

La franchise enfin affranchie

Le décret d'application de la loi Doubin relative aux réseaux commerciaux a été publié au Journal Officiel, le 6 avril 1991, suivant de peu la fin du Salon de la Franchise. A cette occasion, nous avons rencontré Maître Olivier Gast, avocat à la Cour de Paris, qui, depuis près de dix ans, se bat pour faire adopter cette loi largement inspirée de la loi américaine et dont il a été le principal instigateur.



Me Olivier Gast

En France, la franchise concerne 15% des entreprises du secteur commercial, soit environ 60 000 entreprises faisant 700 milliards de francs de chiffre d'affaires et distribuant 30 milliards de francs de salaires annuels. Ce qui fait de la France le leader européen dans ce domaine. La faiblesse du commerce de détail dans les années 70-80 y est sans doute pour quelque chose. Maître Olivier Gast pense en tout cas que "la franchise a sauvé le commerce de détail" qui sans cela aurait été tué par la concurrence des grandes surfaces.

Mais le risque était grand de voir se développer des réseaux commerciaux de façon anarchique, utilisant l'argent du franchisé sans apporter de garanties sérieuses. Cela risquait à terme, de dévaloriser l'image de la franchise auprès du public.

C'est pourquoi dès 1981, Olivier Gast préconisait "l'adoption d'une loi préventive pour protéger les franchisés en leur donnant des informations préalables sur le franchiseur. Les Etats-Unis, pays qui a vu naître la franchise,

avait d'ailleurs montré la voie à suivre en votant en 1979 une loi sur les rapports de partenariat.

En 1985, Maître Olivier Gast rédigea un projet de loi qui reçut alors un accueil peu enthousiaste de la part des professionnels. Quatre ans plus tard, il vit enfin la victoire de son combat avec la loi Doubin relative aux contrats de coopération commerciale et de franchise. Il avoue d'ailleurs ressentir "une certaine satisfaction personnelle à voir ainsi ses idées triompher".

Mais, cette loi n'a pas pour but de régler les relations entre partenaires qui continuent à relever de la liberté contractuelle, propre à notre Droit Privé. Elle instaure seulement un mécanisme d'information préalable au profit du franchisé.

C'est d'ailleurs une nouvelle caractéristique du droit des contrats, que d'instaurer un mécanisme de protection de la partie la plus faible par une mise en garde descriptive et préventive de celle-ci.

Imprécisions de la loi

Cependant, la loi reste imprécise, notamment dans la notion "d'état et de perspective de développement du marché concerné". En effet, on peut objectivement dresser un état du marché au moment de la signature du contrat. Mais en revanche, il apparaît beaucoup plus délicat pour une entreprise d'engager sa responsabilité sur une perspective à moyen terme sans dévoiler sa stratégie, reconnaît Olivier Gast.

Il semble d'ailleurs que ce sera sur ce point que résèderont les difficultés de la rédaction du document auquel la loi fait référence et les probables recours en justice. La loi étant évasive, ce sera donc aux tribunaux de trancher et "d'écrire" la loi. A ce sujet, Olivier Gast reconnaît valant que les imprécisions de cette loi vont profiter aux avocats d'affaires.

Cependant, selon Me Gast "cette loi va assurer environ 10% de la profession" parce qu'en protégeant les franchisés par ce mécanisme d'information, elle protège également les franchiseurs, des non-professionnels.

Mais aussi, et c'est important, en imposant la publicité des informations, elle limite le droit de recours du franchisé contre le franchiseur. "Le franchiseur ne peut garantir le succès", déclare Me Gast, "n'oublions pas que les franchisés sont aussi des chefs d'entreprise".

Outre le montant des dommages et intérêts qui serait décidé par le tribunal, la loi

Loi préventive et générique

Mais cette loi, quelle est-elle?

C'est une loi générique qui s'applique à tous types de contrats mettant en scène une "personne qui met à la disposition d'une autre un nom commercial, une marque ou une enseigne, en exigeant d'elle un engagement d'exclusivité ou de quasi-exclusivité". Le législateur marque ainsi sa volonté de ne pas limiter son texte à un type de commerce en particulier mais à tous les détaillants travaillant sous licence ou dans le cadre d'un réseau.

Mais cette loi est aussi une loi préventive. En effet, le législateur a souhaité imposer une obligation d'information préalable au profit de "la partie supposée ignorante". Le franchiseur est donc tenu de communiquer des informations sincères sur ses résultats, son produit et sa formule au candidat franchisé. Ce dernier peut ainsi s'engager en toute connaissance de cause.

"La franchise apparaît souvent comme une forme déguisée d'appel à l'épargne", déclare Maître Gast. Dès lors, de même qu'il est fait obligation aux entreprises au "font publiquement appel à l'épargne, de communiquer des informations sur leurs résultats et leurs perspectives de développement, il lui semblait normal que les franchiseurs soient soumis aux mêmes exigences.

impose à tout contrevenant de payer une contravention comprise entre 3 et 5000 francs. La somme n'est pas énorme mais par ce mécanisme le législateur montre l'intérêt qu'il porte à cette loi - relevant du Droit Privé - en la faisant basculer dans le Droit Public.

Loi européenne?

La France est, pour le moment, le seul pays d'Europe à avoir une loi qui vise à protéger les franchisés. "Cette loi est mal perçue par nos partenaires" semble regretter Olivier Gast qui se souvient encore des problèmes que son projet avait rencontrés en 1985. Mais il avoue cependant que "pour une fois la France a une chance de faire adopter une de ses lois au niveau européen au lieu de toujours suivre le modèle allemand". Il ajoute visiblement ravi : "Nous allons travailler pour cela".

