

En partenariat avec...

JURIDIQUE



BSM
AVOCATS

Sophie Bienenstock, avocat à la Cour et Maître de Conférences à Paris 1

TRANSMISSION

Le savoir-faire n'est plus ce qu'il était...

Traditionnellement, la franchise est présentée comme une technique de distribution permettant à un commerçant de réitérer une réussite. Par la conclusion d'un contrat de franchise, le franchiseur est censé donner au franchisé les clés du succès. À ce titre, la transmission d'un savoir-faire constitue le cœur de la formule.

Les modalités de cette transmission n'ont pas d'importance : elle peut avoir lieu par la remise d'une bible, d'un manuel ou n'être qu'orale, réalisée à l'occasion de formations. L'essentiel est qu'elle existe. Le contrat de franchise est nul si le franchiseur ne dispose pas d'un savoir-faire expérimenté. Force est toutefois de le constater : cette exigence a perdu de sa superbe, de sa substance en tout cas. En théorie, la notion de savoir-faire fait certes l'objet d'une définition exigeante en droit de l'Union européenne. Un règlement du 20 avril 2010 évoque ainsi un "ensemble secret, substantiel et identifié d'informations pratiques non brevetées, résultant de l'expérience du fournisseur et testées par celui-ci". Il précise au surplus que le savoir-faire ne doit pas être généralement connu ou accessible, qu'il doit être significatif et utile aux fins de l'utilisation, de la vente ou de la revente des biens ou des services contractuels et, enfin, qu'il doit être suffisamment identifié. Un simple tour de main connu d'un milieu professionnel ne saurait par exemple tenir lieu de savoir-faire.

Appréciation économique

En pratique, cependant, il en va tout autrement. Les juges se montrent en effet très peu regardants, c'est le moins que l'on puisse dire. D'une part, ils n'exigent pas qu'un savoir-faire soit original. D'autre part, ils hésitent à

s'immiscer dans une appréciation économique. Leur frilosité est manifeste. Même la simple élaboration d'une collection ou d'une gamme de produits a pu être jugée comme constitutive d'un savoir-faire. À tel point qu'aucun contrat de franchise ou presque ne semble pouvoir être annulé sur le fondement d'une condition pourtant essentielle à sa validité.

Le problème mérite pourtant d'être dépassé. De fait, il ne faut pas oublier

qu'un franchisé s'engage avant tout afin de bénéficier d'un avantage concurrentiel. S'il décide de rejoindre un réseau, c'est précisément afin de profiter d'un effet d'affichage et de masse. De ce point de vue, le savoir-faire vanté par le franchiseur n'est qu'un moyen au service d'une fin plus large, c'est-à-dire l'obtention

d'un véritable positionnement privilégié sur le marché.

C'est d'ailleurs probablement la raison pour laquelle la jurisprudence est désormais plus exigeante au sujet des erreurs sur la rentabilité de l'activité entreprise par un franchisé. Celui-ci peut en effet solliciter la nullité de son contrat de franchise dès lors que son adhésion au réseau n'a eu lieu que sur la foi d'une erreur sur les perspectives de rentabilité de son adhésion. Chaque franchisé doit en tout cas bien se poser la question avant de se lancer : au-delà du savoir-faire mis en avant par le franchiseur, quel avantage concurrentiel offre celui-ci ?

Le savoir-faire est mort, vive la rentabilité !