

Numéro 189 Mars 2019

L'Officiel de la
Franchise

L'Officiel de la **Franchise**

LE MENSUEL DE VOTRE RÉUSSITE EN FRANCHISE

OUVRIR EN CHAMPAGNE
Le commerce
pétille

BOULANGERIES
En quête de
renouveau

COMMENT JE GÈRE ?
Un bad buzz éclate au
sein de mon enseigne

DEVENIR FRANCHISÉ

**LES 5 ÉTAPES
POUR PASSER
LE CAP**

cdi
MÉDIAS &
SERVICES

L 18107 - 189 - F - 6,90 € - RD



ATTILA
Nos experts décryptent
le contrat et le DIP

En partenariat avec...

JURIDIQUE



BSM
AVOCATS

Sophie Bienenstock, avocat au Barreau de Paris.

FRANCHISE, LICENCE, COMMISSION-AFFILIATION... Comment choisir ?

De nombreux types de contrats de distribution existent, à tel point qu'il est parfois difficile de s'y retrouver. Quelle est la spécificité du contrat de franchise ? Comment décider quel type de contrat signer ? Voici quelques éléments de réflexion.

La dénomination d'un contrat est-elle réellement importante ?

Est-ce que le nom du contrat emporte une quelconque conséquence, ou est-ce que c'est son contenu qui est déterminant ? L'article 12 du Code de procédure civile autorise le juge à restituer leur exacte qualification aux faits et actes litigieux sans s'arrêter à la dénomination que les parties auraient pu proposer.

Autrement dit, le juge n'est pas tenu par l'intitulé d'un contrat et a donc toute liberté pour le requalifier. Pour procéder à une requalification, le juge regarde le contenu réel du contrat et la commune intention des parties.

Pourquoi entend-on surtout parler de contrats de franchise ?

Tout simplement car la franchise a le vent en poupe ! On associe souvent à la franchise les concepts de savoir-faire, de transparence, de collaboration etc. Quelques success stories ayant durablement marqué les esprits contribuent à la popularité du contrat de franchise. Pourtant, selon les secteurs d'activité, l'expérience de la tête de réseau, votre projet, etc. d'autres formules peuvent être plus adaptées. Dans le prêt-à-porter par exemple, la commission-affiliation est particulièrement adaptée : les stocks appartiennent à la tête de réseau et lui sont retournés à la fin de la saison. L'exploitant évite ainsi de se retrouver avec des stocks de marchandises à écouler. Attention toutefois au montant de la commission qui doit permettre à l'exploitant d'avoir une activité rentable...

Enfin la franchise, c'est quoi ?

La franchise est la forme de collaboration en théorie la plus aboutie entre une tête de réseau et ses affiliés. La franchise repose en principe sur trois piliers :

Une enseigne : si le bon sens voudrait que l'enseigne soit notoire et permette de drainer immédiatement une clientèle (sinon à quoi bon payer pour cette enseigne ?!) la jurisprudence estime que l'existence d'une enseigne sans la moindre renommée n'est pas incompatible avec la conclusion d'un contrat de franchise.

Un savoir-faire : la notion de savoir-faire, qui est pourtant fondamentale dans le contrat de franchise ne fait l'objet d'aucune définition satisfaisante par la loi ou par la jurisprudence. Très concrètement, on peut considérer que le savoir-faire désigne la mise en œuvre d'une idée originale pouvant être répliquée par le franchisé pour lui permettre d'avoir une activité rentable.

Attention ici encore : l'annonce d'un savoir-faire ne signifie pas qu'il existe réellement !

La jurisprudence se contente parfois de constater que la transmission d'un manuel de savoir-faire (même vide) caractérise la transmission – et donc l'existence – de ce savoir-faire. Voilà un raisonnement parfaitement circulaire !

L'assistance : elle doit être fournie à l'ouverture puis tout au long de l'exécution du contrat.

"La franchise est la forme de collaboration en théorie la plus aboutie"