



FRANCHISE FORUM MAGAZINE

Juillet 2025

AU COEUR DE L'INDUSTRIE DE
LA FRANCHISE ET DU COMMERCE
ORGANISÉ INDÉPENDANT EN AFRIQUE

CAMEROUN - DJUITCHOU KAMDEM LYNDA CLAIRE

FRANCHISE AU CAMEROUN : UN LEVIER POUR
LE DÉVELOPPEMENT ENTREPRENEURIAL ET
UNE CROISSANCE INCLUSIVE

MAROC - ABID KABADI

FRANCHISE INDUSTRIELLE : LE LEVIER
CLÉ POUR UNE INDUSTRIALISATION
DURABLE EN AFRIQUE

SÉNÉGAL- GEORGES SIBOUKE DIEME

PRÉSIDENT DE L'ASSOCIATION
SÉNÉGALAISE DE FRANCHISE

FRANCHISE MADE IN
SÉNÉGAL : UN LEVIER POUR
LE DÉVELOPPEMENT
ÉCONOMIQUE PANAFRICAIN

FRANCHISE ET LEADERSHIP FÉMININ:

MARIAMA SOUMARÉ

Présidente de GIE BOUNT-DEV

MARRAINE DE FRANCHISE EXPO DAKAR 2025

Elle dessine l'avenir du commerce en réseau au Sénégal





La Croissanterie

Envie de devenir franchisé La Croissanterie ? Venez découvrir notre savoir-faire

Depuis 45 ans, La Croissanterie vous propose une offre gourmande, simple à opérer et appréciée des clients. Déjà implantés en Afrique, nous serions ravis de vous accompagner dans votre projet.

Vous êtes intéressés ?
Contactez-nous :
developpement@groupe-delineo.fr

Sucré, Salé, Souriez !



La Croissanterie

Sucré,
salé,
souriez !

L'AFRIQUE S'AFFIRME : LA FRANCHISE, LEVIER D'UN ENTREPRENEURIAT DYNAMIQUE ET INCLUSIF.

Chers lecteurs, chères lectrices,

À l'aube de l'édition de juillet 2025 d'Africa Franchise Forum Magazine, nous sommes fiers de vous présenter un numéro riche en engagements, en visions et en actions concrètes. Celui-ci met à l'honneur des personnalités inspirantes issues de trois pays emblématiques du continent africain — le Cameroun, le Maroc et le Sénégal — qui incarnent chacune à leur manière une transformation profonde de l'écosystème entrepreneurial africain.

Au Cameroun, Lynda Claire Djuitchou Kamdem incarne cette nouvelle génération d'entrepreneurs qui voit dans la franchise un levier puissant pour un développement entrepreneurial inclusif, capable de répondre aux besoins locaux tout en ouvrant des perspectives régionales.

Au Maroc, Abid Kabadi défend avec conviction une franchise industrielle au service d'une industrialisation durable, prouvant que les modèles franchisables peuvent jouer un rôle clé dans la transformation structurelle de l'économie africaine.

Au Sénégal, deux figures se détachent. D'une part, Mariama Soumaré, marraine de Franchise Expo Dakar 2025, qui incarne avec force et détermination le leadership féminin dans le commerce en réseau, dessinant les contours d'une franchise locale porteuse d'avenir.



**Naki Bernard
ZOBO**

*Rédacteur en chef
consultant en franchise
juriste*

*Membre du collège des experts de la Fédération
Ivoirienne de la franchise (FIFRANCHISE)
Manager général du service FRANCHISES
AGREGATOR*

D'autre part, Georges Sibouke Dième, premier Président de la toute nouvelle Association sénégalaise de franchise, qui trace une route ambitieuse vers une franchise dynamique, structurée et tournée vers l'avenir.

Ces portraits croisés révèlent une réalité désormais incontournable : l'Afrique est en marche, et elle ne veut plus simplement importer des modèles étrangers — elle souhaite les adapter, les enrichir et les faire siens.

Les entrepreneurs africains, femmes et hommes de vision, sont aujourd'hui capables non seulement d'intégrer les réseaux mondiaux de franchise, mais aussi de créer, exporter et porter des modèles franchisables made in Africa.

Révéler les talents, fédérer les compétences, construire ensemble.

Dans ce contexte, notre magazine assume pleinement son rôle de plateforme panafricaine de mise en lumière et de fédération des acteurs de la franchise.

Il est essentiel pour nous de donner la parole à celles et ceux qui, sur le terrain, transforment l'économie africaine par l'innovation, la coopération et l'audace entrepreneuriale.

Nous invitons également les acteurs internationaux de la franchise à saisir pleinement les opportunités offertes par le continent. Pour cela, il est impératif de s'appuyer sur les expertises locales, de comprendre les réalités culturelles, sociales et économiques propres à chaque pays, afin d'adapter les offres franchisées et garantir leur succès.

L'Afrique n'est pas un marché homogène — c'est une mosaïque de potentialités qu'il faut respecter, écouter et accompagner.

Monsieur BASSIROU DIOUMAYE DIAKHAR FAYE, Président de la République du Sénégal relativement à la tenue de Franchise expo Sénégal 2025.

Nous espérons qu'une telle implication au plus niveau du sommet d'un Etat africain, sera dupliquée par les autorités africaines afin de porter haut le flambeau de ce secteur d'activité dont les enjeux pour les pays n'est plus à démontrer.

Africa Franchise Forum Magazine : votre média engagé pour une franchise africaine, connectée, innovante et inclusive.

En cette année 2025, marquée par des rendez-vous cruciaux comme Franchise Expo Dakar 2025, nous continuons à œuvrer pour révéler les talents, raconter les réussites, partager les bonnes pratiques et fédérer les énergies autour d'un projet commun : celui d'une franchise véritablement africaine, porteuse de progrès et de dignité.

Parce que l'Afrique a tout ce qu'il faut pour réussir sa transition économique, il est temps de parier sur ses forces locales, de valoriser ses leaders et de construire ensemble une industrie franchisable moderne, responsable et ambitieuse.

Bienvenue dans cette édition spéciale de juillet 2025 — où l'Afrique prend la parole, et où la franchise devient le langage commun de l'avenir.

Un appel aux pouvoirs publics : soutenir la dynamique de la franchise comme levier de développement.

Enfin, nous lançons un appel solennel aux décideurs politiques et institutions publiques africaines.

La franchise est bien plus qu'un modèle économique : elle est un vecteur d'intégration économique, de création d'emplois, de formation et d'émancipation sociale.

Elle doit donc être mieux intégrée dans les stratégies nationales de développement économique, avec des cadres juridiques favorables, des mesures incitatives et un accompagnement technique renforcé.

Que ce soit pour les PME souhaitant étendre leur modèle ou pour les grands groupes cherchant à ancrer durablement leurs activités en Afrique, la franchise représente une opportunité unique de co-construire un avenir commun, enraciné dans la réalité du terrain mais ouvert sur le monde.

C'est le lieu pour nous, à cette étape de mes propos, de féliciter l'implication directe de son excellence,

SOMMAIRE

3

L'EDITO

L'Émergence d'une Nouvelle Ère pour la Franchise et le commerce organisé indépendant en Afrique.

SOMMAIRE

5

LUCARNE

8-14

SENEGAL

Franchise et leadership féminin

MADAME MARIAMA SOUMARÉ

marraine de Franchise Expo Dakar 2025, dessine l'avenir du commerce en réseau au Sénégal.



Président de l'association sénégalaise de franchise

15-20

GEORGES SIBOUKE DIEME

Franchise Made in Sénégal : Un levier pour le développement économique panafricain



REGARD SUR

22-27

MAROC

ABID KABADI

Franchise industrielle : le levier clé pour une industrialisation durable en Afrique



PARLONS -EN

31-43

BERNARD ZOBO

Etude relative à l'extension du système normatif de l'OHADA (organisation pour l'Harmonisation en Afrique de Droit des Affaires) à la franchise

Les franchises bancaires en Afrique : 44-48

Un levier pour l'inclusion financière et la croissance économique par la digitalisation

AGENDA

49-54

CAMEROUN

DJUITCHOU KAMDEM LYNDA CLAIRE

Franchise au Cameroun : Un levier pour le développement entrepreneurial et une croissance inclusive



REPRÉSENTANTE LÉGALE :
LAWSON BANKU L. A. PATRICIA
DIRECTEUR DE PUBLICATION :
GNAPRÉ FRANÇOIS SIMON / 07 47 77 34 34
RÉDACTEUR EN CHEF :
BERNARD ZOBO / 07 58 72 58 21

SIÈGE SOCIAL :
MARCORY, BLD LORRAINE
26 BP 265 ABIDJAN 26
TEL / FAX : 27 21 26 01 86
DÉPÔT LÉGAL : N° 4036 DU 26 JUIN 2013
RÉCÉPICÉ DU PR : N° 34/D DU 17 JUILLET 2013
CNP : N° 119 DU 20 AOÛT 2013

MENSUEL ÉDITÉ PAR LES
EDITIONS PRESCICOM SARL
AU CAPITAL DE
5.000.000 F CFA

REDACTION: BERNARD ZOBO (REDACTEUR EN CHEF STAGIAIRE, ANTEAMBOULO ANGE
(LUCARNE) DEREKSON GABRIEL (PARLONS-EN ET AGENDA)

**"REJOIGNEZ-NOUS COMME PARTENAIRE
SUR CET ÉVÉNEMENT HISTORIQUE!"**

FIF FRANCHISE
FÉDÉRATION IVOIRIENNE DE LA FRANCHISE
Institution de Promotion et de Développement de la Franchise
partenaire
institutionnel

1ère EDITION

AFRICA FRANCHISE

FORUM ABIDJAN 2026

THÈME:

**"STRUCTURATION EFFICIENTE, HARMONISÉE,
RÉSILIENTE ET PÉRENNE DE LA FRANCHISE EN
AFRIQUE, COMME VÉRITABLE CATALYSEUR DES
ÉCONOMIES AFRICAINES".**



Abidjan-Côte d'Ivoire



22 - 23 - 24 Arvil 2026



info@afranchiseforum.com



Africa Franchise Forum



La Croissanterie

Envie de devenir franchisé La Croissanterie ? Venez découvrir notre savoir-faire

Depuis 45 ans, La Croissanterie vous propose une offre gourmande, simple à opérer et appréciée des clients. Déjà implantés en Afrique, nous serions ravis de vous accompagner dans votre projet.

Vous êtes intéressés ?
Contactez-nous :
developpement@groupe-delineo.fr

Sucré, Salé, Souriez !



La Croissanterie

Sucré,
salé,
souriez !



Madame Mariama Soumaré

Présidente de GIE BOUNT-DEV

FRANCHISE ET LEADERSHIP FÉMININ :

MADAME MARIAMA SOUMARÉ, MARRAINE DE FRANCHISE EXPO DAKAR 2025, DESSINE L'AVENIR DU COMMERCE EN RÉSEAU AU SÉNÉGAL

Au cœur d'un écosystème entrepreneurial en pleine mutation, Madame Mariama Soumaré incarne une nouvelle ère du commerce en réseau et de la franchise au Sénégal . En tant que cheffe d'entreprise, militante de l'économie sociale et solidaire , et marraine de Franchise Expo Dakar 2025 , elle s'affirme comme une figure incontournable de l'entrepreneuriat féminin et un levier puissant pour le développement des PME/PMI locales .

À travers son parcours inspirant et ses engagements concrets, elle trace un chemin prometteur vers une franchise made in Sénégal , inclusive et durable.

Pouvez-vous vous présenter brièvement à nos lecteurs ?

Mariama Soumaré, sénégalaise basée à Dakar. Je suis passionnée par le développement de l'entrepreneuriat sur le continent africain. En tant que marraine de la première édition de Franchise Expo Dakar, je suis ravie de faire cette interview pour partager mon parcours et ma vision.

Quel est votre parcours professionnel ?

Je suis salariée dans une organisation régionale d'appui aux médias basée à Dakar depuis une vingtaine d'années mais entrepreneure dès le jeune âge. Je suis à la tête d'un groupement d'appui à l'entrepreneuriat, le GIE BOUNT-DEV, et fondatrice d'une plateforme B2B www.bunt-bi.com pour faciliter la relation entre les entrepreneurs, les professionnels et leurs potentiels clients.

Je suis également présidente de la commission Genre et Entreprenariat social et solidaire du MEDS (Mouvement des entreprises du Sénégal), une organisation patronale sénégalaise.

Comment avez-vous évolué vers l'entrepreneuriat ?

Je l'ai dit précédemment, c'est dès le jeune âge que j'ai effectué mes premiers pas dans l'entrepreneuriat : d'abord pour prendre en charge mes besoins sur certains aspects ; ensuite et fatalement (par vocation) pour apporter des réponses spécifiques aux besoins spécifiques de mes proches et plus globalement de mes prochains, notamment, femmes et des jeunes.

Parcours et leadership

Vous êtes à la tête du GIE Bount-Dev (bunt-bi.com). Pouvez-vous nous expliquer ce qu'est cette structure et les activités qu'elle mène ?



Le GIE Bount-Dev est un Groupement d'Intérêt Économique constitué de professionnels et d'experts dans divers domaines d'activités, qui a pour vocation d'appuyer la création et le développement de PME au Sénégal.

Notre mission est d'inspirer et de soutenir les jeunes et les femmes qui veulent se lancer dans l'entrepreneuriat, notamment dans l'artisanat et l'économie sociale et solidaire. BOUNT-DEV a mis sur pied des outils tels qu'un portail B2B (www.bunt-bi.com) et une chaîne You Tube (SEN PME TV - @bountbitv), un lieu de convergences de l'écosystème entrepreneurial dédié à mettre en valeur des compétences et expertises afin d'inspirer les jeunes et les femmes à entreprendre.

