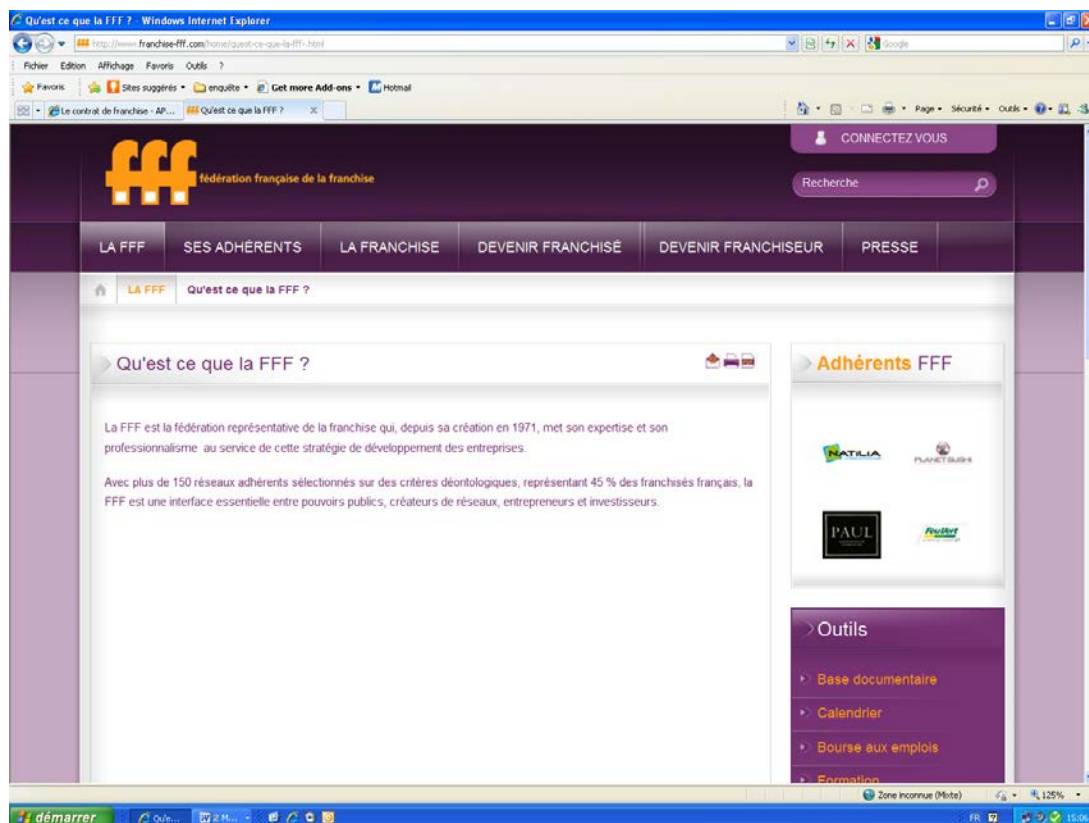


# Franchise :

## Contrats de franchise

### Adresse utile :

Fédération française de la franchise (FFF), 9 rue Alfred de Vigny, 75008 PARIS, Tél. : 01 53 75 22 25, Fax : 01 53 75 22 20, site Internet : [www.franchise-fff.com](http://www.franchise-fff.com)



### Régime juridique

#### ● Information préalable du candidat franchisé

Cette information préalable n'est obligatoire que lorsque le franchiseur met à la disposition du franchisé un nom commercial, une marque ou une enseigne en exigeant de lui un engagement d'exclusivité ou de quasi-exclusivité (c'est presque toujours le cas).

20 jours au moins avant la signature du contrat ou précontrat de franchise ou 20 jours au moins avant la remise d'une somme d'argent, le franchiseur doit remettre au candidat franchisé :

- Le projet de contrat (et pré-contrat, s'il y en a).
- Un document d'information pré-contractuel comportant un certain nombre d'informations "sincères" sur son entreprise et son réseau, notamment :

- le nom de l'entreprise, la forme juridique, le capital social, l'adresse du siège, l'identité du chef d'entreprise, le numéro d'immatriculation au Registre du commerce et des sociétés ainsi que des indications sur la date et le numéro d'enregistrement ou de dépôt de la marque, les éventuels contrats de licence et leur durée,
- les cinq principales domiciliations bancaires du franchiseur,

- la date de création de l'entreprise, son historique ainsi que des informations sur l'expérience professionnelle des principaux dirigeants,
- un état général du marché national et local du secteur d'activité concerné (ainsi que ses perspectives de développement),
- les comptes annuels des deux derniers exercices,
- la liste des succursales et filiales,
- une présentation du réseau comprenant, en particulier, la liste des franchisés ou des 50 franchisés les plus proches du lieu d'implantation prévu par le candidat, ainsi que le nombre de contrats venus à expiration, annulés ou résiliés au cours de l'année écoulée, la liste des établissements situés dans la zone concernée et qui vendent les mêmes produits ou services avec l'accord exprès du franchiseur,
- la durée du contrat, ses conditions financières (redevance initiale, droit d'entrée, dépenses et investissements spécifiques à l'enseigne ou à la marque que le franchisé devra engager avant de commencer l'exploitation, etc.), ses conditions d'exclusivité, de résiliation, de cession, de renouvellement,
- le montant des investissements spécifiques à la marque.

