

LA LETTRE DU FRANCHISE

Erreur sur la rentabilité du réseau et dol

Un franchisé soutenait que son consentement avait été vicié par un dol commis par son franchiseur, en particulier car les chiffres prévisionnels communiqués étaient selon lui irréalistes, ce qui aurait eu pour effet de vicier son consentement.

La **cour d'appel de Paris**, dans un arrêt rendu le **24 octobre 2018** (n°16/10932) rappelle que le franchiseur n'est pas tenu de remettre un compte d'exploitation prévisionnel au candidat à la franchise et qu'il appartient à chaque franchisé d'établir son compte prévisionnel à partir des données fournies par le franchiseur. Cependant, la cour précise que dès lors que le **franchiseur remet un compte d'exploitation, il doit donner des informations sincères et vérifiables.**

C'est en ce sens que la cour estime que « **les chiffres prévisionnels transmis par le franchiseur, étant exagérément optimistes** au regard de l'écart très important qu'ils présentent avec les chiffres d'affaires effectivement réalisés par le franchisé, auquel il n'est reproché aucune faute de gestion, **étaient déterminants pour le consentement éclairé du franchisé et portaient sur la substance même du contrat de franchise, pour lequel l'espérance de gain est déterminante.** ».

En outre, elle considère que « **ce dol a été amplifié par le caractère manifestement succinct du DIP de six pages, muet sur la concurrence locale et l'état du réseau** » et que le consentement des appelants a été « **trompé par l'absence des informations précontractuelles** exigées par la loi et, dans ce contexte de **renseignements trop lacunaires sur l'état du marché**, par la communication de chiffres exagérément optimistes ».

De surcroît, la cour estime que si « **le franchisé a le devoir de se renseigner lui-même sur l'état du marché et de réaliser ses propres calculs de rentabilité, il ne peut pour autant suppléer à toutes les carences du franchiseur**, dont les obligations particulières sont de garantir la réitération de son propre succès, ce qui implique à tout le moins la délivrance d'un **DIP aussi complet que possible et de chiffres vraisemblables.** »

En conséquence la cour d'appel de Paris, **juge que le franchiseur a engagé sa responsabilité en fournissant des données erronées et non significatives, et que celles-ci ont provoqué dans l'esprit du franchisé une erreur sur la rentabilité de son activité.**

Déploiement international !

- **Fnac-Darty** s'implante en Tunisie avec l'ouverture prochaine d'une Fnac et d'un Darty à Tunis. Ces points de vente seront gérés en franchise par l'intermédiaire de Managetec.
- **Decathlon** implante son deuxième magasin en Israël dans la zone commerciale Big Krayot à Haïfa. L'enseigne ne compte pas s'arrêter là et espère ouvrir 15 magasins dans le pays !*
- Le leader mondial de la vente en ligne **Amazon** ouvre une nouvelle boutique à New York à Soho : Amazon 4-star, où ne seront commercialisées que les meilleures ventes du site.
- Le groupe de cosmétiques naturels **L'Occitane**, qui compte déjà 46 magasins en Espagne, en ouvrira 5 de plus en 2019 !*

* Les données sont issues de *La Correspondance de l'Enseigne*, n°1443,1445,1446.

Ce qu'il faut savoir...

- **Leboncoin** rachète la plateforme **Videdressing**, spécialiste de la revente de vêtements !
- Le **groupe Eram**, en difficulté, va fermer une centaine de magasins de ses chausseurs **Heyraud** et **Texto**. La quasi-totalité du réseau Heyraud est touché, 34 de ses 41 magasins sont concernés. Pour Texto, 62 de ses 107 adresses vont fermer...*
- Après de longues négociations, **BUT** va reprendre la marque **FLY** et son réseau de franchisés. Une acquisition qui permettrait à la grande chaîne de magasins de meubles et de décoration, de poursuivre sa politique de développement !
- La marque **Adopt'** est un concept unique autour de trois univers : le parfum, le maquillage et les accessoires. L'objectif de la marque est de se positionner comme le spécialiste de la fragrance d'entrée de gamme avec un ticket moyen de 7 € le parfum, alors que les parfumeurs sélectifs proposent des parfums dont le ticket moyen avoisine les 50 euros ! Les petits prix et le made in France séduisent ! La chaîne compte désormais 140 succursales et 70 franchises pour 36 millions de chiffres d'affaires en réseau en 2017. *

La clause de reconnaissance de réception du document d'information précontractuelle n'a pas de force probante

Un contrat de franchise signé entre les parties disposait, dans une clause intitulée « *information précontractuelle* » que, « le **franchisé reconnaît expressément avoir eu la communication vingt jours au moins avant la signature du présent contrat des informations** mentionnées aux articles L.330-3 et R.330.1 du code de commerce et du projet de contrat de franchise objet des présentes. Par conséquent le franchisé s'engage en toute connaissance de cause sur la base des éléments pertinents qui lui ont été fournis par le franchiseur, élément précis, sérieux et objectifs qu'il ne conteste pas ».

Cependant, le **franchisé contestait devant les juridictions la réception de ces informations**. Par ailleurs, **aucune preuve de l'existence d'un document d'information précontractuelle (DIP)** n'a été communiquée par les parties dans le cadre de l'instance judiciaire.

La **cour d'appel de Paris** dans un arrêt du **12 septembre 2018** (n°15/14222) considère que **la clause ne suffit pas, à elle seule, à établir que le franchiseur a rempli les obligations d'ordre public qui lui incombent et qu'il appartient ainsi au franchiseur de prouver, par la production d'un récépissé, qu'il a effectivement remis le DIP à son futur franchisé, la clause de style n'étant pas de nature à constituer cette preuve.**

BSM AVOCATS

60 Avenue de New York – 75016 PARIS

Tél. : 01 45 25 48 32

<https://www.bsm-avocats.com/>