



# La franchise

---

|                                                 |    |
|-------------------------------------------------|----|
| Définitions.....                                | 2  |
| Les différents types de franchise .....         | 3  |
| La franchise industrielle .....                 | 3  |
| La franchise de production.....                 | 4  |
| La franchise de distribution.....               | 4  |
| La franchise de services.....                   | 4  |
| Les critères constitutifs de la franchise ..... | 5  |
| Le transfert d'un Savoir-faire .....            | 5  |
| L'Assistance commerciale ou technique.....      | 6  |
| En amont.....                                   | 6  |
| En Aval .....                                   | 6  |
| L'utilisation de signes distinctifs.....        | 7  |
| Le Nom commercial .....                         | 7  |
| L'Enseigne .....                                | 7  |
| La Marque.....                                  | 7  |
| Quid de l'exclusivité? .....                    | 8  |
| L'exclusivité territoriale.....                 | 8  |
| L'exclusivité d'approvisionnement.....          | 8  |
| L'information préalable.....                    | 9  |
| Les avantages et les inconvénients.....         | 11 |
| Pour le franchisé .....                         | 12 |
| Pour le franchiseur .....                       | 12 |
| L'annulation d'un contrat.....                  | 13 |

# La franchise

## Définitions

**Système de commercialisation de produits, services et/ou de technologies basé sur une collaboration étroite et continue entre des entreprises juridiquement et financièrement indépendantes.**

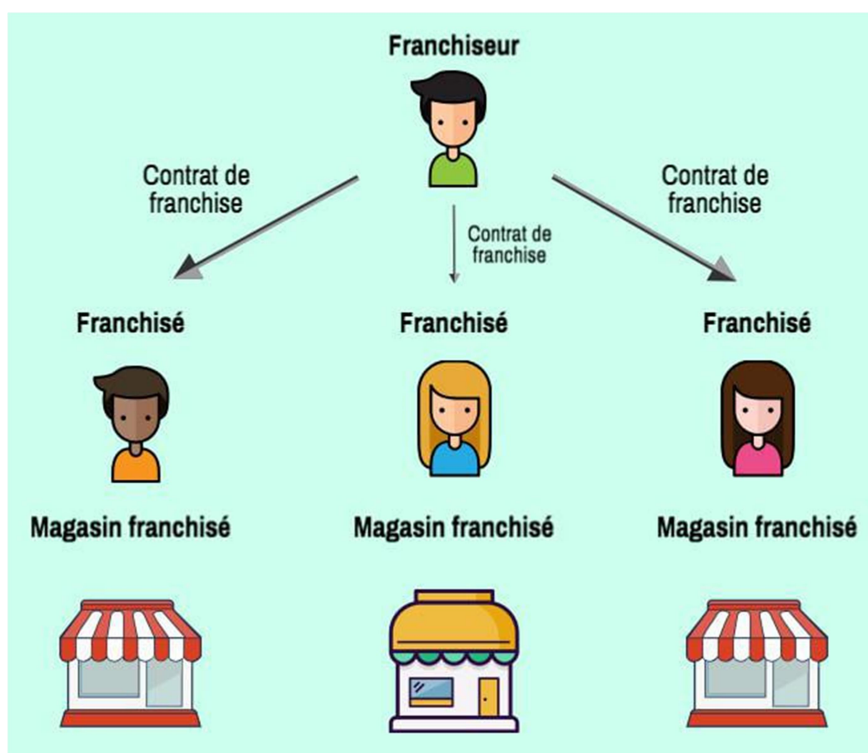


La franchise est une forme de **réseau de distribution** dans laquelle des **distributeurs indépendants** s'associent.

Ex.: McDo, Benetton, Yves Rocher, Hilton...

