

QUI EST PROPRIÉTAIRE DE LA CLIENTÈLE ?

Une question de droit épineuse émeut le monde de la franchise

L'ARRÊT du 6 février 1996 de la cour d'appel de Paris privant un franchisé d'un droit de renouvellement de son bail a marqué les esprits dans le monde de la franchise (*Journal du Textile* n° 1448 du 13 mars). Il est vrai qu'il remet en cause un principe de base de la franchise, selon lequel le franchisé apporte à une enseigne un emplacement, tout en gardant son indépendance. La cour d'appel de Paris avait notamment signifié : « Pour qu'un locataire franchisé ou concessionnaire d'une marque soit considéré comme ayant un fonds de commerce en propre, il faut qu'il apporte la preuve de ce qu'il a une clientèle liée à son activité personnelle indépendamment de son attrait en raison de la marque du franchiseur ou du concédant, ou bien qu'il démontre que l'élément du fonds qu'il apporte, le droit au bail, attire la clientèle de manière telle qu'il prévaut sur la marque ».

Une telle sentence a semé le trouble chez les franchiseurs et les franchisés. Les directeurs de réseau s'interrogent notamment quant aux recrutements futurs, et au type de contrat à mettre en œuvre. Pour tenter de répondre à cette inquiétude, le Club européen des directeurs de réseau (Cedre) a réuni dernièrement, sous la houlette de M^e Olivier Gast, plusieurs spécialistes de la question. En l'absence d'une évolution de la législation, les experts ont débattu à partir de la jurisprudence. Dans un véritable maquis juridique, les avocats de la franchise cherchent à se dégager de l'épineuse question de la propriété de la clientèle.

Dans ce sens, l'intervention de Monique Raynaud, professeur agrégé à l'université de Paris X, a été remarquée et peut constituer une piste pour les plaidoiries à venir. Pour elle, « c'est la jurisprudence qui a amené en première ligne le problème de la propriété

du fonds. Le décret de 1953 (qui introduit la notion de propriété de la clientèle dans le fonds de commerce) est un droit d'exception. Si l'on remonte aux sources du droit dans le domaine des baux commerciaux, on s'aperçoit qu'il n'est pas besoin de savoir à qui appartient la clientèle ». Pour Monique Raynaud, « il n'est donc pas utile de changer la notion de fonds de commerce ». M^e Boucra prend le même parti : « Le débat fonds de commerce-droit au bail est un faux problème. Le fonds de commerce appartient au franchisé, un point c'est tout ».

Un faux problème ?

M^e Gast défend une idée semblable, mais avec un argumentaire différent. Pour lui, « à l'heure d'Internet, du commerce virtuel et du consommateur zappeur, la notion de clientèle est un faux problème. La clientèle n'appartient à personne : donc le renouvellement du droit au bail doit être automatique ». Pourtant, la cour d'appel de Paris a donné un avis contraire. Pour M^e Baschet, cet arrêt Avis « est critiquable, car il ne respecte pas l'égalité des commerçants devant la loi ». Pour lui, « si le commerçant franchisé n'est pas reconnu comme un commerçant indépendant, alors il doit être reconnu comme un salarié, ce qui fut le cas dans l'affaire Bata ».

Une voie sur laquelle les directeurs de réseau présents au débat ne souhaitent bien entendu pas s'engager. Ces derniers ne seront donc pas repartis avec des certitudes. Sur le sujet, la magistrate Christine Pierre, président de chambre à la cour d'appel de Paris a d'ailleurs reconnu que, pour l'instant, les magistrats devaient « faire du cas par cas ».

HERVÉ HEYRAUD ●