*Remarques : le droit au bail, le pas de porte et l'acquisition du fonds de commerce n'en font pas partie. Le franchiseur n'est pas tenu d'établir et de remettre des comptes prévisionnels.*

Le futur franchisé sait ainsi, dès le départ, à quoi il s'engage en liant son sort à une enseigne. Il ne peut pas s'engager avant l'expiration d'un délai de réflexion de 20 jours.

Le franchisé pourra demander l'annulation du contrat, le remboursement du droit d'entrée (parfois des frais d'aménagement du magasin et des royalties) ainsi que des dommages et intérêts.

Toutefois, si la loi n'a pas été respectée, il devra prouver que son consentement a été vicié ; la jurisprudence est exigeante à ce sujet.

### ● Précontrat de franchise

Le contrat de franchise peut être précédé d'un précontrat, également appelé contrat de "réservation", lorsque le versement d'une somme est exigé préalablement à la signature du contrat définitif, notamment pour réserver une zone géographique.

Les prestations assurées en contrepartie de cette somme doivent être précisées par écrit, ainsi que les obligations des deux parties en cas de dédit.

Il est conseillé d'insérer une clause prévoyant le remboursement total ou partiel du franchisé au cas où l'affaire ne pourrait se réaliser pour une raison indépendante de sa volonté.

Le précontrat est soumis à l'obligation d'information préalable.

### ● Contrat de franchise

Il existe 3 types de contrats de franchise :

- le contrat de franchise de production : il permet la mise à disposition d'un savoir-faire dans la fabrication d'un produit vendu sous la marque du franchiseur,
- le contrat de franchise de service : il permet au franchisé de vendre un service sous la marque du franchiseur, selon ses directives,
- le contrat de franchise de distribution : il permet au franchisé de vendre divers produits sous l'enseigne du franchiseur.

Le contrat de franchise n'est pratiquement pas soumis à une réglementation particulière. Il obéit, pour l'essentiel, au droit commun des contrats commerciaux, aux règles dégagées par la jurisprudence, à certains textes de droit européen et de droit de la concurrence et au code de déontologie européen de la franchise.

Sa forme et son contenu sont en principe librement fixés par les deux parties. En pratique, la rédaction du contrat échappe presque totalement au franchisé. Le recours à un professionnel pourra donc s'avérer indispensable afin d'examiner le projet élaboré par le franchiseur.

Exemples de clauses figurant généralement dans un contrat de franchise :

➤ Types de produits ou services distribués.

➤ Modalités de transmission du savoir-faire (notamment par la remise de manuels) : c'est un élément essentiel du contrat. Le savoir-faire doit être secret, écrit (identifié) et substantiel (c'est-à-dire apporter véritablement quelque chose au franchisé).

➤ Marques et enseignes : a-t-elle été déposée et enregistrée ? Le franchiseur est-il propriétaire ou titulaire d'un contrat de licence ?

‣ Durée du contrat : le contrat n'est presque jamais à durée indéterminée. La durée est-elle suffisamment longue pour que le franchisé puisse amortir complètement ses investissements ?

‣ Etendue des exclusivités : territoriales, d'approvisionnement, de vente, d'activité. Toutes les formules sont possibles (y compris une absence d'exclusivité territoriale).

‣ Obligations des deux parties.

#### **Pour le franchiseur :**

- fournir au franchisé un savoir-faire commercial et technique, un soutien publicitaire, un conseil dans le choix de l'emplacement du futur établissement, une formation adaptée avant l'ouverture du magasin puis pendant toute la durée du contrat, etc.

- assister le franchisé en permanence dans la gestion de son affaire en matière de vente, d'actions de promotion ou de publicité, d'organisation et de services mais aussi de recrutement de personnel, etc.

#### **Pour le franchisé :**

- assez souvent : s'approvisionner exclusivement ou quasi exclusivement en marchandises, services auprès de son franchiseur et/ou des fournisseurs référencés par lui,

- ne pas vendre dans son territoire des produits ou services qui pourraient concurrencer ceux du franchiseur,

- respecter les normes fixées par celui-ci, ainsi que les conditions d'exploitation nécessaires au maintien de l'image de marque du produit et du réseau.

- ne pas exploiter la franchise en dehors de la zone géographique délimitée, ni transférer son lieu d'exploitation.

‣ Prix des articles livrés par le franchiseur et/ou des fournisseurs référencés : le contrat comporte-t-il une clause établissant le mode de révision des prix (indexation, expertise, évolution du marché) ?