Nous menons également d'autres initiatives dont la finalité est de contribuer à renforcer la compétitivité et la durabilité des PME, notamment, l'accès à la formation, l'orientation stratégique et à la mise en réseaux.

Quels sont les principaux défis que vous avez relevés dans votre carrière entrepreneuriale ?

Les défis ont été nombreux : l'accès à la formation (notamment, en développement personnel et soft skills, en éducation financière, etc.), l'accès limité aux financements, la rareté des ressources humaines de qualité et fiables pour un entrepreneur salarié que je suis : il est extrêmement difficile de déléguer.

Toutefois, chaque obstacle m'a permis de renforcer ma résilience, d'adapter mes stratégies, et de bâtir un réseau solide avec des partenaires engagés.

“Notre mission est d’inspirer et de soutenir les jeunes et les femmes qui veulent se lancer dans l’entrepreneuriat, notamment dans l’artisanat et l’économie sociale et solidaire.”

Comment avez-vous développé votre intérêt pour l'économie sociale et solidaire et plus largement pour le monde entrepreneurial ?

Mon parcours m'a exposée à la réalité des populations au Sénégal, un pays constitué à 70% de jeunes de -35 ans, analphabètes et sans formation professionnelle. La plupart s'activent dans le secteur informel pour gagner leur vie (9 emplois sur 10 sont issus du secteur informel).

Ce qui a réveillé ma conscience sociale. Je suis convaincue que l'entrepreneuriat social peut être une solution innovante pour répondre aux défis locaux tout en créant de la valeur économique. La volonté de faire une différence concrète dans ma communauté a donc été le moteur de mon engagement.



En tant que femme leader dans le monde des affaires, comment voyez-vous l'évolution du rôle féminin dans l'entrepreneuriat au Sénégal ?

Le leadership de la femme sénégalaise dans le monde entrepreneurial n'est plus à démontrer, c'est factuel !

Grâce à un changement de mentalités, l'accès à l'éducation et à la formation, et au soutien des pouvoirs publics à travers des programmes et projets exclusivement dédiés aux femmes.

Cependant, il reste encore beaucoup à faire pour réduire les disparités et favoriser une participation équilibrée à tous les niveaux. Pour ce faire, le défi majeur reste la COLLABORATION et la SOLIDARITE (SORORITE) entre les femmes pour davantage se faire entendre et occuper pleinement la place qu'elles méritent.

“chaque obstacle m’a permis de renforcer ma résilience, d’adapter mes stratégies, et de bâtir un réseau solide avec des partenaires engagés..”

L'univers de la franchise

Quel regard portez-vous sur le développement de la franchise au Sénégal ces dernières années ?

La franchise est un potentiel encore insuffisamment exploité au Sénégal, en partie par manque d'informations et d'une communication adaptée. Le développement de la franchise, bien qu'étant en soi prometteur, reste méconnu des femmes et des jeunes entrepreneurs.

D'où l'intérêt de ce Salon qui permettra, d'une part, une prise de conscience croissante des avantages liés à ce modèle : rapidité de déploiement, standardisation de la qualité, et accès à de nouveaux marchés ; et d'autre part, aux décideurs de le considérer comme piste sérieuse d'emplois des jeunes et d'asseoir une réglementation adaptée.

“La franchise est un potentiel encore insuffisamment exploité au Sénégal”

Pourquoi un levier aussi puissant pour le développement de l'Entrepreneuriat est si méconnu du grand public et des décideurs ?

La méconnaissance de la Franchise principalement dû au manque d'informations doublé d'une perception erronée de ce modèle que l'on pense uniquement réservé aux grandes chaînes internationales.

Il faut donc une politique volontariste de la part des décideurs et un accompagnement structurant pour mettre sur pied un cadre propice qui encourage les initiatives locales à en tirer parti pour croître.

Quels sont les obstacles majeurs au développement de la franchise dans votre pays, et comment peuvent-ils être surmontés ?

Les principaux obstacles sont une politique volontariste par les décideurs, le déficit d'informations et de formation, et l'absence d'un cadre juridique clair.

Pour y répondre, il est essentiel que les décideurs assoient des politiques favorables et établissent un environnement réglementaire favorable et facilitent la création de synergies entre le public et le privé.

Le Sénégal est un pays avec d'énormes avantages pour le développement de franchises locales et internationales, comment comptez-vous accompagner la valorisation de ce potentiel ?

Comme je l'ai dit plus haut, il est crucial que les pouvoirs publics s'engagent dans la valorisation de ce modèle au Sénégal.

En outre, il est essentiel d'encourager la création d'incubateurs spécialisés, et sensibiliser le secteur privé à l'intérêt de la franchise comme levier de croissance et d'emplois. En tant que marraine de la première édition de Franchise Expo Dakar, je compte travailler à l'engagement des entrepreneurs et créer un cadre d'échanges et d'actions afin d'inscrire ce modèle comme option pour entreprendre.

Engagement et responsabilité : Marraine de Franchise Expo Dakar 2025

Quelles ont été vos motivations pour accepter d'être Marraine de Franchise Expo Dakar 2025 ?

C'est un honneur et une responsabilité que je prends à cœur. Je souhaite soutenir la croissance de l'écosystème entrepreneurial local, encourager les jeunes et les femmes, et contribuer à faire de cet événement une plateforme de visibilité pour nos talents.

Être marraine, c'est également pour moi une manière de promouvoir l'énergie entrepreneuriale qui irrigue notre pays et apporter des solutions durables.

“il est crucial que les pouvoirs publics s'engagent dans la valorisation de ce modèle au Sénégal.”

Comment comptez-vous faire de cette événement un tremplin pour la promotion de l'écosystème entrepreneurial local ?

Nous avons commencé à y travailler à travers une campagne de communication sur toutes nos plateformes digitales.

Bien informer sur cette activité est cruciale pour que les entrepreneurs puissent considérer ce modèle comme un mécanisme qui peut contribuer grandement à la mise à l'échelle de leurs entreprises.

Par ailleurs, les conférences et ateliers prévus lors du Salon, ainsi que les séances B2B pour des collaborations locales et internationales, permettront de mettre en lumière les talents de nos entrepreneurs, tout en leur facilitant des partenariats stratégiques pour accéder à de nouvelles opportunités.

Que pouvez-vous nous dire sur Georges Sibouke DIEME ?

Georges Sibouke Dieme est une figure incontournable de l'entrepreneuriat et du développement économique au Sénégal.

Il incarne l'engagement, la rigueur, l'innovation, et la volonté de faire avancer l'écosystème entrepreneurial en Afrique. Son expertise et son leadership devraient inspirer beaucoup de jeunes et de professionnels du secteur. Georges est également pétri de qualités humaines rares, il inspire la confiance et le respect.

Actions et projets concrets

Quelles actions concrètes avez-vous menées ou soutenu dans le cadre de vos fonctions dans la patronna sénégalais, notamment en lien avec l'entrepreneuriat des femmes et des jeunes ?

Je suis responsable de la commission Genre, Parité et Entrepreneuriat social et solidaire dans une organisation patronale d'envergure au Sénégal, le MEDS (Mouvement des entreprises du Sénégal).

Vous me donnerez l'occasion de rendre un vibrant hommage au Président du MEDS, Monsieur Mbagnick DIOP, qui tient à cœur le développement des jeunes et des femmes. Le côtoyer est un véritable tremplin pour bénéficier d'opportunités essentielles à son développement personnel ainsi qu'à celui de son entreprise.

Grâce à son soutien, j'ai pu organiser une formation en leadership et en gestion de projets pour le compte des femmes chefs d'entreprise membres de l'organisation. Ces compétences acquises bénéficient fatalement aux membres de mon groupement afin de renforcer leur autonomie et leur faciliter l'accès aux marchés.

S'y ajoutent, l'accès à l'information cruciale, à des réseaux influents pour favoriser le partenariat et l'échange d'expériences, qui font du MEDS un creuset pour acquérir de l'expérience.

“Bien informer sur cette activité est cruciale pour que les entrepreneurs puissent considérer ce modèle comme un mécanisme qui peut contribuer grandement à la mise à l'échelle de leurs entreprises. ”

Dans quelles mesures vos initiatives dans la promotion de la franchise visent-elles à renforcer l'accès des femmes et des jeunes au marché économique et à l'entrepreneuriat ?

Les franchises offrent des modèles économiques flexibles et répliquables.

En soutenant cette initiative, je souhaite ouvrir plus d'opportunités aux femmes et aux jeunes, en leur facilitant la création d'entreprises viables, qui s'inscrivent dans une dynamique d'emplois durables et d'émancipation économique.

Avez-vous des projets spécifiques liés à l'économie sociale et solidaire ou au développement de réseaux commerciaux professionnels dans les mois ou années à venir ?

Oui, je planifie le lancement d'un réseau d'entrepreneurs sociaux pour faciliter le partage de bonnes pratiques, la mutualisation des ressources, et le développement de nouveaux projets collaboratifs.

Je souhaite également renforcer l'incubation de startups, afin de répondre aux enjeux sociaux et environnementaux locaux.

Vision future

Quelles recommandations donneriez-vous aux jeunes entrepreneurs sénégalais et africains qui souhaitent se lancer dans la franchise ou créer un modèle répliquable ?

Je leur dirais d'avoir une vision claire, de bien connaître leur marché, et de s'entourer de mentors compétents et de partenaires fiables. La formation, la persévérance, et la capacité d'adaptation (l'ouverture) sont essentielles.

Quels leviers devrait activer le Sénégal pour soutenir les champions locaux et devenir une référence régionale en matière de franchise et de commerce en réseau ?

La franchise peut jouer un rôle important dans le renforcement de la souveraineté économique et la promotion d'une économie endogène, dans le contexte de la stratégie Sénégal 2050.

Elle constitue une opportunité pour les fournisseurs locaux, crée de nouvelles opportunités d'emploi, et grâce au savoir-faire des sénégalais et en adaptant les modèles d'affaires aux réalités et besoins locaux, favorise l'appropriation locale de marques régionales ou internationales et l'émergence de champions locaux dans différents secteurs.

Pour maximiser ces bénéfices, l'État peut encourager un environnement favorable à la franchise à travers la mise sur pied d'un cadre juridique clair et incitatif, une politique de soutien financier adaptée, la formation spécialisée, et la création d'incubateurs dédiés. Il faut aussi encourager les bonnes pratiques et permettre aux entrepreneurs locaux de s'intégrer dans des réseaux régionaux et internationaux.

En résumé, la franchise peut être un levier stratégique pour renforcer l'endogénéisation de l'économie du Sénégal et favoriser l'émergence de franchisés dynamiques, autonomes et capables de contribuer durablement à l'économie nationale.

“La franchise peut jouer un rôle important dans le renforcement de la souveraineté économique et la promotion d'une économie endogène, dans le contexte de la stratégie Sénégal 2050. ”

Avec les efforts déployés dans ce secteur, Où voyez-vous l'industrie de la franchise au Sénégal dans 5 à 10 ans ?

Il y a énormément d'efforts à faire comme indiqué précédemment, notamment en termes d'informations, de formation et de législation. Mais à terme, je l'envisage comme un secteur très porteur, capable de générer un nombre significatif d'emplois, de valoriser nos ressources locales, de renforcer la visibilité de nos entrepreneurs, et de positionner le Sénégal comme une plateforme attractive pour les investissements et la création d'entreprises en réseau, à l'échelle régionale.

Comment les autorités soutiennent les initiatives pour l'installation et le développement durable de la Franchise au Sénégal ?

Les autorités gagneraient à accélérer la cadence en élaborant un cadre réglementaire et fiscal adapté et incitatif, et soutenir la formation et les événements professionnels liés à ce modèle.

Je suis convaincue qu'un partenariat renforcé entre secteurs public et privé accélérera la croissance de la franchise dans notre pays.



Quel héritage aimeriez-vous laisser dans le monde de l'entrepreneuriat et de la franchise au Sénégal ?

Je souhaite laisser un héritage de leadership, d'audace, et de solidarité, notamment, auprès des femmes et des jeunes. Que ma contribution inspire la prochaine génération à croire en leur potentiel, à innover avec audace.

Mot final pour inspirer celles et ceux qui aspirent à suivre vos traces ?

Croyez en votre vision, osez prendre des risques, et utilisez la franchise comme un levier puissant pour accélérer votre développement. La franchise offre un cadre solide, une notoriété accélérée, et des réseaux d'appui qui permettent à chaque entrepreneur de grandir plus vite et plus sereinement. Persévérez face aux obstacles car le jeu en vaut la chandelle : contribuer au développement économique et social du Sénégal et de l'Afrique.



Monsieur Georges Sibouké Dième

Président de l'Association Sénégalaise de Franchise

FRANCHISE MADE IN SÉNÉGAL : UN LEVIER POUR LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE PANAFRICAIN

Au cœur d'un écosystème entrepreneurial en pleine mutation, Madame Mariama Soumaré incarne une nouvelle ère du commerce en réseau et de la franchise au Sénégal . En tant que cheffe d'entreprise, militante de l'économie sociale et solidaire , et marraine de Franchise Expo Dakar 2025 , elle s'affirme comme une figure incontournable de l'entrepreneuriat féminin et un levier puissant pour le développement des PME/PMI locales .

À travers son parcours inspirant et ses engagements concrets, elle trace un chemin prometteur vers une franchise made in Sénégal , inclusive et durable.

Pouvez-vous vous présenter brièvement à nos lecteurs ? Quel est votre parcours professionnel ?

C'est un parcours riche et atypique entre vie professionnelle et engagement associative. Ce cursus a été possible grâce à des études en BCGS (Biologie, Chimie et Géosciences), gestion de projets, psychologie clinique, administration des entreprises, communication, droit, franchise et cyber-sécurité. A cet amour profond pour les études, s'ajoute un engagement passionné pour le bien-être de la communauté et le développement économique.

