



Le contrat de franchise : harmonieuse rencontre du chiffre et du droit !

S'il est un domaine où les approches juridiques et comptables doivent converger et se compléter, c'est bien celui du développement en réseau. Nul projet de partenariat ne saurait être conçu et proposé à des candidats sans qu'une réflexion commune soit conduite conjointement sur le terrain financier et sur le terrain juridique.

Le contrat de franchise et le document d'information précontractuelle devront ainsi refléter cette double approche.

Impossible d'écrire un contrat de franchise ex-nihilo sans connexion avec les données économiques et comptables du projet !

Le système du réseau et plus encore de la franchise est d'abord et avant tout la réitération d'un concept qui a réussi, transmis aux adhérents qui vont y adhérer parce qu'il génère de la valeur ajoutée.

C'est ainsi que la réussite du business-model d'origine peut être démultipliée dans le réseau par les unités franchisées.

La réglementation communautaire :

Elle vise elle-même les accords qui «peuvent améliorer l'efficacité économique à l'intérieur d'une chaîne de production ou de distribution grâce à une meilleure coordination entre les entreprises participantes», le but étant «en particulier, [d]'entraîner une diminution des coûts de transaction et de distribution des parties et [d]'assurer un niveau optimal de leurs investissements et de leurs ventes».

Impossible dès lors, on le voit bien d'écrire un contrat de franchise qui serait déconnecté des données économiques mesurées par la comptabilité !

Les impacts sur le contrat en lui-même :

Comment intégrer dans le contrat les éléments financiers que sont le droit d'entrée, la royauté, la redevance de publicité... sans les avoir modélisés et calculés avec précision ? Comment déterminer la durée du contrat en ignorant la durée du retour sur investissement ? Comment prévoir le développement futur du réseau sans valider le seuil de rentabilité et l'attractivité pour les adhérents futurs ?

L'expérimentation préalable :

Point indispensable, nous le savons tous ! C'est bien au travers de la mesure de la performance des pilotes (au travers des résultats et des éléments bilantiels) que l'on déduira la rentabilité du modèle économique pour les adhérents. C'est donc là que la faisabilité du projet - et partant la légitimité même du contrat proposé aux candidats - trouve sa justification !

A cet égard, ce n'est pas détourner la Loi que d'annexer au document d'information précontractuelle les résultats d'exploitation d'une unité pilote lorsque la « tête de réseau » n'a elle-même pas encore assez d'ancienneté pour produire les bilans de ses deux premiers exercices.

Et comment mieux justifier contractuellement, et sans le révéler, l'existence d'un savoir-faire sinon au travers des propres résultats des pilotes et du franchiseur ?

Les prévisions chiffrées :

Par ailleurs et sans être nullement tenu de fournir aux candidats un compte d'exploitation prévisionnel «clé en mains», le franchiseur est souvent amené à établir – et à annexer au DIP – un « budget-type ». Celui-ci, dans la mesure où il sert à établir le

compte d'exploitation prévisionnel propre à chaque projet de franchise, ne saurait être considéré comme en dehors du champ précontractuel. Il doit donc avoir été élaboré à partir de données réelles et vérifiables, tirées des bilans et des résultats des unités pilotes du réseau. C'est là une illustration de la force du réseau : il est bien plus simple d'établir les prévisions chiffrées d'un futur franchiseur que d'un commerçant indépendant : les statistiques du réseau sont une mine d'information, non seulement pour les comptables qui établissent le prévisionnel propre à chaque franchiseur, mais aussi pour les banquiers auxquels on adresse les demandes de financement.

Et ensuite, le réseau se développe :

Les modifications du contrat d'origine sont souvent, et bien légitimement, dictées par la réalité économique mesurée comptablement.

Le montant du droit d'entrée augmentera naturellement avec la notoriété du réseau et le nombre d'adhésions. La redevance de communication évoluera avec l'amplification des campagnes de communication.

Le contentieux :

Enfin, et si un conflit survient, «un examen attentif des comptes de la société [franchisée] et un comparatif avec les comptes du franchiseur et des autres franchisés» (cf., pour exemple, Cass.Civ.3, 7 juin 2006) éclairera souvent le litige sous son vrai jour.

Pascale Bégat
Approove - Expert-comptable
Collège des Experts F.F.F.
pbeget@approove.com
Tél. : +33 (0)3 89 40 21 26
Stand Approove b39 village des experts FFF

Rémi de Balmann
D,M,&D Lawrope, Avocat
rdebalmann@dmd-avocats.com
Tél. : +33 (0)1 44 39 00 80

C'est le Chiffre qui doit dicter sa loi, le juriste devant ici – non pas s'effacer devant l'expert-comptable – mais traduire en termes contractuels une réalité économique, seul et réel ciment du partenariat.

¹ DIP : Document d'Information Précontractuelle prévu par la loi du 31.12.1989

