

Article

« Droit d'entrée et taux de redevance dans les franchises d'exploitation au Québec »

Robert Gagné, Simon Pierre Sigué et Georges Zaccour

L'Actualité économique, vol. 74, n° 4, 1998, p. 651-668.

Pour citer cet article, utiliser l'information suivante :

URI: <http://id.erudit.org/iderudit/602279ar>

DOI: 10.7202/602279ar

Note : les règles d'écriture des références bibliographiques peuvent varier selon les différents domaines du savoir.

Ce document est protégé par la loi sur le droit d'auteur. L'utilisation des services d'Érudit (y compris la reproduction) est assujettie à sa politique d'utilisation que vous pouvez consulter à l'URI <https://apropos.erudit.org/fr/usagers/politique-dutilisation/>

Érudit est un consortium interuniversitaire sans but lucratif composé de l'Université de Montréal, l'Université Laval et l'Université du Québec à Montréal. Il a pour mission la promotion et la valorisation de la recherche. Érudit offre des services d'édition numérique de documents scientifiques depuis 1998.

Pour communiquer avec les responsables d'Érudit : info@erudit.org

DROIT D'ENTRÉE ET TAUX DE REDEVANCE DANS LES FRANCHISES D'EXPLOITATION AU QUÉBEC

Robert GAGNÉ
Simon Pierre SIGUÉ
Georges ZACCOUR
École des Hautes Études Commerciales

RÉSUMÉ – Cet article procède à une analyse économétrique du droit d'entrée et du taux de redevance dans les franchises d'exploitation au Québec. Nos résultats montrent qu'il n'y a pas simultanément dans la détermination des deux éléments de la structure de paiement. Cette dernière joue le rôle de signal et contribue à transiger avec les risques moraux du franchiseur et du franchiseé. La contrainte de capital et le risque n'ont pas un impact direct sur le droit d'entrée et le taux de redevance.

ABSTRACT – This paper provides an econometric analysis of franchise fees and royalties using a sample of franchises in Québec. Our results do not reveal any evidence of simultaneity between franchise fees and royalties. These elements act as a signal, from franchisor and franchisee, and deal with moral hazard. Franchise fees and royalties do not seem to be affected by risk and capital shortage.

INTRODUCTION

L'essor du franchisage au cours des dernières décennies a modifié le paysage concurrentiel dans plusieurs secteurs et a permis de stimuler et de soutenir la création d'entreprises. Aucun pays développé n'y a échappé. Les systèmes de franchises sont passés de 85 à 200 en République Fédérale d'Allemagne entre 1978 et 1982 et de 300 à 500¹ en France entre 1981 et 1985. Les ventes des franchises aux États-Unis représentaient le tiers des ventes de l'ensemble du commerce de détail en 1989. Peterson et Dant (1990) estiment que cette proportion atteindra 50 % en l'an 2000. Au Canada, le système des franchises réalisait des ventes de 77,5 milliards de dollars en 1989 soit 29,4 % des ventes de commerce de détail et

1. Les chiffres des pays européens peuvent paraître peu élevés. Cela s'explique, en partie, par la définition très restrictive de la franchise adoptée par la Communauté économique européenne (CEE) par rapport aux États-Unis et au Canada (OCDE, 1994). En effet, la CEE exclut les stations d'essence, les concessionnaires automobiles et les embouteilleurs de boissons gazeuses.

des services d'affaires. Signalons que 54,5 % des établissements corporatifs des franchises sont implantés en Ontario et que le Québec n'en compte que 9,5 % (voir *Franchising in the Canadian Economy*, 1989).

Les recherches dans le domaine des franchises ont d'abord voulu cerner les raisons pour lesquelles le franchisage est adopté comme mode de développement d'entreprise. Deux thèses dominantes s'opposent à cet effet. Tandis que la première soutient que le franchisage est surtout un moyen pour accéder à des ressources financières, la seconde stipule qu'il permet plutôt de diminuer les coûts de contrôle².

Parallèlement à ce centre d'intérêt, Lafontaine (1992) et Sen (1993) ont examiné les utilisations possibles de la structure de paiement dans les contrats de franchise. Le droit d'entrée (ou le droit de franchise) payable au moment de la signature du contrat et la redevance (ou royauté) payée proportionnellement aux ventes suivant une périodicité déterminée sont les principaux éléments de la structure de paiement. Plus précisément, leurs travaux cherchent à déterminer ce qui explique les variations du droit d'entrée et du taux de redevance appliqués par les différentes chaînes de franchise. Au Québec, les taux de redevance³ oscillent entre 0 % et 30 % et les droits d'entrée vont de zéro à 75 000 dollars.

Plusieurs facteurs explicatifs des variations de la structure de paiement ont été avancés.

- (1) La contrainte de capital à laquelle sont soumises les entreprises en phase de démarrage pour faire face aux besoins financiers inhérents à leurs processus de développement et d'expansion (Oxenfeldt et Kelly, 1969; Caves et Murphy, 1976; Gilman, 1990; Martin et Justis, 1993).
- (2) La sélection adverse et le risque moral du franchisé, où les difficultés de choix des franchisés, leur opportunisme et l'impossibilité d'un contrôle exhaustif de leurs activités devraient pousser le franchiseur à utiliser principalement le droit d'entrée pour sa compensation (Wattel, 1969; Blair et Kaserman, 1982; Sen, 1993).
- (3) Le risque moral du franchiseur, où les franchisés ne sont pas certains que le franchiseur assurera le contrôle de la chaîne et continuera à investir dans l'image de la marque. Dans ce contexte, le paiement d'une redevance apparaît comme un instrument de coordination à l'intérieur du réseau dont le but est d'inciter le franchiseur à agir pour l'intérêt de toutes les parties (Rubin, 1978; Lal, 1990; Mathewson et Winter, 1985 et Bhattacharyya et Lafontaine, 1995).

2. Le lecteur intéressé par ce débat peut se référer aux travaux de Oxenfeldt et Kelly (1969), Rubin (1978), Brickley et Dark (1987), Norton (1988), Carney et Gedajlovic (1991) et Lafontaine et Kaufmann (1994).