Mon parcours professionnel a commencé avec l'enseignement des sciences naturelles, ensuite j'ai été directeur d'établissement scolaire, gestionnaire de projet, chargé de programme, responsable commercial, entrepreneur, et consultant.

Dans la vie associative, je suis dans le développement communautaire (éducation, environnement), le social (Caritas, accompagnement psychologique), le patronat (MDES, ASF) et la politique (conseiller municipal).

Comment avez-vous été amené à prendre la tête de la première association sénégalaise de franchise ?

Fervent capitaliste, j'ai toujours été attiré par les succès entrepreneuriaux ; or la franchise offre le meilleur pourcentage de réussite pour les débutants. Alors j'ai projeté d'importer des franchises à partir du salon Franchise Expo Paris ; ce qui m'a permis de constater les manquements dans l'écosystème de la franchise sénégalaise et africaine.

Dès lors, j'ai pris l'initiative de travailler à rendre accessible le développement des franchises au Sénégal. Des formations continues, un accompagnement des acteurs locaux, un lobbying auprès des autorités, l'organisation du salon Franchise Expo Dakar et des tentatives de ressusciter l'ancienne fédération ont abouti à création de l'ASF.



C'est ainsi que l'impact de ces actions m'ont fait connaître comme « Mr Franchise » au Sénégal. Par conséquent, le 1^{er} mai dernier, j'ai été élu à l'unanimité comme président de l'ASF lors de l'assemblée générale de constitution.

Historique : L'état de la franchise au Sénégal à la création de l'association

Quel était l'état du secteur de la franchise au Sénégal au moment de la création de l'association sénégalaise de franchise ?

Depuis les années 50, les franchises ont existé au Sénégal (PRINTANIA, PINGOUIN). Elles étaient présentes dans presque tous les domaines d'activités économiques.

il n'y avait ni législation spécifique, ni plateformes de mise en relation, ni experts locaux, ni salon spécialisé, ni fédération ni visibilité.

C'est dans ce contexte que les grandes marques avec de gros capitaux dominant l'écosystème alors que les PME (pépites), rencontrent énormément de difficultés à s'installer durablement et à se développer. Les potentielles franchises locales, quant à elles, étaient limitées par un plafond de verre.

Quels étaient les principaux obstacles rencontrés par les entrepreneurs souhaitant développer des modèles de franchise locaux à cette époque ?

Le principal frein est structurel : l'économie sénégalaise est majoritairement informelle, avec une faible proportion d'entreprises déposant régulièrement leurs états financiers.

Or, la franchise repose sur une base saine, structurée et surtout transparente, notamment en matière de comptabilité et de gestion financière. Cela complique la construction de réseaux, car les redevances sont souvent indexées sur les chiffres d'affaires, et sans base fiable, la relation franchiseur/franchisé devient instable.

“Fervent capitaliste, j’ai toujours été attiré par les succès entrepreneuriaux”

Ensuite, il manque un cadre juridique clair autour du contrat de franchise, ainsi qu'un accompagnement à la structuration des enseignes locales. Beaucoup de concepts réussissent en multi site, mais sans passer le cap de la formalisation nécessaire pour devenir franchiseur.

Enfin, l'accès au financement reste un obstacle pour les franchisés potentiels, surtout les jeunes et les femmes. Les coûts élevés de l'énergie et les taxes à l'importation rendent les charges d'exploitation difficiles à maîtriser, notamment dans le secteur de la restauration.

Comment adapter les modèles de franchise internationales aux réalités sénégalaises ?



Adapter, c'est d'abord localiser : un modèle étranger ne peut pas réussir sans tenir compte de la réalité du pouvoir d'achat, de la logistique locale, de la disponibilité des matières premières, et des capacités de management local.

Mais surtout, il faut simplifier et modulariser les modèles. Au Sénégal, nous avons besoin de micro-franchises, avec un investissement accessible financièrement. Les concepts doivent être pensés pour un contexte où la transformation locale est encore émergente, et où le ratio de gestion est déterminant.

L'enjeu est de rendre ces modèles viables avec un sourcing local, une fiscalité adaptée, et une formation contextualisée.

“ l'accès au financement reste un obstacle pour les franchisés potentiels, surtout les jeunes et les femmes.”

Enjeux et objectifs de l'association sénégalaise de franchise

Quels sont les objectifs principaux de l'association sénégalaise de franchise ?

- Création du Label « Franchise Made in Sénégal » pour valoriser et structurer les enseignes locales.
- Mise en place d'un cadre fiscal et juridique adapté à la franchise.
- Appui à la structuration comptable et juridique des franchiseurs.
- Financement des micro-franchises via des fonds dédiés à la jeunesse et aux femmes.
- Développement des filières de production locale pour abaisser les coûts de revient.
- Valorisation de l'investissement de la diaspora via des projets comme « Come-Back Franchise »

Comment l'association compte-t-elle accompagner la structuration du secteur de la franchise au Sénégal ?

“L'enjeu est de rendre ces modèles viables avec un sourcing local, une fiscalité adaptée, et une formation contextualisée.”

Nous allons lancer un programme de labellisation des franchises sénégalaises, qui intégrera des critères de qualité, de rentabilité et de duplicabilité. Ce label développé en partenariat avec l'Agence de Développement et d'Encadrement des PME (ADPME) et l'Agence Sénégalaise de Promotion des Exportations (ASEPEX) servira de tremplin pour les enseignes souhaitant s'exporter. Nous travaillerons avec les partenaires, les ambassades, les chambres de commerces et la ZLECAF pour favoriser leur rayonnement.

Alignement avec les politiques publiques : Made in Sénégal & Panafricanisme

8. Comment l'association sénégalaise de franchise compte-t-elle appuyer la stratégie nationale du Made in Sénégal ?

Le développement du label « Made in Sénégal » est au cœur du référentiel Sénégal 2050 et nous devons assoir les marques nationales et les exporter grâce à des champions nationaux.

Seule la franchise permet un tel développement dans certains domaines.

Nous avons eu l'occasion de rencontrer un certain nombre de « champions nationaux » qui ont atteint les limites de leurs modèles économiques actuels mais qui travaillent pour une expansion en franchise.

Ils rencontrent des difficultés d'ordre juridiques, techniques surtout de défense de leurs enseignes à l'international.

Heureusement nous avons les compétences et le réseau de partenaires nécessaires pour accompagner leur expansion au Sénégal et à l'international.

Nous allons lancer un programme de labellisation des franchises sénégalaises, qui intégrera des critères de qualité, de rentabilité et de duplicabilité.

Comment voyez-vous l'impact de la ZLECAF sur le secteur de la franchise ?

facilite la mobilité des biens, services et concepts. Elle va créer aussi une concurrence entre les franchises, les pays et les Salons.

Cela nous oblige à élever nos standards, à innover et à mettre sur pied un cadre réglementaire à l'échelle africaine.

Nous avons bien pris conscience de ces enjeux. C'est pourquoi nous sommes à l'avant-garde pour que le développement de la franchise puisse être bénéfique pour tous.

Perspectives et ambitions stratégiques.

Quels sont les secteurs économiques prioritaires pour le développement de la franchise made in Sénégal ?

La restauration rapide, le retail, la santé, les services à la personne, les services de livraison, la digitalisation et la transformation de l'informel sont parmi les plus prioritaires.

Ce sont des secteurs où la demande est croissante, et où le modèle de la franchise permet une expansion rapide avec une qualité de service maîtrisée. Nous avons déjà des franchiseurs membres de l'ASF que nous accompagnons.

Cependant, il faut une bonne maîtrise des tendances internationales pour rester rentables dans le long terme.

“Nous avons bien pris conscience de ces enjeux. C'est pourquoi nous sommes à l'avant-garde pour que le développement de la franchise puisse être bénéfique pour tous.”

Quels partenariats comptez-vous nouer avec les pouvoirs publics, les organismes internationaux ou les chambres consulaires pour promouvoir la franchise locale ?

Nous comptons tisser des alliances avec les fédérations internationales, les salons spécialisés et les institutions comme le Ministère du Commerce l'APIX, l'ADPME, la DER-FJ le FONGIP et ASEPEX.

La franchise ne prospère pas en silo : elle a besoin de ponts, de synergies, et de soutiens concrets.

Nous irons aussi au-devant des salons internationaux, nous créerons des ponts avec l'UEMOA, la CEDEAO et au-delà. De plus, nous comptons être une association très active dans la futur Confédération africaine des fédérations Nationales de franchise.

Le Sénégal ne sera pas un acteur parmi d'autres : il sera un modèle, un hub où l'Afrique vient s'inspirer.

Nous irons aussi au-devant des salons internationaux, nous créerons des ponts avec l'UEMOA, la CEDEAO et au-delà. De plus, nous comptons être une association très active dans la futur Confédération africaine des fédérations Nationales de franchise.

Le Sénégal ne sera pas un acteur parmi d'autres : il sera un modèle, un hub où l'Afrique vient s'inspirer.

Quelle est le programme d'action de l'association sénégalaise de franchise ?

Notre vision est claire : transformer le Sénégal en une plaque tournante où les idées innovantes, les modèles éprouvés et les ambitions entrepreneuriales s'unissent pour créer des emplois, stimuler l'économie et inspirer tout un continent. Et faire du Pays de la Téranga, le point d'entrée des franchises pour le marché africain.

Et pour cela, Le renforcement des capacités sera notre mantra : Des formations certifiantes, des master-class avec des franchisés internationaux, des ateliers pour former des experts et mettre en place de cabinets.

Il faut savoir qu'une franchise forte se bâtit sur des compétences solides.

Ainsi, nous comptons accompagner les franchiseurs et les franchisés à s'implanter durablement au Sénégal et en Afrique.

Ensuite, nous développons nos propres pépites. Les franchises sénégalaises ont un potentiel inouï.

Nous accompagnerons chaque porteur de projet, chaque cabinet, pour structurer des modèles répliquables, éthiques et rentables.

Un mot final pour encourager les acteurs du secteur à s'impliquer dans cette démarche collective de structuration et de professionnalisation ?

Une croissance économique soutenue et constante depuis quelques années, une stabilité politique unique et un environnement des affaires attrayant, une position géographique stratégique avec des infrastructures aux normes internationales, une population jeune bien formée et ouverte aux nouvelles tendances et une vision des nouvelles autorités très favorables au développement de la franchise sur le long terme ; sont autant de raisons pour investir dans la franchise au Pays de la Téranga.

Au Sénégal, nous avons tout un écosystème de garanti et financement des entreprises.

Nous avons aussi des orientations de politique public très orienté à la promotion de l'entrepreneuriat, du secteur privé, de la promotion d'opportunité de création d'emplois durables et d'un développement économique endogène.

Donc le financement de franchiseurs et franchisés locaux ne sera pas difficile une fois les partenariats ficelés.

Nous avons déjà la chance d'être en contact avec toutes ces institutions, le reste ne sera que procédure.



La Croissanterie

Envie de devenir franchisé La Croissanterie ? Venez découvrir notre savoir-faire

Depuis 45 ans, La Croissanterie vous propose une offre gourmande, simple à opérer et appréciée des clients. Déjà implantés en Afrique, nous serions ravis de vous accompagner dans votre projet.

Vous êtes intéressés ?
Contactez-nous :
developpement@groupe-delineo.fr

Sucré, Salé, Souriez !



La Croissanterie

Sucré,
salé,
souriez !



Abid Kabadi

Conseiller Agréé en propriété industrielle à Casablanca-Maroc

FRANCHISE INDUSTRIELLE : LE LEVIER CLÉ POUR UNE INDUSTRIALISATION DURABLE EN AFRIQUE.

Dans un contexte marqué par une montée en puissance des marchés africains, la franchise industrielle s'impose comme un modèle stratégique pour impulser une industrialisation durable à travers le continent. M. Abid Kabadi, Conseiller Agréé en propriété industrielle à Casablanca , explore les multiples avantages de ce modèle de partenariat industriel qui allie innovation, transfert technologique et valorisation des produits locaux. À l'ère de la ZLECAF et de la révolution verte, l'Afrique est prête à relever le défi de la compétitivité mondiale via une approche centrée sur la propriété industrielle et les énergies renouvelables.

Le temps des franchises industrielles, à adopter en Afrique , est arrivé...

Le concept de la franchise comme modèle de développement économique est indéniable.

Le modèle de franchise comporte plusieurs variantes, notamment la franchise de commerce (ou de distribution), la franchise de service, ou la franchise industrielle.

La franchise de distribution consiste pour un franchiseur à conclure avec un master franchisé ou un franchisé un contrat de franchise de distribution, souvent pour importer et distribuer des produits étrangers. Ce modèle de franchise est dominant dans le monde.

Par contre, la franchise industrielle, rare (et à encourager), consiste à fabriquer localement en profitant de l'expérience industrielle du franchiseur, notamment par l'acquisition des équipements industriels, l'exploitation du portefeuille de propriété industrielle, notamment les brevets, marques, savoir-faire, dessins et modèles déposés (ou à déposer) dans chaque pays intéressé par le concept, ainsi que d'une assistance technique continuellement renouvelée. Le concept de Franchise industriel est peu utilisé dans le langage courant. C'est le moment de muter des franchises de distribution vers les Franchises de production dite industrielle, surtout pour profiter de valoriser des produits locaux avec des équipements industriels importés.

Le basculement de la franchise de distribution à la franchise industrielle présente des avantages, aussi bien pour le franchiseur (A), le franchisé (B) et au-delà pour les pays d'accueil.

