

FRANCHISE

E.F.L.A.W.

OLIVIER GAST
AVOCAT AU
BARREAU DE PARIS



ACTUALITÉS DE LA FRANCHISE EN EUROPE

L'actualité de la franchise aujourd'hui est surtout juridique. Avec les affaires PHILDAR et GÉRARD PASQUIER, je viens d'obtenir des décisions, qui rappellent qu'être un bon franchiseur ne s'improvise pas et contrairement à ce que pense beaucoup de gens, la franchise obéit à des règles scientifiques.

ACTUALITÉS JURIDIQUES

PHILDAR sauve sa clause d'approvisionnement exclusif

Un arrêt très attendu dans le monde de la franchise a été rendu concernant la validité de la clause d'approvisionnement exclusif.

Après un long combat judiciaire, PHILDAR, enseigne française de grande renommée dans le domaine du fil à tricoter et de la lingerie, l'aura finalement remporté sur quelques anciens franchisés qui cherchaient à trouver toutes les failles possibles pour faire annuler leurs contrats de franchise.

L'affaire est allée jusqu'à la Cour de Cassation qui a décidé que la clause d'approvisionnement exclusif ne pouvait être licite que pour autant qu'elle était indispensable pour préserver l'unité, l'identité et la réputation du réseau. Les parties ont dès lors été renvoyées devant la Cour d'Appel d'Amiens pour que PHILDAR fasse la preuve du caractère indispensable de la clause d'approvisionnement exclusif dans tous ses contrats de franchise.

Par un arrêt en date du 17 juin 1996, La Cour d'Appel d'Amiens a reconnu que le franchiseur PHILDAR était bien

fondé pour imposer à ses franchisés un approvisionnement exclusif dès lors qu'il démontrait et justifiait que la nature des produits, objet du contrat de franchise, et l'impossibilité d'appliquer des spécifications objectives de qualité, rendaient indispensable cette clause pour préserver l'unité, l'identité et la réputation du réseau.

La Cour d'appel a estimé notamment que le fait pour PHILDAR d'avoir été fabricant exclusif des produits distribués dans son réseau jusqu'en 1992, avec des normes de fabrication rigoureuses, a eu pour conséquence la création d'un savoir-faire propre dont il est seul détenteur, lui permettant d'exiger des normes de qualité de ses fournisseurs référencés et de valoriser l'image de marque de son réseau par des campagnes publicitaires axées précisément sur la spécificité des produits PHILDAR.

Il résulte de cette interprétation de la Cour d'Appel d'Amiens que la validité de la clause dont il s'agit reste une question de fait appréciée au cas par cas par les juges du fond et qu'il appartiendra à chaque franchiseur de faire la démonstration du caractère indispensable de ladite clause pour préserver l'unité, l'identité et la réputation du réseau.

Par delà cet excellent arrêt, et pour PHILDAR, et pour la franchise de distribution dans son ensemble, le message que j'en retire est qu'un bon franchiseur qui maîtrise sa politique de «marketing contractuel» de manière globale et continue au travers d'un contrat spécifique, permet d'organiser un système de défense efficace devant les tribunaux.

L'affaire GÉRARD PASQUIER: la franchise est une aventure

Dans cette deuxième affaire, un ancien franchisé du réseau GÉRARD PASQUIER, franchise en matière de prêt-à-porter féminin, avait été contraint de déposer le bilan deux ans et demi après le début d'exploitation. Comme beaucoup de franchisés dans la même situation, cet ex-franchisé a cru pouvoir se retourner vers son franchiseur afin de le déclarer responsable des pertes subies!

Une nouvelle fois, la Cour d'appel de Paris a rappelé un principe intangible du droit de la franchise selon lequel le franchisé est un commerçant indépendant qui doit se renseigner lui-même sur la portée des engagements qu'il prend.

À propos du compte d'exploitation prévisionnel, les magistrats ont affirmé, très justement, que :

«la société CADOHÉL et ses animateurs avaient pris le risque d'une aventure commerciale à laquelle ils n'étaient pas préparés, dans des conditions qui la menaient à l'échec.»

Pour la première fois, face à un compte d'exploitation prévisionnel erroné, les magistrats opèrent un partage de responsabilités. Le franchiseur est considéré comme responsable d'un quart de l'échec pour n'avoir pas mis en garde son franchisé, ainsi qu'il y était tenu.

Le franchisé supporte les trois quarts restant et la Cour affirme qu'il «a commis une erreur lorsqu'il s'est engagé dans une aventure commerciale vouée à l'échec compte tenu des charges financières».

Il ne pouvait donc s'en prendre qu'à lui-même!

Il résulte de cette décision que le franchisé doit être considéré comme un commerçant indépendant pour le meilleur et pour le pire.

La franchise est une aventure qui comporte ses joies, mais également ses peines et l'aventurier doit assumer, lui aussi, sa part de risques.

Bien loin de remettre en cause la franchise, ces décisions démontrent que la jurisprudence reconnaît l'intérêt économique et la valeur juridique de la franchise et favorise incontestablement le franchiseur sérieux et professionnel.

DES NOUVELLES DU MARCHÉ

Le dynamisme des franchises de service

Une récente étude réalisée sur le dynamisme des enseignes de franchise en France révèle que parmi les 10 enseignes (de plus de 100 unités) les plus dynamiques, 8 sont des franchises de services.

Les secteurs les plus représentés sont la coiffure, les services automobiles (lavage auto, location automobile, réparation), l'immobilier et l'hôtellerie.

Cette étude confirme que les points de vente en franchise résistent beaucoup mieux aux difficultés économiques actuelles. Ainsi, dans le domaine de la coiffure et de l'immobilier, les enseignes de franchise se développent et attirent toujours plus de clientèle, alors que ces secteurs sont globalement en difficulté.

Le salon de la franchise de Valence en Espagne doit se tenir du 16 au 19 octobre 1996.

Le marché de la franchise espagnole a connu un spectaculaire développement en 1995 avec plus de 4000 nouveaux établissements ouverts.

CHRONIQUE

IMAGINE

Un choix musical sur cassettes et disques compacts qui favorise la concentration et la performance
un produit unique en son genre

VOUS avez déjà un réseau de distribution ou souhaiteriez vous joindre à un réseau existant.

VOUS avez une connaissance de la vente (gros, détail ou directe).

NOUS vous proposons un plan d'affaires personnalisé avec un support marketing qui vous permettra de travailler à votre compte (temps plein ou partiel).



Les Éditions et Disques
Imagine International Inc.

- Territoires exclusifs
- Produits reconnus dans plusieurs pays
- Plusieurs gagnants à l'Adisq ou reconnus par le prestigieux Billboard américain
- En affaires depuis 1987

Joignez-vous à l'équipe gagnante en appelant Owen Hughes
(514) 227 8635