

11 REGLES A RESPECTER

SELON M^e OLIVIER GAST

DU BARREAU DE PARIS

1 Protection de la la marque

- Pour prévenir toute action en nullité, la marque doit non seulement être enregistrée, mais il convient d'effectuer une recherche sérieuse d'antériorité à l'insc. et dans les registres de commerce.
- Une clause contractuelle doit permettre d'éviter la contrefaçon de marque quand les franchisés quittent le réseau.



2 Protection du savoir-faire

- Mieux vaut transmettre le know how au compte-gouttes pendant la période précontractuelle, surtout dans les services : les « sous-marins », cela existe !
- Des manuels opératoires numérotés doivent être déposés : une bible, cela peut se photocopier !
- La protection du savoir-faire passe par la signature d'une déclaration d'intention sur le respect de la confidentialité, puis, pendant la période

précontractuelle, d'une convention de secret prévoyant des indemnités en cas de divulgation.

- Demander une garantie financière (50 % du droit d'entrée, par exemple) pendant cette période est un bon moyen de fidéliser le franchisé.

3 Paiement des royalties

- Mieux vaut prévoir une procédure de rupture automatique en cas de non-paiement des royalties : lettre recommandée, blâme, rupture au bout de trois blâmes. L'idéal est d'obtenir des virements automatiques avec régularisation en fin d'année.

4 Contrôle

Dans l'intérêt de toute la chaîne, l'image de marque doit être rigoureusement préservée. Vous pouvez par exemple dresser la liste des points à respecter et noter régulièrement les franchisés en fonction de cette liste (avec une tolérance de 20 % environ).

5 Gestion quotidienne du contrat

Il est important d'avoir des preuves écrites de votre collaboration à tous les stades (formation, passage dans les points de vente...) pour ne pas arriver armé de votre seule bonne foi devant un tribunal.

6 Clauses résolutoires

- Non-respect de l'exclusivité de l'approvisionnement ;
- Non-paiement des royalties ;
- Non-communication du chiffre d'affaires ;
- Absence aux réunions.

7 Clauses de fin de contrat

- Clause de non-concurrence (deux ans, en général) et de secret ;
- Reprise de la marque ou rachat de la franchise.

8 Durée du contrat

S'il est conclu à durée déterminée (entre cinq et dix ans selon le délai de remboursement des prêts) vous pouvez plus facilement imposer aux franchisés de la première génération une évolution du concept.

9 Prix

Seul un prix maximal peut être imposé en vertu de l'ordonnance de 1945.

10 Conformité au droit européen

Pour éviter tout risque d'annulation, notifier le contrat à la Commission des Communautés européennes.

11 Vente du réseau

Si le contrat comporte une clause « intuitu personae », le franchisé peut l'invoquer pour quitter la chaîne lors d'un rachat éventuel.

TERTIEL : n° 12, mars 1986