudsman, 167-170

Participation des franchisés,  
161-181

Politique de porte-ouverte, 165

Transmission des plaintes et  
problèmes, 166

**Relation franchisé/franchiseur,**  
4, 7, 9

Attentes du franchisé, 25, 69

Bonne foi, 11

Changement de culture, 56, 183

Communication, 53, 93, 108

Collaboration, 11, 31, 89

Conflit, 65

Contrat, 9-11, 119

Échange de renseignements et  
d'idées, 31, 58, 105

Évolution, 85-87

Facteurs déterminants, 12

Gestion de type coercitif, 81

Gestion verticale et unidirection-  
nelle, 1-2

Individualisation de la relation  
franchiseur/franchisé, 6

Interdépendance franchi-  
seur/franchisé, 7, 34, 59, 88,  
184

Loyauté, 11

Modèle de gestion, 104, 193

Partenariat stratégique, 1, 4, 7,  
27-38, 47, 53, 88

– Implantation, 183-192

Qualité de la gestion, 13-17

Règlement des différends, 161

Relation horizontale, 6

Renversement du rapport de  
force, 5

Sentiment d'injustice, 12

Services du franchiseur, 17, 24

– Perception erronée, 18, 20

Sources alternatives de revenus  
du franchiseur, 135-138

Valeurs, 43

*Voir aussi* **Franchise, Franchisé, Franchiseur**

**Remue-méninges**, 94, 110

**Rencontre**

**franchiseur/franchisé**, 54

À vocation sociale, 54

Assemblée, soirée ou congrès,  
96

Avec cadres et dirigeants du  
franchiseur, 58, 94

Avec les candidats franchisés,  
73

– Et d'autres franchisés, 74

– Et leur famille, 73

But, 95, 121, 163

De formation, 101

De groupes, 94

De motivation et de reconnais-  
sance, 54

D'information, 54, 95

Durée, 95

En ligne, 94

Frais de participation, 136

Groupes de travail, 54

Input des franchisés, 96

Nombre de personnes, 95

Programme de réunions, 54

Visant à obtenir l'adhésion des  
franchisés à des programmes  
ou projets, 54

**Réseau de franchises**

Ajout de franchisés, 53, 145-160

Animateurs ou conseillers, 83

Centre de formation, 101

Cohésion, 96

Collaboration, 11-12, 31

Communication, 93, 99, 101

Conformité aux règles, 113-124

Coordination, 107

Croissance, 29, 106, 145

Culture, 43, 183

Démarrage

– Partenariat stratégique,  
190

Difficultés financières, 3, 126

Divergences d'idées, 121

Éléments, 9

Énoncé de valeurs, 44

Flux monétaires, 18

Fonctionnement, 97

Fusion et acquisition, 43

Gestion, 13-15, 50, 53, 97, 127,  
193

– Implication des franchisés,  
103-112

– Partenariat stratégique,  
183-192, 196

Image, 59

Meilleur intérêt, 121, 138, 140,  
148, 157

Mise en marché des produits et  
services, 27, 111

Mission, 6

- Organisation, 53, 162, 167  
Performance, 23, 127  
Produits et services, 55  
Profitabilité, 11, 126  
Publicité, 131  
Règlement des différends, 55, 120, 161-181  
Répartition des rôles, 108  
Réputation, 59  
Revenus des franchiseurs, 25, 125-144  
Rôle de gestionnaire, 5  
Services du franchiseur, 19, 22  
Socialisation, 96  
Valeur, 35  
Valeurs, v. **Énoncé de valeurs**  
Vente, 127  
Ventes globales  
– Rémunération du franchiseur, 23, 29  
Vision, 39, 64, 96  
*Voir aussi* **Franchise**
- Réseau sous bannière**, 34
- Réseaux sociaux**  
Utilisation, 100
- Ristourne**, 133, 135
- S –
- Séminaire**, 96
- Sentiment d'appartenance**, 83, 88, 96
- Sondage**  
Participation des franchisés, 55
- Sonneur d'alerte**, 84
- Stage de travail**  
Candidat franchisé, 74
- Succursale**  
Gestion, 51
- Superviseur**, 85
- Système de commande informatisé**, 137
- Système de facturation centralisé**, 137
- Système informatisé d'approvisionnement et de gestion des stocks**, 35
- T –
- Table ronde**, 94
- Test psychométrique**  
Choix du franchisé, 72
- Tribunal arbitral**  
Ajout de franchisés, 158

– V –

**Valeur(s)**, 43

Communication, 45

Énoncé, 44

Partenariat stratégique, 183

Rôle des dirigeants, 45

**Vente au détail dans des établissements non franchisés**, 137

**Vérification**

Choix du franchisé, 73

**Vidéoconférence**, 95

**Vision**, 39-46

Communication, 42, 64, 96

Partenariat stratégique, 43

Type d'entreprise, 41-42

Valeurs, 43