

Les éléments à décrypter avant de signer le contrat

Maître de ses risques, le candidat entrepreneur ne doit pas prendre pour argent comptant les données brutes fournies par son franchiseur.

Coup de cœur, discours rodé du développeur de réseau, rentabilité de rêve affichée par le franchiseur... Lorsque sa candidature est acceptée par un franchiseur, un entrepreneur doit garder la tête froide avant de s'engager définitivement par contrat avec l'enseigne.

➤ S'informer sur le cadre juridique

La loi Doubin, qui encadre la franchise, prévoit justement un temps de réflexion à exploiter pleinement. « Le franchiseur a pour obligation de remettre au candidat entrepreneur un document d'information précontractuel (DIP) au moins vingt jours avant la signature du contrat, ou tout versement de somme d'argent, par exemple pour réserver une zone de chalandise. La loi Doubin s'applique dès qu'il y a un engagement d'exclusivité ou de quasi-exclusivité dans l'exercice de l'activité en contrepartie de la mise à disposition d'une marque », prévient Laurence Vernay, avocate au cabinet Saje (lire encadré ci-dessous). Le DIP contient des données essentielles : descriptif et historique du réseau, expérience du franchiseur, résumé du contrat, turnover des franchisés, investissements à réaliser, état du marché. À partir de ces éléments bruts, il appartient au candidat entrepreneur d'estimer la rentabilité et la viabilité de son point de vente, avant de signer son contrat. D'autant plus que, « si le franchisé dénonce le contrat avant son terme, il s'expose à devoir verser au franchiseur la totalité des redevances dues jusqu'à la fin du contrat... voire davantage si des achats de marchandises sont en jeu », rappelle M^e Valérie Meyer, spécialisée dans le droit de la franchise au cabinet Meyer-Sagnier et Cavard.

➤ Analyser des unités franchisées

Pour calculer sa propre capacité à reproduire les recettes commerciales d'un concept, le candidat entrepreneur ne peut se contenter du chiffre d'affaires moyen d'exploitation d'un point de vente, généralement fourni par le franchiseur. Il doit se lancer dans l'analyse des comptes d'exploitation d'autres unités du réseau comparables à celle qu'il souhaite ouvrir. « Idéalement, les candidats devraient disposer des chiffres d'affaires et résultats d'exploitation enregistrés au cours des trois premières années d'exploitation par les points de vente franchisés situés dans des villes similaires à l'implantation pressentie », suggère Valérie

« Le candidat doit étudier la manière dont le chiffre d'affaires de l'année et vérifier l'ensemble des ratios significatifs. »

M^e JEAN-BAPTISTE GOUACHE

Meyer: Il faut notamment déterminer le ticket ou le panier moyen, le nombre de clients et le taux de marge selon les produits. « Le candidat doit aussi étudier la manière dont le chiffre d'affaires se forme durant l'année et la semaine, afin d'adapter ses besoins en personnel. Et, enfin, vérifier l'ensemble des ratios significatifs, comme le ratio masse salariale-chiffre d'affaires par rapport au secteur », souligne M^e Jean-Baptiste Gouache, avocat au cabinet Gouache. Aujourd'hui, la transmission de ces informations par le franchiseur n'est pas obligatoire. Celles-ci s'obtiennent en contactant les autres franchisés du réseau, dont la liste est communiquée dans le DIP. Voir auprès du franchiseur, s'il joue la carte de la transparence.

➤ Déterminer l'emplacement

Une fois ces éléments validés, le candidat entrepreneur peut s'intéresser à la zone de chalandise de l'emplacement pressenti pour valider le choix de son local. La loi Doubin impose que le DIP contienne une présentation de l'état général et local du marché adaptée aux produits et services du franchiseur. Sans pour autant préciser la nature de ces informations. « Le candidat entrepreneur est considéré comme un commerçant maître de ses risques et de ses investissements. Il doit réaliser lui-même son étude de marché pour connaître ce que seront sa clientèle et son fonds de commerce afin de ne pas les découvrir le jour de l'ouverture », insiste M^e Nicolas Nadal, avocat au cabinet Jurjpole avocats.

➤ Étudier l'historique du réseau

Autre point de vigilance : l'historique du réseau. Obligatoirement mentionnées dans le DIP, les entrées et sorties du réseau permettent d'identifier d'éventuels contentieux en cours et de mesurer le

leur satisfaction. « Il est nécessaire de déterminer les causes de départ des franchisés : cessation de paiements, résiliation du contrat pour non-paiement, redressement ou liquidation judiciaire, vente du fonds de commerce, conjoncture extérieure. Les difficultés du franchisé sont généralement liées à un mauvais choix du lieu d'implantation. Si le nombre

« Les difficultés du franchisé sont généralement liées à un mauvais choix du lieu d'implantation. Si le nombre de départs est significatif par rapport aux points de vente du réseau, attention, danger ! », rappelle M^e Monique Ben Soussen, au cabinet BSM avocats. Face à un jeune réseau, un candidat doit redoubler d'attention sur les résultats des unités pilotes et s'assurer que le concept est bien un succès avéré qu'il pourra reproduire.

