

DROIT DE LA FRANCHISE

FAUT-IL CHANGER LA LOI ?

Après la mise en détention spectaculaire de Pierre Elmalek, pour des irrégularités concernant un de ses réseaux de franchise, après divers conflits entre franchiseurs et franchisés et plusieurs décisions de justice significatives concernant des réseaux importants, un certain nombre de questions se posent, auxquelles représentants de la profession, experts, responsables économiques, pouvoirs publics vont devoir répondre dans la période qui s'ouvre. Faut-il, comme l'a suggéré Gérard Trémège, le nouveau président de l'ACFCI, (l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie) "toiletter" la Loi Doubin ? Faut-il, comme le propose le nouveau président de la FFF, Jean Bréville, simplement "l'adapter", "en précisant sur certains points les informations à transmettre aux candidats" ? Faut-il encore, comme y réfléchissent certains experts, instaurer une "certification", une "labellisation" de la Franchise ? Faut-il, comme le propose M^o Olivier Gast, mettre en place une "Commission des Opérations de Franchise", sur le modèle de la C.O.B. ? "afin

d'uniformiser le contenant de la Loi Doubin" ? Faut-il une réglementation, une loi plus complète, spécifique à la Franchise ? Faut-il simplement renforcer les sanctions en cas de non-respect de la Loi ? Les pouvoirs publics, les nouveaux gouvernants devraient-ils intervenir ?

Afin de contribuer, à notre façon, à faire avancer le débat, nous avons réuni autour d'une même table quatre spécialistes du Droit de la Franchise. Deux d'entre eux, Yves Marot et M^o Olivier Deschamps, "membres du collège des experts" de la FFF et conseillers de franchiseurs, les deux autres : M^o Monique Ben Soussen et M^o Serge Meresse sont connus pour défendre et conseiller des franchisés. Il nous a paru intéressant de confronter, sur les questions qui préoccupent toute la profession aujourd'hui, ces points de vue a priori opposés et vous livrer, dans les pages qui suivent, de larges extraits de cette rencontre qui, peut-être, en préfiguration d'autres... avec les pouvoirs publics cette fois.

Franchise Magazine : Que faire de la Loi Doubin ? Faut-il la "toiletter" ? Faut-il la renforcer ?

Maitre Olivier Deschamps : La loi Doubin est une bonne loi dans la mesure où elle met en avant le sens de la responsabilité des parties. Plutôt que de l'aménager, je préférerais de beaucoup qu'on pense à l'appliquer ! Et que les candidats fassent "la guerre" aux franchiseurs, aux dirigeants de réseaux qui, délibérément, ne remettent pas le Document d'Information Précontractuelle à leurs candidats. Et qu'on mène aussi "la guerre" aux franchisés, qui, considérant l'existence de la loi, se désintéressent totalement du contenu du fameux Document.

Je prends un exemple : le délai de 20 jours. On entend dire : "Candidats franchisés, dépêchez-vous, vous n'avez que 20 jours avant de signer !". C'est inexact. Vous avez trois mois si vous le voulez ! 20 jours, c'est le minimum légal. Rien ne vous oblige à signer le 21^{ème} jour. Et puis, de toute façon, il faut être deux pour signer. Vous avez donc tout à fait le temps pour

mener votre enquête avant de vous engager "en connaissance de cause".

Yves Marot : La loi est bonne, d'ailleurs son bilan est bon pour les deux parties. Concernant le "toilettage", il est des routes. Il est -en gros- le fait de la jurisprudence qui a commencé à clarifier certains points dans la loi et dans le décret d'application. (Exemples : la loi est-elle d'ordre public ? La Cour d'appel de Paris a répondu : "oui". Un contrat de franchise ne peut-il systématiquement être frappé de nullité si le contenu du document Doubin n'a pas respecté ponctuellement ? Certains tribunaux ont répondu "non, il faut apprécier dans chaque cas", etc...). Alors, laissons encore la jurisprudence accomplir son oeuvre ! C'est le fait de toutes les lois de comporter imperfections, contradictions et "vides" et c'est le rôle du juge de les compléter.

Maitre Monique Ben Soussen : La loi Doubin a permis une meilleure information. Il est évident que la situation s'est améliorée de ce point de vue. Cela dit, personnellement,

ement, je serais favorable à ce que les sanctions en cas de non-respect de la loi soient renforcées.