A. Avantages pour le franchiseur industriel :

Le franchiseur industriel étranger aura intérêt à accorder une franchise de production in Afrique, notamment pour :

- assurer une présence industrielle en Afrique, sans supporter les investissements, en concluant des partenariats avec des entrepreneurs locaux en choisissant les pays dont les matières premières sont disponibles.

- tirer profit des opportunités des éventuels financements, subventions..., avec l'accès aux zones industrielles dédiées, en cours de développement,
- s'approcher des sous- traitants pour les intrants,

“le basculement de la franchise de distribution à la franchise industrielle présente des avantages”

- bénéficier de la proximité des marchés internes d'environ de 1300 000 d'habitants (accord de la Zlecaf) et, au-delà, de celui de l'export, pour écouler la production.
- établir une présence locale pour accroître la notoriété de sa production et de sa marque par rapport aux concurrents, restés dans les pays industriels,
- accéder aux énergies renouvelables locales et de proximité,
- réduire l'empreinte carbone en évitant le transport des pays de production vers les pays de consommation,
- exploiter son portefeuille de propriété industrielle déposé dans les différents pays d'Afrique, notamment les marques, les brevets, les dessins et modèles, pour éviter les risques de déchéances des droits, les licences obligatoires ou les tentatives de contrefaçons(un fléau international qui touche tous les produits...)

- anticiper les risques de mise en place des droits de douanes sur les produits importés dans une géopolitique en mouvement. L'actualité internationale est là pour le rappeler.

- bénéficier des compétences locales de proximité dans une approche de délocalisation soft.

Mais le choix du partenaire franchisé local reste déterminant. Le pays de la destination de la Franchise industrielle est important.

B. Avantages pour le franchisé industriel :

La franchise industrielle permettra au franchisé notamment :

- de disposer d'une franchise industrielle clef en main, production en main, voire marché en mains, surtout avec les opportunités qu'offre la ZLECAF.

Tout dépend de la nature de l'accord entre le franchiseur et le franchisé.

- d'accéder rapidement aux techniques et aux technologies du franchiseur, sans avoir à engager de dépenses liées à des innovations internes, nécessitant de lourds investissements en recherche et développement conformes aux exigences réglementaires de plus en plus imposées aux industriels, dans le cadre des processus de décarbonation,

- d'assurer la disponibilité des produits localement, minimisant ainsi les délais d'approvisionnement et réduire les circuits de distribution pour atteindre le client final. Le Continent Africain devient un continent de consommateurs dont la proximité de fabrication devient nécessaire.

“La franchise de distribution consiste pour un franchiseur à conclure avec un master franchisé ou un franchisé un contrat de franchise de distribution, souvent pour importer et distribuer des produits étrangers.”



C. Avantages communs pour le franchiseur et le franchisé.

La franchise industrielle permet au franchiseur et au franchisé une étroite collaboration, mutuellement bénéfique.

C'est un projet d'intérêt commun qui se met en place. Tout en restant juridiquement indépendant, le franchisé devient, normalement, le reflet du franchiseur pour la production à l'identique, sauf adaptation consentie en fonction des exigences locales.

Le partenariat ne se limite pas à la production pour le marché local, il ouvre, également, des portes à l'exportation, pour les pays limitrophes.

Une partie des produits locaux, fabriqués sous franchise industrielle peut être destinée à des marchés internationaux, permettant ainsi aux industriels- franchiseurs de se positionner sur des nouveaux marchés, en profitant des traités de libre échange, notamment celui de la ZLECAF.

Ainsi, chaque pays d'Afrique choisi pour la production par le concept de la Franchise industrielle devient un tremplin pour le Franchiseur et/ou le Franchisé, pour conquérir des nouveaux marchés.

L'un des autres avantages de la franchise industrielle est la possibilité de créer des partenariats entre le franchiseur et le franchisé en matière de recherche et développement (R&D) pour le développement de nouveaux produits, améliorer ou adapter ceux existants, en tenant compte des spécificités du marché Africain .

Ces initiatives communes favorisent l'innovation et renforceront la compétitivité des entreprises locales sur le plan international. Ainsi, le franchisé participera au processus de l'innovation et, au-delà, à l'amélioration de la production de son Franchiseur. Les salariés du Franchisé contribueront à la R et D, en tant qu'inventeurs-salariés.

Les techniques contractuelles, parfois complexes, sont à mettre en place pour réguler les rapports juridiques entre les Franchiseurs de production et Franchisés industriels. (Kabadi : guide de la Technique Contractuelle des Franchises industrielles à publier)



C . Avantage pour les pays du Continent Africain:

Le recours au concept de franchises industrielles constituera des opportunités réelles de création de partenariats industriels en Afrique, de création d'emplois pour retenir des compétences nationales et attirer des compétences étrangères pour contribuer au développement de l'Afrique.

Le concept de franchise industrielle est un outil puissant pour favoriser l'industrialisation de l'Afrique.

Il permet un accès aux nouvelles technologies avancées, en créant des emplois, en garantissant la production locale et en promouvant une approche durable, en valorisant les produits locaux.

“FMF veut être un catalyseur puissant pour stimuler l'entrepreneuriat et l'économie en RDC par : la Promotion du modèle de la franchise.”

La franchise industrielle s'impose comme une solution viable à envisager (voire imposés). Il suffit d'oser dans une optique de volonté ferme d'industrialisation.

Mais au préalable, la propriété industrielle doit être protégée dans les pays cibles.

Le succès de l'industrialisation en Afrique, notamment via la franchise industrielle, repose sur une synergie forte entre toutes les parties prenantes. La collaboration étroite entre investisseurs, ingénieurs, Juristes - spécialisés, organismes d'investissements, pouvoirs publics et privés, et organismes en propriété industrielle de chaque pays est essentielle pour respecter les normes environnementales, éviter la pollution les industries polluantes et favoriser une industrie responsable et technologiquement performante.

La formation approfondie en propriété industrielle constitue un levier stratégique pour que les ingénieurs Africains puissent innover à l'échelle mondiale et profiter des avantages de la Franchise Industrielle. L'accès à des bases de données et ressources techniques représente une opportunité majeure pour accélérer la recherche, la création, et renforcer la compétitivité des pays d'Afrique, par la Franchise industrielle, dans un contexte mondial en perpétuelle évolution.

“La franchise industrielle s'impose comme une solution viable à envisager (voire imposés). Il suffit d'oser dans une optique de volonté ferme d'industrialisation..”

M.Abid Kabadi est conseiller Agrée en propriété industrielle à Casablanca-Maroc.

- Titulaire notamment du Diplôme de Juristes-Conseils d'Entreprises (DJCE), du Diplôme d'Études Supérieures en Droit des Affaires et de Fiscalité.

- A étudié la propriété industrielle au Centre du Droit des Entreprises de la Faculté de Droit et des Sciences Économiques de Montpellier, sous la direction du Professeur J.M. Mousseron, auteur de traités des brevets , Pr Michel Vivant , Pr C.Lestanc , pr Didier Ferrier,

- A exercé en tant que Chef de la Division Juridique au sein du Groupe ONA (Al Mada) et ses filiales industrielles (Lesieur, Danone, Cosumar, 2M, Marjane).

- A suivi la réforme de la loi 17-97 relative à la propriété industrielle, notamment en tant que Président de la Commission "Droit et Entreprise" de la CGEM.

- Enseigne la propriété industrielle à l'Académie Marocaine de la Propriété Industrielle et Commerciale (AMAPIC) de l'OMPIC.

- publie régulièrement des articles spécialisés, notamment sur les inventions des salariés, la franchise de distribution ou industrielle,.

- Encadre des étudiants et chercheurs dans le domaine des contrats de franchise.

- Membre actif de plusieurs associations patronales telles que la CGEM, ASMEX, Tijara, APD, IMRI, au Maroc

Cet article est écrit par M.Abid Kabadi en collaboration avec Mme Fatema- Zahra Fassi- Fihri, Co- Associée du Cabinet Juristes-Conseils Partners SARL

En résumé.

La franchise industrielle constitue un levier stratégique, parmi d'autres formes de partenariat industriel, pour impulser un développement accéléré du secteur industriel en Afrique.

En s'inscrivant dans une démarche de développement durable, intégrant les énergies renouvelables et valorisant les compétences locales, cette approche pourrait devenir un modèle de l'industrie "Made in Africa".

Ce modèle de partenariat entre un franchiseur industriel et un franchisé du continent Africain requiert une collaboration étroite entre investisseurs, ingénieurs-conseils, conseillers en propriété industrielle et acteurs publics-privés. La maîtrise approfondie de la propriété industrielle par les ingénieurs, en lien avec des organismes de propriété industrielle, ainsi que la collaboration avec des Conseillers Agréés en propriété industrielle, constitue un enjeu clé pour accélérer la recherche, la création, et la compétitivité industrielle des pays du Continent Africain, dans un contexte mondial en mutation.

“La formation approfondie en propriété industrielle constitue un levier stratégique pour que les ingénieurs Africains puissent innover à l'échelle mondiale”

FORMATION

OPTIMISER SA PRÉSENCE SUR UN SALON ET MAXIMISER LE ROI

Stratégies sur mesure pour le marché africain, pour faire de vos salons des succès commerciaux tangibles.

- o Responsabilités de développement & organisation
- o Chargés de marketing (communication)
- o Divisions d'entreprise

UNE FORMATION POUR PROFESSIONNALISER VOTRE APPROCHE SALON

☎ 225 0760720021 ✉ info@franchiseagregator.com 🌐 franchiseagregator

Découvrez comment devenir un Franchiseur à succès

PAR LES PIONNIERS DU FRANCHISING EN EUROPE

- Découvrez pourquoi nos clients développent 3 à 6 fois plus vite que la moyenne nationale
- Découvrez les secrets des plus grands succès pérennes accompagnés par l'INSF (plus de 250 enseignes leaders)

Jardiland



carius



Carrefour

EatSalad



McDonald's

xerox™

ACADOMIA

MASTERCLASS EXCLUSIVE 100% OFFERTE

AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DES MEILLEURS PRATICIENS DU FRANCHISING EN EUROPE

- Places limitées
- 3 dates seulement en 2025
- Repartez avec une stratégie claire et actionnable en une demi-journée

Scannez le QR code pour découvrir les dates, les intervenants et le programme complet



INSF : L'accompagnement révolutionnaire des Franchiseurs et futurs Franchiseurs



L'accompagnement personnalisé des plus grands praticiens du Franchising Européen



50 ans d'expérience digitalisée et immédiatement actionnable



120 outils commerciaux et juridiques pour lancer votre franchise



Plus rapide, plus efficace, moins coûteux que les méthodes classiques



FORMATION

OPTIMISER SA PRÉSENCE SUR UN SALON ET MAXIMISER LE ROI

Stratégies sur mesure pour le marché africain, pour faire de vos salons des succès commerciaux tangibles.



- ✓ Responsables développement & expansion
- ✓ Chargés de marketing/communication
- ✓ Dirigeants d'entreprises

**UNE FORMATION POUR PROFESSIONNALISER VOTRE
APPROCHE SALON**

INFOLINE



FRANCHISES AGREGATOR

CONSULTANCE:

- CRÉATION DES FRANCHISES
- ENCADREMENT ET RESTRUCTURATION DES FRANCHISEURS ÉTABLIS

COURTAGE

- PORTEFEUILLE DE FRANCHISES
- PROJET D'ACQUISITION DE FRANCHISE
- ENCADREMENT DE FRANCHISÉS ET FUTURS FRANCHISÉS



info@afranchiseforum-mag.com



+225 0758725821



+2250758725821



INFOS@FRANCHISESAGREGATOR.COM

FRANCHISES AGREGATOR



Bernard ZOBO

juriste -consultant en franchise

ETUDE RELATIVE À L'EXTENSION DU SYSTÈME NORMATIF DE L'OHADA (ORGANISATION POUR L'HARMONISATION EN AFRIQUE DE DROIT DES AFFAIRES) À LA FRANCHISE

En un temps où le développement des réseaux de franchise en Afrique connaît une croissance exponentielle, il devient impératif de doter ces modèles économiques d'un cadre juridique clair, sécurisé et transfrontalier.

L'étude sur l'extension du système normatif de l'OHADA à la franchise propose justement une réponse structurée à ce besoin urgent. À travers ses 17 États membres, l'OHADA (Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires) s'affirme comme un pilier incontournable dans la construction d'un espace juridique commun favorisant l'essor des activités franchisées.

Cette initiative vise non seulement à renforcer la sécurité juridique en Afrique , mais aussi à stimuler l'investissement en Afrique par la mise en place d'une réglementation harmonisée de la franchise . Africa Franchise Forum Magazine explore ici les implications concrètes de cette étude et son impact sur les acteurs du commerce organisé.

L'étude relative à l'extension du système normatif de l'OHADA (organisation pour l'Harmonisation en Afrique de Droit des Affaires) à la franchise implique de présenter cette institution juridictionnelle inter régionale, mais aussi la fondation qui a produit cette étude.

Relativement à L'OHADA (Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires), elle est une organisation intergouvernementale créée le 17 octobre 1993 à Port-Louis (Île Maurice). Elle regroupe aujourd'hui 17 États africains, principalement francophones et certains anglophones ou lusophones, avec pour objectif principal d'harmoniser leurs législations commerciales et juridiques afin de favoriser les échanges et l'investissement en Afrique.

Ses membres actifs actuels sont :

1. Bénin
2. Burkina Faso
3. Cameroun
4. Centrafrique
5. Congo
6. Côte d'Ivoire
7. Gabon
8. Guinée
9. Guinée-Bissau
10. Madagascar
11. Mali
12. Niger
13. République Démocratique du Congo (RDC)
14. Sénégal
15. Tchad
16. Togo
17. Mauritanie (nouveau membre depuis 2023)

Mais aussi, elle a en son sein des membres observateurs que sont: Le Nigeria, le Ghana, la Namibie, le Rwanda et le Kenya sont des observateurs officiels, signe d'un intérêt croissant pour ce modèle juridique.