Le délai laissé au franchisé pour contester les modifications de prix est-il assez long ?

‣ Conditions financières.

‣ Obligation de non-concurrence : cette clause post-contractuelle empêche l'ancien franchisé de continuer à exercer son métier pendant plusieurs années après l'expiration du contrat même s'il a changé l'enseigne et l'aménagement de son magasin. Généralement, la clause a une durée d'un an et concerne l'ancien territoire d'exploitation.

‣ Clause de non-affiliation post-contractuelle : plus souple qu'une clause de non-concurrence, elle empêche seulement l'ancien franchisé de rejoindre ou créer une chaîne concurrente de son ancien franchiseur pour un temps donné (généralement un an) et sur son ancien territoire. Cette clause est préférable à la précédente. Les tribunaux l'examinent avec vigilance.

‣ Modalités de transmission de l'affaire du franchisé : elles peuvent être rigoureuses du fait que le contrat est conclu intuitu personae, c'est-à-dire en considération de la personne du dirigeant de l'entreprise franchisée. Ainsi, le contrat contient-il une clause d'agrément et une clause de préemption.

‣ Conditions de renouvellement et de résiliation : les conditions de résiliation du contrat sont-elles précisées ? Ne sont-elles pas trop défavorables pour le franchisé ? Une fois le terme arrivé, le franchisé n'a aucun droit au renouvellement du contrat. Il peut seulement prétendre à des dommages et intérêts en cas de refus de renouvellement abusif. Ex. : le franchiseur lui a laissé croire qu'il renouvellerait le contrat.

‣ Clause compromissoire (c'est-à-dire l'arbitrage) ou clause attributive de juridiction.

## **‣ Responsabilités**

Le franchisé est un commerçant indépendant : il est responsable à part entière de son entreprise. En cas d'échec, c'est lui seul qui doit payer les factures, sauf s'il peut prouver que le franchiseur s'est immiscé dans la gestion de son entreprise et en a été "gérant de fait".

Afin d'éviter toute confusion dans l'esprit des consommateurs, le franchisé doit donc les informer de sa qualité d'entreprise indépendante, de manière lisible et visible :

- ▶ sur l'ensemble de ses documents d'information (publicités, factures ou bons de commande),
- ▶ à l'intérieur et à l'extérieur du lieu de vente (porte d'entrée, vitrine, caisse, enseigne).

Exemples de mentions : "SARL X entreprise indépendante", "M. X commerçant indépendant".

## ▶▶ **Avantages et inconvénients de la franchise**

### ▶ Avantages

- système de commerce organisé le plus abouti (formation, assistance, etc.),
- adapté à la distribution de marchandises comme de services,
- permet de bénéficier immédiatement de la notoriété de la marque du concédant et d'un savoir-faire déjà éprouvés sur un marché,
- lancement sécurisé à la création et en cours d'activité, grâce à l'appui du réseau,
- exclusivité territoriale (évaluer la pertinence du périmètre d'exclusivité).

### ▶ Inconvénients

- selon le réseau, le droit d'entrée peut être élevé,
- le coût des locaux et des travaux nécessaires pour se conformer au cahier des charges du réseau est à prendre en compte,
- versements au cours du contrat de redevances dont le montant peut être élevé,
- indépendance relative du franchisé. Obligation notamment de suivre les prescription de la tête de réseau.

## ▶▶ **Textes applicables**

- Article L330-3 et R330-1 et s. du code de commerce
- Arrêté du 21 février 1991
- Code de déontologie européen (code des "bons usages" et de "bonne conduite")
- Règlement européen d'exemption n°330/ 2010 du 20 avril 2010

# CONTRAT DE FRANCHISE

(Conformément à la Loi Doubin du 31 décembre 1989

Et du décret d'application de l'art.1<sup>er</sup> de la Loi Doubin du 4 avril 1991)

Tiré du site : [http://www.choisir-sa-franchise.com/experts\\_6.html](http://www.choisir-sa-franchise.com/experts_6.html)

## MODELE DE CONTRAT DE FRANCHISE/

Il a été convenu le présent contrat de franchise entre :

### LE FRANCHISEUR :

- Le réseau XXXXXXXXXXXX (marque déposée), société à responsabilité limitée au capital de XXXXXXXXXXXX euros dont le siège social est fixé à l'adresse XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX et immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés sous le numéro XXXXXXXXXXXX RCS XXXXXXXXXXXX. Le réseau est représenté par son Gérant/Représentant XXXXXXXXXXXX,

D'une part,

Et,

### LE FRANCHISE :

- La société XXXXXXXXXXXX, société à responsabilité limitée *en cours d'immatriculation* dont le siège social sera fixé au XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX et représentée par ses deux associés :

1°) Madame/Monsieur XXXXXXXXXXX, marié(e), né(e) le XXXXXXXXXXXX à XXXXXX (XXXXX) et demeurant XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

2°) Madame/Monsieur XXXXXXXXXXX, marié(e), né(e) le XXXXXXXXXXXX à XXXXXX (XXXXX) et demeurant XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

D'autre part.