La seule sanction prévue actuellement est une amende de cinquième classe et cela n'est pas suffisamment dissuasif. Certes, on peut obtenir parfois la nullité du contrat, ainsi une décision vient d'être rendue le 4 mars dernier par la Cour d'Appel de Paris, estimant qu'en cas de non-respect de la loi Doubin, le contrat lui-même devait être annulé. Mais ce n'est pas clair dans les textes (loi et décret) tels qu'ils existent aujourd'hui. Or, il serait souhaitable selon moi que des sanctions soient définies de façon précise dans les textes eux-mêmes. Cela éviterait les errements.

Maître Serge Meresse : Je suis pour une part favorable à un toilettage de la loi. Si elle n'est pas ou mal appliquée en effet, c'est sans doute parce que son contenu n'est pas suffisamment identifié par ceux qui sont à même de l'utiliser.

Je crois que, sans vouloir règlementer la franchise, il est important qu'un texte fixe un certain nombre de repères. La seule règle de droit qui prévaut en effet est l'article 1134 du Code Civil qui dit que le contrat est la loi des parties. Il n'y a rien d'autre. Toute liberté est donc laissée en matière d'imaginaire du franchiseur puisqu'il s'agit, en l'occurrence, de contrats d'adhésion qui ne se négocient pas. Second texte existant, bien sûr, la loi Doubin, avec tous ses manques. Son champ - la phase précontractuelle - est certes important, il est malheureusement limité. Troisième texte utile : l'ordonnance de 1986 sur la concurrence, mais dont l'usage, non plus, n'est pas toujours d'un maniement extrêmement aisé. Il serait donc souhaitable à mon sens que pour cette forme de commerce organisée qu'est la Franchise - qui couvre des secteurs économiques de plus en plus vastes, où les enjeux économiques sont importants - un certain nombre de points autour desquels la relation contractuelle elle-même doit s'organiser. Telle qu'elle est aujourd'hui, la loi Doubin n'y suffit pas et la jurisprudence s'y rattachant n'y suffira pas davantage. Ou alors il lui faudrait 10 ou 15 ans !

Franchise Magazine : Les pouvoirs publics doivent-ils intervenir pour "faire la guerre" aux franchiseurs qui ne respectent pas la loi ?

Olivier Deschamps : Je ne suis pas de cet avis. Le but est de permettre au candidat franchisé de devenir un commerçant indépendant, c'est à lui d'obtenir le Do-



cument Doubin, à lui d'en juger. Ne cherchons pas à déresponsabiliser le candidat franchisé en délivrant un "visa" officiel, par exemple. D'ailleurs, les Pouvoirs Publics ne sont pas les mieux placés pour vérifier, contrôler, évaluer quelle est la portée d'un Document d'Information Précontractuelle.

M^{me} Monique Ben Soussen : Mais les candidats à la franchise n'ont pas toujours accès au Document Doubin ! Je peux citer le cas de très grands réseaux du secteur alimentaire ou du monde de la beauté qui ne donnent pas le Document d'Information Précontractuelle. Comment faire dans ces cas là ?

M^{re} Olivier Deschamps : Il ne faut pas s'igner. Personne n'est obligé de se franchiser dans n'importe quelles conditions...

Yves Marot : Il y a de la part de ces franchiseurs une entorse grave aux principes de la Franchise. Il faudrait que les CCI, les directions départementales de la DGCCRF (Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes) en soient davantage informées !

M^{me} Monique Ben Soussen : Vous oubliez le poids économique de ces réseaux ! Seuls les pouvoirs publics peuvent les contraindre ! Ils doivent intervenir, voir ce qui se passe. Inciter au respect de la Loi.

M^{re} Serge Meresse : Les pouvoirs publics sont des partenaires économiques obligés. Sans "police économique", sans la DGC-CRF par exemple, ce serait le règne de l'arbitraire dans les relations franchiseurs/franchisés.

La rédaction de Franchise Magazine a voulu entendre quatre spécialistes du Droit de la Franchise.

La Loi Doubin

La Loi du 31 décembre 1989, dite "Loi Doubin", et le décret d'application de son article 1er, en date du 4 avril 1991, fixent les règles de la phase précontractuelle, notamment entre franchiseurs et candidats franchisés. Les textes prévoient en particulier les informations que les dirigeants de réseaux doivent transmettre aux candidats. (NB : les textes sont publiés dans notre "Guide du Franchisé")

LA QUESTION CLÉ DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ

Franchise Magazine : Concernant la phase pré-contractuelle, faut-il, par exemple, augmenter le nombre et la qualité des informations que les franchiseurs doivent transmettre dans le "Document Doubin" ?

