

LIFE  
LETTRE D'INFORMATION FRANCHISE EQUITABLE

## SOMMAIRE

- Page 1 **Editorial**  
L'épreuve du web
- Page 2 **Contrat de franchise**
- Page 3 **Actualités**  
Chiffres clés
- Page 4 **La holding patrimoniale**

**Pourquoi cette lettre d'information ?**

Franchisés, cette lettre d'information trimestrielle vous est dédiée. Elle sélectionne pour vous des sujets de réflexion et d'actualité sur les thèmes majeurs de la franchise.

**Notre but : votre efficacité.**

## EDITORIAL

La Lettre d'Information Franchise Equitable a été conçue pour apporter une information juridique et pragmatique aux franchisés qui exploitent un fonds de commerce, de nature à leur permettre de préparer et de prendre les meilleures décisions.

Qu'il s'agisse de relire les clauses du contrat de franchise, de négocier avec le franchiseur au regard de l'évolution du partenariat, de gérer les difficultés rencontrées, d'envisager la fin du contrat ou encore d'organiser la cession de leur fonds de commerce, la LIFE entend donner aux franchisés des clés de compréhension et de décision. ■

## Réseaux de franchise : l'épreuve du web

**Tandis que le e-commerce représentait moins de 10 % du commerce de détail en 2019, il correspond aujourd'hui 13,4 % de ce secteur. Il y a 17.400 sites marchands de plus que l'année dernière.**

La vente en ligne a explosé en 2020. Les chiffres en attestent : en 2020, les ventes sur internet ont atteint 112 milliards d'euros grâce à la digitalisation du commerce de détail. C'est une hausse de 32 % sur un an pour la vente de produits. Le phénomène est une chance pour de nombreux réseaux. Il représente toutefois aussi un risque qu'il faut regarder en se posant plusieurs questions :

**Le site internet sert-il vraiment le réseau ou le franchiseur s'en sert-il à son profit exclusif ?**

Les tribunaux considèrent qu'en créant un site internet, le franchiseur ne viole pas le territoire exclusif du franchisé car cela ne correspond pas à la création d'un nouveau point de vente physique. Cette exploitation ne doit pourtant pas devenir l'occasion pour le franchiseur d'in-

troduire une concurrence déloyale au sein du réseau.

**Le site internet est-il bien une vitrine du réseau ou relègue-t-il au contraire les franchisés au rang de simples vitrines ?**

Hélas, de nombreux consommateurs ont en effet désormais tendance à considérer les magasins physiques des franchisés comme de simples show-rooms. Ils regardent, essaient, rentrent chez eux et achètent sur internet. Bien souvent les prix y sont plus attractifs pour une raison simple : l'exploitation d'un point de vente physique a un coût que les commerçants répercutent nécessairement, lorsqu'ils le peuvent, sur les prix de vente.

**Comment le franchiseur organise-t-il la communication sur son site ?**

Il lui faut en effet se montrer

pédagogue car les consommateurs n'y comprennent plus grand-chose, s'étonnant et s'agaçant des différences de prix et de traitement constatées à l'intérieur d'un même réseau. Trop souvent les franchisés assurent le SAV du site internet et essuient les critiques et colères de clients mécontents des livraisons reçues directement du franchiseur. Vous, franchisés, devez profiter de la distribution des produits par le site. Même lorsque le franchiseur se réserve l'exploitation de ce mode de commercialisation, le contrat doit vous ménager une rémunération, concrète et vérifiable, lorsque vous êtes amenés à distribuer physiquement ces produits. Dès lors qu'il vous met à contribution, le click and collect doit vous procurer un avantage financier.

C'est une question d'équilibre, de justice. A vous de le réclamer! ■



## Contrat de franchise, relecture attentive indispensable

Lire le contrat de franchise avant de le signer est essentiel. Le relire après signature ne l'est pas moins. Si vous n'avez pas su — ou pu — négocier certains aspects du contrat en amont, vous n'êtes pas condamné à subir votre contrat jusqu'à son terme. Des solutions existent pour évacuer les clauses qui créent un déséquilibre significatif.

L'expérience montre que la portée exacte des clauses d'un contrat de franchise échappe bien souvent au franchisé lors de la signature de son contrat. Si bien qu'une fois le contrat signé, le franchisé découvre une réalité dont il n'avait auparavant perçu qu'une faible part. Il se livre alors à un constat qu'il n'avait pas anticipé : certaines clauses de son contrat s'avèrent à l'usage totalement déséquilibrées.