3. Comme les travaux antérieurs (Lafontaine, 1993 et Sen, 1993), le taux de redevance dans cet article comprend également les royautés de publicité. Dant et Berger (1996) corroborent également l'idée selon laquelle la plupart des franchiseurs traitent les royautés de publicité comme des redevances additionnelles.

- (4) L'incertitude liée à la demande future et à la rentabilité de la franchise soulève le problème de l'aversion et du partage du risque. L'utilisation du taux de redevance permet, à cet effet, au franchiseur d'obtenir le juste prix pour sa franchise et au franchisé de limiter les pertes éventuelles (Caves et Murphy, 1976 et Blair et Kaserman, 1982).
- (5) La nécessité de signaler la rentabilité de la franchise à laquelle les jeunes franchiseurs sont confrontés et qui les amène à exiger de faibles droits d'entrée et des taux de redevance élevés (Tirole, 1988 et Gallini et Lutz, 1992). Quoique fondé sur un postulat différent, le modèle de réputation de Mathewson et Winter (1985) prévoit également les mêmes comportements.

Cette littérature soutient également que le droit d'entrée et le taux de redevance servent au franchiseur à extraire une rente monopolistique. Par conséquent, ces deux éléments de la structure de paiement sont négativement corrélés puisque la franchise a un prix de réserve (*reservation price*) au-delà duquel les franchisés potentiels ne sont pas prêts à investir (Rubin, 1978). Outre cette explication de la structure de paiement, les études empiriques auprès des franchiseurs (Foward et Fulop, 1993 et Lafontaine et Kaufmann, 1994) révèlent que même si le taux de redevance et le droit d'entrée sont utilisés pour extraire la rente, il n'en demeure pas moins vrai qu'ils sont également influencés par les coûts des services de soutien et de fonctionnement de la franchise. L'explication du droit d'entrée et du taux de redevance par les coûts des services rendus enlève la possibilité d'une relation négative entre ces deux éléments. Sur ce point, les résultats empiriques obtenus par Lafontaine (1992) et Sen (1993) sont ambigus et parfois contradictoires⁴.

Notre étude reprend cette problématique et se distingue des travaux de Lafontaine (1992) et de Sen (1993) à plusieurs égards. Premièrement, nous testons l'hypothèse de simultanéité dans la détermination du droit d'entrée et de la royauté. Deuxièmement, la spécification intègre des variables qui n'ont pas été considérées auparavant telles que l'exclusivité territoriale (comme mesure du risque moral du franchiseur), le fait ou non que la franchise soit une filiale (comme mesure d'aisance d'accès au financement) et la présence ou non au Québec d'un centre de décision (comme mesure de contrôle). Troisièmement, les mesures utilisées relativement au support fourni par le franchiseur au franchisé sont plus précises que celles adoptées par Sen (1993). Enfin, il s'agit, à notre connaissance, d'une première étude qui porte sur des données québécoises. Notons qu'au Québec, contrairement aux États-Unis, il n'existe aucune législation

4. Lafontaine (1992) a trouvé que le droit d'entrée n'est ni positivement, ni négativement relié au taux de redevance, tandis que l'étude de Sen (1993) montre que les facteurs reliés positivement au taux de redevance affectent négativement le droit d'entrée.

spécifique régissant les accords de franchise⁵, les entreprises obtiennent facilement les crédits bancaires par le biais du programme gouvernemental « Prêts aux petites entreprises »⁶ et l'Association Québécoise de la Franchise⁷ est presque inopérante. Par conséquent, il est intéressant de voir si dans un tel contexte les résultats seraient similaires ou non à ceux obtenus avec des données américaines.

Les principaux résultats obtenus sont les suivants :

- (1) La simultanéité dans la détermination du taux de redevance et du droit d'entrée est rejetée. En conséquence, tout comme dans Lafontaine (1992), l'hypothèse d'une relation négative entre le droit d'entrée et le taux de redevance n'est pas vérifiée. Néanmoins, l'estimation conjointe des deux équations par la méthode de Zellner donne des meilleurs résultats que l'estimation séparée, ce qui signifie que le droit d'entrée et le taux de redevance sont influencés par des variables communes non observées. En d'autres termes, la covariance des résidus des deux équations est non nulle.
- (2) Les résultats concernant les variables testées pour la première fois sont ensuite résumés. L'exclusivité territoriale a un impact négatif sur le taux de redevance. Le fait d'être une filiale affecte négativement le droit d'entrée. La présence ou non d'un centre de décision au Québec n'a pas d'impact significatif ni sur le droit d'entrée, ni sur le taux de redevance. Ceci pourrait s'expliquer par le fait que les coûts de contrôle de la qualité à l'intérieur de la franchise seraient moins élevés grâce à l'absence d'une loi sur la résiliation des contrats de franchise.
- (3) Globalement, nos résultats sont relativement similaires à ceux obtenus par Lafontaine (1992) et Sen (1993). La contrainte de capital et le risque n'ont pas un impact direct sur la structure de paiement. Elle est plus affectée par les risques moraux du franchiseur et du franchisé et les coûts des services de développement du concept et de soutien⁸. Toutefois, la singularité du contexte

5. Le contexte juridique québécois est marqué par l'absence de lois spéciales de divulgation totale et de résiliation des contrats de franchise. Hunt et Nevin (1976) ont montré que les lois de divulgation totale aux États-Unis atténuent la diffusion par les franchiseurs des informations fantaisistes et trompeuses. Les acquéreurs de franchise au Québec ne bénéficient pas d'un tel cadre démythificateur, malgré les dispositions du code civil en matière des contrats d'adhésion (Popovici, 1992). Brickley, Dark et Weisbach (1991) ont également montré que les lois de résiliation des contrats de franchise augmentent les coûts de contrôle et protègent les franchisés contre le risque d'appropriation de la quasi-rente.

6. Carney et Gedajlovic (1991) ont soutenu que, du fait de l'existence de ce programme, les franchises du Québec sont moins soumises aux contraintes de capitaux.

7. En 1994, par exemple, elle ne comptait que 69 membres dont près du tiers n'étaient pas des franchiseurs.

8. Suite à la remarque d'un des arbitres, il importe de clarifier ici que les principes d'extraction de la rente et de couverture des coûts des services rendus par le droit d'entrée et le taux de redevance se complètent malgré leur contradiction apparente. Katz et Owen (1992) montrent que la relation entre le taux de redevance et le droit d'entrée ne saurait être linéaire.

juridique québécois semble avoir une influence certaine sur la structure de paiement. En l'absence d'une loi de divulgation totale comme aux États-Unis, la structure de paiement jouerait le rôle de signal au Québec.