M^e Serge Meresse : Incontestablement. Les informations prévues dans le décret d'application ne sont pas suffisantes pour avoir un aperçu exact de ce qu'est le réseau dans lequel on se propose de travailler et d'investir. L'expérience de ces quinze der-



M^e Olivier Deschamps : "La loi Doubin permet un début de transparence. Faisons déjà en sorte qu'elle soit appliquée !"

nières années prouve le nombre et l'importance des manques, dont on enregistre d'ailleurs les séquelles a posteriori. Alors anticipons, sans attendre les dix ans de jurisprudence nécessaires à faire avancer la pensée, parce que les entreprises qui ont un problème l'ont en ce moment même. La notion d'étude de marché, par exemple, n'est pas suffisamment précisée. Or, je considère que l'étude de marché est la quintessence du savoir-faire du fran-

chiseur. Le franchiseur est le seul à connaître ses produits ou ses services, le seul à connaître sa politique commerciale à court, moyen ou long terme, à connaître le marché auquel il s'adresse, sa part de marché, son taux d'emprise, le panier moyen du client, le CA moyen d'un magasin pour une surface donnée, dans une région, dans une zone de population déterminée. Ce qui est vrai à Marseille ne l'est pas nécessairement à Hazebrouck. C'est donc à lui de faire la synthèse de l'expérience issue de son savoir-faire, de la formuler dans un document qui permet d'appréhender le marché sur lequel il va proposer à quelqu'un d'investir. Et c'est d'ailleurs précisément pour cela, pour avoir accès à cette information préalable, à cette étude de marché spécifique, qu'un candidat à la franchise s'adresse à un franchiseur. Il est d'ailleurs prêt à payer pour cela.

Le décret d'application de la Loi Doubin devrait donc selon moi renforcer et préciser cette notion d'étude de marché au

regard de l'expérience acquise aussi bien sur le terrain qu'à travers la jurisprudence.

Yves Marot : Je partage en grande partie ce point de vue. Car les franchiseurs ont un peu exagéré avec le décret.

De crainte d'être accusés, en effet, de formuler des promesses démenties ensuite par la réalité, et de devoir pour cela payer très cher - c'est arrivé - ils ont trouvé la solution miracle de la photocopieuse et délivré des informations d'une solidité incontestable, mais d'une banalité à faire peur. En ajoutant une petite adaptation locale à l'enquête nationale d'une fédération professionnelle, par exemple, ils ont "présenté l'état général et local du marché"... A la lecture de cette partie du Document d'Information Précontractuelle, un candidat franchisé ne peut pas se faire l'ombre d'une idée de la qualité du concept qu'on lui propose. Il y a eu là un dérapage que je comprends, mais que je déplore profondément.

Mais si je peux souhaiter qu'un Tribunal sanctionne un franchiseur, parce qu'il n'a respecté ni la lettre ni l'esprit du décret en communiquant ces quelques pages d'une banalité totale à ses candidats, je ne pense pas qu'on puisse s'orienter vers un texte modifié, définissant pour l'étude de marché un contenu plus normalisé.

Je crois en revanche que nous devons inviter les franchiseurs à aller plus loin, dans l'état actuel du texte, car ils ne respectent pas l'esprit du décret.

M^e Olivier Deschamps : N'oublions pas que le texte parle de la présentation d'un "état", et non d'une "étude" et surtout, qu'il s'applique "en amont", à un moment où le candidat franchisé n'a pris encore aucun engagement ! Pourquoi voulez-vous qu'après seulement quelques discussions, le franchiseur fasse réaliser une étude de marché - dont on connaît le coût - (je parle d'une étude approfondie pour un point de vente ou une unité déterminée), alors que le candidat ne s'est pas encore engagé, alors qu'il peut parfaitement reprendre à son compte ou au compte de la concurrence les résultats de cette étude ? Ou alors il faut que le candidat se rende acquéreur de ce travail, ce qui rendrait payant (et cher - 50 000F au moins-) l'accès au document loi Doubin, ce n'est pas sérieux !

M^e Serge Meresse : Mais à quoi sert l'étude après avoir signé le contrat ?

Et puis il y a un autre aspect de la question : les études systématiquement surévaluées, parfois de 30 à 50%, pour "attraper le pigeon". Cela existe, on le sait. Les Tribunaux se sont déjà prononcés et auront encore à le faire d'ailleurs.