**« Vous vous attendez à ce que rien de ce que vous avez signé ne puisse être remis en cause, être modifié, nuancé ou supprimé ? Détrompez-vous ! »**



Les exemples de clauses « grises » sont assez nombreux. Ainsi des clauses relatives aux obligations financières du franchisé. Un poids excessif marquera un déséquilibre économique du contrat s'il n'est pas contrebalancé par des clauses qui spécifient clairement les contreparties attendues du franchiseur.

Ainsi encore des clauses de non-concurrence qui interdisent au franchisé d'exploiter en cours de contrat une autre activité en parallèle, même si celle-ci ne concurrence pas directement le concept du franchiseur, alors qu'aucune raison, aucun principe, ne peut justifier pareille atteinte à sa liberté d'entreprendre. Ou encore qui lui interdisent d'exploiter une activité concurrente à l'expiration du contrat pendant une durée d'un an alors même que la protection du savoir-faire du franchiseur ne requiert aucunement une telle interdiction.

De même des clauses qui désignent un tribunal arbitral pour la résolution des conflits

avec le franchiseur, plutôt qu'une juridiction étatique, lorsque la juridiction arbitrale est située à l'étranger ou est d'un coût prohibitif pour le franchisé — et éventuellement doit en outre trancher le litige en faisant application d'une législation étrangère, ce qui constitue le moyen idéal trouvé par le franchiseur pour ne jamais être inquiété.

Le danger est présent même en présence de stipulations qui présenteraient en apparence toutes les garanties de protection du franchisé. Ainsi de la clause qui concède un territoire exclusif au franchisé. L'avantage, précieux pour ce dernier, peut néanmoins être ruiné par d'autres clauses du même contrat qui viennent en réduire substantiellement la portée : en se reconnaissant la possibilité d'installer un corner sur le territoire réservé ou d'ouvrir une cellule dans le centre commercial de la commune, de vendre les produits de sa marque dans un magasin multimarques situé sur le territoire ou de réaliser des ventes actives sur le territoire via le site internet de



l'enseigne, le franchiseur instrumentalise des clauses de son propre contrat pour organiser en toute impunité — croit-il — un véritable détournement de la clientèle de son franchisé.

Le contrat étant la loi des parties, vous vous attendez à ce que rien de ce que vous avez signé ne puisse être remis en cause, être modifié, nuancé ou supprimé ? Détrompez-vous ! Des solutions existent. Aussi bien dans le cadre d'une re-négociation intelligente de certains aspects du contrat avec le franchiseur, qu'en s'adressant au juge.

Le droit offre des instruments à cette fin.

### Le cas « Subway »

Par un jugement du 13 octobre 2020 qu'on pourrait qualifier d'historique, le Tribunal de commerce de Paris a tiré toutes les conséquences de la relation totalement déséquilibrée dans laquelle le franchiseur Subway enferme ses franchisés en leur faisant signer un contrat de franchise à « sens unique » : il la condamne ainsi à payer une amende civile de 500.000 euros pour trouble grave et

manifeste porté à l'ordre public économique, et annule plusieurs clauses jugées déséquilibrées après avoir constaté que ces dernières étaient stipulées en faveur du franchiseur sans apporter parallèlement de contrepartie aux franchisés et sans être compensées par un rééquilibrage global du contrat. L'argument de Subway selon lequel les franchisés n'auraient pas été contraints de contracter aux conditions proposées par elle, puisqu'il existait une offre contractuelle importante compte tenu du nombre important d'acteurs présents sur le marché de la restauration rapide, a été rejeté comme étant inopérante.

Le panel des clauses annulées par le tribunal est impressionnant.

Cette décision, fondamentale dans l'univers de la franchise (Subway a d'ailleurs annoncé qu'elle ferait appel), nous fournit un quadruple enseignement : d'abord, certains franchiseurs mal intentionnés n'hésitent pas à « verrouiller » sciemment les contrats de franchise à leur avantage; ensuite, un contrat de franchise s'avère le plus souvent être un véritable

contrat d'adhésion; puis, des solutions juridiques existent pour pallier les déséquilibres significatifs qui résultent de ces deux premiers constats; enfin, d'autres types de clauses, non concernées par le jugement du Tribunal de commerce de Paris, peuvent être invalidées en raison du déséquilibre significatif qu'elles induisent.

A ce sujet, on peut notamment penser aux clauses de solidarité ou de porte-fort, par lesquelles le franchiseur érige le dirigeant personne physique de la société franchisée, selon des modalités différentes selon la stipulation en cause, en débiteur personnel de toutes les obligations financières mises par le contrat à la charge de la société franchisée.

