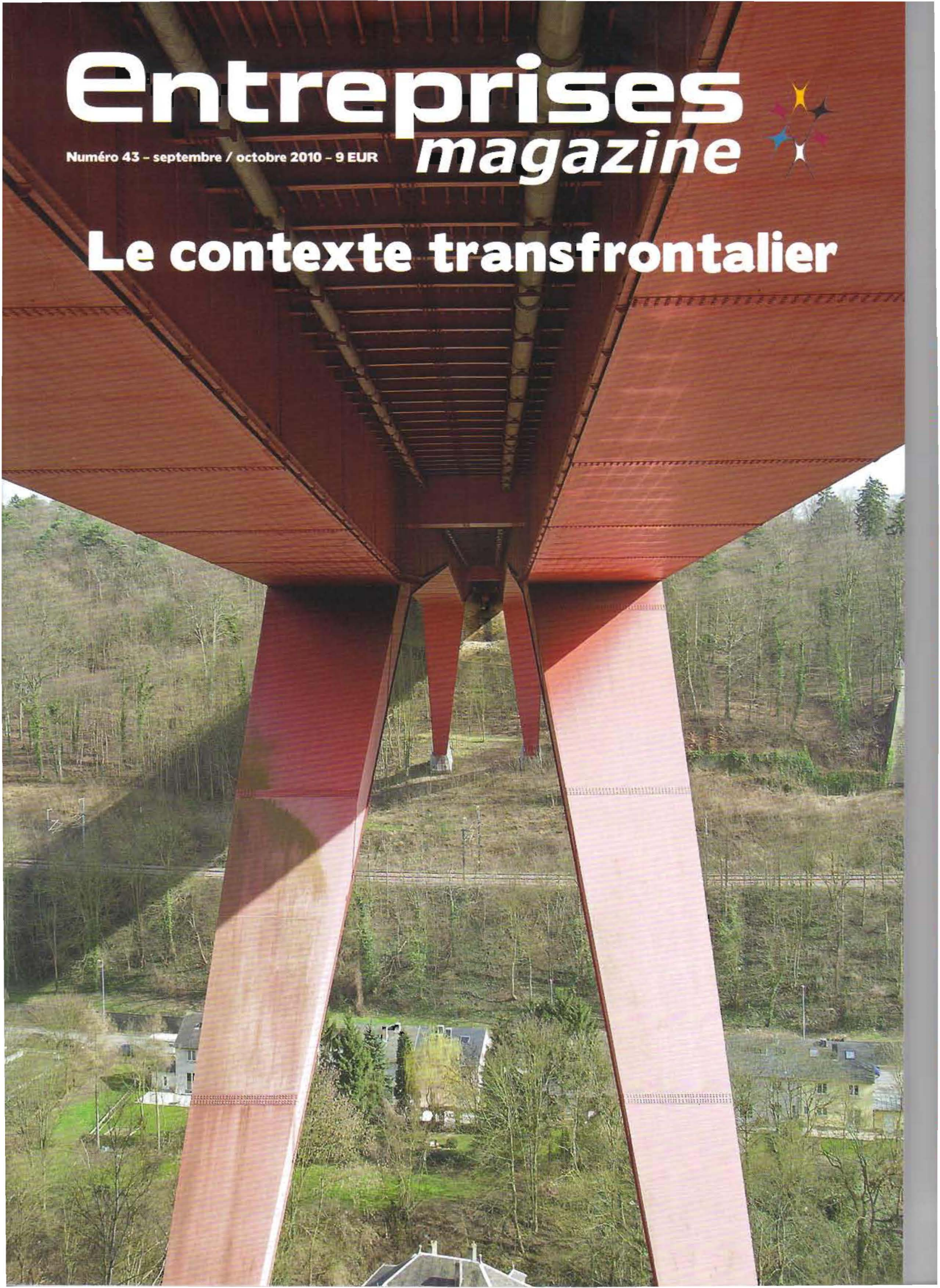


Entreprises magazine

Numéro 43 - septembre / octobre 2010 - 9 EUR



Le contexte transfrontalier



Luxembourg

Capitale européenne de la franchise ?

La franchise est devenue la technique la plus efficace, aujourd'hui, pour le développement d'une PME tant sur son marché domestique que sur le marché international. Il y a des salons de la franchise dans le monde entier. On peut même dire que, chaque week-end de l'année, il y a un salon de la franchise quelque part dans le monde.

Les trois éléments juridiques qui constituent un contrat de franchise sont les suivants :

- la concession d'une marque/enseigne (propriété intellectuelle) ;
- le transfert d'un savoir-faire ou d'un concept ;
- une relation continue entre le franchiseur et ses franchisés (formation, assistance technique permanente...).