Yves Marot : Si le dépassement est systématique, vous avez raison, il y a bien un comportement du franchiseur tel que le partenaire franchisé n'a pas pu donner son consentement "en connaissance de cause". Il y a manquement à la Loi et j'ose espérer que si vous apportez à un tribunal la preuve de cette multiplicité de cas semblables dans un même réseau, il saura rendre les sanctions qui s'imposent.

M^e Serge Meresse : Malheureusement, ce n'est pas si simple ! L'avocat du franchiseur dira que le franchisé est indépendant et que si le C.A. n'est pas réalisé, c'est lui qu'il n'est pas bon commerçant...

M^e Monique Ben Soussen : Certains conseillent au candidat franchisé de faire réaliser lui-même son étude de marché. Encore faut-il que le franchiseur lui donne pour cela suffisamment d'informations ! Et c'est tout le problème.

M^e Olivier Deschamps : Je rappelle quand même que la prudence du franchiseur est légitime, sur ce point, dans un système de concurrence où le risque d'évasion de l'information est bien réel !

M^e Serge Meresse : Attention, l'étude de marché ne remet pas en cause les impératifs de confidentialité du franchiseur ! Il n'a pas à décrire dans le détail son savoir-faire. Et puis, il ne faut pas confondre étude de marché et compte d'exploitation prévisionnel. Le compte d'exploitation, c'est à dire les moyens financiers qui vont être mis en œuvre, le résultat qui va être dégagé par l'entreprise sont de la responsabilité du franchisé. Mais le franchiseur doit donner à son partenaire, à travers l'estimation argumentée du Chiffre d'Affaires potentiel, les moyens de juger - avant de s'engager - de la validité de son investissement. Ce travail doit être mené conjointement. C'est un contrat d'intérêt commun. Ajoute que le franchisé doit avoir le temps de réfléchir sur ces questions cruciales, d'aller vérifier sur place, de rencontrer les experts, les CCI etc.... Ce n'est pas en 20 jours qu'il peut y parvenir. Il faut que le contrat et les études préalables soient transmis au moins 3 mois avant la signature définitive.

M^e Monique Ben Soussen : Parmi les informations à donner dans le Document Doubin, il me semble également souhaitable que l'on puisse demander aux franchiseurs de transmettre les comptes de deux ou trois franchisés dans une situation voisine de celle du candidat.

Yves Marot : Je rappelle que la FFF re-

commande à ses adhérents d'inciter leurs candidats à tirer les sonnettes des franchisés de leur choix... Ce que le Document Doubin rend possible puisque les adresses doivent être précisées.

M^e Monique Ben Soussen : Mais les franchisés ne donnent pas leurs comptes spontanément aux candidats !

M^e Serge Meresse : A ce propos, il faut que dans le D.I.P, le franchiseur donne les adresses de tous les franchisés du réseau et pas seulement de 50. Il faut qu'il donne l'ancienneté, le turn-over, les Chiffres d'Affaires, les résultats, l'endettement fournisseur et l'endettement bancaire. Le franchiseur a tous ces chiffres. (Tous les contrats prévoient l'accès permanent du franchiseur aux comptes du franchisé et à ses bilans). Il faut une transparence complète. Les franchisés investissent, ils ont le droit de savoir !

Yves Marot : Je viens de relire le texte : sa rédaction n'est pas parfaite en effet. Evitons cependant de trop alourdir la liste des informations à fournir...

M^e Olivier Deschamps : Quand on voit qu'aujourd'hui, certains franchiseurs ne respectent pas la Loi Doubin, il ne me paraît pas réaliste de leur demander encore et toujours plus d'informations. D'autre part, je ne suis pas convaincu que ce soit en donnant une adresse de plus au candidat franchisé qu'on l'encouragera à mener lui-même sa propre enquête. La Loi Doubin est sans doute la seule législation qui permet la transparence dans les affaires, ou un début de transparence. Faisons déjà en sorte qu'elle soit appliquée.

POUR OU CONTRE UNE NOUVELLE LOI ?

Franchise Magazine : Faut-il une loi spécifique à la Franchise ?

M^e Olivier Deschamps : Non. Je ne crois pas à une législation qui puisse s'appliquer à tous les concepts de Franchise. La di-



M^e Monique Ben Soussen : "Je serais favorable à ce que les sanctions, en cas de non-respect de la loi, soient renforcées!"

versité des réseaux est trop grande. Et puis le législateur n'est pas le mieux placé pour définir le cadre dans lequel deux entreprises juridiquement indépendantes choisissent de devenir (ou non) partenaires...