## Le contrat de franchise

**Contrat commercial** par lequel **une entreprise (franchiseur) concède à une autre entreprise indépendante (franchisé), le droit d'utiliser son enseigne ou sa marque pour vendre des produits ou des services en contrepartie d'une redevance**



### La contrepartie financière

Le franchisé doit payer

- ✓ un droit d'entrée (5 000€ à 50 000€)
- ✓ une redevance périodique proportionnelle au chiffre d'affaires



#### FRANCHISE MCDONALD'S<sup>1</sup> 1530 Implantations

- ✓ APPORT PERSONNEL: 190 K€
- ✓ DROITS D'ENTRÉE : 45 K€
- ✓ ASSISTANCE: FORMATION
- ✓ INVESTISSEMENT GLOBAL : 750 K€ (*pas de porte NC*)
- ✓ REDEVANCE FONCTIONNEMENT: 10% CA HT
- ✓ REDEVANCE PUBLICITAIRE: 5% CA HT

La technique est née en 1925 aux USA (« *General Motors* »).

Apparue en France à la même époque (1929 la « *lainerie de Roubaix* » développE son réseau sous la marque « *Pingouin-Stem* »), il faut attendre les années 1970 pour qu'elle se développe véritablement.

C'est la forme la plus récente est aussi la plus contraignante des contrats de distribution

- intégration totale du franchisé à un réseau
- soumission absolue du franchisé aux techniques de vente du franchiseur

### Les différents types de franchise

Il existe différents types de franchise.

#### La franchise industrielle

Le franchiseur est un industriel qui concède à un autre industriel un droit d'exploitation de sa marque et de son savoir-faire.



<sup>1</sup> Source : <https://www.toute-la-franchise.com/>



### La franchise de production

Le **franchiseur** est un **producteur** qui **commercialise** ses produits **dans des magasins** qui **exploitent sa marque et sa renommée**.

Ex.: Benetton



### La franchise de distribution

Le **franchiseur** est ici un **grossiste** qui **développe un concept** et **diffuse une collection** qu'il a sélectionnée auprès de fournisseurs ou qu'il a fait créer.

Ex.: Pronuptia

### La franchise de services

Le contrat se rapporte à la **diffusion d'une méthode ou d'un savoir-faire**.

Cette forme de franchise s'est **très développée** et représente aujourd'hui **environ 40 % des points de vente franchisés**.

Ex.: MacDonal'd's

#### Franchise PIZZA HUT 145 Implantations



- ✓ APPORT PERSONNEL: **80 K€**
- ✓ DROITS D'ENTRÉE: **23 K€**
- ✓ ASSISTANCE : AIDE AU FINANCEMENT et FORMATION.
- ✓ INVESTISSEMENT GLOBAL: **240 K€ HT (hors immobilier)**
  - ✓ CA moyen du réseau : **600 K€ HT (après 3 ans)**
  - ✓ REDEVANCE FONCTIONNEMENT: **0€**
  - ✓ REDEVANCE PUBLICITAIRE: **4% CA HT**
  - ✓ ROYALTIES : **6% CA HT**
  - ✓ SURFACE MOYENNE: **80 à 150 m<sup>2</sup>**

Le Droit européen définit la franchise selon ses éléments essentiels, à savoir :

- ✓ **Le transfert d'un Savoir-faire**
- ✓ **L'Assistance commerciale ou technique**
- ✓ **L'Utilisation de signes distinctifs**

## Les critères constitutifs de la franchise

### Le transfert d'un Savoir-faire

La communication d'un savoir-faire au franchisé est **l'élément central** d'un contrat de franchise.



#### Cours de cassation, 30 Janvier 1996

*« Un contrat de franchise est nul lorsque le savoir-faire est inexistant ou que sa transmission n'est pas démontrée »*

#### Qu'est-ce le savoir-faire?

**Ensemble de connaissances ou de méthodes, techniques, pratiques ou recettes originales et spécifiques mises au point par le franchiseur et communiqué à son ou ses franchisés.**

Clairement défini dans le **Règlement d'Exemption CEE 4087/88** et redéfini dans le Règlement communautaire 2010 comme un **ensemble « secret, substantiel et identifié »**.



#### Plusieurs conditions strictes

- ✓ Résulter de l'expérience du franchiseur
- ✓ Avoir été testé par le franchiseur
- ✓ Etre secret
- ✓ Etre original
- ✓ Etre spécifique (*difficilement imitable*)
- ✓ Etre transmissible

**L'identification** impose au franchiseur de démontrer et de **décrire dans un document**, ou autres supports, **en quoi le savoir-faire est secret et en quoi il est substantiel**.