Le franchisé s'engage à fournir au réseau XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX un extrait K-Bis original dès son obtention, une copie des statuts certifiée conforme par le gérant (ou les co-gérants) et la copie recto verso des pièces d'identité de chaque associé.

Le présent contrat de franchise définit sans ambiguïté les obligations et les responsabilités respectives des parties ainsi que toutes autres clauses matérielles de la collaboration telles qu'elles étaient décrites dans le D.I.P qui vous a été envoyé en date du XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX (conformément à la Loi Doubin).

**ARTICLE 1 – LES DROITS DU FRANCHISEUR**

Le réseau XXXXXXXXXXXXXXXX se réserve le droit de demander et d’obtenir à tout moment la situation fiscale, comptable et financière du franchisé d’une part, ainsi que tous autres points concernant l’activité, la gestion et la tenue globale de l’agence immobilière d’autre part. Ces vérifications auront pour seuls objectifs le conseil et le soutien. Travailler sous une même enseigne implique l’entraide, le respect mutuel et la performance de la méthode.

**ARTICLE 2 – LES DROITS DU FRANCHISE**

Le franchisé reste financièrement et juridiquement indépendant. En conséquence, chaque franchisé reste libre de prendre toutes les décisions qu’il jugera bon pour le bien de son entreprise. En conséquence, le franchisé reste indépendant et responsable de tous ses actes de gestion et administratifs. Toutefois, le franchisé est invité à consulter autant de fois qu’il le souhaite le réseau XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX pour obtenir conseils et soutien et ce, dans tous les domaines liés directement à son activité. Le franchisé conserve son champ d’application. Le franchisé conserve le droit d’utiliser, user et revendiquer la marque XXXXXXXXXXXXXXXX sous laquelle il exerce, sous certaines conditions. Il devra notamment consulter le réseau pour toute utilisation de la marque ou du logo XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX « Voir Biens et services fournis à la charge du franchisé» lequel se chargera de rechercher et négocier avec les professionnels sélectionnés (centrale d'achat); l’objectif étant de faire bénéficier au franchisé d'un gain de temps et de savoir faire, d'exiger un résultat de qualité et obtenir des prix préférentiels. Le travail sera refacturé par le réseau au franchisé, avec devis accepté, bon de commande signé et facture soumise à la TVA.

**ARTICLE 3 – LES BIENS ET SERVICES FOURNIS AU FRANCHISE**

***BIENS ET SERVICES FOURNIS A LA CHARGE DU FRANCHISEUR :***

Le réseau XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX s’engage à fournir au franchisé les biens et services suivants :

- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

***BIENS ET SERVICES FOURNIS A LA CHARGE DU FRANCHISE :***

- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

***IMPORTANT : A NOTER***

Tous les biens matériels tels que bureaux, informatique, chaises, téléphones, fax, photocopieurs restent à la charge du franchisé. Ce dernier pourra s'équiper auprès du fournisseur de son choix sans aucune restriction ni aucun contrôle de la part du réseau XXXXXXXXXXXXXXXX. De même, le choix de décoration intérieure de l'agence reste libre (peinture, plantes, tableaux...). Toutefois, les posters et/ou publicité envoyés gratuitement par le réseau devront être placés en évidence dans votre société comme signe de ralliement au réseau.

#### **ARTICLE 4 – LES OBLIGATIONS DU FRANCHISEUR**

Le franchiseur est l'initiateur d'un "Réseau de franchise" constitué du franchiseur et des franchisés et dont il a vocation à assurer la pérennité.

Le franchiseur devra :

- Avoir mis au point et exploité avec succès un concept pendant une période raisonnable et dans au moins une unité pilote avant le lancement du réseau (l'unité pilote étant basée XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX).
- Etre titulaire des droits sur les signes de ralliement de la clientèle : enseigne, marques et autres signes distinctifs. La marque XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX et le logo XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX sont juridiquement protégés (dépôt auprès de l'Institut National de la Propriété Industrielle - INPI).
- Apporter à ses franchisés une formation initiale et leur apporter continuellement une assistance commerciale et/ou technique pendant toute la durée du contrat (voir paragraphe Biens et services fournis au franchisé).

#### **ARTICLE 5 – LES OBLIGATIONS DU FRANCHISE**

Le franchisé devra :

- Consacrer ses meilleurs efforts au développement du réseau de franchise et au maintien de son identité commune et de sa réputation.
- Fournir au franchiseur les données opérationnelles vérifiables afin de faciliter la détermination des performances et les états financiers requis pour la direction d'une gestion efficace. Le franchisé autorisera le franchiseur et/ou ses délégués à avoir accès à ses locaux et à sa comptabilité à des heures raisonnables.
- Ne pas divulguer à des tiers le savoir-faire fourni par le franchiseur ni pendant, ni après la fin du contrat.
- Respecter une zone de chalandise raisonnable autour de votre société. Le franchisé ne doit en aucun cas se retrouver en situation de concurrence avec un confrère du réseau. Le réseau se charge d'espacer chaque point de vente les uns des autres de manière à ne créer aucune concurrence possible.