Les objectifs principaux de l'OHADA sont :

- Harmoniser les lois commerciales et juridiques entre les États membres.
- Renforcer la sécurité juridique pour les entreprises.
- Simplifier et moderniser les procédures judiciaires et administratives.
- Promouvoir l'investissement privé national et étranger.
- Créer un espace juridique commun et fiable en Afrique.

Les actes uniformes adoptés par l'OHADA

Depuis sa création, l'OHADA a adopté 11 actes uniformes qui s'appliquent dans tous les États membres. Ces textes remplacent progressivement les anciennes lois nationales dans les domaines suivants :

ACTE UNIFORME	DOMAINE CONCERNE
1. Généralités sur le droit commercial	Fondements du droit commercial
2. Sociétés commerciales et coopératives	Régime des sociétés
3. Garanties	Sécurisation des prêts et crédits
4. Procédure simplifiée de recouvrement	Recouvrement amiable des créances
5. Arbitrage	Règles de l'arbitrage commercial
6. Droit comptable	Normes de comptabilité
7. Contentieux devant le Tribunal arbitral commun	Procédure devant l'organe juridictionnel de l'OHADA
8. Droit des contrats	Formation, exécution et résiliation des contrats
9. Règles de la faillite	Procédures collectives
10. Titres et documents de paiement	Instruments financiers et bancaires
11. Médiation	Alternatives aux contentieux judiciaires

Le Tribunal Arbitral Commun (TAC)

L'OHADA dispose d'une institution judiciaire indépendante basée à Abidjan (Côte d'Ivoire) : le Tribunal Arbitral Commun. Il permet de régler les différends entre entreprises ou entre investisseurs et États, selon des règles claires et neutres, sans interférence politique ni bureaucratique.

Son objectif est de garantir rapidité, efficacité, sécurité juridique et indépendance dans le règlement des litiges commerciaux.

L'Impact et importance de l'OHADA s'analysent en les points suivants :

- Sécuriser les investissements grâce à un cadre juridique stable et prévisible.
- Faciliter les opérations transfrontalières entre pays membres.
- Améliorer le climat des affaires et renforcer la compétitivité des entreprises africaines.
- Renforcer la confiance internationale dans les systèmes juridiques africains.
- Favoriser la création de réseaux de franchise, de partenariats et d'entreprises multinationales en Afrique.

En chiffres (données indicatives en 2025)

- Plus de 17 États membres
- Plus de 10 000 entreprises formées aux normes OHADA
- Plus de 5 000 litiges traités par le Tribunal Arbitral Commun
- Augmentation moyenne de +20 % des investissements directs étrangers dans les États membres après l'adhésion à l'OHADA.

L'OHADA représente une avancée majeure vers l'intégration économique africaine. En instaurant un cadre juridique moderne, harmonisé et efficace, elle contribue à faire de l'Afrique un continent plus attractif pour les entrepreneurs, les franchises et les investisseurs internationaux.

Pour Africa Franchise Forum Magazine, l'OHADA constitue un levier essentiel pour promouvoir la franchise et le commerce organisé en Afrique, en offrant aux franchisés et franchiseurs un environnement légal clair et sécurisé.

En ce qui concerne la Fondation pour le droit continental (FDC), elle est une organisation juridique indépendante basée en France, qui a pour mission de promouvoir, étudier et diffuser les principes du droit continental, notamment dans les domaines du droit commercial, des contrats, des sociétés, de l'arbitrage et de la régulation économique.

“L'OHADA représente une avancée majeure vers l'intégration économique africaine.”

Elle s'inscrit dans un contexte globalisé où le droit civil (ou droit continental) se retrouve souvent en concurrence avec le common law anglo-saxon. Face à cette dynamique, la FDC vise à renforcer la visibilité et l'influence du droit civil, tant au niveau national qu'international.

Ses missions principales de la Fondation sont :

1. La recherche juridique : Production de rapports, analyses et publications sur les évolutions du droit civil.
2. La formation : Organisation de séminaires, conférences et programmes destinés aux juristes, magistrats et étudiants.
3. Le dialogue interculturel : Promotion du dialogue entre systèmes juridiques (civil law vs common law).
4. L'appui institutionnel : Soutien aux réformes législatives et réglementaires dans les pays francophones et autres États utilisant le droit civil.
5. Les partenariats internationaux : Collaboration avec des institutions juridiques africaines, européennes et latino-américaines.

Ses domaines d'intervention clés sont :

- Le Droit des affaires
- Le Droit des contrats
- Le Droit des sociétés
- L'Arbitrage international
- La Régulation économique
- L'Harmonisation du droit en Afrique (notamment via l'OHADA)

La FDC joue un rôle important dans le soutien aux réformes juridiques en Afrique subsaharienne, notamment dans les pays membres de l'OHADA.

Ses travaux servent de base à des formations dispensées aux juges, avocats et cadres juridiques locaux.

Elle participe également à :

- Des missions d'appui technique aux gouvernements
- La publication de guides pratiques pour les professionnels du droit
- L'organisation de colloques internationaux sur l'actualité juridique africaine

La Fondation pour le droit continental, sous la direction inspirante d'Anne-Charlotte Gros, constitue un acteur majeur dans la promotion du droit civil au sein du monde globalisé. Son travail de fond profite non seulement aux juristes mais aussi aux entrepreneurs, investisseurs et décideurs politiques soucieux de sécuriser leurs activités dans des environnements juridiques stables et prévisibles.

A Africa Franchise Forum Magazine, nous estimons que cette fondation représente une source précieuse d'expertise juridique, utile pour mieux comprendre les enjeux légaux liés à la franchise, au commerce organisé et à l'investissement en Afrique francophone

Ainsi dans le cadre de ses compétences ci-dessus-présentées, le 31 juillet 2019, elle a produit cette étude qui participe aux propositions visant la réglementation de l'industrie de la franchise en Afrique.

Certes ces travaux s'inspirent de la législation française en la matière, mais ils ont cependant le mérite de poser les bases d'une réflexion en vue de produire des textes législatifs inculturés, c'est-à-dire des textes prenant en compte les réalités africaines.

LE CONTEXTE

La franchise permet à une entreprise de développer son concept grâce à des distributeurs indépendants, souvent des néo-entrepreneurs, auxquels elle transmet son savoir-faire, met à disposition des signes de ralliement de la clientèle et procure son assistance.

La franchise se développe en Afrique et en particulier dans les États Parties de l'OHADA du fait notamment des nouveaux modes de consommation mais ne fait pas encore à ce jour l'objet de règles communes en vertu d'un Acte Uniforme, en particulier de l'Acte uniforme révisé portant sur le droit commercial général. Les seuls acteurs de la distribution auxquels s'intéresse ce dernier sont les intermédiaires de commerce : commissionnaires, courtiers et agents commerciaux.

L'établissement de règles communes régissant les contrats de franchise dans l'espace OHADA contribuerait à permettre :

-Aux franchiseurs non ressortissants d'un État Partie de développer leur réseau dans les différents pays de l'Espace OHADA tout en étant soumis aux mêmes règles.

-Aux ressortissants des États membres de devenir franchisés de réseaux de dimension régionale et mondiale ou de développer dans l'espace OHADA leur propre réseau à partir de concepts qu'ils ont créés.

Si les franchiseurs concluent souvent un contrat avec un master franchisé soumis au droit qui est le leur, les contrats conclus entre le master franchisé et les franchisés sont en général soumis au droit local. Des dispositions uniformes sur la franchise inviteraient à soumettre au droit OHADA non seulement le contrat conclu entre le franchiseur et le master franchisé mais aussi les contrats conclus par ce dernier avec les franchisés, ce qui est plus cohérent.

Telles sont les raisons qui ont conduit à la constitution d'un groupe de travail sous la coordination de la Fondation pour le droit continental et du Conseil Français des Investisseurs en Afrique. Suite à l'accord donné par Monsieur le Secrétaire Permanent pour réaliser une étude relative à l'extension du système normatif de l'OHADA à la franchise, les membres du groupe de travail ont décidé de proposer l'insertion d'un projet de Livre VII bis consacré à la franchise dans l'Acte uniforme révisé portant sur le droit commercial général.

Le groupe de travail a été constitué en tenant compte de la parité zone OHADA/ zone Europe et en s'assurant que l'intérêt des franchiseurs et des franchisés soient équitablement représentés. Chaque rédaction optionnelle a permis de prendre en compte les sensibilités et les nuances apportées par chaque contributrice/contributeur (cf article 1,5, 16).

EXPOSE DES MOTIFS.

Le projet d'article 1 définit le champ d'application dans l'espace du projet de Livre VII bis. Suivant une première proposition, les dispositions consacrées à la franchise s'appliquent lorsque le franchisé exerce son activité sur le territoire d'un Etat Partie. Si le franchiseur a son siège dans un Etat tiers, les parties peuvent, en raison de cet élément d'extranéité, choisir la loi applicable à leur contrat, sous réserve de l'application, en tant que lois de police, des projets d'articles 9 et/ou 16. Suivant une deuxième proposition, les dispositions consacrées à la franchise s'appliquent lorsque le franchisé et le franchiseur sont établis sur le territoire d'un ou de deux Etats parties. Elles sont également applicables si le droit international privé désigne la loi d'un Etat partie. Enfin, quelle que soit la loi applicable, les projets d'articles 9 et/ou 16 s'imposent en tant que lois de police lorsque le franchisé exerce son activité sur le territoire d'un Etat partie.

Le contrat de franchise repose sur deux éléments essentiels que sont le savoir-faire et les signes distinctifs de ralliement de la clientèle, tous deux par ailleurs définis (projet d'art. 2). Tout contrat de franchise conclu sans que l'on y retrouve ces deux éléments est nul (projet d'art. 3). S'agissant des autres conditions de fond, il est renvoyé aux droits nationaux, précision faite que ce que l'on appelle parfois « erreur sur la rentabilité »

ne peut donner lieu à l'annulation du contrat, mais peut, le cas échéant, donner lieu à l'octroi de dommages-intérêts. Quant à la forme, il est proposé soit de subordonner la validité du contrat à la conclusion d'un écrit, soit au contraire de retenir le principe consensualiste (projet d'art. 5).

Le devoir d'assistance n'est pas tant envisagé comme un élément essentiel du contrat de franchise (un élément qualifiant) que comme une « suite » du contrat de franchise, puisqu'il concerne la mise en œuvre du savoir-faire (projet d'art. 4).

La validité des clauses restrictives de concurrence est subordonnée à leur nécessité quant à la protection du savoir-faire ou au maintien de l'identité commune et de la réputation du réseau franchisé, en vertu de la théorie des restrictions accessoires en droit de la concurrence. La question de la validité des clauses post-contractuelles de non-concurrence est toutefois réservée par une disposition plus précise afin d'assurer la meilleure sécurité juridique (projet d'art. 6)

L'interdiction de convenir des prix de revente des marchandises ou de fourniture des services par le franchisé est affirmée sous la réserve de la possibilité de convenir de prix maxima (projet d'art. 7).

Un franchisé conclut en général un contrat de franchise en considération du savoir-faire et des signes de ralliement de la clientèle. C'est pourquoi le contrat est réputé ne pas être conclu, sauf stipulation contraire, en considération de la personne du franchiseur ou de ses organes, ce dont il est tiré qu'il peut être librement cédé à titre particulier ou transmis à titre universel (projet d'art. 8)

Parce qu'il est de manière générale prévu contractuellement que le local du franchisé est agréé par le franchiseur, le changement de local doit être convenu entre les parties. Toutefois, il est prévu une obligation de renégociation de bonne foi en cas de bouleversement des facteurs locaux de commercialité afin que le franchisé puisse exercer au mieux son activité (projet d'art. 10). Le prix des approvisionnements du franchisé doit être déterminé, sachant qu'il peut être convenu qu'il sera fixé unilatéralement par le franchiseur. Dans cette hypothèse, et en cas d'abus du franchiseur, le franchisé dispose de mesures correctives (projet d'art. 11).

Il n'est pas rare que le franchiseur et le franchisé soient liés par plusieurs contrats distincts : un contrat de franchise et un contrat d'approvisionnement par exemple. De tels contrats sont par principe indivisibles, raison pour laquelle ils doivent prendre fin au même moment (projet d'art. 12).

Le franchisé ne peut prétendre à aucune indemnité en raison de la seule cessation de ses relations avec le franchiseur (projet d'art. 15) ce qui n'exclut évidemment pas une action en responsabilité en cas de rupture fautive.

À l'expiration du contrat, il est naturel que le franchisé cesse d'exploiter les signes distinctifs de la franchise (projet d'art. 13), mais il a semblé équitable qu'il dispose d'un délai raisonnable pour accomplir les prestations de service en cours et vendre les marchandises en stock sur lesquelles le franchiseur a apposé sa marque, à moins que le franchiseur ne préfère les préempter (projet d'art. 14).

La question sensible de la liberté d'exercice d'une activité par le franchisé qui soit concurrente de celle du franchiseur a conduit le groupe de travail à faire deux propositions (projet d'art. 16). Suivant la première, les clauses de non-concurrence sont valables pourvu qu'elles soient contenues dans des limites précises dans le temps (une année) et l'espace (le local ou le terrain, non l'éventuelle zone d'exclusivité accordée au franchisé) ; suivant la seconde, de telles clauses sont inefficaces, le franchisé pouvant exercer toute activité, même concurrente de celle du franchiseur, dès lorsqu'il poursuit son exploitation de manière loyale, sans détourner le savoir-faire acquis et les signes distinctifs de ralliement de la clientèle du franchiseur.