Il y a environ 4.000 franchiseurs dans l'Union européenne.

Ce phénomène du commerce moderne a permis à beaucoup de pays de révolutionner leur commerce de proximité en le structurant par la franchise. On observera, à présent, que tous les centres-villes, tous les centres commerciaux ont été irrigués par les enseignes et les franchises. Ce phénomène est mondial. Par exemple, la franchise américaine Subway possède dans le monde 33.000 franchisés rien qu'en vendant des sandwiches !

Pourquoi le Luxembourg pourrait-il devenir capitale de la franchise européenne ?

Le régime fiscal de la propriété intellectuelle à Luxembourg

L'article 50 bis de la loi du 21 décembre 2007 entré en vigueur le 1^{er} janvier 2008 et la circulaire du directeur des contributions du 5 mars 2009 ont pour objet l'exonération partielle des revenus produits par certains droits de la propriété intellectuelle : brevet, marque, nom de domaine. Cette loi est la conséquence du traité de Lisbonne (mars 2000) qui a cherché à améliorer la compétitivité de l'Europe en matière de propriété intellectuelle.

La nouvelle fiscalité de la propriété intellectuelle à Luxembourg exonère à concurrence de 80 % des revenus nets, perçus relativement à l'utilisation des accords de propriété intellectuelle, ce qui revient à 5,71 % d'impôts ! Cette nouvelle concurrence fiscale est extraordinairement favorable aux jeunes franchiseurs européens (dont les marques ne sont pas encore notoires).

Pour y avoir droit, le franchiseur doit :

- déposer sa marque à Luxembourg (dans le cadre du Benelux) avec l'extension à l'Union européenne⁽¹⁾ ;
- mettre cette marque dans une S.à r.l. luxembourgeoise ;
- signer des accords de master licence dans le cadre de son développement international ;
- si le franchiseur possède déjà une société en dehors du Luxembourg qui initie sa franchise, filialiser cette société et/ou corrélativement passer un accord de master licence avec sa société luxembourgeoise ;
- tous les droits d'entrée et royalties issus de ces masters franchises doivent remonter à la société luxembourgeoise. Les revenus nets de la société luxembourgeoise ne seront taxés qu'à hauteur de 5,71 % ;
- les accords de master franchise devront appliquer la loi luxembourgeoise, et donner compétence au tribunal du Luxembourg ;
- la société luxembourgeoise du franchiseur devra avoir des bureaux opérationnels à Luxembourg avec, par exemple, un secrétaire, voire même les ser-

vices du directeur export de la franchise.

Certains franchiseurs belges ont déjà commencé à mettre en place ce schéma parfaitement transparent et légal. Gageons que d'autres nouvelles franchises vont suivre ce mouvement. Mais, attention, cette exonération fiscale ne fonctionne que pour les royalties et droits d'entrée (comme dit la loi strictement issue de la propriété intellectuelle de la master licence). En effet, il y a dans un contrat de master franchise ou de master licence un chapitre concernant la convention de licence de marque et/ou d'enseigne. Le franchiseur qui distribue des produits, par exemple dans le prêt-à-porter, et dont le chiffre d'affaires est lié au commerce, ce chiffre d'affaires n'entrera pas dans le champ d'application du nouveau régime fiscal de la propriété intellectuelle.

La justice commerciale du Luxembourg

Le tribunal de Commerce du Luxembourg fonctionne bien, les dossiers avancent vite (plus vite qu'en Italie, Espagne ou France !). Les juges concernés par la franchise seront plutôt favorables aux franchiseurs (comme le tribunal de Commerce de Paris).

Autre avantage du Luxembourg : il n'y a pas de loi sur la franchise. La plupart des pays de l'Union possède une loi nationale sur la franchise, comme par exemple la France, la Belgique, l'Espagne, l'Italie... Les franchiseurs sont souvent englués dans toutes ces lois nationales. Peut-être préféreraient-ils une justice commerciale appliquant les règles générales du droit civil, si proche de celui de la France par exemple.

En conclusion, on peut affirmer, objectivement, que le Luxembourg peut devenir la future capitale européenne de la franchise et, en tout cas, une terre d'accueil pour les futurs franchiseurs européens. D'autant que sa position géographique, très centrale en Europe, est un atout et que le pays est très bien équipé en logistique, en transports et en grands entrepôts pouvant même accueillir l'e-commerce

Olivier Gast

Président du CEDRE (Club Européen des Directeurs de Réseaux)
Conseil expert
en franchise internationale

www.franchiseland.com

(1) Luxembourg investit dans ses marques. Lors d'une conférence de presse du 1^{er} juillet 2010, Luxbrands a annoncé la publication de Luxbrands Collector, le premier ouvrage mettant en lumière le « patrimoine marques » du Grand-Duché.