La suite de l'article est organisée comme suit. La première section expose les modèles économétriques adoptés. La deuxième section décrit les données utilisées et les variables. La section 3 présente les résultats obtenus. La dernière section apporte une conclusion.

1. LES MODÈLES ÉCONOMÉTRIQUES

Le modèle de base est composé des deux équations suivantes :

$$\ln(DE) = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) + \epsilon_1, \quad (1)$$

$$\ln(TR) = g(X_1, X_2, X_3, X_4, X_6) + \epsilon_2, \quad (2)$$

où $\ln(DE)$ est le logarithme du droit d'entrée, $\ln(TR)$ le logarithme du taux de redevance et X_i , $i = 1, \dots, 6$ sont des vecteurs de variables (définies plus loin) mesurant la contrainte de capital (X_1), le risque moral du franchisé (X_2), le risque moral du franchiseur (X_3), le risque (X_4), les services de soutien à l'ouverture (X_5) et les services continus de soutien (X_6). Les ϵ_i , $i = 1, 2$ sont des termes d'erreurs aléatoires de moyenne nulle et de variance finie avec $\text{cov}(\epsilon_1, \epsilon_2) \neq 0$.

Les équations sont de forme semi-logarithmique. Cette transformation permet de garder les deux variables endogènes positives et de limiter l'hétéroscédasticité. Toutes les variables exogènes continues ont été divisées par leur moyenne.

Si le droit d'entrée et le taux de redevance sont déterminés simultanément, alors au moins une des variables endogènes interviendrait comme variable explicative de l'autre. Le modèle devient :

$$\ln(DE) = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, \ln(TR)) + \epsilon_1, \quad (3)$$

$$\ln(TR) = g(X_1, X_2, X_3, X_4, X_6, \ln(DE)) + \epsilon_2. \quad (4)$$

Dans les deux cas, on considère que certains facteurs non observables influencent à la fois le droit d'entrée et le taux de redevance, d'où la pertinence d'estimer les deux équations conjointement. L'estimation conjointe permet d'obtenir des estimateurs plus efficaces, qu'il y ait ou non simultanément. Les deux modèles seront considérés dans la partie empirique.

2. DONNÉES ET VARIABLES

2.1 Les données

Trois sources de données ont été utilisées. *Le Guide des Franchises et du Partenariat au Québec* en est la principale. C'est un répertoire biennal de

l'Institut National sur le Franchisage et Publications Transcontinental inc. conçu sur la base des renseignements fournis volontairement par voie de communications orales ou écrites par les franchiseurs opérant au Québec⁹.

Sur les 342 franchises répertoriées dans l'édition de janvier 1995, 145 seulement ont été retenues. L'élimination s'est faite sur la base des critères suivants :

- (1) l'entreprise n'exploite aucun établissement franchisé ou corporatif,
- (2) la quasi-totalité des données de l'entreprise est absente,
- (3) la franchise est répertoriée deux fois,
- (4) le taux de redevance et/ou le droit d'entrée sont non disponibles ou nuls¹⁰.

À ce point, trois franchises seulement affichent une valeur nulle sur l'un ou l'autre des deux éléments de la structure de paiement. Il ne valait pas la peine d'adopter des méthodes d'estimation plus complexes pour en tenir compte.

Les deux autres sources de données sont *Franchising in the Canadian Economy* (1989) et le Ministère de l'Industrie, du Commerce, de la Science et de la Technologie du Québec¹¹. Nous y avons recueilli des indicateurs permettant de cerner la situation du franchisage au niveau sectoriel. Ces indicateurs sont présentés au tableau 1.

9. Lafontaine (1995) montre que les échantillons qui conduisent à la constitution de ce genre de base de données sont biaisés. Elle en appelle à l'intervention gouvernementale pour faciliter la collecte des données et la dissémination de l'information.

10. Une moyenne a été calculée lorsqu'un intervalle de valeurs était donné.

11. Statistiques non publiées. Nous remercions M. Pierre Dupont, conseiller à la Direction du développement des marchés et des activités commerciales, qui nous les a communiquées.

TABLEAU 1

INDICATEURS SECTORIELS

Secteur	Nombre de franchises dans l'échantillon	Nombre moyen d'employés par établissement en 1992 ¹	Ventes moyennes par établissement en 1992 ¹	Établissements corporatifs fermés en 1989 ²	Établissements franchisés fermés en 1989 ²	Croissance des ventes par industrie 90/91 ² (%)
Restauration	65	19	693 041	23	79	17,7
Hôtellerie	2	64	2 270 000	1	6	6,9
Divertissement	10	6	1 087 368	5	41	37,7
Non alimentaire	12	5	687 149	48	76	19,5
Alimentaire	14	5	555 882	49	83	19,1
Automobile	11	5	476 143	8	68	20,3
Soins personnels	17	9	1 801 525	25	28	30,2
Maison	4	12	577 031	2	15	27,6
Divers	10	4	256 250	8	3	15,1

NOTES : (1) Moyennes québécoises. Source : Ministère de l'Industrie, du Commerce, de la Science et de la Technologie du Québec.

(2) Moyennes canadiennes. Source : *Franchising in the Canadian Economy*, CFA, Price Waterhouse, 1989.

