

APLSIA: 25 ans et toutes ses dents !

APLSIA, l'Association professionnelle du libre-service indépendant en alimentation, vient de fêter ses 25 ans. Un anniversaire dignement fêté au cours d'un dîner réunissant ses membres. La seule association professionnelle francophone représentant les intérêts de ces commerçants a spectaculairement grandi au cours des dernières années, puisqu'elle compte désormais près de 200 membres, pour la plupart franchisés ou affiliés à des enseignes de la grande distribution alimentaire. Mais, fidèle à sa vocation, elle avait aussi et surtout choisi cette occasion pour présenter à la presse le Memorandum fédéral et régional très complet qu'elle adresse aux pouvoirs publics, en les alertant sur les menaces ou les freins qui pèsent sur le travail des indépendants.

Christophe Sancy

Le document rappelle les résultats du baromètre de satisfaction de la franchise alimentaire, une initiative de Gondola dont APLSIA fut partenaire.

Cette vaste enquête, menée tant au nord qu'au sud du pays, illustra la perception qu'ont les indépendants de nombreuses facettes de leur métier (voir Gondola #232). Les trois satisfactions principales qu'ils exprimèrent furent la satisfaction d'être son propre patron, le contact quotidien avec la clientèle et la fierté de voir leur entreprise progresser. Mais il y avait aussi des frustrations : la rentabilité trop faible, le poids du risque financier, la pression concurrentielle accrue. Et le résultat le plus interpellant fut sans aucun doute la réponse à la question suivante : "si c'était à refaire, choisiriez-vous de vous franchiser/affilier à la même enseigne ?" 30% des répondants répondirent par la négative.



“Ma formule pour un succès journalier ?”

APLSIA s'est aussi consacré à étudier de plus près ce qui représente la première préoccupation des franchisés, leur rentabilité financière. Une étude, menée conjointement avec son alter ego pour la Flandre, Buurtsuper.be, a permis d'objectiver celle-ci, à partir des bilans déposés à la Banque Nationale par 370 supermarchés indépendants, pour les exercices clôturés de 2014, 2015 et 2016. Les chiffres sont tout aussi interpellants que les témoignages recueillis, en Flandre comme en Wallonie : un supermarché indépendant sur cinq est déficitaire en Belgique.

L'heure était donc venue pour APLSIA de synthétiser ses propres recommandations dans un mémorandum destiné aux différents niveaux de pouvoirs publics, afin d'encourager ceux-ci à prendre les mesures permettant de pérenniser leur activité.

Hostiles à la clause de non-concurrence post-contractuelle

Soucieuse de garantir la rentabilité des franchisés, APLSIA se fait très précise quand il s'agit de proposer des mesures. Le premier problème évoqué est celui de la clause de non-concurrence post-contractuelle, qui déséquilibre la relation entre franchiseur et franchisé. Les entrepreneurs indépendants investissent à leurs propres risques et visent un retour sur investissement durable, explique APLSIA, et son Président, Luc Bormans, évoque même un chiffre précis : *“Entre 1.300 et 1.650 euros le mètre carré exploité, chaque année, sans même parler d'une transformation majeure ou de l'adoption d'un nouveau concept. C'est simplement le prix à payer pour rester à niveau.”* Or, la clause de non-concurrence post-contractuelle appliquée par les franchiseurs a tendance à fermer le marché, en imposant à un indépendant souhaitant quitter le réseau de fermer son magasin durant une période comprise entre 6 mois et 1 an, ce qui est en pratique financièrement intenable et commercialement suicidaire.

APLSIA plaide pour un encadrement plus strict des clauses de non-concurrence prévues dans les contrats de franchise, par l'insertion dans le livre 10 du Code de droit économique d'une clause interdisant les clauses de non-concurrence post-contractuelle.

“Un franchiseur s'interdit rarement d'ouvrir un nouveau point de vente lorsqu'il en perd un” explique l'Association, pourquoi y aurait-il deux poids, deux mesures ?

A ceux qui jugeraient une telle mesure impraticable, parce que contraire à la réglementation européenne en la matière, APLSIA impose d'emblée ses propres arguments : *“La liberté d'entreprendre est un droit fondamental ; la réglementation européenne a pour seul but d'interdire les accords sur les*



“Accompagnement professionnel et conseil avisé à chaque étape”

“Toute mon attention pour mon client et mon point de vente”

“Le charme d'un magasin de quartier indépendant, la force d'un supermarché d'aujourd'hui”

Vous êtes entrepreneur dans l'âme et vous êtes convaincu de faire un succès de votre point de vente ?
Alors LAMBRECHTS est votre partenaire idéal !
Aujourd'hui pas moins de 300 détaillants peuvent en témoigner !

Avec SPAR et SPAR Express nous vous offrons 2 formules à votre mesure et à celle de vos clients. Nous vous conseillons et vous assistons à chaque étape, à chaque niveau !
Local et pourtant fort, c'est notre marque !