PROPOSITION DE REDACTION-PROJET DE CREATION D'UN LIVRE VII BIS « FRANCHISE » DANS L'AUDCG

1. « Les dispositions du présent Livre sont applicables lorsque le franchisé exerce son activité sur le territoire d'un État Partie.

Chaque fois que le contrat est conclu avec un franchiseur ayant son siège dans un État tiers, les parties peuvent choisir la loi applicable à leur contrat. Dans ce cas, les articles 9 [et/ou] 16 sont en tout état de cause applicables. »

ou
« Les dispositions du présent livre s'appliquent à tout contrat de franchise :

a) lorsque le franchiseur et le franchisé ont leur établissement sur le territoire d'un ou de plusieurs États parties ;

b) lorsque les règles du droit international privé désignent la loi d'un État partie.

Toutefois, lorsque le franchisé exerce son activité sur le territoire d'un État partie, les articles 9 [et/ou] 16 s'appliquent quelle que soit la loi applicable au contrat. »

2. Au sens du présent Livre, le contrat de franchise est celui par lequel une personne, le franchiseur, s'oblige à mettre à disposition d'une autre, le franchisé, un savoir-faire et des signes distinctifs de ralliement de la clientèle.

Le savoir-faire est un ensemble secret et substantiel d'informations pratiques non brevetées, résultant de l'expérience du franchiseur et testées par lui avec succès.

Les signes distinctifs de ralliement de la clientèle sont des signes servant à distinguer les produits ou services du franchiseur.

3. Au cours de l'exécution du contrat, le franchiseur est tenu d'assister le franchisé dans la mise en œuvre du savoir-faire.

4. Le contrat de franchise est nul de nullité relative lorsque le franchiseur ne dispose pas, au moment de la prise d'effet du contrat, du savoir-faire ou des signes distinctifs de ralliement de clientèle qu'il s'est obligé à mettre à disposition du franchisé.

5. « Le contrat de franchise n'est soumis à aucune condition de forme. »

ou
« Le contrat de franchise doit être conclu par écrit à peine de nullité ».

Il est soumis aux conditions de fond qui résultent de la loi applicable au contrat.

Le franchisé ne saurait invoquer la nullité du contrat pour erreur au prétexte qu'il se serait mépris sur les résultats à venir de son exploitation lors de la conclusion du contrat. Il peut néanmoins, le cas échéant, engager la responsabilité du franchiseur.

6. Sous réserve des dispositions de l'article 16, les clauses restrictives de concurrence d'un contrat de franchise sont valables dès lors qu'elles sont nécessaires à la protection du savoir-faire ou au maintien de l'identité commune et de la réputation du réseau de franchise.

7. Le franchiseur et le franchisé ne peuvent convenir du prix de revente des produits par le franchisé ou des prix auxquels les prestations de service seront fournies par ce dernier, sous réserve de la possibilité de convenir de prix maxima.

8. Sauf stipulation contraire, le contrat de franchise est réputé ne pas être conclu en considération du franchiseur, de ses dirigeants et de ses associés. Il peut en conséquence être librement transmis à titre universel ou cédé à titre particulier par le franchiseur, cette transmission ou cession n'étant opposable au franchisé qu'une fois celui-ci informé.

9. Quarante jours au moins avant la conclusion du contrat de franchise, chaque partie doit communiquer par tout moyen à l'autre un document d'information précontractuelle comportant les informations suivantes:

A. Informations communiquées par le franchiseur au candidat franchisé

1° Quant au franchiseur :

a) la date de démarrage de l'activité du franchiseur et les principales étapes de son évolution ;

b) lorsque le franchiseur est une personne morale : l'adresse de son siège social, sa forme juridique, le montant de son capital social ;

c) l'identité, la formation et le parcours professionnel des dirigeants de l'entreprise du franchiseur ;

d) la nature des activités du franchiseur et les comptes annuels des deux derniers exercices précédant la délivrance du document d'information précontractuelle ;

e) les droits du franchiseur sur les marques rapportant au contrat de franchise, en vertu le cas échéant de l'Accord portant révision de l'Accord de Bangui du 02 mars 1977 instituant une Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle ou de toutes autres règles ;

f) la domiciliation bancaire du franchiseur.

2° Quant au marché : une présentation de l'état général et local du marché des produits ou services devant faire l'objet du contrat de franchise. Lorsque le franchiseur fournit au franchisé des comptes prévisionnels, il en justifie la teneur par tout moyen, tel que la réalisation d'une étude de marché ou les résultats réalisés par les points de vente comparables situés dans des zones comparables.

3° Quant au réseau d'exploitants :

a) La liste des entreprises qui font partie du réseau avec l'indication pour chacune d'elles de leur mode d'exploitation ;

b) L'adresse des entreprises avec lesquelles le franchiseur qui propose le contrat est lié par des contrats de franchise, ainsi que la date de conclusion ou de renouvellement de ces contrats ;

c) Le nombre d'entreprises qui, étant liées au franchiseur par des contrats de même nature que celui dont la conclusion est envisagée, ont cessé de faire partie du réseau au cours des vingt-quatre derniers mois précédant la délivrance du document d'information précontractuelle ainsi que, pour chacune d'elles, le motif de leur sortie du réseau ;

d) le cas échéant, la présence, dans la zone d'activité de l'implantation prévue par le contrat proposé, de tout établissement dans lequel sont offerts, avec l'accord exprès de la personne qui propose le contrat, les produits ou services faisant l'objet de celui-ci ;

e) le nombre d'entreprises du réseau qui, à la connaissance du franchiseur, a enregistré au cours des deux derniers exercices des pertes d'exploitation ;

4° La copie intégrale du projet de contrat de franchise dont la conclusion est envisagée ainsi que la liste de ses annexes;

5° La nature et le montant des investissements et autres sommes devant être engagés par le candidat franchisé en raison de la conclusion du contrat de franchise, avant de commencer l'exploitation.

B. Informations communiquées par le candidat franchisé au franchiseur

1° Quant au candidat franchisé :

a) l'identité, la formation et le parcours professionnel des dirigeants de l'entreprise du candidat franchisé ;

b) lorsque le candidat franchisé est une personne morale : l'adresse de son siège social, sa forme juridique, le montant de son capital social et la composition de son actionnariat ;

c) la domiciliation bancaire du candidat franchisé.

2° Le montant des fonds propres et des fonds d'emprunt que le candidat franchisé dédiera avant de commencer l'exploitation de l'activité objet du contrat de franchise.

3° Quant aux autres activités du candidat franchisé:

a) une présentation des autres activités professionnelles exercées par le candidat franchisé, directement ou indirectement, en quelque qualité que ce soit (actionnaire, dirigeant, salarié ou autre) et quelle qu'en soit la nature (concurrente ou non de l'activité objet du contrat de franchise) avec l'indication, pour chacune d'elles, du lieu d'exercice et du temps y étant consacré par le candidat franchisé ;

b) les éventuelles pertes d'exploitation subies par le candidat franchisé au cours des deux derniers exercices dans les sociétés qu'il a pu contrôler ou gérer.

Seules les informations prévues au présent article sont dues entre les intéressés.

10. Chaque fois que la situation du local dans lequel le franchisé exerce son activité est agréée par le franchiseur, un changement de situation du local est subordonné à un accord des parties.

En cas de bouleversement des facteurs locaux de commercialité en cours de contrat, les parties sont obligées de renégocier de bonne foi en vue de s'accorder sur un tel changement.

11. Lorsque le franchisé est tenu de s'approvisionner auprès du franchiseur ou d'un tiers désigné par lui, le contrat prévoit un mode de détermination du prix des approvisionnements.

Lorsque ce prix est, directement ou indirectement, en tout ou partie, déterminé par le franchiseur ou par un tiers désigné par lui, l'abus dans la fixation du prix autorise notamment le franchisé à s'approvisionner auprès d'autrui pour des produits équivalents, sans préjudice de sa faculté d'engager la responsabilité du franchiseur ou de résoudre le contrat.

12. L'ensemble des contrats indivisibles liant le franchiseur et le franchisé ont une échéance commune lorsqu'ils sont tous conclus pour une durée déterminée.

Lorsqu'ils ne le sont pas tous, ils prennent fin en même temps, après un préavis raisonnable, par la notification de la résiliation de celui ou ceux qui le sont pour une durée indéterminée.

13. À l'expiration du contrat, le franchisé cesse d'utiliser les signes distinctifs de ralliement de la clientèle.

14. À l'expiration du contrat, le franchisé dispose d'un délai raisonnable, compte tenu de la nature des produits et les circonstances de la cessation des relations entre les parties, pour accomplir les prestations de service en cours et vendre les marchandises en stock sur lesquelles le franchiseur a apposé sa marque. Toutefois, le franchiseur peut préférer les acquérir, pour le prix auquel les marchandises avaient été acquises par le franchisé.

15 Le franchisé n'a droit à aucune indemnité au seul titre de la cessation de ses relations avec le franchiseur.

16. « Les clauses qui interdisent au franchisé d'exercer une activité concurrente de celle du franchiseur après l'expiration du contrat ne sont valables que si elles sont limitées à l'utilisation des locaux et des terrains à partir desquels le franchisé a exercé son activité pendant la durée du contrat et si la durée de l'obligation est limitée à un an à compter de l'expiration de l'accord.

En tout état de cause, le franchisé ne pourra poursuivre son exploitation de manière déloyale, en détournant le savoir-faire acquis et les signes distinctifs de ralliement de la clientèle du franchiseur.

ou

« A l'expiration du contrat, et nonobstant toute stipulation contraire, le franchisé pourra exercer toute activité, même concurrente de celle du franchiseur, dès lors qu'il poursuit son exploitation de manière loyale, sans détourner le savoir-faire acquis et les signes distinctifs de ralliement de la clientèle du franchiseur. »

CONTRIBUTRICES/CONTRIBUTEURS

Cette étude a été réalisée sous la coordination de la Fondation pour le droit continental et du Conseil Français des Investisseurs en Afrique.

Le Professeur Cyril Grimaldi, Secrétaire Général de l'Association Henri Capitant, Agrégé des facultés de droit, Professeur à l'Université Paris 13, a assuré la direction scientifique du groupe de travail constitué des personnes suivantes :

-AKAM AKAM André, Agrégé de droit privé, Doyen de la faculté des sciences juridiques et politiques de l'Université de Douala

-ANOU Gérard, Agrégé des facultés de droit, Professeur à l'Université de Perpignan

-BUSTIN Olivier, Docteur en droit, Avocat aux barreaux de Paris, de Lisbonne et de Kinshasa/Matete

-

-CISSÉ Abdoullah, Professeur titulaire des universités, Doyen honoraire de la Faculté de droit de l'Université Gaston Berger de Saint-Louis, premier Recteur de l'Université Alioune Diop de Bambey

-DELANNOY Hervé, Directeur juridique du Groupe Rallye, ancien Président de l'Association Française des Juristes d'Entreprise

-HAUSMANN Christian, Avocat honoraire, arbitre, médiateur

-KAMYA Caline, Avocate aux Barreaux de Paris et du Cameroun

-KENFACK Hugues, Agrégé des Facultés de droit, Doyen honoraire de la Faculté de droit et de sciences politiques de Toulouse, Professeur à l'Université de Toulouse I

-LECAT Jean-Jacques, Avocat au barreau de Paris et Président de la commission juridique et fiscale du Conseil Français des Investisseurs en Afrique

-MARTOR Boris, Avocat au barreau de Paris

-MODI KOKO BEBEY Henri, Agrégé des facultés de droit, Doyen des Facultés des Sciences juridiques et Politiques de l'Université de Dschang, Membre du Conseil Scientifique International de la Fondation pour le droit continental

-NGWANZA Achille, Docteur en droit, conseil et Expert en droit de l'arbitrage OHADA

-SIMON François-Luc, Avocat au barreau de Paris

-ZAKHAROVA-RENAUD Olga, Avocate au barreau de Paris.

REMERCIEMENTS

La Fondation pour le droit continental et le Conseil Français des Investisseurs en Afrique tiennent à remercier Monsieur Dorothe Cossi Sossa pour la confiance qui leur a été accordée pour entreprendre ces travaux.

Ils remercient également chaleureusement chacune des personnes du groupe de travail qui ont bien voulu consacrer du temps à ces travaux et y contribuer à la proposition de texte, en particulier Monsieur Cyril Grimaldi, Secrétaire Général de l'Association Henri Capitant, Agrégé des facultés de droit et Professeur à l'Université Paris 13.

Enfin, les deux organismes tiennent à remercier le Ministère français de l'Europe et des Affaires étrangères qui a facilité la mise en place du groupe de travail.

FORMATION

OPTIMISER SA PRÉSENCE SUR UN SALON ET MAXIMISER LE ROI

Stratégies sur mesure pour le marché africain, pour faire de vos salons des succès commerciaux tangibles.

- Responsables de développement & opérations
- Chargés de marketing (communication)
- Directeurs d'entreprise

UNE FORMATION POUR PROFESSIONNALISER VOTRE APPROCHE SALON

☎ +228 0758720021

INFOLINE
📧 infos@franchiseaggregator.com

📄 [franchiseaggregator](http://franchiseaggregator.com)



Bernard ZOBO

juriste -consultant en franchise

LES FRANCHISES BANCAIRES EN AFRIQUE : UN LEVIER POUR L'INCLUSION FINANCIÈRE ET LA CROISSANCE ÉCONOMIQUE

Depuis quelques années, le secteur bancaire africain connaît une transformation profonde. Face à un défi majeur d'inclusion financière, les banques redéfinissent leurs modèles de distribution. L'une des réponses innovantes est l'émergence du système de franchise bancaire, ou des réseaux similaires comme les micro-agences et agents financiers.