M^e MONIQUE BEN SOUSSEN

de départs est significatif par rapport aux points de vente du réseau, attention, danger ! », rappelle M^e Monique Ben Soussen, au cabinet BSM avocats. Face à un jeune réseau, un candidat doit redoubler d'attention sur les résultats des unités pilotes et s'assurer que le concept est bien un succès avéré qu'il pourra reproduire.

➤ Prévenir l'echec

Enfin, il est essentiel de se renseigner dès le début sur les modalités de sortie du réseau, qui peuvent provoquer ou générer des conflits en fin de contrat. Il faut notamment veiller aux clauses de non-concurrence ou de non-affiliation postcontractuelles : le candidat entrepreneur doit se réserver la possibilité de poursuivre son activité après son départ du réseau. Autre risque : « Le cumul des clauses d'ajournement et de préemption limite la liberté du franchisé de céder son fonds de commerce », alerte Monique Ben Soussen. Pour toutes ces questions, seuls les experts amenés à travailler régulièrement et depuis longtemps sur le terrain peuvent conseiller le candidat de manière efficace. L'intervention d'un expert-comptable, d'un avocat ou d'un consultant est à considérer comme une valeur, non comme un coût : plus un référent neutre intervient en amont, plus on fluidifie les échanges entre franchisé et franchiseur en les repositionnant sur des bases rationnelles. « Le travail de l'expert permet aussi d'estimer la capacité du candidat à la franchise à réaliser réellement son projet, et donc d'éclairer de futurs échecs », rappelle André-Paul Bahuon, président du cabinet d'experts-comptables Créahs. Car le préjudice est parfois colossal. « Le candidat entrepreneur peut perdre non seulement son apport initial, mais aussi la valeur de son compte courant et tout ou partie de son patrimoine si son cautionnement est actionné », précise Jean-Baptiste Gouache.

➤ Savoir s'accorder

Enfin, même si la loi Doubin ne mentionne pas d'obligation de renseignements de la part du futur franchisé, le candidat entrepreneur doit lui aussi faire preuve de transparence. « Le futur franchisé veut tout savoir sur son franchiseur, en exigeant très vite la remise du DIP - un document somme toute confidentiel. De son côté, la tête de réseau serait en droit de lui demander, par exemple, les derniers bilans de sa société s'il était déjà entrepreneur, ses éventuels incidents bancaires, etc. », indique Michel Kahn, consultant. Ce principe de réciprocité est primordial, car la franchise repose un accord entre deux entrepreneurs dont les intérêts devront converger vers une réussite commune.

FRANÇOIS SIMONESCHI

Franchise : les subtilités d'un terme générique

Engagements différents. Le terme « franchise », devenu générique, regroupe des formes juridiques de commerce indépendant organisé aux engagements différents, mais exigeant toutes la remise d'un DIP. « La franchise est définie par trois éléments : notion de marque, revendication d'un savoir-faire et obligation d'assistance continue. La licence de marque n'impose que la mise à disposition des signes de ralliement à une enseigne. La concession, courante dans la distribution de produits, ajoute à la marque une exclusivité territoriale pour la revente des marchandises. En commission-affiliation, fréquente dans le prêt-à-porter ou la chaussure, l'entrepreneur n'est pas propriétaire de son stock de produits, mais touche une commission sur les ventes réalisées. Il ne supporte ainsi pas l'investissement et les risques liés au stock », explique Laurence Vernay, avocate au cabinet Saje.

CASINO PROXIMITÉ INNOVE ET LANCE LE PARCOURS DE CONFIANCE

Cap la Franchise



Le chemin le plus sûr pour entreprendre

PARCOURS DE CONFIANCE

Casino Proximité

PARCOURS DE CONFIANCE

NOS OBJECTIFS

- Favoriser le passage à la franchise au sein du groupe Casino en proposant une convention d'accompagnement personnalisée.

NOS SPÉCIFICITÉS

- Exploitez un magasin en tant que gérant mandataire durant 1 à 5 ans.
- Valorisez votre performance commerciale et capitalisez.
- Préparez vous dans les meilleures conditions à être chef d'entreprise.

LES PUBLICS VISÉS

- Les candidats intéressés par la Franchise, souhaitant se constituer un capital.

Pour tout renseignement, contactez :
Mr Christophe Lucas - T. 04.77.45.72.23

Casino Proximité

Casino SPAR Vival 24 Vitalita Leopards 3000 Chez Dion

GROUPE Casino

NOUVEAU UN MONDE