



AVIS D'EXPERT

François-Luc Simon, avocat (Simon Associés)

« NE PAS SE FOCALISER SUR L'INTITULÉ DU CONTRAT »



— **Il n'y a pas de formule meilleure qu'une autre** : il faut mesurer dès le départ les caractéristiques du contrat et voir quel degré d'intégration va pouvoir supporter celui qui est prêt à signer. La meilleure des formules est celle qui est la mieux adaptée aux capacités, aux compétences, à la mentalité et aux attentes du futur entrepreneur.

— **Attention à la qualification des contrats** : il ne faut pas se focaliser sur l'intitulé. Certains contrats dits de "franchise" n'en portent que le nom. Le candidat doit faire l'effort de bien examiner le contenu du contrat et les obligations qui lui incombent pour déterminer si l'accord correspond bien à de la franchise ou à autre chose. Quelle que soit la terminologie donnée, dès lors qu'une mise à disposition

d'un nom commercial, d'une marque ou d'une enseigne est associée à une exclusivité ou quasi-exclusivité, la loi Doubin s'applique et un document d'information précontractuelle doit être fourni 20 jours avant la signature.

— **En droit de la distribution, le principe de la liberté contractuelle s'applique**. Il est possible de trouver des montages compliqués et originaux : un contrat de franchise peut-être combiné à une location-gérance ou même à un contrat d'approvisionnement quand la question n'est pas réglée par l'accord de franchise et introduit un fournisseur tiers dans la relation. À l'inverse, certains contrats sont exclusifs l'un de l'autre : soit il s'agit d'un contrat de franchise, soit de commission-affiliation, soit de concession.