

Le rapport à celle des autres intervenants consiste à dire : "Ce qui attire la clientèle, c'est la marque." La clientèle se rattache automatiquement et nécessairement au franchiseur.

*C. Baschet*

### **La clientèle est aujourd'hui virtuelle, elle "zappe" elle n'appartient à personne**

Cette thèse s'élève Maître Dominique Baschet et Bruno Boccara, Avocats, pour lesquels l'emplacement du magasin et les qualités personnelles du franchiseur jouent un rôle essentiel dans l'attraction de la clientèle. Maître Philippe Brault, à la Cour, pense qu'il faudrait modifier le décret en y ajoutant une clause relative aux franchises. Maître Olivier Gast, à la Cour, est ensuite intervenu pour donner son opinion : la clientèle est aujourd'hui virtuelle, elle "zappe", elle appartient à personne.

liée au concept et à son attractivité, le concept doit être "au bon endroit au bon moment." Selon Madame le Présidente Christine Pierre, Présidente de la Cour d'Appel de Paris, il est demandé aux magistrats de se reporter au législateur, qui devrait intervenir dans ce domaine.

dominique Baschet, fervent défenseur de la propriété de la clientèle au franchisé, a commencé son intervention en citant l'arrêt AVIS. Selon lui, cet arrêt ne pose pas le principe de l'égalité de traitement : ce n'est pas parce que le franchiseur ne respecte pas un contrat qu'il n'est pas commerçant indépendant. D'autre part, l'arrêt AVIS crée une insécurité juridique pour le franchisé. L'arrêt établit une forte présomption : c'est au franchiseur d'apporter la preuve qu'il est titulaire d'une clientèle autonome. Or, ce n'est pas possible.

Les clauses des contrats de franchise indiquent que le franchisé soit le titulaire de la clientèle : clause d'exclusivité territoriale, clause de non-concurrence, pas d'indemnité de clientèle. Selon Maître Dominique Baschet, à la Cour, la législation actuelle, qui considère le franchisé comme propriétaire de la clientèle, est inadaptée.

mer le contrat de franchise en contrat de travail. Maître Gilles Hittinger-Roux, Avocat à la Cour, a déclaré qu'il suffisait d'appliquer l'article 1165 du Code Civil dans la mesure où il existe deux liens contractuels : franchiseur-franchisé et bailleur-preneur. Dans le cadre du rapport franchiseur-franchisé, le premier enverrait un courrier au second dans lequel il indiquerait que le franchisé est propriétaire de la clientèle.

Dans le cadre du rapport bailleur-preneur, le bailleur renoncerait à l'article 4 du décret de 1953 au terme duquel : "Le droit au renouvellement du bail ne peut être invoqué que par le propriétaire du fonds qui est exploité dans les lieux." Selon Maître Hittinger-Roux, il ne faut pas chercher la raison pour laquelle un client entre dans un magasin. C'est une question de hasard et de nécessité.

Après ces interventions, certes très intéressantes, mais dont le contenu n'était pas nouveau, Madame le Professeur Monique Raynaud-Contamine, Professeur Agrégé à l'Université de Paris X-Nanterre, a fait une intervention très remarquée qui va certainement permettre de sortir de cette incertitude juridique. Une démonstration exégétique permet de constater que le législateur n'impose pas réellement le rattachement de la clientèle au fonds de commerce.

L'article 1<sup>er</sup> de la loi du 30 juin 1926 qui a reconnu le droit au renouvellement dispose que : "le renouvellement des baux à loyers des locaux et immeubles où s'exploite un fonds de commerce et d'industrie est régi par les règles ci-après." De même, le décret du 30 septembre 1953 parle d'exploitation du fonds de commerce et pas de propriété de ce dernier. La confusion est née avec la loi du 5 janvier 1957 étendant le bénéfice du renouvellement du bail aux artisans.

### **La jurisprudence des années 1970 n'invoquait pas la propriété**

Pour la première fois, le législateur pose comme condition au renouvellement du bail la propriété du fonds. Était-ce réellement sa volonté ? Le but de cette loi n'était certainement pas de bouleverser un

La jurisprudence des années 1970 n'invoquait pas la propriété. Ce n'est qu'au début des années 1990 que la confusion a été développée et le malaise juridique étendu. En définitive, il ne paraît pas nécessaire de faire intervenir le législateur dans la mesure où il résulte des textes actuels que l'existence du fonds et non sa propriété suffit à conférer le droit au renouvellement. Ainsi, la polémique juridique sur la propriété de la clientèle devient ipso facto un faux débat.

### **le rôle des experts dans la détermination de la propriété de la clientèle**

Monsieur Marx, Expert près la Cour d'Appel de Paris en estimation des baux commerciaux, est ensuite intervenu afin de définir le rôle des experts dans la détermination de la propriété de la clientèle. Il s'agit de déterminer l'importance respective de l'emplacement et de la marque. Il faut également définir la valeur du fonds si on lui retire l'enseigne. Selon Monsieur Marx, le fonds de commerce est constitué par un droit au bail (50%) des agencements (30%), du matériel (10%) et de la clientèle (10% au-delà du point mort).

### **La franchise accroît la clientèle, elle ne la fait pas disparaître**

La clientèle n'intervient pas dans la réalisation du chiffre d'affaires. C'est ainsi que 8 évictions sur 10 sont évaluées en fonction du droit au bail. La clientèle de départ (10%) appartient forcément au franchisé. L'enseigne permet de créer un surplus de clientèle dont une partie appartient au franchiseur. La franchise accroît la clientèle, elle ne la fait pas disparaître. Certains directeurs de réseau sont ensuite intervenus pour faire part soit de leur inquiétude, soit de leur expérience. (...) L'intervention de Madame le Professeur Monique Raynaud-Contamine va sûrement permettre de sortir de ce labyrinthe si les avocats et les magistrats suivent cette voie ●

