

Le contrat de franchise à la loupe

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.

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 que le contrat définit clairement les obligations de chacun». Pour le franchiseur, celles-ci sont de trois ordres. En premier lieu, la transmission du savoir-faire au franchisé qui se matérialise par la remise d'un manuel, dont

l'existence doit être mentionnée dans le contrat. Le document décrit la façon dont le savoir-faire est transmis, le franchisé étant tenu de l'appliquer. Une clause doit décrire 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. «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, notamment 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.

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». 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.

Veillez à la répercussion des clauses

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. 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. Par ailleurs, 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 l'amortissement de l'investissement. À ce sujet, M^e Martin Le Pechon recommande

→ À SAVOIR

Fin de contrat: dépossession de la clientèle du franchisé au profit du franchiseur?

Par un arrêt daté du 23 octobre 2012, la Cour de cassation a refusé à un franchisé le versement d'une indemnité de clientèle, suite à la cessation de son contrat décidé par le franchiseur, au motif de l'enrichissement sans cause. «Les règles gouvernant l'enrichissement sans cause ne peuvent être invoquées dès lors que l'appauvrissement et l'enrichissement allégués trouvent leur cause dans l'exécution ou la cessation de la convention conclue entre les parties», stipule le texte. «Il me semble que cette jurisprudence est très contestable car elle porte atteinte à la propriété du franchisé sur son fonds de commerce et sur sa clientèle», estime pour sa part M^e Nicolas Dissaux, avocat au Barreau de Paris et membre du cabinet BSM. Pour lui, le débat est loin d'être clos. Et d'ailleurs, il estime que c'est à la Cour européenne de trancher.

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.

Anticipez la fin du contrat

Vous devez également 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, 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.

Le contrat de franchise peut contenir une clause de non concurrence post-contractuelle qui concerne la nature de l'activité (l'ancien franchisé n'a pas le droit d'exercer une activité concurrente), une partie de l'activité, ou la territorialité (l'interdiction est valable uniquement dans une zone définie). « 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 de deux ans environ. 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. Elles ne doivent jamais empêcher de manière absolue le franchisé d'exploiter son fonds de commerce à l'issue du contrat (Cour de cassation, 18 décembre 2012). Le franchisé doit être parfaitement conscient de ce que sa tête de réseau doit pouvoir éviter la dispersion des éléments qui caractérisent son concept. »

Autre composante sur laquelle 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 possède 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 deux 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. ■

VÉRONIQUE MEOT

→ redaction@chefdentreprise.com