2.2 Les variables

2.2.1 Mesure des contraintes de capital (X_1)

Les mesures d'accès aux capitaux. Trois mesures d'accès aux capitaux sont utilisées : l'assistance financière procurée aux franchisés (*ASFI*) et le fait d'être une filiale (*FIL*). *ASFI* vaut 1 si le franchiseur offre un soutien financier au franchisé et 0 sinon. *FIL* vaut 1 si la franchise est une filiale et 0 sinon. Si le franchiseur offre une assistance financière au franchisé, on pourra penser qu'il n'est pas lui-même à court de capital (Lafontaine, 1992). Par conséquent, le franchiseur devrait demander un droit d'entrée faible et des redevances élevées. Par ailleurs, si la franchise est une filiale d'une entreprise établie, alors son accès à du financement serait plus facile (Lafontaine et Kaufmann, 1994). Dans ce cas, le franchiseur demanderait un droit d'entrée modeste et un taux de redevance élevé. Pour terminer, à la suite d'Oxenfeldt et Kelly (1969), Martin et Justis (1993), Lafontaine (1992) et Sen (1993), nous adoptons l'âge de l'entreprise comme dernier indicateur d'accès aux capitaux (*AGE*)¹². L'hypothèse étant que plus l'entreprise est vieille, plus elle a de facilité à accéder au financement, ce qui se traduirait par un droit d'entrée plus faible et un taux de redevance plus élevé¹³.

Les mesures du besoin des capitaux. Le premier indicateur retenu est le taux de croissance du nombre d'établissements de la chaîne de franchise (*CRETA*) entre 1992 et 1994. Le raisonnement sous-jacent à son utilisation est que toute croissance s'accompagne d'un accroissement des besoins de capitaux (Lucas, 1967). Cependant, compte tenu du fait que cette variable mesure la croissance à une période spécifique et que les termes du contrat peuvent demeurer constants pendant une longue période, nous utilisons également le nombre d'établissements franchisés divisé par l'âge du premier établissement franchisé (*NEFA*) comme autre indicateur de croissance.

2.2.2 Mesure du risque moral du franchisé (X_2)

Les coûts de contrôle. L'éloignement des centres de contrôle, la dispersion géographique et l'asymétrie d'information augmentent les coûts d'agence. La présence d'un centre de décision au Québec (*CEDE*) est considérée comme un indicateur du rapprochement du centre de contrôle. *CEDE* vaut 1 si l'adresse indiquée dans le guide pour une éventuelle transaction avec le franchiseur est au

12. La variable représente l'âge de la chaîne, comme dans Lafontaine (1992), et non pas le nombre d'années depuis qu'elle a commencé à franchiser, comme dans Sen (1993).

13. La variable (*AGE*) peut aussi être utilisée comme indicateur de la valeur de la franchise et une preuve de son succès (Baucus *et al.*, 1993). Dans ce cas, le franchiseur peut considérer la structure de paiement comme un signal à envoyer au franchisé pour la rentabilité de sa franchise (Tirole, 1988 et Gallini et Lutz, 1992). L'hypothèse subséquente est que les jeunes franchises demandent des redevances élevées et des faibles droits d'entrée. Cette hypothèse est testée au même moment que celles de l'aisance d'accès aux capitaux et de la réputation.

Québec et 0 sinon. Cette variable ne concerne pas les aspects juridiques et organisationnels de la firme. Elle se limite à la dimension opérationnelle de la relation entre le franchisé et le franchiseur. Le second indicateur utilisé est le pourcentage d'établissements franchisés et corporatifs de la franchise opérant hors du Québec (*PEHQ*). Il est similaire à la proportion des établissements à l'étranger utilisée par Lafontaine (1992). Plus il est élevé, plus les établissements sont dispersés par rapport au Québec. Le troisième indicateur des coûts de contrôle est la proportion des établissements franchisés (*PEF*). Selon Sen (1993), les établissements corporatifs constituent une source importante d'information sur la performance des franchisés. Par conséquent, la variable *PEF* mesure l'asymétrie d'information en faveur du franchisé¹⁴.

L'apport du franchisé. Le rapport entre le nombre moyen d'employés par établissement et les ventes moyennes par établissement par secteur d'activités (*EVEN*) est utilisé comme mesure de l'intensité d'utilisation de la main-d'oeuvre (Norton, 1988). Une utilisation intensive de la main-d'oeuvre signifie une contribution plus grande du franchisé (par opposition à une utilisation plus intensive du capital qui dénote une plus grande contribution de la part du franchiseur). Plus le rapport *EVEN* est grand, plus le franchisé est sensé exercer un contrôle interne intense. La taille moyenne des établissements par secteur d'activités (*TAILL*), mesurée par les ventes moyennes par établissement dans le secteur, est également adoptée comme indicateur de l'apport du franchisé. En effet, les établissements qui réalisent des gros chiffres d'affaires requièrent beaucoup plus d'effort de la part de l'opérateur. Enfin, les franchises qui ont une grande notoriété sont plus exigeantes sur le respect des normes de qualité (Mathewson et Winter, 1985). En multipliant *EVEN* par le nombre d'établissements de la franchise, nous obtenons une mesure de l'interaction entre la notoriété et l'apport du franchisé (*NEVEN*).

Le filtrage. L'investissement total moyen (*INTM*), sans le droit d'entrée, est utilisé comme mesure de l'engagement financier du franchisé. À cet effet, le droit d'entrée devrait être positivement relié à l'investissement requis pour éliminer les aventuriers (Sen, 1993).

Toutes les variables mesurant le risque moral du franchisé sont supposées être reliées négativement au taux de redevance et positivement au droit d'entrée.

2.2.3 La mesure du risque moral du franchiseur (X_3)

Le nombre d'établissements de la franchise (*NOME*) et l'âge de la franchise (*AGE*) sont avancés comme des indicateurs de valeur de la franchise (Baucus *et al.*, 1993). Plus le nombre d'établissements augmente, plus la visibilité et le rayonnement de la franchise s'accroissent. En outre, les vieilles chaînes sont supposées

14. Soulignons qu'à certains égards, *PEF* pourrait être vue comme une variable endogène à la détermination de la structure de paiement.

avoir plus d'expérience et certaines relations privilégiées avec les fournisseurs ou avec d'autres acteurs comme les banques¹⁵. Le pourcentage de temps passé sans franchise (*PTSF*) est un autre indicateur (Lafontaine, 1992). Il est mesuré par le temps passé entre le début des activités de l'entreprise et la première franchise divisé par son âge. Ces variables devraient être positivement reliées au taux de redevance et négativement au droit d'entrée.

L'impact de l'exclusivité territoriale (*EXCT*) sur la structure de paiement est testé pour la première fois. *EXCT* est une variable binaire qui prend la valeur 1 si la clause d'exclusivité territoriale est incluse dans le contrat et la valeur 0 sinon. Si l'exclusivité territoriale n'est pas concédée à la signature du contrat, le franchisé n'a aucune assurance que le franchiseur ne va pas vendre d'autres franchises dans son territoire¹⁶. Dans ce cas, la part de la rente extraite par le droit d'entrée doit être petite.

