

Le contrat de franchise définit précisément les termes de la relation avec le franchiseur. Ne vous privez pas d'exiger des clauses claires et précises afin d'éviter des litiges dans le futur.

VÉRONIQUE MÉOT

La franchise : un contrat entre deux personnes

Le contrat de franchise est "intuitu personae", c'est-à-dire conclu entre deux personnes physiques : le franchiseur et le franchisé. Pour M^e Martin Le Pechon, avocat spécialiste de la franchise du cabinet éponyme, « il est important de vérifier qu'il définit clairement les obligations de chacun ». Concernant le franchiseur, celles-ci sont de trois ordres. En premier lieu, la transmission du savoir-faire au franchisé se matérialise par la remise d'un manuel, dont l'existence doit être mentionnée dans le contrat. Celui-ci ne décrit pas le savoir-faire, mais la façon dont il est transmis, le franchisé étant tenu de l'appliquer. De la même façon, il est important de vérifier si une clause décrit l'organisation de la formation du franchisé et sa durée : les cours théoriques (achats, vente, gestion, management) et la pratique (mise en situation dans un magasin pilote). Le contrat doit également stipuler la nature de l'assistance fournie au démarrage, en mentionnant le nombre de jours de présence d'un animateur réseau dans le magasin, ou les outils pour créer du trafic à l'ouverture (PLV, publicité). Ces éléments permettent d'évaluer le sérieux de l'accompagnement proposé.

Le franchisé, quant à lui, s'engage à s'impliquer dans la gestion du point de vente. « Ainsi, si un investisseur place sa belle-sœur à la tête d'un magasin et qu'elle n'a pas suivi les formations imposées par le réseau, le franchiseur peut reprocher à son franchisé, en cas d'échec, de ne pas avoir géré directement son point de vente », commente M^e Olivier Deschamps du cabinet d'avocats D, M & D

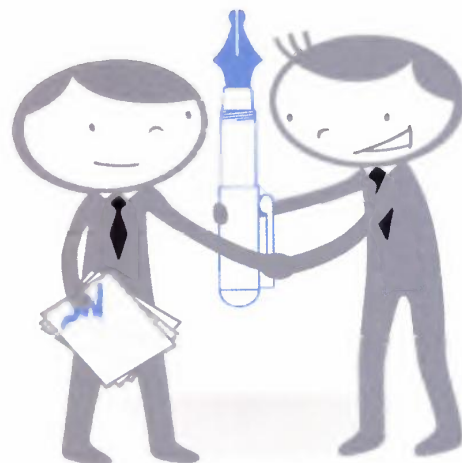
L'organisation de votre activité

Le contrat de franchise encadre également l'exercice de votre activité, par le biais de clauses. M^e Olivier Deschamps attire l'attention des futurs franchisés, à titre d'exemple, sur « les réseaux qui ne proposent qu'une exclusivité d'enseigne, mais pas de produits ». Car même si le franchisé est le seul à exercer sous enseigne dans un territoire donné, des magasins multimarques peuvent distribuer les mêmes produits dans sa zone de chalandise.

La clause d'exclusivité doit également apparaître dans le contrat avec, en annexe, la carte précise de la zone concernée. Il est important de mentionner l'interdiction de démarcher des clients hors de sa zone. Cependant, cela n'implique pas de refuser de servir un client qui se présente spontanément dans le point de vente. Soyez également attentif aux règles d'approvisionnement. Le franchiseur vous impose-t-il de lui commander 100 % de vos achats ? Si c'est le cas, veillez à la présence d'une contrepartie : une centrale d'achats, capable de négocier des conditions avantageuses, ou une centrale de référencement qui vous indique des noms de fournisseurs et des références produits à distribuer.

Le retour sur investissement

La durée moyenne des contrats est estimée à cinq ans, dix ans dans certains secteurs comme l'hôtellerie, où les investissements sont élevés. À son terme, le franchiseur peut décider de ne pas poursuivre la relation. Le franchisé ne dispose alors d'aucun recours pour s'opposer à cette décision. Vous devez donc vérifier que la durée du contrat sera au moins équivalente à la durée de >>>



FOTOLIA / BANK-BANK



AVIS D'EXPERT

« Franchisé, faites appel à votre franchiseur pour obtenir de l'assistance »

