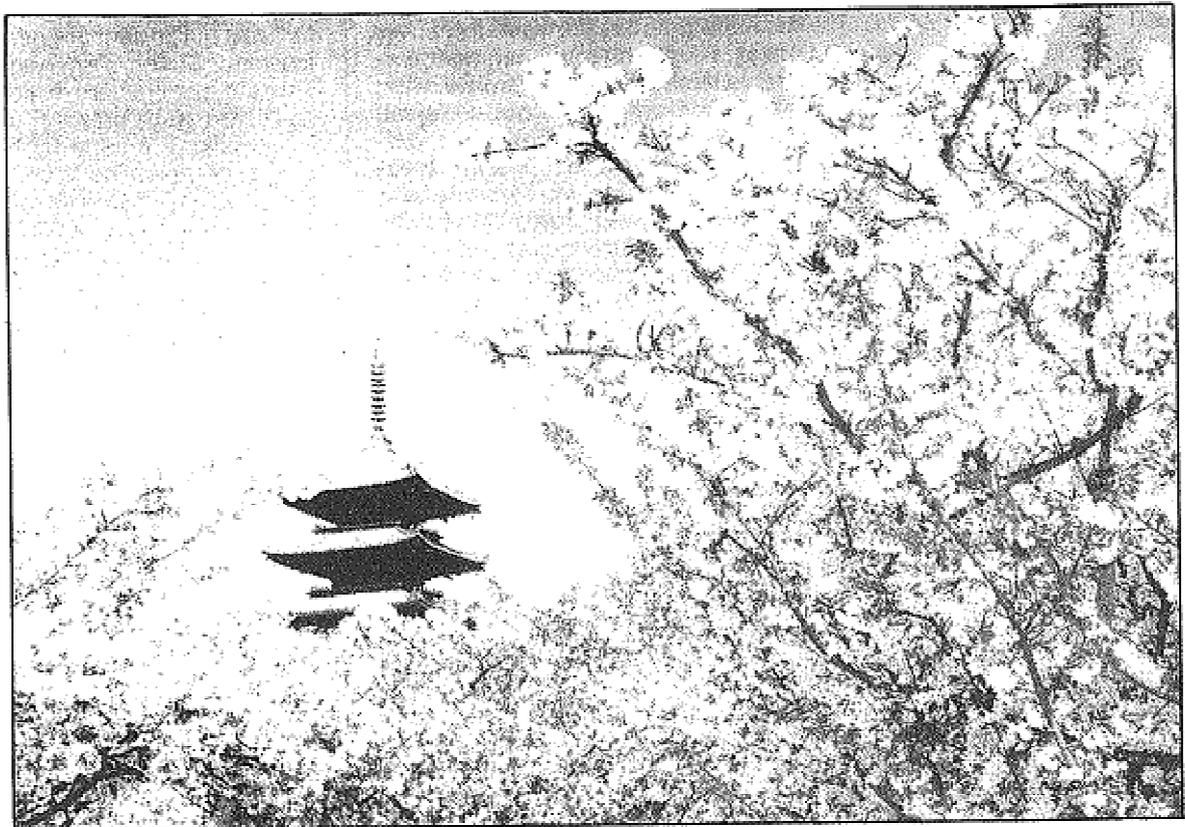


LE JAPON LA FRANCHISE DU SOLEIL LEVANT

(suite)



Dans un précédent numéro, nous avons ouvert une rubrique intitulée Franchise internationale, consacrée au Japon. Si ce premier article traitait exclusivement de l'innovation et de l'organisation dans les chaînes japonaises, Olivier Gast et Hélène Douet se sont attachés ce mois-ci à développer l'aspect juridique de la franchise au Japon.

Au-delà de l'attrait touristique et exotique que le Japon peut présenter pour des industriels et commerçants français, il ne faut pas perdre de vue qu'il s'agit là d'un marché intéressant et surtout, contrairement à ce que l'on pourrait croire, ouvert.

Les franchiseurs français qui ont des idées d'exportation, devraient

s'attacher de plus près à examiner les possibilités que leur offre le Japon, notamment dans tous les domaines qui touchent de près ou de loin à la mode, ainsi qu'à l'alimentation.

D'ailleurs ce n'est pas par hasard que le Japon représente pour les franchiseurs américains leur plus importante conquête : en 1981 les franchiseurs américains détenaient

2.600 unités franchisées au Japon, dont 75 % concernaient l'alimentation.

Mais bien sûr, pour aussi attirant et prestigieux que puisse paraître un succès possible au Japon, il ne faut pas négliger le fait que celui-ci sera dur à acquérir, la première raison étant évidemment la barrière tant linguistique que culturelle dressée par

cette société complexe et unique. C'est pourquoi le franchiseur décidé à exporter au Japon devra, pour réussir, être animé d'une volonté et d'une motivation particulières et être prêt à investir.