Pour lui, l'expérience montrera que cette loi, loin d'être pénalisante pour les réseaux français, va au contraire les aider à l'étranger. En effet, cette obligation d'information révélera le sérieux des franchiseurs français. Il regrette cependant que "la France n'ait pas eu les moyens de créer un organisme chargé de vérifier les informations, un peu à l'image de la commission américaine". Cette commission aurait eu pour but, comme la Commission des Opérations de Bourse, de valider les informations délivrées par les franchiseurs et ce, afin d'éviter les interprétations. Malgré ses imperfections, il pense que cette loi va dans le bon sens et il en tire quelque motif de fierté, lui qui s'est battu pendant tant d'années pour cette loi et qui a été si souvent consulté pour la rédaction du décret d'application. Lorsqu'on lui demande pourquoi il s'est tant battu pour cette loi, il déclare dans un sourire "je suis le seul avocat de France à avoir compris le marketing"...

Nicolas Bouët

Article premier de la loi N° 89-1008 relatif aux contrats de coopération commerciale et de franchise.

Art 1er - Toute personne qui met à la disposition d'une autre personne un nom commercial, une marque ou une enseigne, en exigeant d'elle un engagement d'exclusivité ou de quasi-exclusivité pour l'exercice de son activité, est tenue préalablement à la signature de tout contrat conclu dans l'intérêt commun des deux parties de fournir à l'autre partie un document donnant des informations sincères, qui lui permettent de s'engager en connaissance de cause.

Ce document, dont le contenu est fixé par décret, précise notamment l'ancienneté et l'expérience de l'entreprise, l'état et les perspectives de développement du marché concerné, l'importance du réseau d'exploitants, la durée, les conditions de renouvellement, de résiliation et de cession du contrat ainsi que le champ des exclusivités.

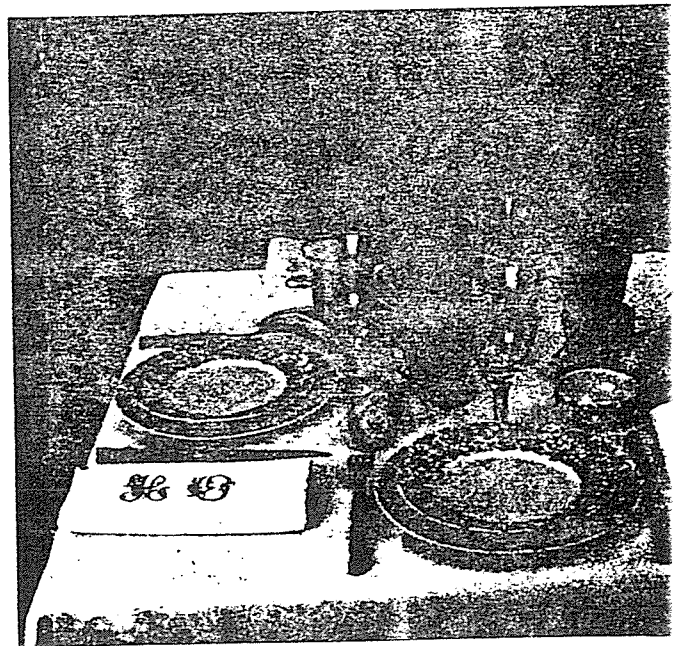
Lorsque le versement d'une somme est exigé préalablement à la signature du contrat mentionné ci-dessus, notamment pour obtenir la réservation d'une zone, les prestations assurées en contrepartie de cette somme sont précisées par écrit, ainsi que les obligations réciproques des parties en cas de dédit.

Le document prévu au premier alinéa ainsi que le projet de contrat sont communiqués vingt jours au minimum avant la signature du contrat ou, le cas échéant, avant le versement de la somme mentionnée à l'alinéa précédent.

Le Salon de la Franchise a dix ans.

Le Salon International de la Franchise de Paris a fêté, durant la semaine du 22 au 25 mars dernier, avec ses 21000 visiteurs, son dixième anniversaire. Les 200 000 personnes que le salon a accueillies pendant les dix années de son existence en font la plus importante manifestation dans ce domaine, prouvant ainsi la bonne santé de la franchise française. Sa part de marché ayant triplé en dix ans, passant de 2 à 6%, la franchise affiche un chiffre d'affaires moyen par franchisé de 5,2 millions de francs contre 3,72 millions pour le commerce traditionnel. Cinquante nouvelles

particulièrement remarquables ont été mentionnées. Mention spéciale à "Un Jardin en Plus", qui attire toujours l'oeil et les visiteurs. Une enseigne qui a le vent en poupe, s'oriente de plus en plus sur la déco (ambiance, objets et mobilier) et développe sa ligne cadeau. La stratégie affichée vise une implantation dans toutes les grandes capitales européennes (Genève et Barcelone tout récemment). Le rythme de développement actuel de la France est de dix points de vente par an, la formule "corner" se substituant au magasin quand la ville concernée ne motive pas l'ouverture d'une boutique.



enseignes étaient présentes à cette dixième édition, prouvant peut-être la confiance de la profession dans la nouvelle loi Doubin qui vise à réglementer ce secteur. (lire plus haut notre entretien avec Maître Olivier Gast) Il est intéressant de noter que, selon les organisateurs du salon, 12% des candidats à l'achat de franchise choisissent le secteur de l'équipement de la maison. Un espace du salon lui était d'ailleurs consacré au sein duquel le luminaire était

en tant que telle. Une devise : sélectionner les emplacements et les adhérents de la franchise (les candidats se voient proposer un véritable stand dans un magasin de l'enseigne, préalablement à toute signature de contrat). Le concept art de la table d'un Jardin en Plus s'est élargi aux couverts ("Bambou") et à la verve coordonnée, comme le témoigne cette ambiance autour du service "sou bois".