- *Exercice difficile, délicat et incertain*
- *Moyen de preuve*

Le contrat de franchise implique obligatoirement la transmission **d'un savoir-faire** «secret, substantiel et identifié<sup>2</sup>»,

- Le Savoir-faire est la force et la faiblesse de la Franchise!

<sup>2</sup> Cf. : Règlement communautaire 2010

### CA Toulouse, 4 mai 2000

**« Il appartient au franchisé, qui allègue l'inexistence du savoir-faire d'en apporter la preuve ».**



### CA de Paris

Dans un réseau de boulangerie installé depuis plus de 25 ans, avec plus de 120 unités: "**malgré le rapport de l'Expert**, maintenant que le savoir-faire était original et inconnu des concurrents, il ressort des autres éléments que les originalités énumérées correspondent uniquement à de simples tours de main, connus des professionnels et insusceptibles de procurer un quelconque avantage concurrentiel... et n'est aucunement démonstratif de la réalité du savoir-faire allégué".

« L'absence de toute substantialité et de tout caractère secret du "savoir-faire" litigieux **prive de cause le contrat** et justifie que soit prononcée **la nullité** de celui-ci, les parties devant en conséquence être **remise en l'état** où elles se trouvaient antérieurement à sa conclusion".

### L'Assistance commerciale ou technique

L'assistance fournie par le franchiseur ou franchisé se définit à plusieurs étapes :

#### En amont

Avant même que le franchisé ait ouvert la boutique et ait commencé à exercer son activité.

*Ex.: Aide dans l'installation et l'aménagement du point de vente ou dans la préparation du dossier financier.*

#### En Aval

Par une aide postérieure à l'ouverture de nature administrative, comptable, financière, commerciale, marketing, juridique...



Sur les **évolutions du concept** faisant l'objet de franchise : **formation initiale et continue** du franchisé fait partie inhérente au transfert d'un savoir-faire.

La question de l'assistance due par le franchiseur est **source de conflits**.

Les franchisés, au regard des coûts d'entrée dans le réseau qu'ils supportent (*droit d'entrée et redevance périodique rémunérant cette assistance*), y sont particulièrement sensibles.

Certains ont assigné leur franchiseur pour inexécution des obligations d'assistance et ont pu obtenir réparation du préjudice subi du fait de ce défaut



➤ Responsabilité contractuelle

### L'utilisation de signes distinctifs

Il est essentiel que le franchisé puisse utiliser des **signes de ralliement** tels que la **marque, l'enseigne ou le nom commercial** qui sont des signes distinctifs de l'entreprise.

*En effet, le transfert d'un savoir-faire resterait sans effet si ce-dernier ne dispose d'aucun moyen pour faire connaître à la clientèle son appartenance au réseau de franchise, et donc sa capacité à mettre en œuvre le savoir-faire du franchiseur.*

### Le Nom commercial

**C'est la dénomination sous laquelle est connu et exploité l'établissement commercial.**

- Il doit figurer sur tous les actes et documents commerciaux
- Il est publié au RCS

### L'Enseigne

C'est une **inscription, une forme, un emblème ou une image apposée sur un immeuble et se rapportant à l'activité qui y est exercée de façon à l'identifier aux regards des passants.**

- Elle peut être différente de la dénomination et du nom commercial



**Cass. Com., 26 mars 1996**

*« L'usage de l'enseigne constitue un élément essentiel du contrat de franchise ».*

### La Marque

**Signe distinctif qui permet au consommateur de distinguer le produit/service d'une entreprise de ceux proposés par ses concurrents.**

*Ex.: un nom propre, un mot, une expression, un symbole visuel...*

Elle doit être **susceptible de représentation graphique**.

Ex.: le bruit d'un moteur ne peut être une marque

Les signes distinctifs représentent l'**actif incorporel** de l'entreprise et un enjeu financier parfois considérable.

➤ Ils permettent à la clientèle d'identifier l'entreprise: repère, garantie...

