

**JEAN-BAPTISTE GOUACHE**  
OJCE-ESC Rouen  
Avocat au barreau de Paris

# État et étude de marché : deux termes distincts



**D**ans les années 80, la franchise a connu un fort succès. Quelques indélicatesses commises par de faux franchiseurs et quelques faillites de réseaux ont émaillé ce développement. Le législateur a alors souhaité intervenir pour protéger le candidat à la franchise. L'idée était que le franchisé devait s'engager en signant un contrat de franchise en toute connaissance de cause.

C'est ainsi qu'a été adoptée la loi dite Doubin du 31 décembre 1989, dont les règles ont été précisées par le décret n° 91-337 du 4 avril 1991, aujourd'hui codifiée à l'article L. 330-3 du Code de commerce. Ce texte oblige le franchiseur à délivrer au franchisé un Document d'Informations Précontractuelles (DIP) au moins vingt jours avant la date de signature du contrat.

Le DIP doit notamment comprendre "une présentation de l'état [...] local du

*marché des produits ou services devant faire l'objet du contrat [...] ]" La jurisprudence rappelle en revanche de manière constante qu'un état n'est pas une étude et que le franchiseur n'est pas tenu de délivrer une étude du marché local.*



## UN ÉTAT

EST UNE PRÉSENTATION BRÈVE DE DONNÉES BRUTES.



### ◆ État et étude : quelles différences ?

La présentation d'un état consiste à délivrer, dans un support assez succinct, un ensemble de données brutes relatives à l'offre (concurrence) et à la demande (clientèle potentielle) sur le marché local du candidat franchisé. Un état ne comporte donc pas de mise en relation de l'offre de la future entreprise du franchisé avec la demande potentielle de la zone et ses caractéristiques propres.

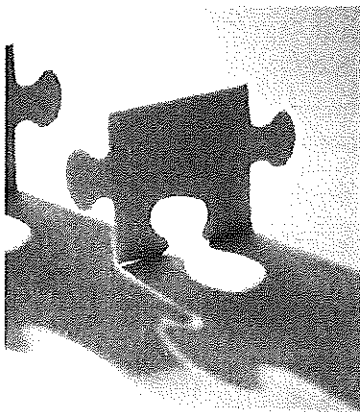
Un état ne permet donc pas à lui seul de tirer des conclusions sur l'adaptation de cette offre aux caractéristiques de la zone : il ne comporte pas d'éléments d'analyse. Dès lors, il est légitime de se demander comment un franchisé, qui n'aurait pas poursuivi d'autres investigations, peut ainsi connaître ses chances raisonnables de réussite et construire une hypothèse crédible de chiffre d'affaires prévisionnel.

Au contraire, une étude du marché local, après une phase de collecte méthodique d'informations complexes sur l'offre et la demande d'une zone de chalandise, procède à l'analyse de ces informations, dans le but d'aboutir à des conclusions servant de fondement aux décisions du candidat à la franchise et permettant de minimiser les risques de son entreprise. L'étude est donc plus complète que l'état, comprend une analyse, comporte des conclusions et permet de prendre des décisions d'investissement.

◆ L'obligation du franchiseur : délivrance d'un état. De manière constante, la jurisprudence affirme que le franchiseur doit délivrer un état du marché local au candidat à l'exploitation de son enseigne. Au contraire, il n'est jamais tenu de fournir une étude du marché local.

Les juges confirment qu'un état est une présentation brève de données brutes. En cela, il ne permet pas de mettre en relation l'offre et la demande sur le marché local du franchisé. Il revient donc au franchisé de réaliser lui-même une étude de marché. Ce dernier, commerçant indépendant, a en effet le devoir de se renseigner.

Ce faisant, la jurisprudence a défini le contenu d'un état local de marché, même si elle n'a pas encore défini complètement et précisément les termes de la loi.





Ainsi, il est certain qu'un état de marché local doit comprendre de manière habituelle : le nombre d'habitants, le revenu moyen, la répartition socio-démographique ou tout autre critère pertinent par rapport à l'activité du réseau d'une part, la liste des concurrents directs et le cas échéant, indirects, avec la précision, au minimum de leur dénomination et de leur localisation.

