

# F O R U M

## LES MIRAGES DE LA FRA.

### CONSO MMATEURS

Sous la responsabilité  
de Jean MARCHAND

**V**ous rêvez d'ouvrir une boutique? Si vous disposez d'un petit pécule, vous pouvez le réaliser, même sans expérience du commerce. Comment? Grâce à la franchise. Voici quelques années, des annonces de ce type fleurissaient dans la grande presse. On les trouve encore dans les revues spécialisées. A en croire ses promoteurs, la franchise c'est comme le loto : simple, pas (trop) cher et ça peut rapporter gros.

Vous prenez une entreprise (le franchiseur) et des commerçants ou candidats-commerçants (les franchisés). La première est propriétaire de l'enseigne (ou de la marque) et du « savoir-faire ». Les seconds accèdent, par le

contrat de franchise, à sa notoriété pour vendre ses produits ou services tout en restant propriétaires de leur fonds de commerce. Moyennant un droit d'entrée (de 30000 à 200000 F) et une redevance proportionnelle aux ventes (3 à 5 %). Qu'importe! la franchise est en plein essor : 450 franchiseurs, de Phildar à Yoplait, des hôtels Concorde à Lévitane ou Uni-Inter (agence matrimoniale) rassemblent 20000 franchisés, avec un bond de 41 % en deux ans.

Las! séduisante, la franchise c'est aussi, souvent, le miroir aux alouettes pour celui qui rêve de se « mettre à son compte » ou le chômeur, licencié économique disposant d'un « petit pécule ». Alléché par l'espoir de gains importants, confiant dans l'appui de l'entreprise devant fournir produits et savoir-faire, notre candidat-boutiquier investit dans l'achat d'un magasin,

verse les droits d'entrée et signe, les yeux fermés, le contrat d'exclusivité.

Malheureusement, « près des deux tiers des franchiseurs n'offrent pas tous les services attendus et promis », explique Olivier Gast, avocat. Sans compter les entreprises déjà en difficulté qui se tournent vers la franchise pour puiser de l'oxygène dans les crédits versés par les franchisés, promus alors bouées de sauvetage, pour éviter le dépôt de bilan. Le mirage fonctionne d'autant mieux que les futurs franchisés sont généralement mal informés : « 40 % n'ont aucune formation de gestion », constate le cabinet de marketing dans une étude sur 179 franchisés de 65 réseaux.

Comment éviter le piège? Olivier Gast suggère d'appliquer la « règle des trois-deux ». Un réseau est fiable s'il compte au moins trois magasins fonctionnant en franchise depuis au moins deux ans. Vérifiez aussi les comptes du franchiseur. Et demandez l'avis de ses franchisés. Il reste que pour le « consommateur de base », « la franchise n'est pas souvent avantageuse », constate l'Institut national de la consommation (INC) qui lui fait trois reproches. D'abord, les prix sont élevés, le commerçant récupérant sur son client le droit d'entrée et la redevance versée au franchiseur. Ensuite, l'INC dénonce l'abandon de la concurrence, dû à la distribution exclusive du pro-

## Attention au contrat!

**A**ttention à la franchise, alertent les notaires! Ce type de contrat n'est pas réglementé en droit français. Au franchisé donc de vérifier que le franchiseur est bien propriétaire de sa marque, régulièrement déposée à l'Institut national de la propriété industrielle. Sinon, le franchisé risque d'investir sans protection face à la concurrence. Ce n'est là qu'une des multiples précautions à prendre...

Pour que le contrat de franchise soit valide, il faut qu'il y ait transfert d'un réel savoir-faire du franchiseur; la jurisprudence est nette. Attention à la durée du contrat : si elle est trop courte, le franchisé peut avoir investi (fonds de commerce, stock, etc.), embauché sans être assuré que le franchiseur reconduira le contrat. Attention aussi aux stocks. Si rien n'est prévu par le contrat, le franchisé peut se trouver, en cas de rupture, avec un stock que le franchiseur n'est pas tenu de lui reprendre et, en vertu des clauses de non-concurrence, qu'il ne

peut revendre. Une clause abusive, jugent les notaires.

Autre point délicat : les prix. Très souvent le contrat de franchise impose au franchisé de s'approvisionner exclusivement auprès du franchiseur. Mais à quels prix? Ceux-ci doivent être déterminés ou déterminables par le contrat. Sinon celui-ci peut être déclaré nul. Il importe donc que cette question soit précisée à la signature.

Si le contrat n'est pas reconduit par le franchiseur pour créer son propre réseau de vente, il peut se voir contraint de reprendre la totalité du personnel licencié de son fait (article L. 122-12 du Code du travail). Il cumule alors son propre personnel et celui du franchisé, à qui il doit à son tour des indemnités s'il ne peut le conserver.

Lorsque le franchiseur donne des conseils de gestion à ses franchisés et que ceux-ci font faillite, il peut arriver que le tribunal mette en jeu sa responsabilité. Le contrat doit être précis là aussi.

duit. Enfin l'absence de règles du jeu limpides entre les franchisés et le franchiseur entraîne de sérieuses difficultés en matière de service après-vente. Venant au secours des franchisés, qui se plaignent souvent du montant du droit d'entrée, l'INC met en cause « sa justification économique » : « Ce droit, parfois véritable rançon, ne devrait-il pas correspondre au coût réel des frais qu'il doit représenter? »

Au total, la franchise crée une situation exceptionnelle dans laquelle consommateur et commerçant se retrouvent ensemble dans une situation de dépendance face au franchiseur!

Philippe LEBELLE