

DROIT

CONCESSION ET FRANCHISE : LES ELEMENTS DU CHOIX

■ La coopération entre les entreprises est une solution pour lutter contre la crise. La concession et la franchise sont deux formes de coopération qui ont, chacune, des avantages et des inconvénients. Que choisir ?

Deux formules peuvent notamment être envisagées : la franchise ou la concession.

Chacune d'entre elles trouvera preneur au gré des aspirations et de la personnalité des intéressés.

Pour certains, la franchise serait l'application moderne complexe, sophistiquée, de l'« ancien » concept de concession.

Il est exact que la concession fut pendant de nombreuses années, dans le contexte d'un marché qui n'était pas saturé, un moyen simple et efficace pour contrôler un réseau de distributeurs indépendants qui se bornaient à vendre des produits.

Depuis quelques années, le système de la concession voit s'établir et s'étendre à ses côtés celui de la franchise.

Mais les deux coexistent, chacun ayant sa vocation propre.

■ DANS LE SYSTÈME DE LA CONCESSION,

le producteur à la source s'assure une garantie de débouchés, la qualité de ses produits restant l'assurance de sa suprématie.

Les obligations contractuelles concessionnaires/concédants découlent des relations d'approvisionnement et de fourniture s'accompagnant de clauses d'exclusivités territoriales et de l'octroi d'une marque commune licenciée à l'ensemble des concessionnaires.

Les obligations des parties sont donc relativement limitées, surtout si on les compare à celles résultant des contrats de franchise.

La franchise correspond à une évolution de l'économie dans laquelle le produit n'est pas suffisant à lui seul pour être bien vendu.

■ DANS LE CONTRAT DE FRANCHISE,

les clauses déterminantes qui lui donneront sa qualification seront celles qui découlent en particulier de :

- la mise au point du système concédé globalement par le franchiseur,
- la licence de marque et de savoir-faire,
- la formation,
- l'assistance permanente.

La vente finale du produit sera le résultat d'un ensemble de prestations prévu contractuellement et découlant du système de vente mis au point par le franchiseur.

Le franchiseur concède une stratégie de vente, il ne vend pas uniquement un produit.

LE PARTENARIAT NE S'ÉPANOUIT QUE DANS LA RÉUSSITE.

Il est à noter que le concessionnaire traitera souvent avec de très puissants groupes financiers (par exemple : les pompistes, les distributeurs de bière, les concessionnaires automobiles). On remarque qu'en ces domaines, le produit se suffit souvent à lui-même.

Le concessionnaire bénéficie d'une plus grande autonomie. Il n'a pas (par exemple) l'obligation d'assister à des séminaires de formation ni celle d'aménager son fonds selon des normes strictes qui sont généralement imposées par les franchiseurs dans leur contrat.

L'indépendance du franchiseur est plus précaire que celle du concessionnaire. Mais où est la liberté lorsque les rapports de force sont disproportionnés ? (exemple : votre concédant est une

grande société pétrolière).

Souvent les rapports franchiseur/franchisé auront une dimension plus humaine.

Le choix dépendra en conséquence beaucoup de la personnalité des futurs contractants.

A celui qui veut prouver son imagination, qui a le goût du risque, la concession sera sans doute à conseiller.

A celui qui, au contraire, désire placer un petit capital dans une affaire, mais qui n'a pas la fibre d'un innovateur, la franchise sera préférable.

Quoi qu'il en soit, innovateur ou entrepreneur prudent, il faudra être d'une particulière attention dans le choix de vos cocontractants ! Le partenariat ne s'épanouit que dans la réussite. ■



Consultant, M^e Olivier Gast.