

Olivier Gast

«vers une moralisation en douceur de la franchise»

Propos recueillis par
Patrick FONT

Les éléments constitutifs du monde de la franchise évoluent-ils en France? Franchiseurs et franchisés ont-ils le même profil que lors du "franchise-boom" du début des années 80? La franchise française s'adapte-t-elle à l'horizon européen de 1992? Une "loi-franchise" reste-t-elle question d'actualité? Nous avons posé ces questions à Maître Olivier Gast qui, de par sa profession et ses activités, est un observateur averti du phénomène franchise, en France et dans le Monde.

Franchise Magazine: Vous semblez, Maître, beaucoup moins ardent dans votre réflexion concernant la nécessité ou non de légiférer la franchise?

Maître Olivier Gast: Vous savez, le système de la franchise est un système qui se veut souple et pragmatique, précisément pour pouvoir toujours s'adapter au marché qui, lui, change vite. Moi aussi, j'essaie d'être pragmatique. Je pense que le marché de la franchise change et qu'il change en bien. Il devient de plus en plus rassurant et crédible. Les nouveaux franchiseurs sont des groupes sérieux, qui font de la franchise ou rachètent des réseaux en vue de se préparer à l'horizon 1992. Les risques de dérapage sont bien moindres. Ces nouveaux franchiseurs ne prendront pas les candidats franchisés pour des "cobayes". Leur puissance commerciale et financière sera une sécurité de plus pour le candidat franchisé.

Nous devons toutefois rester prudents, car il est encore trop tôt pour savoir si cette tendance va se confirmer. Il va de soi que la moralisation de la franchise se fera en douceur, puisqu'il y aura de moins en moins de franchiseurs non professionnels et, par conséquent, de franchisés trompés ou déçus.

Le franchiseur d'aujourd'hui et de demain sera toujours plus au fait de la technicité complexe et multiple de la franchise. Mais cela n'exclut pas du tout que la franchise reste le moyen d'expansion privilégié des petites et moyennes entreprises.

Ce qui bouleverse l'environnement, c'est 1992. Si "les grands" s'intéressent à la franchise, c'est essentiellement à cause du marché unique européen. Tout cela est positif et assez formidable pour tous les partenaires de la franchise.

FM: La franchise entre donc, selon vous, dans une phase de maturité?

O.G.: Oui, car les nouveaux franchiseurs sont des groupes ou des entreprises importantes, avec des moyens financiers et structurels adaptés à une stratégie industrielle européenne. Pour l'horizon 1992, certains de ces groupes choisissent maintenant la franchise comme stratégie. Les rapports franchiseur-franchisé vont changer et beaucoup de choses qui ont été dites à ce sujet risquent d'être obsolètes.

La franchise issue du début des années 80, c'est-à-dire la petite entreprise où le jeune entrepreneur qui a peu de moyens financiers, ne peut réellement aspirer à se développer entièrement seul, même avec le système de la franchise. D'ailleurs, les exemples récents démontrent que ces jeunes réseaux (entre 40 et 60 franchisés) sont rachetés précisément par des industriels ou producteurs ou groupes plus importants.

FM: Certains observateurs parlent de franchisés plégés et ruinés par des pseudo-franchiseurs ou des escrocs. Même si ces cas ont pu se présenter dans certaines affaires retentissantes, pensez-vous que l'on va vers une disparition des risques?

O.G.: Il restera nécessairement quelques insatisfaits... on a vu dans les médias ces fameux trois Allemands et ce Suisse procéder à une vaste escroquerie par l'intermédiaire de la franchise, de pareilles escroqueries sont extrêmement rares et les individus se retrouvent très rapidement en prison.



FM: Quels sont les litiges les plus fréquents qui opposent aujourd'hui franchiseurs et franchisés? Sur quel point particulier peut-on observer une évolution?

O.G.: Il y a, en effet, une évolution dans les contentieux classiques entre le franchiseur et le franchisé et ceux qui apparaissent actuellement.

Auparavant, les franchisés qui intentaient un procès contre le franchiseur étaient justifiés parfois par ce qu'ils se considéraient comme une "victime". Ils avaient acheté une franchise sans savoir-faire véritable, ni package, ni assistance permanente. Aujourd'hui, l'évolution s'est inversée; c'est à dire, que ce sont plus souvent les franchiseurs eux-même qui font des procès

contre certains de leurs franchisés "pilleurs de savoir-faire".

