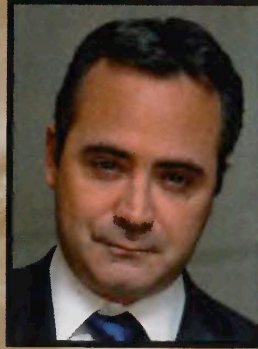




TRIBUNE LIBRE

PAROLE D'AVOCAT



FRANÇOIS-LUC SIMON
DOCTEUR EN DROIT
AVOCAT ASSOCIÉ-GÉRANT
 CABINET SIMON ASSOCIÉS
 MEMBRE DU COLLEGE DES EXPERTS
 DE LA FFF

FRANÇOIS-LUC SIMON

Développer son réseau en Espagne

L'Espagne dispose d'un fort potentiel, propice au développement des réseaux de franchise. En témoigne la quarantaine de franchiseurs français déjà implantés sur ce marché.

— **Un marché propice au développement des réseaux de franchise.** Malgré la crise économique que l'Espagne a traversée, le nombre d'enseignes qui y sont exploitées n'a pas cessé de croître; on en dénombrait 1019 en janvier 2010, dont 124 nouveaux réseaux sur les douze derniers mois (Situación actual de la franquicia en España, 2010). Ces chiffres sont d'autant plus révélateurs de la croissance que connaît la franchise en Espagne, que ce système de distribution a gagné l'intérêt de candidats supplémentaires: les salariés de classe moyenne qui, ayant perçu une indemnité de licenciement, cherchent à investir, et les propriétaires de locaux commerciaux qui, par suite de la crise immobilière, ont décidé de créer leur propre commerce.

Les demandes d'information émises par de tels profils se concrétisent en grande majorité (66 %) par la signature d'un contrat de franchise (Franquicias y Negocios, 17 noviembre 2009). C'est dire que l'Espagne dispose d'un fort potentiel, propice au développement des réseaux de franchise.

Le développement des réseaux de franchise, jusqu'à présent concentré dans les régions économiques de Madrid et de la Catalogne (59 % des enseignes et environ 44 % des établissements), s'ouvre aujourd'hui à d'autres communautés autonomes en pleine croissance, comme la Communauté de Valence et l'Andalousie.

— **Le régime juridique de la franchise en Espagne.** Le régime juridique espagnol de la franchise (organisé par la Ley n°7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista) s'inspire du régime français. A l'instar des textes français, la loi



espagnole impose au franchiseur de délivrer une information au candidat à la franchise au moins 20 jours avant la signature de tout contrat ou pré-contrat ou avant que le candidat effectue un paiement. Le défaut de communication de ces informations est susceptible, comme en France, d'entraîner la nullité du contrat pour vice du consentement.

Le franchiseur implanté en Espagne devra s'inscrire au registre dépendant du ministère du Commerce et de l'Industrie. Le non-respect de cette formalité, bien qu'il n'affecte pas la validité des contrats de franchise, est sanctionné par une amende.

— **Les modèles d'implantation.** La master-franchise présente l'avantage de l'autofinancement par le partenaire et de sa bonne connaissance du territoire. Lors de la conclusion de l'accord, le franchiseur devra notamment prêter attention au plan de développement établissant le nombre minimum et la périodicité des ouvertures de franchise sur le territoire, aux garanties de paiement, aux conséquences de la cessation du contrat, à la loi applicable et au mode de résolution des conflits éventuels.

— **La joint-venture dispose souvent d'attraits supplémentaires:** meilleure souplesse du partenariat en fonction des intérêts en présence, mise en commun plus efficace des ressources et des connaissances entre les deux partenaires, les parties restant libres de choisir la forme juridique la plus adaptée à la structure commune, selon les objectifs recherchés et l'équilibre de pouvoirs à organiser. Un tel modèle, qui peut être adapté à tout type de partenariat selon les besoins du projet (partenariat purement financier, partenariat avec un réseau ayant un objet complémentaire à celui du franchiseur, partenariat avec un partenaire bénéficiant d'une bonne connaissance du territoire mais ne disposant pas toujours des fonds nécessaires), a aussi l'avantage de permettre une plus grande implication de la tête de réseau auprès du partenaire local. ■