Les deux parties devront respecter, de manière continue, les obligations suivantes :

- Agir de façon équitable dans leurs relations mutuelles. Le franchiseur avertira le franchisé par écrit de toute infraction au contrat et lui accordera, si justifié, un délai raisonnable pour la réparer.
- Résoudre leurs griefs et litiges avec loyauté et bonne volonté, par la communication et la négociation directes.

## **ARTICLE 6 – LES CONDITIONS FINANCIERES POUR LE FRANCHISE**

Les droits d'entrée du franchisé sont fixés à XXXXXXXXXXXXXXX euros HT comprenant les biens et services décrits dans le paragraphe « Biens et Services fournis au franchisé » dans l'article 3. Ces droits sont payables à la signature du présent contrat et devront être intégrés dans la comptabilité courante de la société en formation. La TVA est récupérable au taux de 19,6%.

Une redevance de publicité est calculée chaque année sur la base de XXXX% du chiffre d'affaires hors taxes réalisé au cours de l'année comptable concernée. Ce montant sera réclamé au moment du dépôt de la liasse fiscale du franchisé. Ce dernier devra envoyer au réseau le règlement de cette cotisation accompagné d'une copie de la liasse fiscale déposée au préalable au centre des Impôts.

Aucune redevance de fonctionnement n'est réclamée.

Pour créer sa société, le franchisé aura besoin d'une somme totale d'environ XXXXXXXXXXXXXXX euros (hors pas de porte) comprenant les droits d'entrée, l'achat de l'équipement (immobilisations et matériels), décoration et lancement de l'activité. Un bilan prévisionnel a été remis au franchisé accompagné d'un devis estimatif pour l'acquisition de l'ensemble de son matériel.

## **ARTICLE 7 – LA DUREE DU CONTRAT**

Le contrat est consenti pour une période de XXXXXXXXXXX ans à compter de sa date de signature.

## **ARTICLE 8 – LES CONDITIONS DE RENOUVELLEMENT DU CONTRAT**

Le renouvellement du contrat est soumis à la reconduction tacite et l'application des droits et obligations de chacune des parties restent identiques. Toutefois, en cas de modification du contenu du présent contrat, un avenant précisant les modifications devra être signé par chacune des parties puis y être annexé. Les modifications proposées par le franchiseur ne pourront intervenir qu'au moment du renouvellement du contrat ; dans ce cas, le franchiseur devra avertir le franchisé par lettre recommandée avec accusé de réception au minimum 6 mois avant la date d'anniversaire du renouvellement.

## **ARTICLE 9 – LES CONDITIONS DE RESILIATION DU CONTRAT**

La résiliation non justifiée et arbitraire du contrat par le franchisé avant son échéance entraînera le paiement d'une pénalité au franchiseur, équivalente au montant des droits d'entrée par année restante à effectuer jusqu'au terme du contrat.



En cas de cession de l'activité pour raison économique (dépôt de bilan, liquidation judiciaire), le franchisé devra faire parvenir au réseau toutes les pièces justificatives de la situation par courrier recommandé avec AR. Dans ce cas, le franchisé n'aura aucune pénalité ni aucun frais à supporter vis à vis du réseau XXXXXXXXXXXXXXXX

En cas de résiliation du contrat à l'échéance, le franchisé devra avertir le réseau par courrier recommandé avec AR au minimum 4 mois avant la date de renouvellement.

Dans tous les cas de figure, le franchisé reste propriétaire de l'intégralité des biens matériels de son agence, y compris l'enseigne physique posée par nos soins.

### **ARTICLE 10 – LES CONDITIONS DE CESSIONS**

Le contrat de franchise reste valable en cas de cession : Le nouveau bénéficiaire deviendra juridiquement franchisé du réseau XXXXXXXXXXXXXXXX. Le repreneur s'engagera à poursuivre le contrat de franchise en cours et devra en respecter les conditions. En conséquence, il lui sera possible d'en assurer la continuité ou bien de le résilier aux conditions prévues au contrat.

### **ARTICLE 11 – CLAUSE DE NON CONCURRENCE**

Le franchisé s'engage à ne pas diffuser les informations professionnelles qui lui ont été communiquées par le franchiseur dans le cadre de l'exercice de ses fonctions.

### **ARTICLE 12 – CLAUSE DE NON AFFILIATION A UN RESEAU CONCURRENT**

Le franchisé s'engage, pendant une période de XXXXXXXXX an et dans un rayon de XXXXXXXXXXXXXXXX kilomètres à ne pas exercer, sous une autre enseigne de franchise et à titre indépendant, l'activité.

Fait en 2 exemplaires

Un exemplaire signé est remis à chacune des parties.

