

La revue occasion d'affaires
mai-juin 1996.

FRANCHISE

CHRONIQUE DE LA FRANCHISE EN EUROPE

L'un des débats majeurs qui animent actuellement les tribunaux français en droit de la distribution est la détermination de la propriété commerciale dans les réseaux de franchises ou de concessions.

Le problème est épineux et les décisions rendues à ce jour ne permettent pas de trancher clairement la question dans un sens ou dans l'autre.

Déterminer qui du franchiseur ou du franchise est titulaire de la propriété commerciale est, à l'heure actuelle, une question jugée au cas par cas par les tribunaux. Dans une affaire récente que nous allons commenter ci-dessous, la Cour d'appel de Paris a tranché le débat en faveur du franchiseur. Ce jugement reste cependant une décision d'espèce et un arrêt de la Cour de Cassation sur le sujet est attendu.

ACTUALITÉS JURIDIQUES

Réseaux de distribution et propriété commerciale

Dans un arrêt du 6 février 1996, la Cour d'appel de Paris a refusé la propriété commerciale à un concessionnaire AVIS, confirmant ainsi une décision du Tribunal de Grande Instance d'Evry du 9 décembre 1993.

Loin d'être purement théorique, la question de la propriété de la clientèle dans les réseaux pose d'énormes problèmes pratiques.

En effet, un décret du 30 septembre 1953 confère au locataire le droit au renouvellement de son bail. Si toutefois le bailleur refuse de renouveler le bail de son locataire, ce dernier a droit à une indemnité d'éviction, destinée à réparer le préjudice résultant de l'obligation de quitter les lieux.

Les articles 1er et 4 précisent que pour avoir droit au renouvellement, il faut un fonds de commerce, mais il faut également que ce fonds soit la propriété du locataire.

Ces dispositions ne sont pas sans poser de problèmes dans le domaine des réseaux de distribution : pour que le franchise bénéficie du droit au renouvellement de son bail, il doit prouver qu'il est propriétaire du fonds de commerce qu'il exploite dans le cadre de son contrat de franchise. Or, la preuve de la propriété du fonds de commerce passe par la preuve de la propriété de la clientèle car la clientèle est l'élément essentiel du fonds de commerce.

L'enjeu est fondamental pour le franchise : si la clientèle lui appartient, il pourra, à l'expiration du bail, bénéficier de son droit de renouvellement du bail et poursuivre l'exécution du contrat de franchise. En revanche, si la clientèle se trouve dans le patrimoine du franchiseur, le franchise se trouve privé du renouvellement du bail et il ne pourra poursuivre l'exécution de son contrat de franchise.

À défaut de loi régissant ces problèmes, la jurisprudence fait une analyse au cas par cas.

Quels sont les critères qui permettent de savoir qui est le propriétaire de la clientèle ?

- L'indépendance du franchise : il s'agit de rechercher si le franchise se comporte en chef d'entreprise. Si c'est le cas, le franchise est réellement indépendant et la clientèle lui appartient.
- La marque et le savoir-faire du franchiseur : il faut analyser leur rôle dans l'attrait de la clientèle et voir si ce sont les principaux éléments qui ont incité le client à s'adresser au franchise. Dans ce cas, la clientèle appartient au franchiseur puisque les éléments d'attraction lui appartiennent. L'arrêt du 6 février 1996 en a décidé ainsi en considérant que «ce qui attire la clientèle, c'est la «charte» de la marque qui se traduit par la proposition de contrats types qui garantissent le principe d'une exécution dépourvue d'âléas».
- La personnalité du franchise : le talent propre de chaque franchise est un critère fondamental pour la clientèle. Si le franchise apporte la preuve que la clientèle



Me OLIVIER GAST
AVOCAT
BARREAU DE PARIS

est liée à ses qualités personnelles indépendamment de la marque, il pourra être considéré comme ayant un fonds de commerce.

(Cour d'appel de Paris, 6 février 1996 - Avis)

DES NOUVELLES DU MARCHÉ

Une nouvelle loi espagnole pour la franchise

En janvier, une nouvelle loi pour la franchise a vu le jour en Espagne.

Ce texte se rapproche sensiblement de la loi française dite «loi Doubin» en date du 31 décembre 1989 imposant au franchiseur une obligation d'information précontractuelle.

Le Cabinet GAST, qui a grandement contribué à l'élaboration de la loi française sur le sujet, milite depuis plusieurs années pour imposer une réglementation du même type dans tous les pays de l'Union Européenne.

C'est chose faite en Espagne. Cette nouvelle loi en date du 15 janvier 1996 a pour but, comme la loi française, de permettre au candidat franchise de s'engager sur la base d'informations sincères et précises.

Le texte espagnol prévoit que les franchiseurs devront fournir 20 jours avant la signature du contrat de franchise, un ensemble d'informations devant permettre au franchise de s'engager en toute connaissance de cause. Ces informations devront notamment comprendre les éléments d'identification du franchiseur, la date de création de son entreprise, sa structure, son expansion et les éléments essentiels du contrat.

Les franchiseurs espagnols devront en outre s'inscrire sur un registre tenu à jour par le ministère compétent.

Les concepts de demain

Une étude réalisée en France dernièrement a révélé que les trois secteurs d'activité les plus novateurs actuellement pour la franchise étaient les suivants :

- le domaine de la santé-beauté, avec principalement l'essor des enseignes de pharmacie;
- les services-loisirs et notamment les nouveaux concepts en matière de presse et de vidéo club;
- l'alimentation et plus particulièrement le secteur de la confiserie représenté par les enseignes de chocolat et les points de vente de bonbons.

Cette étude confirme l'essoufflement des secteurs traditionnels, tels ceux liés à l'équipement de la personne et l'équipement de la maison. Les idées nouvelles sont donc dans ces domaines beaucoup plus rares.

ACTUALITÉ DES SALONS

Depuis quelques années, Bruxelles n'avait plus de salon de la franchise. L'année 1996 marque la renaissance de cette manifestation qui s'est tenue dernièrement à Bruxelles. Bilan de cette manifestation : modeste et gentil petit salon...

Expofranquicia se tiendra du 23 au 25 mai à Madrid. L'édition 1995 de ce salon espagnol avait réuni environ cinquante exposants et 5000 visiteurs ■