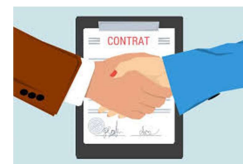
**Leur propriété est acquise par l'usage**

- **protection de droit commun** (*Responsabilité civile délictuelle*<sup>3</sup>)
- **Action en concurrence déloyale** et parasitaire s'il y a **risque de confusion**

Ils peuvent être déposés comme **marque** et faire l'objet d'une **protection spécifique** à cet effet: **action en contrefaçon** en cas d'utilisation sans autorisation (*Droit de la propriété intellectuelle*).

### Quid de l'exclusivité?

Au regard du **principe de Liberté contractuelle**, les **clauses d'exclusivité ne sont pas obligatoirement rédigées** dans un contrat de franchise.



### L'exclusivité territoriale

Cette clause contractuelle a pour effet de **protéger le franchisé de toute concurrence provenant d'un autre franchisé et du franchiseur lui-même sur la zone de chalandise qui lui est concédée** (*souvent contre rémunération*<sup>4</sup>).

### L'exclusivité d'approvisionnement

**Obligation pour le franchisé de s'approvisionner en tout ou partie auprès du franchiseur ou des fournisseurs qu'il a agréés.**

➤ Différence entre « franchises fermées » et « franchises ouvertes »

Elle présente l'**intérêt pour le franchiseur d'assurer l'homogénéité du réseau**.

Toutefois, elle **doit être**

- ✓ **justifiée**
- ✓ **accompagnée d'une information préalable** du franchisé

<sup>3</sup> Art. 1240 Code civil

<sup>4</sup> Art. L330-3 Code du commerce



**Jacques DESSANGE et Jean-Louis David diffusion<sup>5</sup>**

**« La clause d'approvisionnement exclusive doit pouvoir être justifiée par la nécessité de préserver l'identité et la réputation du réseau ».**

### L'information préalable

En vue d'améliorer l'information du candidat distributeur, la Loi DOUBIN a modifié le Code de commerce en imposant une **obligation d'information préalable** en cas de clause d'approvisionnement exclusive dans un contrat de distribution.



#### **Art. L330-3 Code du commerce**

**Toute personne qui met à la disposition d'une autre un nom commercial, marque ou enseigne, en exigeant un engagement d'exclusivité ou de quasi-exclusivité pour l'exercice de son activité, est tenue, préalablement à la signature du contrat conclu, de fournir un document donnant des informations sincères, qui permette de s'engager en connaissance de cause.**

**Le franchiseur doit communiquer au franchisé 20 jours au moins avant la signature du contrat de franchise, un dossier contenant un certain nombre d'informations.**



#### **Les informations**

- ✓ sur l'entreprise du franchiseur, le réseau de franchise (*historique, concept, membres...*)
- ✓ l'état de la concurrence et du marché
- ✓ les perspectives du développement



**« Le défaut d'information préalable, peut entraîner la nullité du contrat<sup>6</sup>. »**

➤ Les informations transmises par le franchiseur aux franchisés **doivent avoir un caractère sérieux.**

<sup>5</sup> Conseil de la concurrence 24Mai 1994

<sup>6</sup> CA Paris, 11 Décembre 1998, Sté Girard et Léo c/ SA DESCHAMPS



« **L'étude prévisionnelle** réalisée par le franchiseur **doit être sérieuse** : la légèreté de ce-dernier **peut aboutir** à sa **condamnation à réparer le préjudice subi par le franchisé qui s'est engagé sur des bases irréalistes.** »

« **L'existence d'un écart non négligeable entre les chiffres d'affaires prévus et ceux réalisés peut altérer le consentement du franchisé**<sup>7</sup>. »

➤ **Condition de validité du contrat**



### **Pour aller plus loin...**

Le contrat de franchise avec des clauses d'exclusivité correspond à **une restriction verticale de la concurrence**, une **entente** purement et simplement, admise et autorisée par le droit malgré son atteinte manifeste au libre jeu de la concurrence.