Un arrêt de la cour d'appel de Bordeaux du 14 décembre 2011 apporte des éclairages quant à la notion d'assistance, une des obligations du franchiseur envers ses franchisés qui est parfois difficile à cerner. « La notion d'assistance fait partie, avec l'existence et la transmission d'un savoir-faire et le droit d'utiliser les signes distinctifs de l'enseigne (la marque, le nom commercial, le nom de domaine par exemple), des trois obligations servant à définir le contrat de franchise. Et elle s'exécute donc tout au long du contrat », constate Flore Sergent, avocate au sein du cabinet Simon Associés. Pour autant, la confusion existe. De quelle nature doit être cette assistance ? Quelle doit être sa fréquence ? « Il est important de la définir précisément dans le contrat afin de lever les ambiguïtés », recommande l'avocate. L'assistance peut décroître au fur et à mesure de l'application du contrat, car il est plus logique d'assister un franchisé au démarrage de son activité. « Une tendance, dégagée par la jurisprudence, indique que l'assistance porte sur ce qui est propre au concept (application du savoir-faire) et non sur ce qui est relatif aux règles de l'art de l'activité elle-même », poursuit Flore Sergent. L'arrêt rendu à Bordeaux a rejeté la plainte d'un franchisé, qui déclarait ne pas avoir reçu l'assistance requise selon le contrat (trois visites par an). Le franchiseur, quant à lui, avait rendu visite à son franchisé au cours de l'année concernée. La cour a retenu que le franchisé n'avait pas fait part de ses difficultés, ni demandé une assistance plus soutenue. Elle a donc considéré qu'il n'y avait pas violation de l'obligation d'assistance.



Flore Sergent,
avocate,
collaboratrice
du cabinet
Simon Associés

»» l'amortissement de l'investissement. Par ailleurs, M^e Martin Le Pechon recommande d'observer certains détails à la loupe. Par exemple, la fréquence de paiements et le mode de calcul des redevances doivent être mentionnés avec précision. « Dans le cas d'une redevance fixe et non assise sur le chiffre d'affaires, le paiement est parfois exigé dès le premier mois de l'activité, ce qui grève la trésorerie du magasin dès son ouverture », prévient-il.

La fin du contrat

Vous devez penser à la sortie du contrat dès sa signature. Vérifiez d'abord que le franchiseur s'engage à vous prévenir au moins six mois avant la fin du contrat, en cas de non-renouvellement de sa part. Informez-vous également sur votre situation d'alors : pourrez-vous continuer d'exercer votre activité dans votre local commercial sous une autre enseigne ? En général, à la fin du contrat, le franchisé doit abandonner tous les signes distinctifs de son appartenance au réseau, mais peut conserver son point de vente, par exemple en le transformant en une boutique multimarque.

Le contrat de franchise peut aussi contenir une clause de non-concurrence post-contractuelle. Celle-ci peut concerner la nature de l'activité (l'ancien franchisé n'a pas le droit d'exercer une activité concurrente) ou la territorialité (l'interdiction est valable uniquement dans une zone définie). Il arrive aussi que la clause soit limitée à une partie de l'activité. Ainsi, un commerçant peut, par exemple, continuer de vendre du prêt-à-porter, mais ne peut pas s'approvisionner en modèles féminins chez les concurrents directs de son ancien franchiseur. « Sa durée et sa portée doivent être fixées dans des limites raisonnables », précise l'avocat Martin

Le Pechon. Mieux vaut néanmoins vous protéger en optant pour un contrat qui substitue une clause de non-affiliation à la clause de non-concurrence. Dans ce cas, le franchisé n'a qu'une seule interdiction : il ne peut pas rejoindre un réseau concurrent pendant une certaine durée, variable selon les réseaux, mais n'excédant pratiquement jamais les deux ans.

Reste que la portée des clauses de non-concurrence et de non-affiliation est aujourd'hui discutée, au regard de plusieurs décisions de la Cour de cassation et, dans le domaine de la distribution alimentaire, par l'Autorité de la concurrence qui a rendu un avis défavorable (avis du 7 décembre 2010). Cependant, selon M^e Martin Le Pechon, « la licéité et la légitimité de ces clauses ne sont pas discutables dès lors qu'elles sont proportionnées et nécessaires à la protection du concept et du savoir-faire du franchiseur. » Autre élément sur lequel vous devez être vigilant : si vous souhaitez vendre votre fonds de commerce et que votre contrat contient une clause d'agrément, vous devrez au préalable obtenir l'accord du franchiseur. S'il a un droit de préemption sur le point de vente, il est prioritaire pour le racheter. Cette clause permet ainsi aux réseaux de conserver des emplacements porteurs et des entreprises rentables.

Enfin, vous devez prévoir les cas où le contrat peut être rompu par une clause de résiliation. Celle-ci intervient dès lors qu'une obligation essentielle n'est pas respectée par l'une des parties. « Généralement, les contrats prévoient une clause de résiliation de plein droit et établissent une liste des manquements contractuels qui permettent de la faire jouer », conclut M^e Martin Le Pechon. ■