Yves Marot : Encore faudrait-il que tout le monde soit d'accord sur la définition de la Franchise... D'autre part voilà un système éminemment évolutif, dans un contexte économique lui-même changeant : je ne suis pas partisan d'une législation propre à la Franchise. Je fais en revanche confiance à d'autres outils : le Droit de la Concurrence et notamment l'ordonnance de 86 pour cadrer un certain nombre de décisions. On l'a vu récemment à propos d'approvisionnement exclusif par exemple.

Maitre Monique Ben Soussen : A priori, la loi Doubin, si elle est modifiée, me paraît convenir. Il faudrait toutefois intervenir sur un point important à savoir l'harmonisation entre la durée des emprunts et la durée des contrats (et aussi parfois la durée des baux).

M^e Serge Meresse : Une loi spécifique ? Oui, bien sûr ! Il faut d'abord y intégrer les balises que nous avons citées tout à l'heure sur la période pré-contractuelle, mais aussi organiser les différentes formes contractuelles qui seront ensuite laissées à l'imagination des rédacteurs de contrats. Définir la Franchise ? Mais le règlement européen donne de bonnes définitions ! Si des problèmes surgissent en France, d'ailleurs, c'est précisément parce que ce règlement n'y est pas appliqué. Et même si son jargon doit être "traduit en français", j'en conviens, il donne des repères très intéressants et fixe des idées importantes qui mériteraient d'être reprises dans une loi interne. On pourrait reprendre également dans ce texte des éléments existants : la loi Doubin, qui ne concerne pas que la Franchise, les articles 7 et 8 de l'ordonnance de 1986 également et préciser un certain nombre de points : la durée des contrats, les conditions de sortie, etc...

Il faut faire en sorte, en effet, que la Franchise ne soit pas dénaturée de ses objectifs d'origine, que des franchiseurs n'usent pas de ce système juridique pour se constituer un marché captif et se servir du réseau comme d'un stock tampon ou d'un marché final. Or, on assiste aujourd'hui à cette perversion du système.

M^e Olivier Deschamps : Cette loi poserait de grands problèmes d'interprétation, ne serait-ce que sur la définition du "savoir-faire" du franchiseur. Et puis il existe déjà une multitude de textes...

M^e Monique Ben Soussen : Précisément. Il faut que la loi soit accessible à tous, en particulier aux juges des tribunaux de commerce, qui ne sont pas des juristes rompus au maniement des textes.

Franchise Magazine : Faut-il protéger la dénomination franchise et mettre en place par exemple une certification, un "label" ?

M^e Serge Meresse : Des labels existent. Des organisations décernent des trophées etc... Quand on voit les bénéficiaires de ces distinctions et leurs pratiques, il y a de quoi s'interroger. Je ne crois pas à l'étampille. Je crois aux règles du jeu. On les respecte ou non, c'est à chacun de juger.

M^e Olivier Deschamps : la faiblesse du label tient dans l'impossibilité dans laquelle on se trouve de garantir que la qualité du réseau distingué va perdurer.

M^e Serge Meresse : D'où la nécessité d'un audit régulier des réseaux !!! Il me semble normal en effet que les franchisés, comme le franchiseur, puissent avoir connaissance chaque année de l'état de leur chaîne. Si de telles structures existaient, en interne ou non, cela éviterait certainement les situations de conflit généralisé qui surgissent ici et là.

M^e Olivier Deschamps : Concrètement cela veut dire que le franchiseur ouvrirait ses comptes chaque année ?

M^e Serge Meresse : Non, pas "le franchiseur" ! Encore une fois, le réseau ne se réduit pas au franchiseur. C'est un ensemble d'entreprises. La santé des unes intéresse celle des autres. Nous sommes toujours dans la notion de réciprocité d'intérêts communs. Pour moi, d'ailleurs, le réseau est une structure qui mériterait d'avoir une personnalité morale, une identité juridique, avec des obligations réciproques définies et des commissions dotées de pouvoirs réels, aussi bien vis à vis du franchiseur que des franchisés.

Concrètement, pour revenir à l'audit interne, une commission pourrait travailler sur la question, lire les résultats, etc...

M^e Olivier Deschamps : Mais que ferait-on de cet audit ?

M^e Serge Meresse : Ce serait un précieux outil de gestion. Savoir comment évoluent

Yves Marot : "Laissons la jurisprudence accomplir son oeuvre et invitons les franchiseurs à aller plus loin dans l'état actuel du texte"



les Chiffres d'Affaires, les taux d'endettement, les marchés, le turn-over, comment ont reçu les animateurs de la chaîne sur le terrain, tout cela peut permettre d'anticiper les difficultés et d'assurer la pérennité du réseau.

