

Quel(s) site(s) pour un réseau de franchise ?

Créer un site internet dans un réseau de franchise n'est pas exempt de pièges. Les explications et recommandations de Flore Sergent, avocate au cabinet Simon Associés.

Internet constitue un moyen de publicité et de commerce d'une telle importance qu'il ne peut plus être ignoré par les réseaux de franchise, et la nécessité de création d'un site s'impose le plus souvent au franchiseur. Celui-ci est généralement libre de créer un site, même marchand, les exclusivités territoriales consenties aux franchisés ne s'y opposant pas, du moins lorsqu'elles portent sur une exclusivité de franchise et non de produits. Le site créé par le franchiseur, qu'il soit exclusivement consacré à l'information ou comprend également un volet marchand, profite à l'ensemble du réseau en améliorant ou confirmant sa notoriété et sa réputation. De plus, les sites des réseaux tendent à devenir un facteur crucial de développement des enseignes. Ainsi, la dernière enquête menée à l'initiative de la Fédération française de la franchise, de la Banque populaire et du magazine *Réussir* révèle que près des trois quarts des franchiseurs prospectent aujourd'hui leurs futurs franchisés via internet.

Quelques précautions à prendre

Il faut également relever que, dans de nombreuses hypothèses, le site internet du réseau profite également aux franchisés pris individuellement : il présente une liste des franchisés et leurs adresses, ou contient un moteur de recherche permettant au consommateur de localiser le franchisé situé à proximité de sa résidence.

Mais au site du réseau animé par le franchiseur s'ajoutent parfois les sites animés individuellement par les franchisés eux-mêmes. Le franchiseur ne peut en effet interdire à ces derniers de vendre leurs pro-

SS

SIMON ASSOCIÉS

Simon Associés est un cabinet d'avocats d'affaires regroupant une trentaine d'avocats et juristes à Paris et à Lyon, dont l'activité est principalement orientée vers les PME/PMI. Le cabinet est organisé autour de huit pôles de compétences complémentaires (corporate/cessions/acquisitions, fiscal, entreprises en difficulté, franchise et distribution, contentieux, immobilier, social, réseaux d'information et de communication). simonassocies.com

duits ou de faire de la publicité sur internet. Il est donc nécessaire que le contrat prévoie quelques précautions afin de protéger le réseau. Ainsi, pour protéger les exclusivités territoriales des membres du réseau, le contrat peut interdire au franchisé de provoquer des ventes par internet au moyen de messages publicitaires spontanés adressés de manière ciblée à une portion protégée de la population.

En revanche, le contrat ne peut interdire au franchisé de vendre ses produits à la suite de la visite d'un client sur son site. Il est, en outre, indispensable que le contrat prévoie des mesures propres à protéger l'homogénéité et la réputation du réseau contre le danger que présenterait l'existence de multiples sites à la présentation et au contenu disparates. Le contrat doit donc imposer au franchisé le respect de certaines normes – notamment graphiques – dans l'établissement de

son site internet, tout comme il impose le respect d'une charte graphique pour le point de vente. Les sites individuels des franchisés sont ainsi immédiatement identifiés par la clientèle comme faisant partie du réseau, comme le sont les points de vente physiques.

Il importe également que le contrat contienne une stipulation relative au nom de domaine du franchisé, afin que celui-ci ne puisse être confondu avec celui du site officiel du réseau. Il est aussi nécessaire de prévoir que le franchisé cesse d'utiliser son site une fois la fin du contrat intervenue, si le nom de domaine utilisé contient le nom commercial du réseau. L'homogénéité du réseau peut encore être renforcée par l'insertion de liens hypertextes reliant le site du réseau, animé par le franchiseur, aux sites individuels des franchisés. ●

“Le contrat doit imposer au franchisé le respect de certaines normes – notamment graphiques – dans l'établissement de son site internet.”

FLORE SERGENT, AVOCATE AU CABINET SIMON ASSOCIÉS