**Un texte communautaire exempte la franchise de l'application des textes de loi sur la concurrence:**

- ✓ 1<sup>er</sup> règlement d'exemption de 1988
- ✓ 2<sup>ème</sup> règlement de 1999
- ✓ 3<sup>ème</sup> règlement de 2010 jusqu'à Mai 2022

**La pratique de telles ententes ne sont autorisées par le traité de fonctionnement de l'UE que sous certaines conditions.**

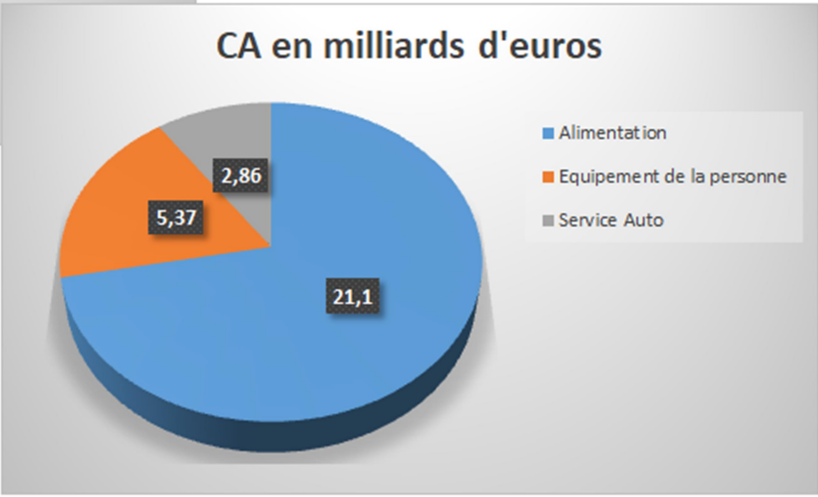
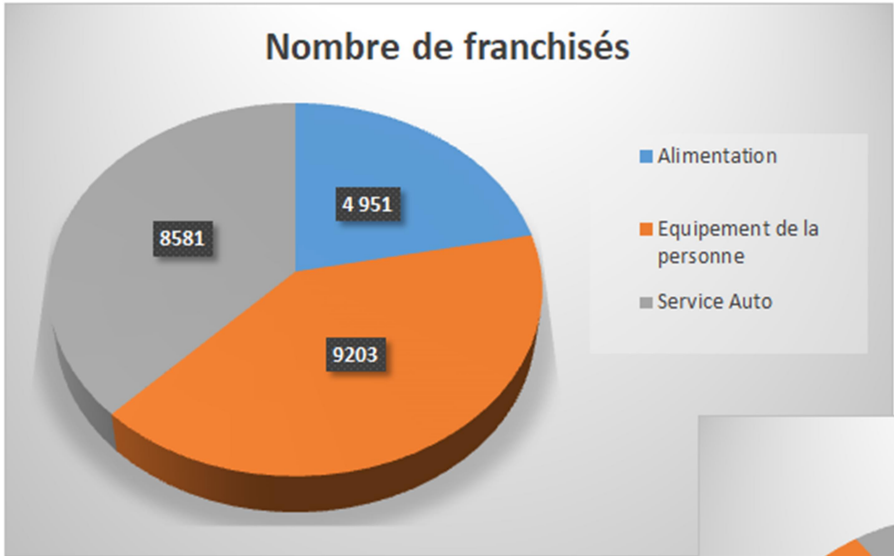
➤ **Il faut démontrer que ces pratiques ont une *efficience économique* et *profitent au consommateur*.**

### **Le poids économique de la franchise en France en 2019**

- ✓ **1<sup>ère</sup> en Europe**
- ✓ **3<sup>ème</sup> mondiale**
- ✓ **2 004 réseaux**
- ✓ **75 193 points de vente franchisés**
- ✓ **62 milliards de chiffres d'affaires**
- ✓ **Près de 700 000 emplois (directs et indirects)**

<sup>7</sup> Cass. Com., 12 Juin 2012

### Les secteurs principaux



### En résumé

La franchise est **un système de distribution** qui présente des **avantages** et des **inconvénients** pour chaque partie mais dont les faiblesses ont laissé petit à petit la place à **d'autres modes de distribution...**