Intéressé ? envoyez un e-mail à Manu Suffeleers (msuffeleers@lambrechts.be) ou téléphonez-nous au 012/39.80.80.
Lambrechts nv, Luikersteenweg 214, 3700 Tongeren

“Du point de vue de la ‘libre circulation des biens et des services’, il est justifié de rejeter les clauses de non-concurrence post-contractuelles actuelles. Sinon, il sera impossible pour un nouveau franchiseur de s’introduire sur le marché belge.”

cartels et l’entente sur les prix “verticaux”. (...) Et du point de vue de la “libre circulation des biens et des services”, il est justifié de rejeter les clauses de non-concurrence post-contractuelles actuelles. Sinon, il sera impossible pour un nouveau franchiseur de s’introduire sur le marché belge (hypothèse au goût du jour), et surtout pour un franchisé de changer d’enseigne, de chaîne, ou de franchiseur.”

Baux commerciaux et droit de préemption

L’autre source de déséquilibre entre les enseignes et les indépendants est la relation entre franchiseur et bailleur. La prise en location quasi-systématique par le franchiseur, du bail du franchisé ou affilié qui exploite un commerce sous son enseigne n’est pas jugée saine. Elle installe un rapport de forces déséquilibré, complique les successions familiales, et mérite donc d’être remise en cause.

Enfin, dans le cas où le franchiseur prévoit un droit de préemption ou une option d’achat sur le fonds de commerce exploité par l’indépendant, il conviendrait que le montant de la reprise, sur base de règles d’évaluation propres au secteur, soit au moins égal à l’offre éventuelle d’une tierce partie ou candidat reprenneur.

En pratique, signale APLSIA, la tendance actuelle est de considérer le contrat de bail comme accessoire au contrat de franchise. Ce qui crée une situation où le franchisé ou affilié n’est en rien protégé par rapport à son bailleur lorsque celui-ci est son franchiseur. Il se retrouve privé de son bail commercial alors que son contrat de franchise se poursuit, ou à l’inverse, il est contraint de poursuivre la location du local alors que la rupture de son contrat de franchise l’empêche d’y exploiter l’enseigne et le concept du franchiseur.

APLSIA invite les autorités régionales (cette compétence a été régionalisée et est désormais de leur ressort), à interdire de destiner exclusivement un local commercial à l’exploitation d’une enseigne spécifique par contrat de bail, et à prévoir que la législation en matière de baux commerciaux s’applique intégralement à ceux qui sont aujourd’hui accessoires aux contrats de franchise. Autrement dit, lorsque le contrat de franchise s’arrête, le contrat de bail accessoire de celui-ci ne devrait pas en être affecté.

Vol à l’étalage

Le mémorandum d’APLSIA ne se limite pas aux relations entre franchiseurs et franchisés. De nombreuses autres préoccupations y sont évoquées.

C’est le cas du vol à l’étalage, un véritable fléau pour les commerçants, et dont les statistiques ne permettent pas de saisir l’ampleur ni l’impact. Pour 2017, les statistiques de la Police fédérale font état de 20.870 vols en magasin, dont 25 % en denrées alimentaires. “*La police fait son job*” souligne Luc Bormans. Mais cette délinquance étant considérée comme une petite criminalité, nombre de dossiers sont classés sans suite par le Parquet. Ce qui décourage bien des commerçants de porter plainte : près de 40% des vols ne seraient pas déclarés. Or, ce phénomène ampute en moyenne les supermarchés de 1 % de leur chiffre d’affaires. Un montant énorme, si l’on considère que la marge bénéficiaire nette des supermarchés indépendants oscille entre 1,5 et 2 %.

APLSIA souhaite que les autorités judiciaires ne démissionnent pas et adoptent une politique répressive plus adaptée à l’ampleur du problème. Et Luc Bormans explique qu’à titre personnel, il ne trouve pas normal que ce soient les citoyens, ou les groupements professionnels, qui soient amenés à pallier les carences de l’Etat, en particulier en matière de justice. Mais faute d’une réponse appropriée de celui-ci, APLSIA incite les autorités à adopter un système similaire à celui pratiqué aux Pays-Bas : “*Afrekenen met winkeldieven est une fondation bénéficiant de compétences pour gérer ce type de délit. Un commerçant hollandais qui prend un voleur en flagrant délit et obtient l’intervention de la police pourra ensuite transmettre le numéro du PV à la Fondation qui assurera le suivi, et se chargera d’obtenir une indemnité. Le système a déjà montré ses effets positifs chez nos voisins, et APLSIA souhaite, avec son alter ego flamand Buurtsuper/UNIZO, examiner les modalités de son application avec les représentants des différents organes publics concernés.*”

Une affaire qui roule, bien à vous !