2.2.4 La mesure du risque (X_4)

Le taux de fermeture des établissements (*TXFE*) et la croissance des ventes (*CRVE*) dans l'industrie au Canada (tableau 1) sont considérés comme des indicateurs de risque. Le fait que le franchiseur accepte de fermer des établissements franchisés défaillants est une preuve que leur faillite n'est pas occasionnée par un niveau d'effort insuffisant de la part du franchisé (Lafontaine, 1992). En conséquence, l'hypothèse est que la variable *TXFE* soit reliée négativement au droit d'entrée et positivement au taux de redevance. Par ailleurs, on admet que le risque accusé par le franchisé est négativement relié au taux de croissance des ventes dans l'industrie. De ce fait, on suppose que le droit d'entrée est croissant en *CRVE* et que le taux de redevance est décroissant en *CRVE*. Le dernier indicateur de risque est la durée du contrat (*DUCO*). Plus le contrat est de courte durée, plus le franchisé s'expose à la fois à un risque environnemental élevé (Sen, 1993) et à l'appropriation de sa quasi-rente par le franchiseur (Brickley et Dark, 1987). L'hypothèse conséquente est un lien positif avec le droit d'entrée et négatif avec le taux de redevance.

15. Le nombre d'établissements est celui de la chaîne globalement et non pas au Québec uniquement. L'âge est aussi celui de la chaîne et non pas celui de son implantation au Québec. Ces deux variables mesurent, entre autres, la notoriété et le succès de la chaîne. L'hypothèse est que le franchiseur qui s'implante au Québec pourrait faire valoir cet historique et ce succès comme éléments constitutifs de son actif.

16. La clause de l'exclusivité territoriale soulève beaucoup de problèmes dans les systèmes de franchises (Stassen et Mittelstaedt, 1995). Le franchiseur doit constamment trouver l'équilibre entre la recherche de l'avantage compétitif et la nécessité d'assurer la rentabilité de ses établissements.

2.2.5 La mesure des services de support (X_5 , X_6)

La mesure idéale du niveau de support offert par le franchiseur au franchisé serait la dépense directe encourue. L'absence de telles données a amené Baucus *et al.* (1993) et Sen (1993) à adopter des mesures dichotomiques qui prennent la valeur 1 quand le service en question est offert et 0 sinon. Nous procédons de la même manière ici. Les services offerts à l'ouverture (X_5) devraient être positivement reliés au droit d'entrée. Il s'agit du support au démarrage (*SUPD*), la formation (*FORM*) et de la mise en place d'une équipe d'ouverture (*EQOU*). Les services offerts durant la durée du contrat (X_6) sont reliés positivement au taux de redevance¹⁷. Il s'agit des supports à l'exploitation (*EXPL*), au marketing (*MKTG*), à la comptabilité (*COMP*) et à la gestion des ressources humaines (*GREH*).

Les statistiques descriptives de ces variables et les signes attendus sont récapitulés au tableau 2¹⁸.

3. RÉSULTATS

Deux modèles ont été estimés : le modèle à équations non simultanées [(1),(2)] estimé par la méthode de Zellner, et le modèle à équations simultanées [(3),(4)] estimé par la méthode des triples moindres carrés (TMC)¹⁹. Les résultats sont donnés au tableau 3. On pourrait aisément constater d'une part, que l'hypothèse de simultanéité n'est pas vérifiée et, d'autre part, que les deux modèles donnent des résultats relativement similaires. Les R^2 des équations estimées sont compris entre 0,181 à 0,345. Il s'agit de valeurs jugées acceptables dans des études en coupe transversale. Par ailleurs, les valeurs prédites du taux de redevance se situent toutes dans l'intervalle des valeurs observées. Étant donné ces résultats, la suite de la discussion portera sur les résultats de l'estimation du système [(1),(2)] où la simultanéité n'est pas retenue.

17. Sen (1993) a utilisé cette spécification sans en donner une raison véritable. On peut néanmoins penser qu'il vaudrait mieux pour le franchiseur de récupérer les dépenses liées au démarrage dans les plus brefs délais (nous remercions l'un des arbitres de cet article de nous avoir suggéré cette explication) et de fait, il semble logique de penser que les services continus seront payés progressivement par les redevances. Une spécification du modèle incorporant tous ces facteurs dans les deux équations a néanmoins été testée. Aucun des services contenus dans l'équation du droit d'entrée n'est significatif. Il en est de même des services offerts à l'ouverture contenus dans l'équation du taux de redevance.

18. Précisons que ces statistiques sont calculées à partir de l'échantillon de 145 franchises retenues pour cette étude. Par conséquent, les minima et les maxima reportés dans ce tableau pourraient ne pas correspondre à la réalité québécoise de façon générale.

19. Les équations (1) et (2) ont également été estimées par la méthode des moindres carrés ordinaires. En comparant les résultats à ceux obtenus en estimant conjointement (1) et (2) par la méthode de Zellner, un test du rapport de vraisemblance permet de rejeter l'hypothèse d'indépendance entre les résidus des deux équations à un niveau de confiance de 10 %. Il semble donc que des variables non observables influencent à la fois le droit d'entrée et le taux de redevance.