Mr Olivier Deschamps : On retombe dans un problème bien connu, qui est le risque d'évasion de l'information vers la concurrence. Un franchiseur ne peut pas prendre ce risque. Et je pose une autre question : est-ce la préoccupation de la majorité des franchisés ?

POUR UNE TABLE RONDE AVEC LES POUVOIRS PUBLICS

franchise Magazine : Faut-il, sinon un "contrat-cadre", du moins une liste de clauses-type "recommandées" et de clauses-type "à prohiber" par exemple ?

Mr Olivier Deschamps : Le code de déontologie et le règlement d'exemption apportent déjà des précisions de ce point de vue. Et je ne pense pas qu'il soit souhaitable d'aller plus loin et d'imposer un carcan.

Yves Marot : Pour être utile, ces "listes" obligeraient à déterminer, pour chaque point sensible, quelle est la clause interdite, la clause impérative, la clause minimum : je ne suis pas partisan de cette méthode réglementaire.

Mr Monique Ben Soussen : Il y a tout de même des clauses qui posent problème. Outre les questions liées à la durée du contrat, je pense qu'il faudrait prohiber par exemple les clauses de non-concurrence pures et dures, qui reviennent en fait à déposséder le franchisé de son fonds de commerce. Les clauses de non-affiliation à un autre réseau me paraissent en effet largement suffisantes. On devrait également demander aux franchiseurs d'explicitier l'utilisation qu'ils font des revendications demandées aux franchisés.

Mr Serge Meresse : J'ajouterai aussi, bien sûr, par exemple, les clauses d'approvisionnement exclusif. Et de ce point de vue le récent arrêt *Phildar* est intéressant puisqu'il remet les pendules à l'heure (il faut que le franchiseur justifie de la nécessité de cette exclusivité). Toutes ces précisions pourraient parfaitement figurer dans un texte de référence ayant des règles et des repères. Un texte élaboré en concertation avec les pouvoirs

publics, les ministères et les partenaires socio-économiques concernés : franchiseurs, franchisés, consommateurs... Il faut une table ronde.

Il existe d'ailleurs un certain nombre de textes utilisables comme base de départ pour ces travaux, comme la norme Afnor, comme le règlement d'exemption européen (qui fixe des clauses validant ou invalidant des contrats). Même les codes de déontologie qui, certes, émanent de structures "franchiseurs", contiennent des idées intéressantes qui pourraient être reprises !

Mr Olivier Deschamps : Je crois que nos points de vue ne sont pas si éloignés qu'il n'y paraît. (Pour prendre un exemple, je conseille moi aussi à mes clients franchiseurs la clause de non-affiliation plutôt que la clause de non-concurrence). La finalité est la même. Nous différons simplement sur la méthode : certains veulent imposer tandis que d'autres, dont je suis, préfèrent responsabiliser.

Yves Marot : Peut-être sommes-nous encore plus proches, d'ailleurs. Je suis persuadé en effet que si, comme vous le proposez, franchiseurs et franchisés se réunissent autour d'une table pour définir ensemble une "Norme Franchise", ils trouveront à coup sûr de nombreux points de convergence. Ce sera peut-être plus modeste qu'une loi, ce sera tout de même un progrès. On peut peut-être considérer en effet que les conditions sont réunies pour relancer une procédure de Norme Afnor, une norme injustement oubliée, alors qu'elle ne peut être taxée de "norme franchiseur" !

Mr Serge Meresse : Quelle que soit d'ailleurs la forme retenue pour codifier ces repères qui, manifestement correspondent à un besoin, norme Afnor ou code, il faut une concertation, comme il en a existé une pour la préparation de la Loi Doubin. Si nous pouvons y parvenir, sans y être contraints par l'autorité de tutelle, j'applaudirai des deux mains. Je sais que la FFF le souhaite, qu'une organisation de consommateurs le souhaite, que les organisations de franchisés le souhaitent, je sais que les membres de la DGC-CRF sont également intéressés par ce type d'approche, car cela permettra davantage de transparence dans des réseaux parfois opaques. Donc, réunissons-nous le plus vite possible !

Mr Serge Meresse : "Il faut une transparence complète. Les franchisés investissent, ils ont le droit de savoir. Une loi spécifique est nécessaire"

