

En partenariat avec...

JURIDIQUE



**BSM**  
AVOCATS

Sophie Bienenstock, avocat à la cour de Paris

## E-COMMERCE

# Franchise et vente sur Internet en temps de Covid-19

La concurrence de la vente par Internet est un problème ancien en droit de la distribution, qui se pose avec une acuité particulière en cette période de pandémie. Les nouvelles modalités de consommation vont s'installer durablement au-delà de la crise sanitaire ? Dans l'affirmative, comment repenser l'avenir des réseaux de distribution classiques ?

**L**a vente sur Internet ne cesse de croître dans de nombreux secteurs d'activité depuis plusieurs années. Cette croissance s'est largement accélérée avec l'épidémie de la Covid-19 qui a favorisé la vente à distance au détriment de la vente en magasin. La vente sur Internet soulève plusieurs difficultés pour les réseaux de franchise. L'une des questions épineuses est la concurrence faite par le franchiseur aux membres de son propre réseau.

### Quel avenir face à la vente sur Internet ?

De nombreux réseaux de franchise proposent à leur clientèle la vente de produits par Internet. Dans la majorité des cas, la vente a lieu directement via le site du franchiseur, indépendamment de la localisation géographique du client. Cette méthode a le mérite de la simplicité pour le client, mais elle aboutit à détourner une partie de la clientèle locale au profit du franchiseur. Légalement, un franchiseur ne peut toutefois pas se voir reprocher la vente par Internet, même sur le territoire de ses franchisés.

Déjà en vogue avant le confinement, la vente par internet connaît évidemment un succès inédit en cette période de fermeture des commerces non-essentiels. Certes, ce moyen de vente permet de limiter la perte du chiffre d'affaires et de maintenir un minimum d'activité. Il est à craindre toutefois que les consommateurs prennent l'habitude d'acheter en ligne, et que cela plombe durablement le commerce de proximité. L'essor de la vente par Internet n'implique pas nécessairement la dispa-

rition des commerces de proximité. Les deux moyens de vente devraient être complémentaires. Au sein d'un réseau, plusieurs mécanismes sont envisageables afin de mutualiser les risques et les gains, afin que la vente par Internet vienne au secours des commerces de proximité en période difficile et ne soit plus uniquement un concurrent dangereux.

### Comment réinventer les réseaux de distribution ?

Il serait en premier lieu possible que le site du franchiseur renvoie aux sites Internet de chaque franchisé, ces derniers ayant alors la charge de répondre aux demandes. En fonction de l'adresse de livraison, le client serait automatiquement redirigé vers le point de vente le plus proche. Une seconde solution consisterait à redistribuer un certain pourcentage des profits générés par la vente en ligne à l'ensemble des membres du réseau. Les commandes seraient alors traitées directement par la tête de réseau, qui devrait ensuite distribuer une

partie des profits aux membres. Les modalités de redistribution pourraient dépendre ou non du lieu de livraison, selon les caractéristiques du réseau concerné. Il est clair que les réseaux de distribution doivent faire face à un nouveau défi, qui est de concilier la vente en ligne et la vente en magasin. L'épidémie actuelle sera peut-être l'occasion de repenser l'avenir des réseaux de distribution et de mettre en place des mécanismes redistributifs garants, à long terme, des intérêts de chacun. ●

*"La vente par Internet connaît évidemment un succès inédit en cette période"*