Fait à .....

Le .....

**LE FRANCHISE** (signature de tous les associés s'il y a lieu)

---

*Précisez la mention « Lu et approuvé, bon pour acceptation du présent contrat »*

**LE FRANCHISEUR** *Précisez la mention « Lu et approuvé, bon pour acceptation du présent contrat »*

# Qu'est-ce que la franchise ?

Tiré du site : / <http://www.pme.gouv.fr/informations/guide-com/telechar/franchise/fran1.html>

## La franchise en 10 questions

### En quoi la franchise se distingue-t-elle des autres modes de distribution ?

Alors que le commerce électronique, la vente par correspondance ou la vente à domicile se développent, le " magasin ", de l'échoppe à l'hypermarché, demeure le symbole traditionnel du commerce pour le consommateur. Cette façade, qui paraît simple à appréhender, cache pourtant un large éventail de possibilités d'organisation des relations entre fournisseurs, distributeurs et revendeurs. La franchise en est une, parmi de nombreuses autres. Pour mieux la distinguer, il n'est pas inutile de décrire brièvement les différentes formules existantes.

Les structures intégrées (succursales, filiales, agences...) reposent sur le principe hiérarchique. Le vendeur est en général un employé du distributeur. Il n'existe qu'un seul centre décisionnel et, bien souvent, qu'une seule entité juridique.

Les groupements de commerçants (groupements d'intérêt économique, coopératives) réunissent, au sein de structures communes et autonomes, des entreprises indépendantes qui, par leur adhésion, souhaitent partager leur savoir-faire, organiser des services en commun ou encore obtenir des conditions d'achat plus intéressantes auprès des fournisseurs.

La franchise s'inscrit, pour sa part, dans un cadre contractuel liant des entreprises indépendantes, au même titre que la distribution sélective (parfumerie...), la concession (automobile...), le courtage, les agents commerciaux ou encore le partenariat et la commission affiliation.

### Quelle est la définition d'une franchise ?

Alors que le règlement communautaire du 30 novembre 1988 en donnait une définition explicite, le règlement n°2790/1999 du 22 décembre 1999, applicable depuis le 1<sup>er</sup> juin 2000, se contente de renvoyer la définition de la franchise aux lignes directrices du 24 mai 2000 qui l'accompagnent.

Selon celles-ci, les accords de franchise consistent en des licences de droits de propriété intellectuelle concernant des marques, des signes distinctifs ou du savoir-faire pour la vente et la distribution de biens ou de services.

L'accord de franchise est donc un contrat de distribution qui associe une entreprise, propriétaire d'une marque ou d'une enseigne, **le franchiseur**, à un ou plusieurs commerçants indépendants, **les franchiseés**.

En contrepartie d'une rémunération directe ou indirecte, le franchiseur met à la disposition du franchiseé sa marque et/ou son enseigne, ses produits, son savoir-faire et une assistance technique.

La franchise n'est pas définie par un statut juridique particulier : il s'agit d'une relation contractuelle, qui, pour fonctionner normalement, doit comporter un certain nombre d'obligations.

Elle se caractérise notamment par :

- la propriété ou le droit d'usage de signes de ralliement de la clientèle par le franchiseur : marque de fabrique, de commerce ou de service, enseigne, raison sociale, nom commercial, sigles, symboles, logos ;

- la transmission par le franchiseur de son expérience et de son savoir-faire au franchiseé. Traditionnellement, le savoir-faire consiste en un ensemble d'informations pratiques non brevetées, résultant de l'expérience du franchiseur. Il doit être testé par celui-ci, et être secret, substantiel et identifié ;

- la fourniture par le franchiseur au franchiseé d'une assistance commerciale ou technique pendant toute la durée de validité du contrat.

## Quels sont les différents types de franchise ?

Dans un arrêt resté célèbre (28 janvier 1986, Pronuptia), la Cour de justice des communautés européennes a distingué trois types de franchise :

- les contrats de franchise de **service**, " en vertu desquels le franchisé offre un service sous l'enseigne, le nom commercial voire la marque du franchiseur, et en se conformant aux directives de ce dernier " ;
- les contrats de franchise de **production**, " en vertu desquels le franchisé fabrique, lui-même, selon les indications du franchiseur, des produits qu'il vend sous la marque de celui-ci " ;
- les contrats de franchise de **distribution**, " en vertu desquels le franchisé se borne à vendre certains produits dans un magasin qui porte l'enseigne du franchiseur ".

## Que sont les contrats de partenariat et la commission affiliation ?

Ce sont deux formules relativement nouvelles qui peuvent être considérées comme des " contrats cousins " de la franchise. Si la franchise est aujourd'hui bien appréhendée par le droit, il en va encore différemment pour ces deux autres formules.

