



Comment protéger son savoir-faire ?

Sandrine Richard, du cabinet d'avocats Simon Associés, revient sur l'élément qui constitue le cœur de ce modèle.

La franchise repose sur la réunion de trois éléments : l'existence d'un savoir-faire pouvant être transmis et permettant de réitérer la réussite du franchiseur en assurant au franchiseur un avantage substantiel sur la concurrence ; une assistance tant lors du lancement de l'activité qu'en cours d'exécution du contrat ; une enseigne notoire de nature à attirer une clientèle préexistante. Élément fondamental, le savoir-faire constitue le cœur du réseau. Il doit tout d'abord être identifié, c'est-à-dire faire l'objet d'une description précise pour permettre au franchiseur de l'appréhender et de le réitérer. Cette description est communiquée au moment de la signature du contrat de franchise et/ou lors d'une formation initiale, le plus souvent au sein d'un document intitulé "Guide du savoir-faire" ou "Manuel du savoir-faire" renfermant les procédures et éléments composant le savoir-faire du franchiseur. Il doit aussi être substantiel. En clair : apporter au franchiseur un avantage concurrentiel ou tendre à être plus efficace que les méthodes usuelles du secteur d'activité considéré. Enfin, le savoir-faire doit être secret, caractéristique qui mérite d'être précisée. Le caractère "secret" ou "original" s'apprécie souplement, au regard du savoir-faire pris dans son ensemble et non dans toutes ses composantes, qui peuvent être individuellement banales si leur combinaison est originale. La protection du savoir-faire est limitée, puisqu'il ne fait pas l'objet d'un droit privatif. Or la notion de secret est déterminante. La confidentialité du



Simon Associés est un cabinet d'avocats d'affaires regroupant une quarantaine d'avocats et juristes à Paris, Lyon et Nantes, dont l'activité est principalement orientée vers les PME/PMI. Le cabinet est organisé autour de neuf pôles de compétences complémentaires (sociétés et finance, fiscal, entreprises en difficulté, franchise réseaux et distribution, pratiques contractuelles, contentieux médiation et arbitrage, immobilier, social, technologies d'information et de communication). simonassociés.com



savoir-faire, sur laquelle repose l'avantage concurrentiel qu'il apporte, doit être préservée pour garantir l'identité du réseau et, à terme, son existence. Dès lors, on perçoit mieux la raison d'être des clauses de confidentialité insérées par les franchiseurs, qui interdisent au franchiseur de transmettre le savoir-faire à un tiers ou d'en faire usage en dehors du cadre strict de l'exécution du contrat de franchise. Mais en pratique, une telle clause peut s'avérer insuffisante. Il y a lieu de lui préférer ce qu'il est convenu d'appeler une clause de "confidentialité renforcée", qui offre des garanties plus importantes. Celle-ci interdit au franchiseur toute communication et exploitation du savoir-faire, sous quelque forme que ce soit. En dehors du cadre normal de son activité de franchiseur, elle est étendue aux tiers (salariés et actionnaires) dont le franchiseur se porte fort et n'est pas limitée dans le temps. L'obligation se maintiendra donc après l'expiration du contrat. Il n'est pas excessif de faire prendre au franchiseur, aux termes du contrat de franchise, un tel engagement visant à protéger le concept et garantir les intérêts de l'ensemble des membres du réseau. ●