



ACTUALITÉS DE LA FRANCHISE EN EUROPE

1 - Actualités juridiques

- Le groupe ZANNIER lourdement condamné par le Conseil de la concurrence

Les contrats de franchise sont à la mode devant les magistrats français!

La clause d'approvisionnement exclusif est au cœur des débats.

Après une longue bataille judiciaire, La Cour de Cassation a posé le principe dans l'affaire PHILDAR selon lequel une clause d'approvisionnement exclusif n'est valable que dans la mesure où elle est indispensable pour préserver l'identité et la réputation du réseau de franchise.

La société PHILDAR a finalement obtenu gain de cause devant la Cour d'Appel d'Amiens statuant sur renvoi après Cassation (arrêt du 17 juin 1996. Arrêt commenté dans notre précédente rubrique). Son contrat de franchise a été validé car PHILDAR a démontré que les normes rigoureuses concernant la qualité des produits avaient eu pour conséquence la création de son savoir-faire.

En revanche, dans une affaire opposant le groupe ZANNIER (vêtements pour enfants) au Conseil de la Concurrence, il a été décidé que la clause d'approvisionnement exclusif était restrictive de concurrence et devait être supprimée des contrats (décision du 28 mai 1996).

En effet, les franchisés ne devaient s'approvisionner qu'auprès de leur franchiseur ou de ses fournisseurs référencés. Cette obligation concernait non seulement les vêtements pour enfants, objet même du contrat, mais également les caisses enregistreuses, les éléments publici-

taires et même l'aménagement du magasin.

Le Conseil de la Concurrence a reproché au groupe ZANNIER de ne pas prévoir la possibilité pour les franchisés de solliciter l'agrément d'un fournisseur autre que ceux figurant sur la liste.

La décision du Conseil de la Concurrence n'est pas surprenante dans la mesure où les obligations imposées aux franchisés étaient draconiennes, injustifiées et surtout empêchaient le libre jeu de la concurrence.

La seconde clause litigieuse concernait la fixation des prix de vente au consommateur.

Le groupe ZANNIER imposait à ses franchisés de respecter les prix «conseillés» de revente. Pour ce faire, le franchiseur préécrivait les articles, préenregistrait ce même prix dans les caisses enregistreuses et procédait à des campagnes publicitaires avec des annonces de prix imposant ainsi aux franchisés qui souhaitaient participer à ces campagnes de pratiquer les prix annoncés par le franchiseur.

Si, contractuellement, le franchisé avait la possibilité de fixer les prix librement, ce n'était absolument pas le cas en pratique en raison des contraintes matérielles.

Le Conseil de la Concurrence a sanctionné cette pratique. Il est donc intéressant de noter, qu'une fois de plus, il tient compte de la réalité et ne s'arrête pas à la seule lecture du contrat.

Enfin, le Conseil de la Concurrence a rappelé le principe selon lequel une obligation de non-concurrence ne peut être imposée à un franchisé après l'expiration

du contrat que pour une durée raisonnable qui ne peut excéder un an et seulement dans la mesure où une telle obligation est nécessaire pour protéger les droits de propriété industrielle ou intellectuelle du franchiseur ou pour maintenir l'identité commune et la réputation du réseau.

Le Conseil de la Concurrence a finalement enjoint à ZANNIER de supprimer les clauses litigieuses du contrat et l'a condamné au paiement de 1,650,000 francs à titre de sanction pécuniaire.

Ces deux décisions sont intéressantes et innovatrices au regard de la vision jurisprudentielle de la validité de la clause d'approvisionnement exclusif.

Franchiseurs, à vos contrats!

Il faut impérativement que ceux-ci soient remis à jour régulièrement.

2 - Marque de commerce et Union européenne

- Une nouveauté en droit des marques: la marque communautaire 1996 a ouvert de nouvelles perspectives très intéressantes pour la protection des marques dans le cadre de l'Union européenne.

En effet, depuis le 1er janvier 1996, il est possible de déposer une marque communautaire auprès de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur qui couvrira l'ensemble des pays de l'Union européenne, y compris le Royaume-Uni, le Danemark, la Finlande, la Suède et la Grèce, qui n'ont pas signé l'accord de Madrid.

La marque communautaire présente l'immense avantage de disposer d'une protection

dans les 15 États de l'Union européenne.

3 - Des nouvelles du marché

- Conférence de Varna (Bulgarie) sur la franchise

Les pays d'Europe de l'Est s'ouvrent peu à peu à la franchise. Une conférence sur la franchise s'est tenue les 11 et 12 octobre à Varna en Bulgarie.

J'étais présent à cette manifestation avec un autre collègue allemand du groupement EFLAW (European Franchise Lawyers Association - Association d'avocats européens spécialisés dans le domaine de la franchise).

Sofia, capitale de la Bulgarie, pourrait prendre le leadership d'une collaboration trans-méditerranéenne qui réunirait notamment la Bulgarie, la Turquie, Dubaï, Casablanca, avec pour objectif d'influencer les affaires en direction de l'Ukraine et des pays de l'ex-URSS.

Par ailleurs, d'autres conférences identiques vont se dérouler prochainement en Pologne, Roumanie, République Tchèque... en collaboration avec les avocats du groupe EFLAW.

- Salon de la franchise de Milan (Italie) / Salon de la franchise de Vienne (Autriche)

Du 7 au 9 novembre 1996, s'ouvre le Salon de la franchise de Milan.

Je serai également orateur au Salon de la franchise de Vienne, du 15 au 17 novembre 1996.

Je ferai un compte rendu de ces salons européens dans ma prochaine chronique ■