. **Le partenariat est très proche de la franchise.** On y retrouve deux de ses éléments essentiels (l'enseigne et l'assistance technique). En revanche, la transmission du savoir-faire n'y est pas systématique, la collaboration étant le plus souvent organisée entre professionnels possédant au préalable le savoir-faire nécessaire à l'exercice de l'activité en cause (coiffure par exemple). Le partenariat se distingue de la franchise par l'organisation du management qui se veut plus participatif et par la réciprocité de l'intuitu personae qui caractérise le contrat (les deux partenaires se choisissent mutuellement alors qu'un franchisé ne peut remettre en cause son contrat si la personne physique qui dirige le réseau change).

. **La commission affiliation est particulièrement adaptée au secteur textile.** Elle s'y développe d'ailleurs largement depuis quelques années. Si ses fondements sont identiques à ceux d'un contrat de franchise (enseigne, assistance, savoir-faire), elle s'en distingue toutefois par la gestion du stock, qui reste la propriété du commissionnant (franchiseur).

La formule présente un double intérêt : elle réduit les risques du commissionnaire puisqu'il n'a pas d'avance de trésorerie à effectuer, le stock ne lui appartenant pas ; elle permet, en outre, au commissionnant de gérer au plus près son réseau et d'adapter son offre à la demande en temps réel via un système informatique intégré.

Elle comporte cependant un risque important, celui d'une trop grande immixtion du fournisseur dans la gestion des affaires du commissionnaire (gestion du personnel ou absence de liberté dans la fixation des prix) susceptible d'entraîner la requalification du contrat en contrat de travail.

## Le recours aux contrats de franchise est-il ancien ?

L'étymologie du mot franchise fait remonter celui-ci au Moyen Age. Le mot "franc" était alors utilisé pour désigner la reconnaissance d'un privilège. On appelait ainsi "villes franches" les bourgs autorisés à user d'un privilège en principe réservé aux seigneurs.

C'est au début du XXème siècle que l'ancêtre de la franchise actuelle a vu le jour. La Lainière de Roubaix a développé ce type de distribution dès les années 30 par le biais d'une enseigne toujours célèbre aujourd'hui, Pingouin.

C'est aux Etats-Unis cependant que la franchise va se développer tout au long de ce siècle avec le plus de vigueur. Le secteur de l'automobile, vente de voitures, mais aussi distribution d'essence, est le premier à se développer par ce type de partenariat. Il s'agit en fait pour les constructeurs de s'adapter à la loi antitrust de 1929 qui leur interdit d'être propriétaires des points de vente. La formule connaît un tel succès que d'autres branches de l'économie américaine, comme la restauration ou la location d'outils, s'engagent à leur tour dans la franchise. Ainsi, en un demi siècle, de 1920 à 1970, de grands noms de l'industrie et des services, Ford, General motors, Kentucky Fried Chicken, assurent à la franchise une crédibilité et une reconnaissance qui vont lui permettre de traverser les frontières.

Ainsi réapparaît-elle en France à la charnière des années 60-70. Le nombre de franchiseurs, et donc de franchisés, va se multiplier en quelques années, le nombre de réseaux passant de 34 en 1971 à 203 en 1979. Cette croissance exponentielle s'effectue cependant dans un certain désordre et les professionnels de la franchise, comme les pouvoirs publics, ressentent très rapidement la nécessité de moraliser et d'encadrer juridiquement la franchise.

La Fédération française de la franchise a élaboré, dès 1972, un code de déontologie de la franchise, visant à harmoniser les différentes pratiques relevées dans ce secteur.

Un arrêté du 29 novembre 1973, relatif à la terminologie économique et financière, concrétise par ailleurs l'adoption par la France de la franchise, en substituant aux mots "franchising", "franchisor" et "franchisee", les mots "franchisement", "franchiseur", "franchisé".

Pendant les années 80, la croissance du nombre de réseaux se poursuit. On en compte 675 en 1989. C'est à la fin de cette période que vont intervenir les deux textes essentiels du droit de la franchise, exception faite du droit commun des contrats, le règlement communautaire de 1988 et la loi Doubin du 31 décembre 1989, bientôt suivie par son décret d'application en 1991.

Ce corpus juridique va permettre, en premier lieu, de reconnaître la validité des contrats de franchise au regard du droit de la concurrence et, en second lieu, d'organiser une meilleure protection des franchisés en leur permettant de s'engager en mesurant mieux les risques encourus.

A partir de 1990-1991, on constate d'ailleurs une diminution sensible du nombre de réseaux. Celle-ci peut s'expliquer autant par les difficultés économiques du moment que par le retrait de certains franchiseurs, contraints, en raison des nouvelles garanties juridiques demandées, de se retirer d'un secteur devenu plus stable et plus mature.

Ainsi, après avoir connu une décade importante entre 1990 et 1994, le nombre de réseaux connaît-il de nouveau une période de croissance ininterrompue, puisque l'on dénombre 553 réseaux aujourd'hui contre 400 en 1994.