Les franchiseurs ont encore besoin que se fortifie la jurisprudence rendue en matière de protection de l'image de marque et de protection de l'intérêt supérieur du réseau.

FM: Certains parlent de partenariat et abandonnent le mot franchise. Qu'en pensez-vous?

O.G.: Il y a de multiples formes juridiques différentes de partenariat. Le mot partenariat ne veut donc rien dire sur le plan technique. Il ne peut avoir aucun contenu doctrinal et théorique. Le partenariat ne peut devenir un concept clair, autonome, transmissible et



médiatisable, car il est trop vague et trop diffus. Les gens ont besoin de choses claires, simples et opérationnelles.

C'est la raison pour laquelle tous ceux qui croient pouvoir faire concurrence au discours de la franchise en enfourchant le faux discours du partenariat ne sont plus dans le coup, ils se sont d'ailleurs exclus de la synergie franchise et se marginaliseront de plus en plus et très vite.

FM: *La Fédération française de la franchise semble vouloir intensifier son action de promotion de la franchise ?*

O.G.: En effet, les partenaires de la FFF vont structurer des actions sur le terrain pour continuer et intensifier le travail de défense et de promotion de la franchise. D'ailleurs, à ce sujet, une nouvelle commission va être constituée qui s'intitulera précisément: "Défense et Promotion de la franchise".

FM: *Participez-vous à la création de fédérations de la franchise à l'étranger ?*

O.G.: C'est exact, je profite d'ailleurs de votre question pour rappeler que les querelles intestines doivent absolument rester "franco-françaises". A l'extérieur, tout le monde doit serrer les coudes pour donner de la franchise française un discours cohérent et une image de marque unie et intégrée.

N'oublions pas que la franchise française est leader en Europe, et tout leader doit avoir conscience de ses responsabilités. C'est à la FFF seule que revient de droit la mission d'être le porte-voix de la franchise française à l'étranger. Nous sommes conseillers techniques de la toute jeune Fédéra-

tion portugaise de la franchise, qui est présidée par mon ami, Maître Rogerio Tavares, avocat à Lisbonne.

Nous avons aidé la Fédération suisse également; nous étudions par ailleurs la possibilité de constituer une Fédération grecque de la franchise avec des confrères amis qui ont, par l'expérience de certains dossiers de franchise, découvert "le monde de la franchise". Notre action se concentre essentiellement dans les pays ACP ayant adhéré à la Convention de Lomé.

FM: *L'Europe est en marche et la franchise va y jouer un rôle important selon vous ?*

O.G.: Oui, car la franchise devient une opportunité pour les producteurs et industriels pour contourner la grande distribution (les grandes surfaces).

On peut observer en ce moment un vaste mouvement de troupes qui se met en place à cause de la toute proche concurrence à venir. Pour lutter contre la grande distribution et pour apprendre à connaître le consommateur, beaucoup d'industriels et de producteurs vont créer des réseaux de franchise pour endiguer la concurrence de nos voisins, et se préparer à l'échéance de 1992.

FM: *On a vu, ces derniers temps, certaines tentatives d'organismes autres que la FFF, pour fédérer des franchiseurs. Etes-vous au courant ?*

O.G.: Oui, j'ai entendu parler de cela. Mais ce sont des gens qui préfèrent agir contre quelque chose que de construire ensemble. C'est à mon avis une mauvaise tactique. De plus, ce sont les franchiseurs qui sont des winners, et les franchiseurs sérieux adhèrent à la FFF, seule, car c'est l'unique structure véritablement représentative et sérieuse.

FM: *Est-ce que, en tant qu'avocat, vous vous êtes préparé à cette échéance 1992 ?*

O.G.: Pour nous, le droit européen de la concurrence qui est une des spécialités de notre cabinet est une mine inépuisable d'arguments, d'attaques ou de défenses. Nous avons d'ailleurs un bureau permanent à Bruxelles.

Il est sûr que ce nouveau droit, "supranational", permet de véritables opérations stratégiques d'état major! Les entreprises franchisantes qui l'auront compris pourront à coup sûr prendre une avance concurrentielle certaine. C'est du reste par ce biais que nos voisins allemands préparent "leur campagne française" en 1992.

70.