Africa Franchise Forum magazine explore ce phénomène qui pourrait bien changer la donne dans la bancarisation des populations non desservies par les réseaux traditionnels.

La franchise bancaire s'inspire des concepts éprouvés dans le commerce de détail : une enseigne (la banque) délègue à un tiers (le franchisé) la gestion d'un point de service financier sous sa marque. Ce système permet à la banque d'étendre son empreinte géographique sans supporter les coûts d'ouverture d'agences classiques.

En Afrique, où seulement 43 % de la population adulte est bancarisée selon la Banque mondiale, ce modèle offre une solution rapide, rentable et scalable.

Source: World Bank. (2022). Global Findex Database 2021.

<https://globalfindex.worldbank.org/>

Les caractéristiques de la franchise bancaire sont les suivantes:

- Le franchisé investit dans l'infrastructure locale (kiosque, guichet, micro-agence).
- Il utilise les outils, les systèmes et la marque du franchiseur.
- Il reçoit une formation et un accompagnement technique.
- Il perçoit une commission sur les services rendus aux clients (dépôts, retraits, transferts, micro-crédits, etc.).

Cela permet à la banque d'atteindre les zones rurales ou informelles sans ouvrir une agence classique.

Nous pouvons citer des exemples concrets sur le continent :

1. Banque Populaire du Rwanda (BPR) – Mastercard

Cette banque a initié le modèle dénommé le "BPR Franchise". Le modèle "BPR Franchise" est une initiative innovante lancée par la Banque Populaire du Rwanda (BPR) en partenariat avec Mastercard, dans le but d'accroître l'inclusion financière au Rwanda et potentiellement dans d'autres pays africains.

Ce modèle s'inspire des principes de la franchise commerciale classique, mais appliquée au secteur bancaire. Il permet à des partenaires indépendants (les franchisés) d'exploiter des points de service financier sous la marque BPR, en offrant aux clients des services bancaires de base.

Le concept consiste à installer des guichets automatisés dans des lieux stratégiques (supermarchés, stations-service), exploités par des franchisés.



Cela a donné naissance à Plus de 200 points de vente en quelques mois, avec une forte augmentation de la fréquentation et de l'utilisation des services bancaires de base.

« Nous visons un accès universel à la banque d'ici 2030 », déclare Jean-Paul Ndayambaje, Directeur Général de la BPR. Dans une interview sur le lancement du modèle de franchise bancaire. The New Times : <https://www.newtimes.co.rw>

“En Afrique, où seulement 43 % de la population adulte est bancarisée selon la Banque mondiale, ce modèle offre une solution rapide, rentable et scalable.”

2. Standard Bank – Afrique du Sud

La Standard Bank est l'une des plus grandes banques d'Afrique du Sud, et l'une des institutions financières les plus importantes du continent africain. Elle opère dans plusieurs pays africains, notamment en Namibie, au Mozambique, au Nigeria, en Angola, en Zambie, au Ghana, et dans d'autres marchés stratégiques.

Il a mis en place le concept de "Bank-in-a-Box" (littéralement "une banque dans une boîte"). Il fait référence à un modèle de micro-agence bancaire qui permet de déployer rapidement des points de service financier, même dans des zones mal desservies ou reculées.

Ce n'est pas une franchise bancaire au sens strict du terme (comme dans le commerce ou la restauration), mais cela s'en rapproche beaucoup :

Dans cette stratégie un partenaire local (souvent un micro entrepreneur) reçoit une formation, un équipement léger (tablettes, imprimantes, lecteurs de carte, etc.) et un accès sécurisé au réseau bancaire.

Ce partenaire devient alors un point de contact officiel entre la banque et ses clients, offrant des services simples comme :

- Dépôts et retraits,
- Transferts d'argent,
- Paiements de factures,
- Ouverture de comptes de base.

Ce système fonctionne de la manière suivante :

- 1.Équipement simplifié : chaque point de service dispose d'un matériel léger, mobile ou semi-fixe, souvent connecté via une application sécurisée.
- 2.Formation des agents : les partenaires sont formés par la banque pour gérer les transactions courantes et comprendre les risques liés aux fraudes ou au blanchiment d'argent.
- 3.Supervision centralisée : toutes les transactions effectuées par les agents sont enregistrées et contrôlées à distance par la banque.

Accès facilité : ces points de vente sont installés dans des lieux accessibles : marchés, boutiques locales, centres communautaires, etc.

“La franchise bancaire s'inspire des concepts éprouvés dans le commerce de détail : une enseigne (la banque) délègue à un tiers (le franchisé) la gestion d'un point de service financier sous sa marque. Ce système permet à la banque d'étendre son empreinte géographique sans supporter les coûts d'ouverture d'agences classiques. ”



Les Objectifs du modèle "Bank-in-a-Box" visent :

- 1.Inclusion financière : apporter des services bancaires aux populations exclues du système traditionnel.
- 2.Réduction des coûts : éviter les investissements lourds dans des agences physiques.
- 3.Proximité et confiance : utiliser des personnes locales comme intermédiaires pour créer une relation de proximité avec les clients.
- 4.Digitalisation des services : intégrer les technologies numériques dans des environnements peu connectés.

L'impact géographique de ce modèle s'aperçoit en une extension dans plusieurs pays africains. En effet grâce à ce modèle innovant, Standard Bank a pu étendre sa présence dans plusieurs pays africains sans avoir à construire des agences physiques coûteuses ou à embaucher des centaines de nouveaux employés.

Par exemple:

- En Zambie, Standard Bank a lancé un programme similaire avec des agents dans les zones rurales.
- Au Nigeria, la banque a expérimenté des solutions similaires pour toucher les populations non bancarisées.
- En Afrique du Sud, ce modèle est utilisé dans les townships et les régions éloignées du Cap ou du Kwazulu-Natal.

3. Ecobank – Présence dans 35 pays

Le groupe Ecobank Transnational Incorporated (Ecobank T.I.), basé à Lomé au Togo et créé en 2005 à la suite de la fusion de plusieurs banques nationales, opère dans plus de 33 pays africains à travers un réseau comprenant plus de 3 000 guichets automatiques, environ 1 800 agences bancaires traditionnelles ainsi que des dizaines de milliers d'agents bancaires communautaires, et emploie environ 14 000 personnes à travers le continent, avec pour principaux actionnaires l'Ecobank Foundation et des investisseurs institutionnels issus de la gestion privée internationale.

Ecobank utilise un modèle de distribution bancaire basé sur un réseau d'agents bancaires communautaires, qui sont des personnes ou des commerçants locaux formés et équipés par la banque avec des terminaux sécurisés, leur permettant d'offrir des services financiers de proximité tels que le rechargement mobile, les virements, les paiements de factures, les dépôts et retraits d'espèces, l'ouverture de comptes de base, ainsi que des micro-assurances et micro-crédits dans certains pays.

Le modèle d'agent bancaire présente des avantages multiples : pour la banque, il permet un déploiement rapide et à faible coût tout en étendant le réseau sans avoir à construire d'agences physiques ; pour l'agent, il offre une opportunité de revenus complémentaire avec une formation rapide ; et pour le client, il assure un accès facile et immédiat aux services financiers directement dans sa communauté.

Ecobank a adopté dès sa création une vision claire et ambitieuse : devenir la première banque panafricaine, et pour cela, sa stratégie repose sur deux piliers majeurs, à savoir une présence dans plusieurs pays africains — avec des opérations actives dans 33 pays à travers le continent — ce qui en fait la plus grande banque universelle d'Afrique en termes de couverture géographique, avec des marchés clés situés en Afrique de l'Ouest (Togo, Nigeria, Ghana, Côte d'Ivoire), en Afrique de l'Est (Kenya, Tanzanie, Ouganda), en Afrique centrale (Cameroun, RDC, RCA) ainsi qu'en Afrique australe (Afrique du Sud, Namibie, Mozambique).



L'impact de la Stratégie d'Expansion est le suivant :

1. Croissance du nombre de clients
 - Fin 2024, Ecobank comptait plus de 35 millions de clients à travers l'Afrique.
 - Grâce à son réseau d'agents, il a réussi à bancariser des populations auparavant exclues du système financier.
2. Pénétration dans les zones rurales
 - Dans des pays comme le Bénin , le Burkina Faso , ou le Sénégal , les agents bancaires ont permis d'étendre la présence de la banque là où les agences physiques étaient absentes.
 - Exemple : Au Nigeria , plus de 60 % des transactions bancaires numériques passent par des agents ou des canaux digitaux.
3. Croissance des revenus non liés aux intérêts.
 - Les commissions générées par les agents bancaires et les services numériques ont permis à Ecobank de diversifier ses sources de revenus.
 - Selon le rapport annuel 2023, les revenus hors intérêts représentaient environ 32 % du revenu total .

4. Renforcement de la résilience économique

- Le modèle basé sur les agents est moins sensible aux crises économiques locales qu'un réseau d'agences coûteuses.
- Il a permis à Ecobank de maintenir une croissance stable malgré les chocs monétaires et politiques dans certains pays.

Sources Actualisées : Rapport annuel 2023 d'Ecobank Transnational Incorporated.

<https://www.ecobank.com/investor-relations/financial-reports/>

4. UBA – Nigeria

UBA, l'une des banques panafricaines les plus innovantes, a lancé UbaGo, une plateforme mobile accessible via une application ou un service USSD, permettant aux habitants des zones mal desservies de bénéficier de services bancaires comme l'ouverture de compte, les transferts d'argent, le rechargement téléphonique, le paiement de factures ou encore l'épargne, tout en s'appuyant sur un réseau d'agents locaux pour renforcer son accès et son impact dans des régions auparavant peu couvertes par les services financiers traditionnels.



UBA cible les zones rurales et périurbaines mal desservies par les banques traditionnelles en raison du manque d'infrastructures, des coûts élevés liés à l'ouverture d'agences physiques, de la faible densité de population et des difficultés d'accès géographique, et grâce à sa solution innovante UbaGo appuyée par un réseau d'agents locaux, la banque a pu atteindre des millions de clients, notamment des jeunes et des personnes non bancarisées, en réduisant ses coûts d'acquisition et en contribuant activement à l'inclusion financière au Nigeria.

UbaGo est une plateforme digitale lancée par la banque nigériane UBA pour offrir des services bancaires aux populations vivant dans des zones mal desservies ; accessible via une application mobile ou une solution USSD compatible avec les téléphones basiques, elle permet notamment d'ouvrir un compte à distance, d'effectuer des transferts d'argent, de recharger son téléphone, de payer des factures, ainsi que d'épargner ou de bénéficier de prêts, le tout appuyé par un réseau d'agents bancaires locaux – tels que des commerçants ou microentrepreneurs formés – qui facilitent les transactions en personne, aident les utilisateurs à utiliser la plateforme, vérifient l'identité des clients (KYC), et proposent des produits financiers simples, selon un modèle proche de celui des agents mobile money utilisés par des opérateurs comme MTN ou Orange Money.



DJUITCHOU KAMDEM Lynda Claire
docteur en droit privé

FRANCHISE AU CAMEROUN : UN LEVIER POUR LE DÉVELOPPEMENT ENTREPRENEURIAL ET UNE CROISSANCE INCLUSIVE

Dans un contexte économique où l'innovation, l'emploi et la structuration des secteurs informels constituent des défis majeurs pour de nombreux pays africains, la franchise au Cameroun s'impose progressivement comme une solution stratégique pour impulser un développement entrepreneurial durable et inclusif. Le Cameroun, souvent surnommé « l'Afrique en miniature » en raison de sa diversité culturelle et économique, offre un terrain fertile à l'émergence de modèles commerciaux organisés capables de stimuler la création d'entreprises locales, tout en favorisant l'intégration socio-économique.

Avec un tissu entrepreneurial dynamique mais largement fragmenté, le pays a tout à gagner d'un modèle comme la franchise, qui allie innovation, transfert de savoir-faire et accompagnement opérationnel. En effet, la franchise au Cameroun représente bien plus qu'une simple stratégie de distribution : elle constitue un levier puissant pour encadrer les initiatives locales, professionnaliser les acteurs du marché et offrir aux jeunes entrepreneurs des opportunités concrètes de croissance.

C'est dans cette optique que la franchise camerounaise commence à se structurer, soutenue par des pionniers, des organismes d'appui et des plateformes spécialisées telles que Africa Franchise Forum Magazine, qui mettent en lumière les bonnes pratiques et les succès inspirants. Loin d'être réservée aux grandes entreprises ou aux marques internationales, la franchise peut aussi être un outil de développement entrepreneurial local, permettant aux PME et startups camerounaises de se déployer de manière rapide, contrôlée et rentable.

Ce modèle offre également un potentiel significatif en matière de croissance inclusive, en intégrant des segments de la population souvent marginalisés du tissu économique formel, notamment les jeunes, les femmes et les micro-entrepreneurs. À travers des concepts adaptés au contexte local, des formations continues et un accompagnement personnalisé, la franchise au Cameroun peut jouer pleinement son rôle de catalyseur pour une économie plus solidaire et plus structurée.

En somme, la franchise camerounaise est en marche, et elle pourrait bien devenir l'un des piliers essentiels d'un développement entrepreneurial ancré dans la réalité locale tout en s'ouvrant aux dynamiques régionales et internationales.

Pouvez-vous vous présenter brièvement (parcours académique, professionnel, domaine d'expertise) ?

Je suis DJUITCHOU KAMDEM Lynda Claire, docteure en droit privé. J'ai effectué l'intégralité de mon parcours académique à l'Université de Yaoundé 2-Soa, où j'ai acquis une solide formation théorique en droit.

Sur le plan professionnel, j'ai enrichi mon expérience à travers plusieurs stages et formations au sein d'entreprises camerounaises, ce qui m'a permis de développer une expertise. Actuellement, je suis intégrée dans un cabinet d'avocat, où je mets en pratique mes compétences juridiques tout en continuant à me perfectionner dans le domaine du droit privé.

