

Etude de marché : nouvelles décisions

Coup sur coup, trois jugements précisent qu'il ne suffit pas à un franchisé d'échouer pour faire condamner son franchiseur en l'accusant "d'étude de marché fautive".

Jean-Pierre Pamier

Certains avocats l'affirment sans sourciller : quand un franchisé n'atteint pas le chiffre d'affaires prévu par son franchiseur, cela signifie que ce dernier doit être condamné pour "étude de marché fautive" et "manquement à ses obligations légales".

Suivi sur ce terrain par certains tribunaux, Maître Serge Meresse vient d'être contredit à la fois par la Cour d'appel de Rennes et le Tribunal de Commerce de Paris.

Prévisions de CA : "par nature aléatoires"

Confirmant sa décision du 19 mai dernier dans un litige de même nature (Franchise Magazine n° 153 août/septembre 1999), la Cour de Rennes a considéré en effet qu'en l'occurrence la responsabilité de *Catimini*, défendu par Maître Olivier Gast, n'était pas engagée dans la mesure où il avait établi un compte d'exploitation prévisionnel basé sur des données sérieuses.

Les magistrats ont rappelé par ailleurs qu'un franchiseur n'était "pas tenu d'une obligation de résultat lorsqu'il établit de

simples prévisions" et que, de toute manière, le compte d'exploitation prévisionnel ne consistait précisément... qu'en "des prévisions, par nature aléatoires, d'autres paramètres intervenant quant à la réalisation



Maître Olivier Gast, défenseur de *Catimini* et *Jeff de Bruges* : "les franchisés ne sauraient se retrancher derrière leur contrat de franchise pour échapper à leur responsabilité de commerçant indépendant".

du chiffre d'affaires, notamment la compétence et le dynamisme du franchisé, les modifications dans la situation des concurrents ou l'évolution du marché tant

local que global".

Un même raisonnement, appliqué dans un litige *Jeff de Bruges*, a abouti au même résultat le 30 septembre dernier à Paris où les magistrats de la 14^{ème} chambre du Tribunal de Commerce ont débouté de ses demandes d'indemnités une ex-franchisée de *Rambouillet* également défendue par Maître Meresse.

Les juges ont considéré en effet que celle-ci n'était pas parvenue à réaliser le chiffre d'affaires prévu par son franchiseur, c'était en raison de "son état de santé" et non de prétendues "prévisions fautives" de *Jeff de Bruges* puisque celui-ci s'était basé à la fois sur la moyenne des CA du réseau et sur des éléments transmis par la société *Procos* pour aboutir à des chiffres que le tribunal a estimés "pertinents".

S'il est bien évident que ces jugements ne sauraient innocenter les faux franchiseurs, auteurs de comptes prévisionnels fantaisistes destinés à duper les candidats naifs, ils rappellent à bon droit la part de responsabilité des franchisés dans la réalisation de leur propre chiffre d'affaires.

Règlement européen : pour Noël ?

C'est confirmé. Si un projet est bien paru au JOCE du 24 septembre, le texte définitif du nouveau règlement européen des "accords verticaux de concurrence" est attendu pour fin décembre 99.

Les discussions se poursuivent donc et certaines modifications interviennent... "dans le bon sens", assure Maître Hubert Bensoussan, expert près de la Fédération Française

de la Franchise. Certes, un même texte coiffera, au final, des formules aussi différentes que la distribution sélective et la franchise, mais le distinguo devrait être fait.



Hubert Bensoussan : "j'ai bon espoir que les spécificités de la franchise soient prises en compte".

Propriété du réseau : franchisés déboutés

La Cour d'appel de Paris a finalement donné raison à l'ex-franchiseur *Agences n°1* dans un conflit l'opposant à une association de 72 de ses anciens franchisés.

S'estimant – notamment – floués du fait que leur enseigne, alors en difficulté, avait été cédée en 1995 – non à leur association comme

ils le souhaitaient – mais au groupement *Orpi*, les plaignants réclamaient l'annulation de leurs contrats et des indemnités conséquentes. La Cour ne les a pas suivis, jugeant la proposition qui leur avait été faite de nature au contraire à leur ouvrir à l'époque, sous la marque *Agences n°1-Orpi*, "la seule" réelle "perspective d'avenir" possible. Le cumul des marques ne créant pas, selon eux, de handicap d'image.