



Les Rencontres de Simon Associés

Compte-rendu du déjeuner de presse du 15/12/2009

« *Franchise et réseaux de distribution : les grandes tendances en fin d'année* »

François-Luc Simon, Avocat, Docteur en droit, Membre du Collège des experts de la Fédération Française de la Franchise (FFF), et spécialiste en matière de réseaux de distribution et de franchise, avait dressé en mars dernier un premier bilan des tendances fortes du secteur, six mois après le début de la crise. Fort d'un plus grand recul, il a souhaité faire le point en fin d'année pour esquisser les perspectives économiques et juridiques de ce secteur, dans le cadre des « Rencontres de Simon Associés » organisées le 15 décembre dernier.

François-Luc Simon relève d'entrée deux tendances contradictoires, en apparence. D'abord, un ralentissement général dans les relations d'affaires des différents professionnels. Entre franchisés et franchiseurs, le temps pour monter les dossiers a plus que doublé ; monter une Master-franchise à l'international est également beaucoup plus long ; négocier avec les banques prend aussi plus de temps, toutes les parties prenantes au projet exerçant un contrôle scrupuleux sur la trésorerie et les autorisations de découvert, notamment. Parallèlement, on constate un renforcement de la confiance mutuelle entre franchisés et franchiseurs. Ainsi, selon un récent sondage mené conjointement par la FFF et la Banque Populaire, 84% des franchisés interrogés se déclarent attachés à leur enseigne. Cette confiance « grandie » resurgit sur les relations entre franchiseurs et fournisseurs : « le dialogue est plus profond, plus précis, plus sincère et plus direct que par le passé parce qu'on ne veut pas risquer de se retrouver dans des situations trop compliquées », observe François-Luc Simon. Dans ce contexte de crispation, où la franchise semble finalement assez bien surmonter les difficultés actuelles - de nombreux réseaux continuent de se développer -, sécuriser la relation contractuelle et adopter des comportements raisonnables sembleraient ainsi s'imposer comme des réflexes naturels de survie.

Sécuriser des relations contractuelles

Le contexte économique a des répercussions certaines sur l'élaboration des contrats de franchise, au regard en particulier de la nécessité de prévoir des « garanties de paiement que moins de 5% des contrats de franchises contenaient il y a quatre ans », d'après la pratique de l'avocat. François-Luc Simon se félicite de l'intérêt renforcé pour trois formes de garanties de paiement : les garanties à première demande, le plus souvent d'un montant limité (le franchisé sera ainsi incité à exécuter ses obligations financières pour garder de bonnes relations avec sa banque) ; la caution du dirigeant (celui-ci ne souhaitant pas être conduit à devoir payer en lieu et place de la société, il sera désireux de se prémunir contre les impayés) ; et enfin, le nantissement du fonds de commerce (le franchiseur, qui vient généralement en second rang, derrière la banque, bénéficiant alors d'une priorité pour être payé sur le prix de vente en cas de vente du fonds de

commerce du franchisé), précise l'avocat. Les franchiseurs, réticents autrefois à intégrer ce type de clause en voient aujourd'hui beaucoup mieux l'intérêt, ce qui est révélateur, selon François-Luc Simon, d'une « importante évolution sociologique ». Mais, les trois garanties n'ayant pas vocation à intervenir au même moment et sur les mêmes montants, l'avocat préconise d'« intégrer au moins deux de ces clauses dans le contrat pour assurer davantage de souplesse », le moment de les faire jouer restant une question à étudier au cas par cas. Autre impact significatif de la crise : l'aménagement dans le contrat d'une clause détaillant les déclarations du franchisé, déclarations en fonction desquelles le franchiseur accepte de s'engager. Autrement dit : la contrepartie de l'obligation légale imposée depuis vingt ans au franchiseur par la loi Doubin. Car, observe l'avocat, « pour entrer dans un réseau en période de crise, certains franchisés n'hésitent pas à faire de fausses déclarations ou à omettre des points importants... Quoi de plus normal alors que d'exiger auprès du franchisé la même transparence que celle exigée pour le franchiseur ».

Adopter des comportements raisonnables

L'encadrement du développement de la distribution sur Internet est à cet égard assez révélateur, selon François-Luc Simon : ayant tiré les enseignements des jurisprudences Jardin des Fleurs et Nouvelles Frontières, les partenaires s'emploient désormais à « jouer collectif » en prévoyant la rémunération des diligences fournies par chacun pour satisfaire le consommateur, le site Internet du franchiseur ne constituant pas, selon la jurisprudence, une atteinte à l'exclusivité territoriale d'enseigne du franchisé. La LME a elle aussi produit un impact. L'introduction de soldes flottants, qui tient compte de la spécificité des secteurs d'activités, et la libéralisation des ventes de déstockage constituent d'heureux assouplissements en période de crise. Le courant de confiance général que suscite cette dernière trouve un écho particulier dans la relation fournisseurs-distributeurs où chacun reste vigilant : François-Luc Simon ne relève pas d'émergence de pratiques abusives significatives au sens où l'entend la LME, le distributeur s'étant assuré en amont, dans le cadre du prévisionnel qu'il doit faire plus régulièrement compte tenu des délais de paiement, de la capacité de son fournisseur à assurer la prestation. De manière générale, selon l'avocat, et indépendamment du nouveau Règlement européen, le modèle des réseaux de franchise et de distribution devrait mieux résister à la crise que celui du commerce indépendant, partant de relations moins rigides avec les partenaires et de l'attractivité des enseignes notoires vis-à-vis des consommateurs et des banquiers. Le nombre d'ouvertures des points de ventes devrait donc continuer sa progression, bien que de façon encore ralentie, compte tenu de la rentabilité des dossiers, sans doute de façon moindre dans le cas du développement à l'international, qui suppose un investissement important s'accommodant mal d'une reprise encore incertaine. Une progression qui variera forcément d'un secteur à l'autre, souligne François-Luc Simon, qui distingue « les secteurs relativement neutres comme l'alimentaire », de la restauration rapide et du tourisme low cost qui devraient poursuivre une trajectoire ascendante, tout comme le secteur de la lunetterie. A l'inverse, l'immobilier ne semble pas échapper pas à la noirceur générale des chiffres. Le cas du textile reste à part : sans aucun doute impacté financièrement par la crise, ce secteur pourrait se réorganiser sur le modèle de la commission-affiliation qui permet à l'enseigne de rester propriétaire des stocks et donc de mieux maîtriser les prix de vente.

A propos de Simon Associés

Fondé en 1992, Simon Associés est un cabinet d'avocats d'affaires reconnu, regroupant près d'une quarantaine d'avocats et de juristes à Paris, Lyon et Nantes, dont l'activité est essentiellement orientée vers les PME/PMI/ETI, les institutionnels de l'investissement et de la banque, de toutes formes, exerçant dans tous types d'activités et dans des secteurs divers.

Simon Associés, organisé en neuf pôles de compétences complémentaires (sociétés et finance, fiscal, entreprises en difficulté, franchise réseaux et distribution, pratiques contractuelles, contentieux médiation & arbitrage, immobilier, social et ressources humaines, technologies d'informations et de communication), accompagne ses clients en conseil comme en contentieux dans l'ensemble des domaines de la vie des affaires.