Quel a été votre parcours jusqu'à l'organisation de cette conférence en ligne sur la franchise au Cameroun ? Qu'est-ce qui vous a motivée à vous engager dans ce domaine ?

Le déclic est venu lors de mon Master 2, où j'ai réalisé un mémoire sur le droit de la franchise en droit camerounais.

mais force est de reconnaître que ce travail a été particulièrement exigeant, notamment en raison de la rareté des documents et des ressources disponibles sur le sujet.

c'est alors que cette difficulté m'a fait prendre conscience du potentiel inexploré de ce domaine et a éveillé mon intérêt pour la franchise.

Mais après plusieurs recherches et lectures approfondies, j'ai commencé à partager mes analyses et réflexions sur LinkedIn, afin de sensibiliser et d'informer les professionnels.

dès lors, Petit à petit, cette démarche m'a permis de développer une expertise et un réseau, ce qui m'a naturellement conduit à organiser la conférence en ligne sur la franchise.

Cette expérience a confirmé mon engagement pour ce secteur et ma volonté de contribuer à son développement, notamment dans des contextes comme celui du Cameroun, où il reste encore beaucoup à faire.

Aussi, mes motivations étaient les suivantes :

- D'abord, à travers mes publications sur LinkedIn, j'ai reçu des retours très encourageants de professionnels et de porteurs de projets qui cherchaient justement des informations fiables sur le sujet. Leur intérêt a renforcé ma conviction qu'il fallait créer un espace d'échange et de formation plus structuré.

- Ensuite, je suis convaincu que la franchise peut être un levier de développement économique en Afrique, en favorisant l'entrepreneuriat et le transfert de savoir-faire.
- enfin, c'est cette vision qui m'a poussé à passer à l'action en organisant cette conférence, pour connecter les experts, les investisseurs et les entrepreneurs autour d'un sujet porteur d'opportunités.

Vision et rôle de la franchise au Cameroun

Pourquoi avez-vous choisi de parler de la franchise comme levier de développement entrepreneurial au Cameroun ?

Parce que la franchise crée des emplois, booste l'entrepreneuriat et attire les investissements. C'est un modèle qui marche! Tout le monde doit en avoir conscience.

Quelle est, selon vous, la place actuelle de la franchise dans l'écosystème entrepreneurial camerounais ?

La franchise est un catalyseur de l'entrepreneuriat au Cameroun, combinant expertise internationale et dynamisme local.

- Création d'emplois: Les réseaux franchisés génèrent des emplois formels dans des secteurs comme la restauration, la distribution et les services.
- Diversification : Elle dynamise des secteurs clés (agroalimentaire, éducation, santé) en introduisant des standards de qualité, ce qui enrichit l'offre commerciale camerounaise.
- transfert de compétences : les franchises internationales apportent des compétences et des savoir-faire nouveaux, ce qui peut bénéficier aux entrepreneurs locaux.
- Réduction des risques : Pour les entrepreneurs, la franchise minimise les incertitudes grâce à une marque reconnue et un accompagnement.
- Accès au financement : Certaines banques (Afriland) commencent à financer des projets en franchise, voyant leur taux de succès plus élevé que les startups indépendantes.

Quels sont les principaux défis auxquels font face les entrepreneurs camerounais souhaitant s'engager dans un modèle de franchise ? Et comment peut-on y remédier ?

Les principaux défis:

Accès au financement : Les banques et les institutions financières camerounaises peuvent être réticentes à accorder des prêts aux entrepreneurs qui souhaitent lancer une franchise.

Manque de connaissances : Les entrepreneurs camerounais peuvent manquer de connaissances sur les opportunités de franchise, les processus de sélection et les exigences des franchiseurs.

- **Concurrence :** Le marché camerounais est de plus en plus concurrentiel, ce qui peut rendre difficile la réussite d'une franchise. La franchise est obligé de rivaliser avec des commerces informels qui pratiquent des bas prix.

- Réglementation: L'absence de réglementation spécifique crée une insécurité juridique pour les parties, un manque de protection des franchisés et met un frein à l'attractivité internationale.
- Coûts d'entrée élevés : Les frais d'entrée, de redevances et investissements initiaux sont souvent très élevés pour les PME locales.
- Contraintes administratives et fiscales: l'environnement des affaires restent complexes (lourdeur fiscales, délais d'obtention des autorisations)
- Réglementation: L'absence de réglementation spécifique crée une insécurité juridique pour les parties, un manque de protection des franchisés et met un frein à l'attractivité internationale.
- Coûts d'entrée élevés : Les frais d'entrée, de redevances et investissements initiaux sont souvent très élevés pour les PME locales.
- Contraintes administratives et fiscales: l'environnement des affaires restent complexes (lourdeur fiscales, délais d'obtention des autorisations)

Pour remédier à ces défis, les entrepreneurs camerounais peuvent :

- Franchises locales innovantes: Des modèles adaptés aux réalités camerounaises émergent (ex : franchises agricoles, éducatives).
- Soutien public: Un cadre juridique plus favorable (comme en Côte d'Ivoire) pourrait booster le secteur ou pousser une harmonisation OHADA sur la franchise, comme existe pour d'autres secteurs.
- Digitalisation: Les franchises hybrides (en ligne + physique) pourraient se développer
- Encourager les franchises « made in Cameroon ».
- Simplifier les démarches administratives: se faire accompagner d'une structure spécialisée (GECAM, Chambre du commerce) pour les formalités.
- Création d'une association de la franchise au Cameroun : elle devra accompagner, former, soutenir et défendre les intérêts acteurs de la franchise

Les autorités camerounaises et les organisations de soutien aux entrepreneurs peuvent également jouer un rôle important en :

- Mettant en place des programmes de soutien : Les autorités peuvent mettre en place des programmes de soutien aux entrepreneurs qui souhaitent lancer une franchise.
- Facilitant l'accès au financement : Les autorités peuvent faciliter l'accès au financement pour les entrepreneurs qui souhaitent lancer une franchise.

Comment voyez-vous évoluer le secteur de la franchise au Cameroun à moyen et long terme ?

a) A moyen terme, je souhaite:

- Créer une association de la franchise au Cameroun pour restructurer et professionnaliser ce secteur.
- Plaider pour une réglementation Camerounaise de la franchise
- Plaider pour un cadre fiscal incitatif et la facilitation de l'accès au financement.
- Créer un fonds de garantie dédié aux franchisés

b) A long terme, je souhaite:

- Promouvoir les franchises sociales (agriculture, éducation)
- Encourager les femmes entrepreneurs via les programmes dédiés
- Collaborer avec les institutions régionales (CCIMA et GECAM)
- Participer aux sommets de la CEMAC pour plaider pour une harmonisation des règles
- Plaider auprès des autorités des subventions pour des franchisés en zones rurales.

Organisation de la conférence en ligne

En quoi consiste cette conférence que vous organisez ? Quels sont ses objectifs principaux ?

Cette conférence consiste à la vulgarisation de la franchise

Les objectifs sont: sensibiliser sur l'importance de la franchise, entrer en contact avec différents opérateurs de la franchise au Cameroun.

Pourquoi avoir opté pour un format en ligne ?

Nous avons opté pour un format en ligne pour plusieurs raisons: Accessibilité Maximale, Atteindre un Public Large et Diversifié, Coût Réduit pour les Participants et Contenu Réutilisable et Viral.

Quels publics ciblez-vous particulièrement avec cet événement ? Comment peuvent-ils s'y inscrire ou y participer ?

Nous cibons: les investisseurs, les entrepreneurs, les étudiants, les autorités tout ce qui sont intéressés par la franchise .

Un lien est mis à disposition pour permettre l'inscription.

lien d'inscription à la conférence en ligne :
<https://forms.gle/vESjhDSPhevokvY66>

Quel message souhaitez-vous faire passer à travers cette initiative?

La franchise est un levier incontournable pour développer l'entrepreneuriat camerounais, mais elle a besoin d'un cadre juridique clair, d'un soutien institutionnel et d'une communauté soudée pour libérer son plein potentiel.

Collaboration avec Monsieur Georges Sibouke DIEME

Vous co-animez cette conférence avec Monsieur SIBOUKE DIEME Georges, Président de l'Association Sénégalaise de Franchise. Pouvez-vous nous parler de cette collaboration ?

Notre partenariat avec M. Georges Sibouke DIEME, leader sénégalais de la franchise, marque le début d'une relation stratégique qui promet d'être fructueuse pour l'écosystème entrepreneurial camerounais et sénégalais.

Bien que récente, cette collaboration s'appuie sur des valeurs partagées et une vision commune : faire de la franchise un levier de développement économique inclusif en Afrique.

Quelles synergies espérez-vous créer entre le Cameroun et le Sénégal à travers cette rencontre ?

Notre collaboration avec le président de la franchise sénégalaise est une opportunité stratégique pour créer un écosystème francophone fort.

En 2022, le Sénégal et la Côte d'Ivoire ont poussé ensemble pour un passeport franchisé (facilitant les visas pour les gérants de franchises).

La franchise n'a pas de frontières. Ensemble, bâtissons un écosystème panafricain gagnant-gagnant !

Qu'apporte Monsieur Georges Sibouke DIEME à cette conférence en tant que spécialiste régional de la franchise ?

Concernant Monsieur Sibouké, sa participation est un atout majeur pour notre événement, car il incarne l'expérience sénégalaise, un modèle réussi de franchise en Afrique francophone.

Perspectives futures

Avez-vous d'autres projets en lien avec la franchise ou l'accompagnement des entrepreneurs camerounais ?

Oui bien-sûr. Cela se fera à travers l'association de la franchise qui est pleine création.

Souhaitez-vous lancer ou intégrer une structure ou une association dédiée à la promotion de la franchise au Cameroun ?

Non je ne pense pas.

Quel conseil donneriez-vous à un jeune entrepreneur camerounais qui souhaite se lancer dans la franchise mais hésite encore ?

Prenez le temps de bien rechercher et de comprendre le concept de franchise qui vous intéresse. Évaluez vos compétences, vos ressources et vos objectifs. N'hésitez pas à demander conseil à des experts et à des entrepreneurs expérimentés. Et surtout, croyez en vous et en votre capacité à réussir ! Ta réussite dépendra autant de ton modèle de franchise que de ton engagement.

Y a-t-il un dernier mot que vous souhaiteriez partager avec nos lecteurs concernant votre engagement, votre vision ou simplement pour promouvoir cette conférence ?

La franchise, c'est l'entrepreneuriat sans solitude. Un pont entre rêves et réussite, où l'on avance ensemble. Mon engagement ? Faire du Cameroun une terre fertile pour ces graines de croissance, où chaque franchisé devient un créateur d'emplois et chaque marque une fierté locale. L'Afrique de demain se construit aujourd'hui, par nos choix audacieux.

La franchise , c'est bien plus qu'un modèle économique : c'est l'entrepreneuriat sans solitude . C'est ce lien unique qui relie le porteur de projet à un réseau éprouvé, un soutien constant dans l'accomplissement d'un rêve. C'est aussi un pont entre aspirations et réalisations , où chaque étape franchie est guidée par l'expérience, le savoir-faire partagé et la solidarité du réseau.

Au Cameroun, terre dynamique d'initiatives et de talents, la franchise camerounaise a tout le potentiel pour devenir un levier majeur de développement économique inclusif. Mon engagement ? Contribuer à faire du Cameroun une terre fertile pour les franchises africaines, où chaque enseigne locale ou internationale puisse s'enraciner durablement, en cohérence avec les réalités du marché et les attentes des consommateurs.

Car chaque franchisé au Cameroun n'est pas seulement un entrepreneur : il est un créateur d'emplois, un moteur de croissance, un acteur clé de l'émergence économique du pays. Et chaque marque ancrée localement devient peu à peu une fierté locale, symbole de réussite collective et de professionnalisme.

L'Afrique de demain se construit dès aujourd'hui, par nos choix audacieux, par notre volonté de structurer une franchise camerounaise forte, compétitive et porteuse d'avenir. Ensemble, donnons vie à ces graines de croissance, pour bâtir une économie solide, partagée et durable — ici, en Afrique, et pour l'Afrique.

FORMATION

OPTIMISER SA PRÉSENCE SUR UN SALON ET MAXIMISER LE ROI

Stratégies sur mesure pour le marché africain, pour faire de vos salons des succès commerciaux tangibles.

- Des stratégies de développement & opérationnelles
- Chargés de marketing/communication
- Dirigeants d'entreprise

UNE FORMATION POUR PROFESSIONNALISER VOTRE APPROCHE SALON

☎ +229 0768720021

INFOLINE infos@franchiseaggregator.com

 franchiseaggregator

AFFICHEZ-VOUS ICI.



FRANCHISE FORUM MAGAZINE



info@afanchiseforum-mag.com



+225 0758725821

**"REJOIGNEZ-NOUS COMME PARTENAIRE
SUR CET ÉVÉNEMENT HISTORIQUE!"**

FIF FRANCHISE
FÉDÉRATION IVOIRIENNE DE LA FRANCHISE
Institution de Promotion et de Développement de la Franchise
partenaire
institutionnel

1ère EDITION

AFRICA FRANCHISE

FORUM ABIDJAN 2026

THÈME:

**"STRUCTURATION EFFICIENTE, HARMONISÉE,
RÉSILIENTE ET PÉRENNE DE LA FRANCHISE EN
AFRIQUE, COMME VÉRITABLE CATALYSEUR DES
ÉCONOMIES AFRICAINES".**



Abidjan-Côte d'Ivoire



22 - 23 - 24 Arvil 2026



info@afranchiseforum.com



Africa Franchise Forum