Depuis le 1<sup>er</sup> juin 2000, de nouvelles règles communautaires sont entrées en vigueur, visant à donner une plus grande souplesse aux contrats et en faisant de la liberté le principe et de l'interdiction l'exception.

Ainsi encadrée juridiquement, structurée professionnellement et développée dans un nombre de plus en plus important de pays à travers l'Europe et le monde, la franchise paraît avoir acquis une maturité qui en fait un mode de collaboration vers lequel un nombre croissant d'entrepreneurs n'hésitent plus à se tourner.

© Ministère des Petites et Moyennes Entreprises, du Commerce, de l'Artisanat et des Professions libérales, 05/2007

<http://vosdroits.service-public.fr/professionnels-entreprises/F22537.xhtml>

# QU'EST-CE QU'UN CONTRAT DE FRANCHISE ?

2011-07-01 03:10:00

Tiré du site :

<http://www.toute-la-franchise.com/vie-de-la-franchise-A4032-qu-est-ce-qu-un-contrat-de-franchis.html>

Dossier : Le contrat de franchise

## **Article n°1 : Qu'est-ce qu'un contrat de franchise ?**

*Par Me Jérôme Le Hec, avocat (Gouache Avocats) et Me Jean-Baptiste Gouache, avocat associé (Gouache Avocats)*

Un contrat de franchise est un contrat de réitération de succès. Cette image souvent reprise est certes imprécise d'un point de vue juridique mais elle traduit clairement ce que les parties à un contrat de franchise cherchent à atteindre : le franchiseur cherche à dupliquer le succès qu'il a connu lui-même, les franchisés cherchant pour leur part à bénéficier des recettes du succès du franchiseur pour développer leur entreprise.

Il n'existe pas de définition légale du contrat de franchise, pas plus qu'il n'existe de réglementation spécifique à la franchise, hormis celle sur l'obligation pour les franchisés d'afficher leur qualité d'entreprise indépendante. Les règles relatives à l'information précontractuelle (dite Loi Doubin) ou encore les règles européennes en matière de concurrence, qui trouvent à s'appliquer à la franchise, ne lui sont toutefois pas spécifiques et peuvent s'appliquer dans d'autres cas.

Diverses définitions ont donc été proposées par la jurisprudence ou la pratique, comme notamment celle du Code de déontologie européen de la franchise. De ces définitions il résulte que le contrat de franchise lie deux entreprises indépendantes qui collaborent, et par lequel « le franchiseur accorde à ses franchisés le droit, et impose l'obligation d'exploiter une entreprise en conformité avec le concept du franchiseur. Le droit ainsi concédé autorise et oblige le franchisé, en échange d'une contribution financière directe ou indirecte, à utiliser l'enseigne et/ou la marque de produits et/ou de services, le savoir faire, et autres droits de propriété intellectuelle, soutenu par l'apport continu d'assistance commerciale et ou technique, dans le cadre et pour la durée d'un contrat de franchise écrit, conclu entre les parties à cet effet. »

**Trois éléments, qui sont la contrepartie des sommes payées par le franchisé, sont fondamentaux pour qualifier un contrat de franchise :**

- la mise à disposition des signes distinctifs (marque et enseigne en particulier) ;
- la mise à disposition d'un savoir faire ;
- la fourniture d'une assistance commerciale ou technique.

Dans le cas où l'un de ces éléments manquerait, il ne s'agit pas d'un contrat de franchise mais d'un autre type de contrat . Nous rappelons dans ce cadre que les juges ne sont pas tenus par la qualification donnée par les parties à un contrat.

Cela commande ce que le franchiseur et le franchisé doivent vérifier au moment de conclure un contrat de franchise. Pour le franchiseur, est-il en mesure de fournir ces trois éléments, selon les modalités prévues au contrat ? Pour le franchisé, ces éléments sont-ils bien présents dans le contrat proposé ? Quelle est l'étendue exacte des engagements pris dans ce cadre par le franchiseur, et les contreparties auxquelles le franchisé s'engage pour sa part ?

Bien que l'écrit ne soit pas une condition de validité en tant que tel du [contrat de franchise](#), il est recommandé de le formaliser par écrit, tant par le code de déontologie européen, que pour respecter les règles en matière d'information précontractuelle.

La rédaction d'un contrat de franchise doit être confiée par le futur franchiseur, à un avocat pratiquant le droit de la franchise : sa qualification sera ainsi assurée et le contrat sera adapté spécifiquement au réseau. De la même manière, le franchisé doit, avant de s'engager, s'assurer de la qualité du contrat de franchise qui lui est proposé.

D'autres articles du dossier sur le contrat de franchise sont à venir, rédigés par les avocats du cabinet GOUACHE AVOCATS.

---

**Sites internet de référence :**

<http://www.apce.com/pid839/le-contrat-franchise.html>

<http://www.epac-franchise.com>

[http://www.epac-franchise.com/ss\\_publications\\_sm\\_seminaire.php](http://www.epac-franchise.com/ss_publications_sm_seminaire.php)