Les juges n'ont pas en revanche fourni de précisions sur la définition du marché local. Curieusement, les débats judiciaires ne portent pratiquement jamais sur cette question : s'agit-il de la zone d'exclusivité du franchisé si une exclusivité est consentie ? S'agit-il d'une zone de chalandise ? Si oui, comment définir cette zone de chalandise ?

De la même manière, les perspectives d'évolution du marché, que le franchiseur doit préciser dans son état, ne sont pas un sujet fréquent de discord et la jurisprudence n'est pas fixée à ce jour sur les méthodes de projection à retenir ou encore sur la durée sur laquelle les perspectives d'évolution doivent être présentées.

Pour résumer, on peut citer un arrêt de la Cour de cassation caractéristique de l'état du droit : *"Le franchiseur est tenu de présenter le quartier d'implantation d'une boutique franchisée : nombre d'habitants, population de l'agglomération par tranches d'âge, nombre de ménages par CSP, étude de la concurrence avec identité et adresses des concurrents directs et magasins spécialisés. Le franchiseur n'est pas tenu de fournir une étude du marché local, il appartient en revanche à toute personne se proposant d'exploiter un com-*



■ ■ ■  
**L'ÉTUDE [...] COMPREND  
 UNE ANALYSE, COMPORTE DES  
 CONCLUSIONS ET PERMET  
 DE PRENDRE DES  
 DÉCISIONS D'INVESTISSEMENT.**  
 ■ ■ ■

*merce en tant qu'indépendant de faire elle-même une analyse d'implantation précise lui permettant d'apprécier le potentiel du fonds de commerce qu'il envisage de gérer."*

◆ Le franchiseur a-t-il intérêt à réaliser une étude du marché local ? La question se pose de savoir s'il faut fournir une étude du marché local au candidat à la franchise. La plupart des réseaux répondent par la négative. Ils le justifient par plusieurs raisons. Notamment, le franchisé, commerçant indépendant, a le devoir de se renseigner. Il lui appartient donc de réaliser sa propre étude et de prendre sa décision d'investissement seul. Ensuite, la réalisation d'une étude de marché suppose un travail plus approfondi et donc plus coûteux que la présentation d'un état : le franchiseur ne peut ou ne veut assumer ces coûts supplémentaires.

Au plan juridique, la réponse est nette : le franchiseur qui délivre une étude de marché prend un risque additionnel. Le juge le tient en effet pour responsable de la sincérité de l'étude qu'il a choisi de fournir au

futur franchisé. Il doit alors être en mesure de justifier des informations fournies et donc des méthodes de collecte et de traitement de ces données, et justifier la conclusion de l'étude. Pour cette raison, de nombreux réseaux ne souhaitent pas délivrer d'étude de marché à leurs futurs franchisés.

Pour autant, le franchiseur n'est dans ce cas débiteur que d'une obligation de moyen : il n'a pas à garantir le résultat de l'étude, mais seulement à justifier que les méthodes utilisées pour collecter et traiter les données lui ont permis d'aboutir à un résultat sincère. En outre, le réseau peut recourir pour cela à un prestataire, société d'études marketing spécialisée, qui assume en dernier ressort la responsabilité de l'étude produite.

Certains réseaux ont accepté de gérer ce risque supplémentaire. Ils en font, à juste titre, un argument de recrutement : le candidat dispose d'un niveau d'information maximum pour se décider. Le réseau est transparent sur la qualité de la zone de chalandise. En ce sens, les franchiseurs peuvent avoir intérêt à fournir une étude de marché, à condition de bien maîtriser le risque juridique supplémentaire lié à cette information non obligatoire délivrée volontairement au candidat.

◆ Le franchisé doit-il réaliser une étude du marché local ? Le franchisé est un commerçant indépendant. Il engage ses capitaux, son temps, sa famille dans une épopée entrepreneuriale. Un tel engagement doit être pris en connaissance de cause. Le franchisé a donc le devoir, et la responsabilité, de se renseigner. Au-delà de l'information qui lui est due dans le DIP, le franchisé doit collecter et analyser toutes les données pertinentes sur sa future zone de chalandise. L'étude de marché qu'il réalisera ou fera réaliser par un spécialiste, est un élément nécessaire pour lui permettre de disposer d'informations propres à fonder la construction de ses comptes prévisionnels et sa décision d'investir. Le futur franchisé serait coupable de ne pas le faire. Pour ce qui le concerne, la réponse est donc sans ambiguïté : oui, il doit réaliser cette étude ! ■

