

LA LETTRE DU FRANCHISE

Un franchiseur peut-il changer de concept ?

En 2010, le groupe Carrefour modifie sa stratégie commerciale en substituant l'enseigne et le concept « **Carrefour contact** » aux magasins « *Shopi* ». Les contrats de location-gérance, de franchise et d'approvisionnement en cours sont rompus et trois nouveaux contrats sont signés.

Cependant, le nouveau concept lancé par le franchiseur ne s'avère pas aussi rentable que prévu et le franchisé ne parvient plus à payer les redevances. Le franchiseur notifie la résiliation du contrat pour non-paiement des redevances.

Le franchisé estime avoir été trompé sur la rentabilité du nouveau concept et demande au juge **l'annulation du contrat de franchise et le versement de dommages et intérêts.**

La cour d'appel d'Amiens rappelle dans un arrêt du 10 janvier 2019 que, si **l'absence, l'insuffisance ou l'inexactitude des informations communiquées peuvent entraîner la nullité du contrat, encore faut-il qu'elles aient vicié le consentement du franchisé.**

Les juges estiment que tel n'était pas le cas en l'espèce, et qu'aucun dol ne pouvait être reproché au franchiseur, en dépit des différences significatives entre les chiffres d'affaires annoncés et ceux réalisés.

En revanche, la cour retient la **responsabilité du franchiseur pour manquement à l'obligation de loyauté.** En effet, la cour relève que :

- Le franchiseur avait **tardé** à procéder aux démarches relatives **aux travaux nécessaires en vue du changement d'enseigne** et donc de surface de vente, retard qui avait notamment mobilisé indûment l'attention et le temps de travail du locataire-gérant ;
- **Malgré la révision à la baisse du chiffre d'affaires prévisionnel par le franchiseur**, dès la fin du premier exercice, celui-ci n'avait donné **aucune suite aux demandes du franchisé**, qui soulignait notamment le **caractère excessif des loyers et des redevances** au regard des résultats et certaines inadaptations du point de vente aux attentes de la clientèle.

La cour a condamné le franchiseur à verser 150 000 € de dommages-intérêts au titre du **préjudice commercial** subi par le locataire-gérant franchisé, résultant de l'exécution de mauvaise foi du contrat.

Déploiement international !

- **Mondial Tissus** commence son développement international en inaugurant une boutique en **Allemagne!**
- **Waffle Factory**, inaugure une première adresse sur **l'île de la Réunion**. Le spécialiste de la gaufre sucrée et salée, réalisant plus de 18 millions de chiffre d'affaire a dépassé les 50 établissements dans le monde !
- **Boulangerie Sophie Lebreuilly** se lance en franchise, avec une première implantation à **Boulogne Sur Mer** d'ici la fin des vacances d'été !
- Après 3 ans de pourparlers, la **Maison de la literie** signe un accord de développement avec la **Chine** ! Les trois premiers points de vente ouvriront à Shanghai dès le mois d'avril !
- **La Boucherie** a ouvert une première franchise aux **Etats-Unis**. De quoi régaler les papilles d'américains friands de gastronomie française !

Ce qu'il faut savoir :

- Le réseau **Parashop** a lancé en janvier dernier un plan de sauvegarde de l'emploi impliquant la fermeture en France de 19 de ses 60 magasins
- Les **Galeries Lafayette** ouvriront le jeudi 28 mars sur les Champs Elysées !
- **Biocoop** profite de l'expansion du marché du bio, qui est passé en 11 ans de 2 à 8 milliards d'euros, et s'installe sur la place Bellecour à Lyon
- La chaîne de salle de sport **Basic Fit** pense à conclure aux Pays Bas, un partenariat de 3 ans avec **Intersport**. Cette collaboration permettrait des avantages offerts aux clients des deux enseignes. Ce partenariat pourrait être étendu aux autres pays dans lesquels les deux réseaux sont implantés.
- Le réseau d'achat-vente **Troc.com** envisage l'ouverture de 50 franchises supplémentaires d'ici 5 ans !
- La marque bretonne **Armor Lux**, connue pour ces marinières, ouvrira 20 boutiques, succursales ou affiliées, durant l'année 2019.

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

Un contrat de franchise 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 ses obligations d'ordre public** : il lui incombe 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/>