Il nous a donc paru intéressant de faire quelques recherches sur le droit applicable à l'heure actuelle à la franchise au Japon, considéré du point de vue particulier d'un exportateur français.

Il est curieux de noter, en préliminaire, que le juriste français est moins déconcerté qu'il ne le craignait en découvrant le système japonais : la faculté d'assimilation bien connue de ce peuple lui a permis de se créer un système juridique fondé sur un assemblage des différents droits existant dans des pays étrangers, et ayant fait leurs preuves. C'est ainsi que l'on voit coexister des règles procédurales calquées sur les règles anglo-saxonnes et américaines et des règles de droit civil directement inspirées de notre code civil français, lequel servit de base à la rédaction du code japonais.

Naturellement, le droit américain, au niveau commercial, fut adopté, pour ne pas dire imposé, à la fin de la seconde guerre mondiale, sous l'influence des forces d'occupation américaines.

Très américanisé au départ donc, une évolution s'est cependant dessinée sous l'influence des commentateurs et de la doctrine japonaise qui argumentaient que les standards américains devaient être adaptés aux pratiques commerciales spéciales japonaises.

Ces différentes influences font du droit japonais un droit mouvant et irrégulier, dont la tendance cependant est celle d'une personnalisation.

En matière de franchising, il est évident que l'influence américaine est plus forte que dans certains autres domaines, précisément parce que cette technique fut importée au Japon par les américains et que le système qu'ils apportaient avait été déjà bien mis au point chez eux.

C'est pourquoi le franchiseur français qui désire exporter sa franchise au Japon, se verra dans l'obligation de réadapter son contrat au droit existant.

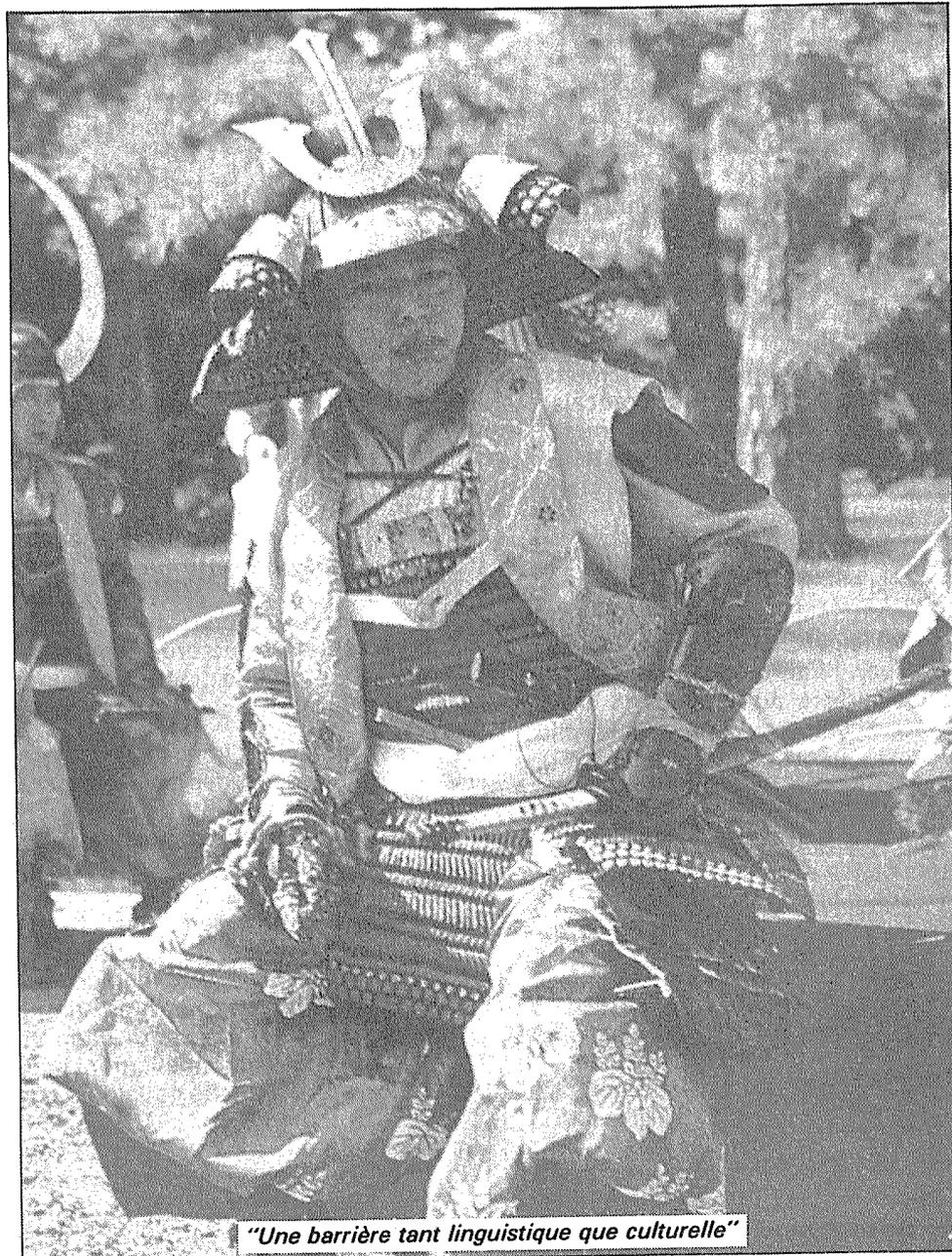
Les embûches les plus redoutables concernent d'une part les lois anti-