### Les avantages et les inconvénients



## Pour le franchisé

| AVANTAGES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | INCONVENIENTS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Propriétaire</b> du fonds de commerce</li> <li>✓ <b>Indépendance juridique</b></li> <li>✓ Il bénéficie de la <b>notoriété</b> d'une grande marque, d'un <b>savoir-faire</b> et des droits de la <b>propriété intellectuelle</b></li> <li>✓ Il bénéficie d'une <b>aide à la création</b> du commerce, d'une <b>assistance</b> en gestion et d'un soutien publicitaire et promotionnel</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ les <b>droits d'entrée</b> (<i>variables selon la notoriété, la rentabilité prévisionnelle du PDV...</i>)</li> <li>✓ <b>l'apport financier</b> (<i>investissements financiers: financement du commerce initial, travaux, stocks...</i>)</li> <li>✓ <b>la redevance</b> proportionnelle au CA <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Sur le plan financier, l'exploitation assez couteuse</li> </ul> </li> <li>✓ Il est tenu <b>au respect absolu du concept du franchiseur</b> (<i>politique prix, promotions, aménagement locaux...</i>)</li> <li>✓ <b>Souvent soumis à une clause d'exclusivité d'approvisionnement exclusive de s'approvisionner</b> (peu de liberté sur la gestion des stocks)</li> <li>✓ Dépendance commerciale vis-à-vis du franchiseur <b>qui exerce un contrôle sur sa gestion</b></li> </ul> |

## Pour le franchiseur

| AVANTAGES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | INCONVENIENTS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Aucun investissement et pas de problèmes de gestion</b> des points de vente (<i>les charges transférées sur le franchisé</i>)</li> <li>✓ Il peut <b>contrôler totalement le circuit de distribution et imposer ses conditions</b> (<i>Ex.: mobilier</i>).</li> <li>✓ Il perçoit des <b>redevances</b> des entreprises faisant partie du réseau</li> <li>✓ <b>Excellent moyen pour diffuser une marque sur une large zone géographique</b>, permettant une <b>accélération de la notoriété</b> (<i>ouverture rapide de points de vente</i>)</li> </ul> | <p>Le franchiseur est tenu à <b>des obligations</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <b>Fournir une assistance technique et une assistance de gestion</b></li> <li>✓ <b>Adapter les méthodes de vente et les produits aux évolutions du marché</b> et résister aux concurrents <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ S'il y a des « <i>mauvaises franchises</i> », les marges du réseau peuvent se dégrader</li> </ul> </li> </ul> |

## FRANCHISE CARREFOUR PROXIMITE

4000 implantations

### Coûts financiers:

- Apport personnel : 5K€
- Droits d'entrée : 0€

**Assistance** : Aide au financement et Formation.

**INVESTISSEMENT GLOBAL**: *variable suivant l'enseigne*

**CA RÉALISABLE APRÈS 2 ANS: 900K€ à 10M€**

**Redevance fonctionnement** : *variable suivant l'enseigne*

**Redevance publicitaire** : *variable suivant l'enseigne*

Royalties : 0€

Surface moyenne : 90 à 900 m<sup>2</sup>



Il convient de **ne pas minimiser** l'importance des **efforts** qui doivent être **réalisés** **par le franchiseur pour faire connaître son réseau.**

➤ « *Dès lors que sa marque n'a pas encore acquis une certaine notoriété, le franchiseur doit faire un important effort de publicité.*<sup>8</sup> »

Des **conflits peuvent apparaître** avec les franchisés.

*Ex.: les franchisés de Copy2000 ont combattu pendant 5 ans leur franchiseur pour obtenir une diminution des redevances (9% du CA) qu'ils estimaient excessivement élevées<sup>9</sup>.*

**Les attaques de contrats de franchise, qui se généralisent,**

➤ contentieux important

### L'annulation d'un contrat

➤ **Une décision économiquement et financièrement dramatique**



<sup>8</sup> Cass. Com., 12 Juillet 1993

<sup>9</sup> Source : capital - Mai 1994

- Elle entraîne le **remboursement**, par le franchiseur au franchisé, de toutes sommes perçues
- « *Remise en état* »

Devant les contraintes inhérentes et l'insécurité juridique grandissante pour le fournisseur, **d'autres formes de contrat de distribution associée ont été recherchées** (Ex.: *concession*) et **d'autres se sont développées** (Ex.: *partenariat l'affiliation, la coopérative, les GIE...*).