TABLEAU 2

STATISTIQUES DESCRIPTIVES ET SIGNES ATTENDUS

Variable	Unité de mesure	Moyenne	Écart-type	Minimum	Maximum	Signes attendus	
						DE	TR
<i>ASFI</i>		0,53		0	1	-	+
<i>FIL</i>		0,30		0	1	-	+
<i>AGE</i>	an	19,1	12,64	2	75	-	+
<i>CRETA</i>	%	45,7	381,44	-75	4 500	+	-
<i>NEFA</i>	uni/an	41,64	169,18	0	1 305	+	-
<i>CEDE</i>		0,73		0	1	+	-
<i>PEHQ</i>	%	42,29	44,74	0	100	+	-
<i>PEF</i>	%	80	4,18	0	100	+	-
<i>EVEN</i>	10 ⁻⁵	1,77	0,92	0,5	2,8	+	-
<i>NEVEN</i>		984,69	3 348,9	0,5	24 338,8	+	-
<i>TAILL</i>	\$	780 000	408 990	256 250	2 270 000	+	-
<i>INTM</i>	\$	251 070	690 670	3 000	7 970 000	+	-
<i>NOME</i>	unité	429	1 278	1	9 014	-	+
<i>PTSF</i>	%	26,09	27,48	0	96,3	-	+
<i>EXCT</i>		0,73		0	1	+	-
<i>TXFE</i>	%	3,32	2,01	0,78	9,01	-	+
<i>CRVE</i>	%	21	6,4	6,9	37,7	+	-
<i>DUCO</i>	an	9,65	5,19	1	25	+	-
<i>SUPD</i>		0,99		0	1	+	
<i>FORM</i>		0,99		0	1	+	
<i>EQOU</i>		0,94		0	1	+	
<i>EXPL</i>		0,97		0	1		+
<i>MKTG</i>		0,99		0	1		+
<i>COMP</i>		0,74		0	1		+
<i>GREH</i>		0,66		0	1		+
<i>FORC</i>		0,89		0	1		+
<i>TR</i>	%	7,31	2,18	1,5	16	-	
<i>DE</i>	\$	25 388	13 936	2 000	75 000		-

L'examen des résultats obtenus par la méthode Zellner révèle que 9 des 22 coefficients de l'équation du droit d'entrée et que 9 des 24 coefficients de l'équation du taux de redevance sont significatifs. Au moins un coefficient est significatif dans chaque catégorie de variables. Toutefois, certains coefficients (significatifs) n'ont pas le signe attendu.

Les mesures d'accès aux capitaux (*ASFI*, *FIL*, *AGE*) reçoivent assez peu de support. La variable *FIL* exerce un effet négatif et significatif sur le droit d'entrée. Toutefois, il n'y a aucune évidence que les entreprises qui offrent des programmes de financement (*ASFI*) appliquent des faibles droits d'entrée et des taux de redevance élevés. Contrairement aux attentes, le droit d'entrée augmente et le taux de redevance diminue avec l'âge de la firme. Une explication possible de ce résultat est que l'âge est une preuve que la franchise est un franc succès. Cette explication est cohérente avec la théorie du signal (Gallini et Lutz, 1992). Lafontaine (1992) a trouvé également un soutien partiel à la théorie du signal. Cependant, les études de Sen (1993) et Lafontaine (1993) contredisent cette théorie. Ces résultats mixtes s'expliqueraient par les différences dans la mesure de l'âge²⁰. Outre la théorie du signal, notre résultat pourrait également s'expliquer par le modèle de réputation (Mathewson et Winter, 1985) et le désir d'équité de certains franchiseurs à l'égard des premiers franchisés dont les performances ont contribué au succès de toute la chaîne. Forward et Fulop (1993) ont trouvé que certains franchiseurs dans ce contexte diminuent le taux de redevance et augmentent le droit d'entrée.

Des mesures des besoins en capitaux (*CRETA*, *NEFA*), il n'y a que le nombre d'établissements franchisés par année (*NEFA*) qui est significatif et a le signe attendu. L'absence de lien entre les éléments de la structure de paiement et *CRETA* s'expliquerait par le fait que les franchiseurs ne révisent pas fréquemment leurs droits d'entrée ou leurs taux de redevance. Des résultats similaires ont été obtenus dans Lafontaine (1992) et Lafontaine et Kaufmann (1994).

20. En effet, Sen (1993) a mesuré l'âge à partir de la première franchise, tandis que Lafontaine (1993) a utilisé, entre autres, le nombre d'années entre le démarrage de la firme et la première franchise.

TABLEAU 3
RÉSULTATS DES ESTIMATIONS

	Modèle simultané (TMC)				Modèle non simultané (Zellner)			
	Ln(DE)	<i>t</i>	Ln(TR)	<i>t</i>	Ln(DE)	<i>t</i>	Ln(TR)	<i>t</i>
<i>X</i> ₁								
<i>ASFI</i>	0,12	1,18	-0,02	-0,28	0,11	1,21	0,00	0,05
<i>FIL</i>	-0,28 ^b	-2,20	0,03	0,39	-0,29 ^b	-2,51	0,00	0,03
<i>AGE</i>	0,20 ^c	1,68	-0,14 ^b	-2,23	0,27 ^a	2,83	-0,11 ^b	-2,06
<i>CRETA</i>	0,01	1,13	-0,00	-0,08	0,00	0,86	0,00	0,13
<i>NEFA</i>	0,03 ^c	1,74	0,00	0,34	0,03 ^c	1,77	0,01	0,78
<i>X</i> ₂								
<i>CEDE</i>	0,13	0,64	-0,06	-0,59	0,16	0,90	-0,05	-0,50
<i>PEHQ</i>	0,08	0,83	0,00	0,00	0,05	0,68	0,00	0,08
<i>PEF</i>	-0,38 ^c	-1,92	0,01	0,06	-0,32 ^c	-1,84	-0,03	-0,33
<i>EVEN</i>	0,27 ^c	1,91	-0,04	-0,56	0,24 ^c	1,87	-0,02	-0,27
<i>NEVEN</i>	-0,00	-0,03	-0,09 ^b	-2,06	0,06	0,80	-0,85 ^c	-1,89
<i>TAILL</i>	-0,03	-0,23	-0,10	-1,44	0,01	0,11	-0,09	-1,35
<i>INTM</i>	0,00	0,19	-0,00	-0,00	0,00	0,23	0,00	0,09
<i>X</i> ₃								
<i>NOME</i>	-0,06	-0,46	0,11 ^c	1,83	-0,14	-1,32	0,09 ^c	1,69
<i>PTSF</i>	-0,13 ^c	-1,93	0,00	0,08	-0,11 ^b	-1,96	-0,01	-0,28
<i>EXCT</i>	-0,08	-0,57	-0,13 ^b	-2,13	-0,02	-0,15	-0,14 ^b	-2,19
<i>X</i> ₄								
<i>TXFE</i>	-0,12	-1,06	-0,09 ^c	-1,89	-0,05	-0,59	-0,09 ^b	-1,98
<i>CRVE</i>	-0,06	-0,20	-0,06	-0,39	-0,13	-0,47	-0,08	-0,51
<i>DUCO</i>	0,30 ^b	2,21	0,12 ^c	1,77	0,22 ^b	2,06	0,15 ^b	2,56
<i>X</i> ₅								
<i>SUPD</i>	-0,16	-0,23			0,02	0,03		
<i>FORM</i>	0,00	0,01			-0,05	-0,12		
<i>EQOU</i>	0,91 ^a	3,08			0,79 ^a	3,09		
<i>X</i> ₆								
<i>EXPL</i>			-0,48 ^b	-2,46			-0,45 ^b	-2,27
<i>MKTG</i>			0,92 ^a	2,87			0,91 ^a	2,86
<i>COMP</i>			-0,08	-1,20			-0,08	-1,25
<i>GREH</i>			0,06	1,02			0,03	0,45
<i>FORC</i>			0,06	0,71			0,04	0,50