trusts, d'autre part la loi qui impose aux franchiseurs de révéler avant signature une série de catégories d'informations sur la franchise concernée.

En ce qui concerne les problèmes anti-trusts ils justifieraient à eux seuls une analyse complexe et détaillée d'une épaisseur considérable. Bornons-nous donc à préciser que, à l'instar de notre ordonnance de 1945 et du Traité de Rome, une réglementation complexe et touffue a été instau-

d'approvisionnement ainsi que de politique de prix, reçoivent des solutions différentes selon les cas de figures. Le seul bon conseil à ce sujet serait donc de faire vérifier l'économie du contrat envisagé par un bon juriste japonais.

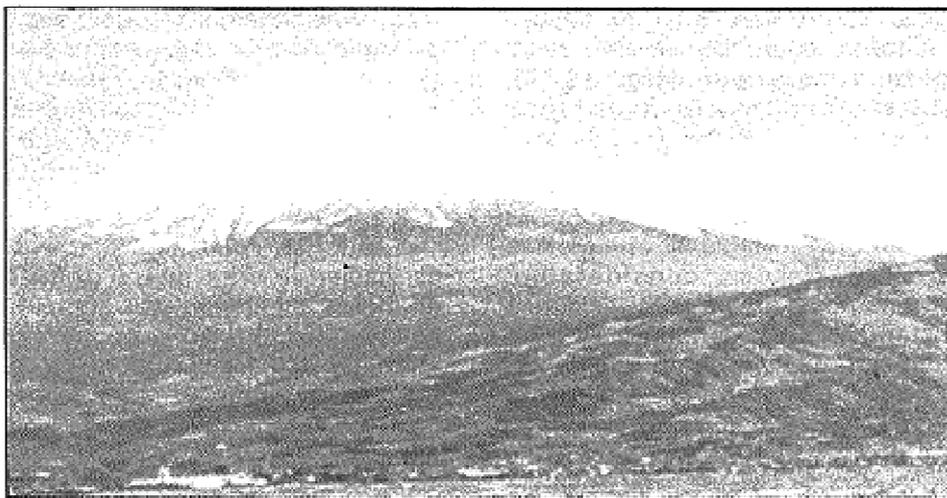
D'autre part, deux lois affectent en particulier le franchising avec des étrangers au Japon qui sont la loi concernant les investissements étrangers et la loi de contrôle du commerce avec l'étranger.



"Une barrière tant linguistique que culturelle"

rée pour protéger la concurrence. Il est particulièrement intéressant de noter que les clauses de non concurrence à expiration du contrat sont considérées comme nulles, sauf si elles s'appliquent aussi bien au franchiseur qu'au franchisé. Les problèmes d'exclusivité

La première impose aux sociétés japonaises qui contracteraient avec un franchiseur étranger, ou même simplement qui achèteraient un stock de départ, d'obtenir la validation du contrat de franchise dont la durée excéderait une année (les contrats



très courts seraient soumis au contrôle de la seconde loi). Cette validation doit être donnée par la Banque du Japon et par les Ministres concernés, habituellement le Ministre des Finances, ou le Ministre du Commerce et de l'Industrie Internationale. Une fois la validation obtenue, les paiements de dividendes, royalties, intérêts ou autres peuvent être faits librement encore qu'un paiement en yen plutôt qu'en francs français ou dollars U.S. puisse être ordonné par le gouvernement japonais si la balance japonaise des paiements devient défavorable.

