

Sites Commerciaux
sept 1996.

DEVANT LE TRIBUNAL Le franchiseur est «aussi» responsable de l'échec de son enseigne

DES FRANCHISÉS CHOCOLATS

Arlette et Pierre Péan ouvrent en mars 1992 un magasin de chocolats, à Angers, sous l'enseigne De Neuville, une chaîne de franchise a priori de bonne réputation, qui aligne 100 points de vente de chocolats.

Leur engagement est le suivant :

- 600 000 F de droit au bail.
- 400 000 F de frais d'installation.
- 55 000 F de droit d'entrée dans le réseau sous forme de l'achat d'une étude de marché.

Cette étude a prévu des chiffres d'affaires qui se révèlent très nettement supérieurs à la réalité (voir tableau). En février 1995, les pertes cumulées du magasin

s'élevaient à pas loin de 610 000 F.

Après avoir essayé en vain de se faire exonérer du paiement des royalties (4 % du chiffre d'affaires) les Péan se résignent à vendre leur droit au bail (400 000 F le 15 août 1995), puis se retournent contre leur franchiseur.

Jugement en première instance : condamnation de la société De Neuville à 700 000 F de dommages et intérêts pour étude de marché trop optimiste et faiblesse de l'assistance technique et commerciale.

Le jugement est en appel, une décision définitive devant intervenir début 1997.

LE POINT DE VUE DES AVOCATS

CÔTÉ FRANCHISÉ

M^e Serge Méresse a défendu Pierre et Arlette Péan dans le conflit qui les opposait à la société De Neuville.

A - La loi Doubin oblige le franchiseur à fournir un certain nombre d'informations à son franchisé.

- Nombre de magasins dans le réseau.
- Chiffre d'affaires moyen par magasin.
- Endettement moyen (endettement fournisseur et endettement bancaire) par magasin.
- Nombre d'ouvertures et de fermetures (fondamental pour savoir si le franchiseur ne finance pas son développement uniquement sur les droits d'entrées de son réseau. M^e Méresse estime que 80% des échecs de magasins en franchise sont explicables par le contrat initial).

Le franchisé doit ensuite obtenir des informations sur le franchiseur lui-même : historique de l'entreprise et développement.

B - Une fois l'emplacement de la boutique défini.

L'étude de marché vendue par le franchiseur en guise de droit d'entrée engage son savoir-faire.

L'étude doit comporter :

- Une présentation du tissu économique de la ville.
- Une composition socio-économique de ses habitants.
- Le panier moyen dans un magasin équivalent de la zone.
- Le taux d'emprise de la marque sur le marché.

Conclusion :

On trouve aujourd'hui des réseaux dans lesquels beaucoup de contrats sont résiliés aux alentours de la troisième année, preuve des mauvaises relations entre le franchiseur et ses franchisés.

CÔTÉ FRANCHISEUR

Pedre
Le cabinet Gast défend régulièrement les franchiseurs dans les différents les opposant aux franchisés.

- Les chiffres proposés par De Neuville aux Péan ne peuvent être considérés comme excessivement optimistes puisqu'ils sont inférieurs à la moyenne nationale du réseau.
- La loi Doubin n'impose pas de comptes prévisionnels aux franchiseurs.
- Tous les éléments de gestion propre, comme le montant des salaires, sont de la responsabilité des franchisés. Dans des affaires similaires, des arrêts ont été rendus, au mois de juin, en faveur des franchiseurs Phildar et Gérard Pasquier. Les jugements considèrent cette fois-ci que le franchiseur n'est pas le garant du succès du franchisé puisqu'il est juridiquement indépendant.

LES CHIFFRES DE LA DÉSILLUSION

	1992	1993	1994
Chiffre d'affaires prévu	950 000 F	1 100 000 F	1 400 000 F
Chiffre d'affaires réalisé	260 000 F	300 000 F	300 000 F
Pertes	220 000 F	115 000 F	275 000 F

L'activité des Péan s'est révélée très rapidement déficitaire. Trois ans après l'ouverture du magasin, les pertes cumulées s'élevaient déjà à 610 000 F.

«RESTER SALARIÉ JUSQU'À LA RETRAITE»

Pierre et Arlette Péan habitaient à Paris. Pierre exerçait sa profession de pâtissier. Arlette travaillait au rayon confiserie de la Samaritaine. «On s'est dit qu'à la quarantaine il fallait quand même avoir son affaire. On a tous les deux démissionné, on a vendu notre appartement et on s'est lancé avec les gens de De Neuville, qui nous paraissaient dynamiques. J'ai investi plus d'un million de francs».

Au bout de six mois, le magasin est déjà en difficulté. «Visiblement, il y avait un tas d'erreurs dans l'étude de marché : le choix de la ville et de la rue, la surface (65 m² contrairement aux 30 ou 40 m² habituels des chocolatières), le loyer (4000 F par mois plus les charges au lieu des 1500 ou 2000 F habituels). On avait prévu deux salaires au Smic, ce n'était pas énorme, mais on a quand même déchanté. Alors, je suis allé travailler dans une pâtisserie en ville et on a réduit de moitié le salaire de ma femme. Souvent, avec les charges, elle n'était pas payée. Et je ne compte pas les heures à l'aider bénévolement quand je rentrais de mon travail».

Les Péan cherchent alors un arrangement avec De Neuville. «Pour toute aide, ils nous ont donné des tracts à distribuer. Il y a aussi eu des passages TV. Mais personne n'est jamais venu chez nous en disant qu'il avait entendu parler du magasin à la télévision. En attendant, on ne pouvait plus payer les royalties (4 % sur le chiffre d'affaires) et les agios (5,2 %) s'accumulaient. De Neuville ne voulait rien savoir, j'imagine qu'eux non plus n'allaient pas très fort financièrement. Je ne croyais pas qu'on pouvait gagner une procédure contre un franchiseur. Et puis j'ai entendu parler d'un groupe de franchisés qui s'étaient retournés contre De Neuville dans le sud».

Et maintenant ?
«Ne plus jamais entendre parler de franchise et rester salarié jusqu'à la retraite»