**Vous souhaiteriez exploiter un supermarché indépendant dans votre quartier ?
Vous accordez la priorité à la qualité, à la fraîcheur et à la convivialité ?
Alvo est la formule qu'il vous faut !**

UNE ENSEIGNE FORTE ET INDÉPENDANTE

Vous exploitez votre magasin de manière totalement indépendante. Alvo est une coopérative regroupant des gérants de supermarchés indépendants. Il ne s'agit donc pas d'un système de franchise, mais bien d'une formule solide.

TOUT LE SOUTIEN NÉCESSAIRE

En tant qu'organisation de terrain, nous vous aidons à gérer votre magasin de manière optimale. Et nous vous soutenons dans votre politique, vos investissements, vos finances, la constitution de votre assortiment, votre marketing et votre gestion du personnel. L'approche stratégique d'Alvo est un gage de succès pour tous les entrepreneurs qui y adhèrent. Vous aurez régulièrement l'occasion d'échanger vos expériences avec eux afin de trouver l'inspiration. Nous vous soutenons également pour vos achats et les aspects logistiques. Alvo est une association performante travaillant étroitement avec Retail Partners Colruyt Group. Vous recevrez alors plusieurs livraisons de vos commandes par semaine, aux tarifs de vente au détail les plus avantageux.

ADHÉRER À ALVO EN VAUT LA PEINE !

Notre coopérative fonctionne sur la base d'un calcul « cost-plus ». Tous les avantages et toutes les réductions obtenus vont à nos membres, dont vous ferez partie. Alvo vous permet de réaliser les marges bénéficiaires les plus élevées du secteur de la distribution !

UN ENTREPRENEURIAT POSITIF

Avec Alvo, vous optez pour un véritable entrepreneuriat. Nos membres soutiennent totalement son approche et son travail.

OUVERTURE ET DYNAMISME

En tant qu'organisation dynamique, Alvo est ouverte à la contribution de ses membres. Toutes les propositions et idées sont toujours les bienvenues et examinées collégialement.

SI...

- vous disposez d'un lieu idéal et/ou d'un projet bien ficelé pour ouvrir votre propre supermarché ;
- vous possédez un magasin et recherchez une formule plus fructueuse ;
- avez l'entrepreneuriat dans le sang, êtes passionné et positif ;
- souhaitez offrir quelque chose d'unique ;

Alvo est la formule qui pourra vous mener au succès !

Et encore...

D'autres facteurs encore freinent ou menacent l'activité et la rentabilité des commerçants indépendants de la grande distribution alimentaire. Il y a les mesures environnementales, notamment en matière de réduction des déchets plastiques. Si APLSIA est favorable à des politiques durables, elle souhaite que l'effort soit équitablement réparti, que tout le fardeau ne soit pas automatiquement posé sur les épaules du commerce, et que les mesures envisagées le soient dans la concertation, en prévoyant un délai de mise en oeuvre suffisamment long que pour permettre des alternatives viables.

Il y a aussi la problématique des ouvertures dominicales, qui donne lieu à des disparités de traitement notoires. APLSIA souhaite que tout supermarché ou magasin d'alimentation puisse ouvrir le dimanche, toute la journée, tout en respectant la contrainte légale d'une fermeture hebdomadaire de 24h d'affilée.

L'association s'émeut aussi de la densité commerciale très élevée dans notre pays, et qui continue pourtant à progresser. Ses propositions ? Un moratoire sur toutes les nouvelles demandes de création de surfaces commerciales alimentaires, et des décisions d'octroi ou de refus de permis d'implantations commerciales en fonction du schéma régional de développement commercial.

Le traitement du cash est aujourd'hui complexe et coûteux pour les commerçants, contraints de confier son transport à une seule société agréée. Une meilleure évaluation des risques et des contraintes doit être opérée par l'Etat Fédéral.

Il y a aussi un problème relatif aux subsides en matière d'énergie accordés par la Région wallonne. La définition actuelle des bénéficiaires potentiels exclut les commerçants du secteur alimentaire, et APLSIA ne désespère pas de pouvoir faire changer les choses.

Enfin, certains facteurs commerciaux inquiètent les commerçants franchisés ou affiliés : la concurrence transfrontalière, d'autant plus importante que les mesures fiscales belges encouragent le consommateur à aller voir ailleurs. Ou encore les ventes sur internet, un canal encore modeste en termes de chiffres d'affaires. Mais, se demandent les indépendants, est-il normal que les enseignes auxquelles nous sommes reliés s'autorisent à contacter directement nos clients, et à conclure des ventes sur lesquelles nous ne serons pas intéressés ?



Intéressé(e) ?
N'hésitez pas à nous contacter.
Nous visiterons ensemble
quelques-uns de
nos supermarchés.

Pour de plus amples informations, veuillez contacter :
Jan Pelgrims, directeur Alvo
j.pelgrims@alvo.be - tél. 03 890 65 30