Considérant ces dispositions, il semble logique d'imaginer que la franchise au Japon se fera plutôt par l'intermédiaire d'une master franchise que par l'intermédiaire d'une franchise directe puisque, dans ce cas, chaque contrat devra obtenir la validation. De même, l'établissement d'une société filiale au Japon, destinée à franchiser, exigera que le gouvernement approuve l'acquisition par le franchiseur des parts de cette société, de même que le transfert du franchiseur à cette société des marque, savoir faire et droit de franchiser au Japon.

Quant à la loi de divulgation adoptée par le gouvernement japonais en 1973, elle se base sur le même principe que celle adoptée par les U.S.A. en 1976. (quoiqu'antérieure à la loi américaine, la loi japonaise est en fait calquée sur les lois d'état qui existaient antérieurement à la loi fédérale sur ce sujet).

Cette loi, de même que la "Full disclosure" des Etats-Unis, exige du franchiseur qu'il fournisse au candidat franchisé toute une catégorie d'informations écrites. Cette révélation est notablement moins extensive que celle qui est exigée des franchiseurs

américains par la loi dite "full disclosure". Ici, l'on exige une information concernant :

- 1°) les droits d'entrée
- 2°) les méthodes qui devront être utilisées par le franchisé pour vendre
- 3°) l'assistance de management offerte par le franchiseur
- 4°) la nature des marques
- 5°) les conditions de renouvellement, d'expiration ou d'annulation
- 6°) les noms et adresses des dirigeants exécutifs du franchiseur
- 7°) la date de commencement des affaires du franchiseur
- 8°) le montant des sommes périodiques qui devront être payées par le franchisé
- 9°) les obligations du franchisé concernant la structure, l'aménagement et les coûts d'aménagement de son magasin.

Il est également important de noter que le non-respect des dispositions de la loi de 1973 soumettra le contrevenant à une publicité légale de l'avertissement délivré par l'administration japonaise à la suite d'un contrôle constatant l'infraction. Les conséquences de cette sanction sont plus d'ordre social et psychologique que juridique, mais cette dernière prend une particulière importance dans un Japon qui est traditionnellement soumis à un autre système de valeurs que nous. De toute façon, le franchiseur français ne devra pas perdre de vue, habitué qu'il est au système français où rien n'est encore imposé à ce sujet, qu'avant de recruter il devra se soumettre à ces impératifs, ce qui sera finalement pour lui moins contraignant que de respecter la loi américaine dans l'hypothèse où il déciderait de franchiser aux U.S.A.

Bien sûr, chaque branche particulière d'activité possède sa législation propre, par exemple dans le domaine

du fast-food des accords particuliers doivent être obtenus avant chaque ouverture de restaurant, de la part du Ministre de l'Agriculture, de la Forêt et de la Pêche. De plus, la loi dite "assainissement de la nourriture" exige que celui qui dirige une telle affaire obtienne les autorisations nécessaires auprès du "gouverneur local", dans le ressort duquel l'affaire sera située.

D'autres problèmes peuvent également se poser en ce qui concerne l'enregistrement de la marque. Bien qu'une utilisation antérieure ne soit pas imposée pour l'enregistrement initial, certains franchiseurs pourraient avoir des difficultés pour obtenir une protection absolue, en raison de l'impossibilité d'enregistrer une marque de service au Japon. Il serait également préférable que le franchiseur enregistre personnellement sa marque plutôt que d'en laisser le soin au master franchisé, de telle sorte qu'il puisse éventuellement poursuivre et exercer les actions nécessaires directement. La protection maximum serait d'ailleurs d'enregistrer conjointement avec le franchisé japonais.

Il ne s'agit là bien sûr que d'un tour d'horizon rapide des principaux problèmes qui peuvent se présenter dans l'activité de la franchise au Japon. D'ailleurs, certaines législations pourraient être modifiées très prochainement en fonction d'enquêtes réalisées actuellement par la Commission d'Enquête sur le Commerce qui a dirigé des questionnaires précis et détaillés vers de nombreux franchisés, afin de réaliser un rapport complet sur les relations franchiseur-franchisé, sur le respect de la loi de divulgation, sur la qualité effective de l'assistance du franchiseur, ainsi que sur les facteurs psychologiques ayant déterminé le franchisé à contracter.

D'autre part, et simultanément, des émissaires du gouvernement ont été envoyés aux Etats-Unis afin d'étudier de plus près les lois anti-trusts américaines, pour éventuellement remodeler le domaine particulier de la franchise de distribution. Il faudra donc garder un œil sur ces développements éventuels. La nouvelle réglementation adoptée par un pays où la franchise se développe très fort pourra être, de toute façon, une source d'inspiration intéressante pour la France.

Maître Olivier GAST
Maître Hélène DOUET
Avocats à la Cour de Paris 0