TABLEAU 3 (suite)

	Modèle simultané (TMC)				Modèle non simultané (Zellner)			
	Ln(DE)	t	Ln(TR)	t	Ln(DE)	t	Ln(TR)	t
Ln(TR)	-0,68	-1,27						
Ln(DE)			0,11	0,85				
Constante	10,47 ^a	6,80	0,76	0,54	8,98 ^a	11,05	1,86 ^a	4,57
R ²	0,181		0,345		0,341		0,3281	

NOTES : a, b et c indiquent respectivement des niveaux de confiance de 1 %, 5 % et de 10 %.

Le risque moral du franchisé reçoit très peu de support. Tel qu'attendu, le droit d'entrée augmente avec l'intensité d'utilisation de la main-d'oeuvre (*EVEN*) et le taux de redevance diminue lorsque l'effet croisé de la notoriété et de l'intensité de travail augmente (*NEVEN*). Contrairement aux attentes et aux résultats de Sen (1993), la proportion des établissements franchisés (*PEF*) a un effet négatif sur le droit d'entrée. Ce résultat apparemment *contre-intuitif* pourrait s'expliquer si l'on considère le droit d'entrée comme une contribution du franchisé aux coûts de développement du concept de franchise. Dans ce cas, le montant demandé à chaque franchisé devrait diminuer avec le nombre d'établissements franchisés que le franchiseur prévoit ouvrir (Forward et Fulop, 1993). L'investissement total moyen (*INTM*), l'existence d'un centre de décision au Québec (*CEDE*) et la proportion d'établissements évoluant hors Québec (*PEHQ*) n'ont pas d'effets significatifs sur le taux de redevance et le droit d'entrée.

Concernant le risque moral du franchiseur, on constate que l'impact du nombre d'établissements (*NOME*) sur le taux de redevance est tel qu'attendu. Il en est de même de l'impact du pourcentage du temps passé sans franchise sur le droit d'entrée (*PTSF*). L'exclusivité territoriale (*EXCT*), dont l'impact est testé pour la première fois, n'a pas d'effet sur le droit d'entrée et a un effet négatif, tel qu'attendu, sur le taux de redevance. Par ailleurs, il semble que l'âge ne soit pas une bonne mesure de la valeur de la franchise à en juger par les résultats obtenus (signes contraires aux attentes). Lafontaine (1992) a expliqué un résultat similaire par la possibilité que le succès des chaînes de franchises matures soit davantage lié à la performance des franchisés qu'à la contribution du franchiseur.

Les mesures de risque n'exercent pas l'impact attendu sur la détermination de la structure de paiement. En effet, le taux de redevance diminue avec le taux de fermeture des établissements dans l'industrie (*TXFE*). Lafontaine (1992) et Sen (1993) ont trouvé des résultats similaires. La croissance des ventes dans l'industrie (*CRVE*) n'a pas d'effet significatif sur le droit d'entrée et le taux de redevance. La durée du contrat (*DUCO*) a un effet positif sur les deux éléments de la structure de paiement. L'impact positif sur le taux de redevance va à l'encontre de

la thèse du risque. À cet effet, Brickley et Dark (1987) ont soutenu que les contrats de longue durée augmentent la taille de l'investissement. Dans ce cas, cette augmentation du prix engendrée par la durée du contrat se fait simultanément sur le droit d'entrée et le taux de redevance, ce qui laisse croire que le franchisé n'aurait pas une grande aversion au risque (Martin, 1988).

Les entreprises qui offrent des équipes de support à l'ouverture (*EQOU*) ont tendance à demander des droits d'entrée plus élevés. Les autres services (formation, support de démarrage) n'ont pas d'effets significatifs sur le droit d'entrée. De même sur les cinq services continus considérés, la supervision marketing (*MKTG*) est le seul à avoir un effet positif significatif sur le taux de redevance. La supervision à l'exploitation (*EXPL*) a un effet négatif, tandis que les autres ne sont pas significatifs. Une explication possible à cet effet négatif inattendu serait la suivante. La supervision à l'exploitation est vue par le franchiseur comme une forme de contrôle pouvant induire un volume de ventes plus grand et par conséquent il se contenterait d'un taux de redevance plus bas, pour un gain net (bénéfices moins coût de la supervision) plus élevé.

CONCLUSION

Notre travail suggère qu'il n'y a pas simultanéité entre le droit d'entrée et le taux de redevance. Néanmoins, il apparaît que l'estimation des paramètres du modèle non simultané devrait prendre en considération la corrélation entre les résidus des équations du droit d'entrée et du taux de redevance. Dans ce cas, les paramètres estimés par la méthode de Zellner sont plus efficaces que ceux obtenus par la méthode des moindres carrés ordinaires, dans la mesure où les spécifications des équations ne sont pas identiques.

Quant aux variables considérées pour la première fois, les résultats ont été les suivants : la présence ou non d'un centre de décision au Québec s'est avérée non significative. La proximité physique pourrait ne pas être une bonne mesure du coût de contrôle. Alternativement, l'éloignement du centre de décision n'aurait pas d'impact sur ce coût de contrôle. La variable *FIL* a un impact négatif sur le droit d'entrée, ce qui montre que les filiales ont un accès plus facile au capital. L'exclusivité territoriale réduit le taux de redevance et n'affecte pas le droit d'entrée. Autrement dit, la concession de l'exclusivité territoriale permet au franchiseur de ne pas lier ses revenus aux ventes du franchisé.

Notre étude montre également que la structure de paiement jouerait le rôle de signal, la variable (*AGE*) exerçant un impact négatif sur le taux de redevance et positif sur le droit d'entrée. Dans le contexte non réglementé du Québec, le risque de dissimulation de l'information est très élevé. Les franchiseurs établis au Québec auraient donc intérêt à signaler la rentabilité de leurs franchises pour attirer des investisseurs sérieux.

BIBLIOGRAPHIE

- BAUCUS, M., S. BAUCUS, et S.E. HUMAN (1993), « Choosing a Franchise: How Base Fees and Royalties Relate to the Value of the Franchise », *Journal of Small Business Management*, avril : 91-103.
- BHATTACHARYYA, S., et F. LAFONTAINE (1995), « Double-sided Moral Hazard and the Nature of Share Contracts », *RAND Journal of Economics*, 26, 4 : 761-781.
- BLAIR, R.D., et D.L. KASERMAN (1982), « Optimal Franchising », *Southern Economic Journal*, octobre : 494-504.
- Brickley, J.A., et F.H. Dark (1987), « The Choice of Organization Form: The Case of Franchising », *Journal of Financial Economics*, 18 : 401-420.
- BRICKLEY, J.A., F.H. DARK, et M.S. WEISBACH (1991), « The Economic Effects of Franchise Termination Laws », *Journal of Laws and Economics*, 34 : 101-132.
- CARNEY, M., et E. GEDAJOVIC (1991), « Vertical Integration in Franchise Systems: Agency Theory and Resource Explanations », *Strategic Management Journal*, 12 : 607-629.
- CAVES, R.E., et W.F. MURPHY (1976), « Franchising : Firms, Markets, and Intangible Assets », *Southern Economic Journal*, avril : 572-586.
- DANT, R.P., et P.D. BERGER (1996), « Modeling Cooperative Advertising Decisions in Franchising », *Journal of the Operational Research Society*, 49(9) : 1 120-1 136.
- FORWARD, J., et C. FULOP (1993), « Elements of a Franchise: The Experiences of Established Firms », *The Service Industries Journal*, 13 : 159-178.
- Franchising in the Canadian Economy*, 1989, CFA, Price Waterhouse.
- GALLINI, N., et N.A. LUTZ (1992), « Dual Distribution and Royalty Fees in Franchising », *The Journal of Law, Economics, and Organisation*, 8 : 471-495.
- GILMAN, A.L. (1990), « Competitive Growth with Franchising », *Chain Store Age Executive*, janvier : 160.
- HUNT, S.D., et J.R. NEVIN (1976), « Full Disclosure Laws in Franchising: An Empirical Investigation », *Journal of Marketing*, 40 : 53-62.
- KATZ, B.G., et J. OWEN (1992), « On the Existence of Franchise Contracts and Some of Their Implications », *International Journal of Industrial Organisation*, 10, 4 : 567-593.
- LAFONTAINE, F.(1992), « Agency Theory and Franchising: Some Empirical Results », *RAND Journal of Economics*, 23(2) : 263-283.
- LAFONTAINE, F. (1993), « Contractual Arrangements as Signaling Devices: Evidence from Franchising », *Journal of Law, Economics and Organization*, 9 : 256-289.
- LAFONTAINE, F., et P.J. KAUFMANN (1994), « The Evolution of Ownership Patterns in Franchising Systems », *Journal of Retailing*, 70(2) : 97-113.
- LAFONTAINE, F. (1995), « A Critical Appraisal of Data Sources on Franchising », *Journal of Marketing Channels*, 4(1/2) : 5-25.

- LAL, R. (1990), « Improving Channel Coordination Through Franchising », *Marketing Science*, 9(4) : 299-318.
- Le Guide des Franchises et du Partenariat au Québec*, 1995, Publications Transcontinental inc.
- LUCAS, R.E. (1967), « Adjustment Costs and the Theory of Supply », *The Journal of Political Economy*, 75 : 321-334.
- MARTIN, R.E. (1988), « Franchising and Risk Management », *American Economic Review*, 78(5) : 954-968.
- MARTIN, R.E., et R.T. JUSTIS (1993), « Franchising, Liquidity Constraints and Entry », *Applied Economics*, 25 : 1 269-1 277.
- MATHEWSON, G.F., et R.A. WINTER (1985), « The Economics of Franchise Contracts », *The Journal of Law and Economics*, 28 : 503-526.
- NORTON, S.W. (1988), « An Empirical Look at Franchising as an Organizational Form », *Journal of Business*, 61(2) : 197-218.
- OXENFELDT, A.R., et A.O. Kelly (1969), « Will Successful Franchise Systems Ultimately Become Wholly-Owned Chains ? », *Journal of Retailing*, 44 : 69-87.
- PETERSON, A., et R. DANT (1990), « Perceived Advantages of Franchise Option from the Franchisee Perspective: Empirical Insights from a Service Franchise », *Journal of Small Business Management*, juillet : 46-61.
- Politique de la concurrence et restrictions verticales : les accords de franchise*, OCDE, Paris, 1994.
- POPOVICI, A. (1992), « Le nouveau code civil et les contrats d'adhésion », dans DENAULT, P. et L. COLTON, *Le franchisage - Franchising*, McGill University, Les Éditions Yvon Blais Inc., Cowansville.
- RUBIN, P. (1978), « The Theory of the Firm and the Structure of the Franchise Contrat », *The Journal of Law and Economics* : 223-234.
- SEN, K.C. (1993), « The Use of Initial Fees and Royalties in Business-Format Franchising », *Managerial and Decision Economics*, 14 : 175-190.
- STASSEN, R.E., et MITTELSTAEDT (1995), « Territory Encroachment in Maturing Franchise Systems », *Journal of Marketing Channels*, 4(1/2) : 27-47.
- TIOLE, J. (1988), *The Theory of Industrial Organization*, Cambridge, Mass, MIT Press.
- WATTEL, H. (1969), « Are Franchisors Realistic and Successful in Their Selection of Franchisees? », *Journal of Retailing*, 44(4) : 54-68.