On peut également penser à la clause d'objectif, qui sanctionne le franchisé qui n'atteint pas les objectifs — de vente, de chiffre d'affaires — par une augmentation du montant de ses redevances, une diminution de son territoire contractuel ou même une éviction du réseau.

Un franchisé a donc tout intérêt à relire à tout moment son contrat! ■

## ACTUALITÉS

### FRANCHISE EXPO PARIS

Qui se tiendra à la Porte de Versailles à Paris



26-29 SEPTEMBRE 2021

400 exposants  
80 nouvelles enseignes

### LES CHIFFRES CLÉS DE LA FRANCHISE EN 2020

En 2020, le secteur de la franchise affichait :

**1.927**  
franchiseurs

**78.032**  
franchisés

**63,88**  
milliards d'euros de chiffre d'affaires global

**668.837**  
emplois

### TOP 5 DES SECTEURS EN CHIFFRES D'AFFAIRES

Source : FFF

**1**

#### Alimentaire

avec 25 milliards d'euros (+ 3,9 % par rapport à 2019)

**2**

**Équipement de la maison**  
avec 8,05 milliards d'euros (+ 2,1 %)

**3**

#### Commerces divers

avec 6,07 milliards d'euros (- 5,6 %)

**4**

#### Restauration rapide

avec 5,42 milliards d'euros (- 16,4 %)

**5**

**Équipement de la personne**  
avec 4,66 milliards d'euros (- 22 %)

# La holding patrimoniale comme outil de transmission

La structuration d'une activité de franchise nécessite d'intégrer et d'anticiper, dès l'étape de la création de l'entreprise, l'ensemble des questions liées à sa transmission, qu'il s'agisse d'une cession à un tiers ou d'une donation aux enfants.

**À** cet égard, la holding «patrimoniale», dont l'objet sera de détenir les titres de la société franchisée, peut s'avérer un outil d'optimisation intéressant, et ce pour au moins trois raisons :

**Limitation de la fiscalité** en cas de cession de la société franchisée à un tiers

En pratique, en cas de cession à un tiers reprenneur, c'est la holding patrimoniale qui cé-

dera les titres de la société franchisée. Le gain ainsi réalisé bénéficiera du régime fiscal des «titres de participation» qui conduit à une exonération d'impôt sur les sociétés sous réserve de la taxation d'une quote-part pour frais et charges fixée forfaitairement à 12 %.

Le taux effectif d'imposition de la plus-value sera ainsi ramené à 3 % au lieu des 34 % (i.e. flat tax + CEHR) applicables en cas de vente des titres de la société franchisée réalisée directement par le chef d'entreprise.

**Gestion de la fiscalité** sur la distribution de dividendes

L'interposition d'une holding patrimoniale entre le dirigeant et la société franchisée permet d'optimiser la fiscalité sur les dividendes dès lors que la distribution par la société franchisée au profit de la holding patrimoniale sera quasiment exonérée d'impôt en application du régime mère-fille. La fiscalité personnelle au niveau

du dirigeant (flat tax de 30%) ne sera ainsi applicable qu'en cas de nouvelle distribution de dividendes à son profit par la holding patrimoniale.

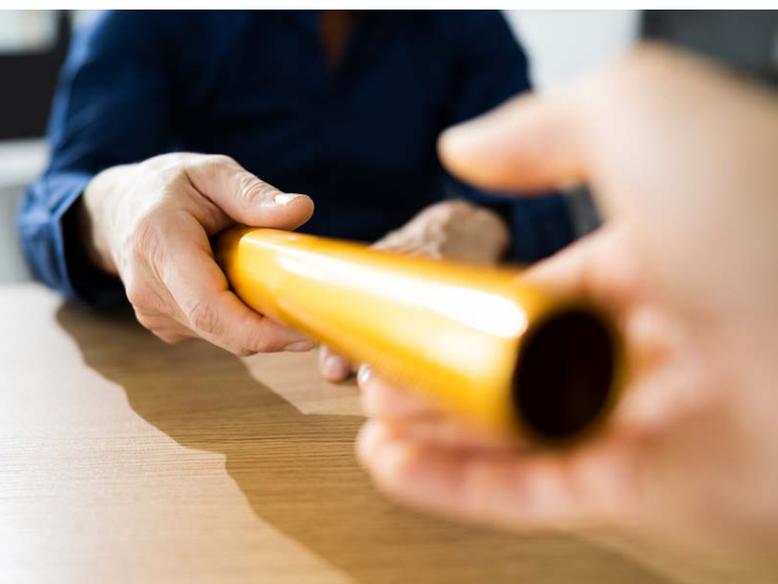
**Optimisation de la transmission**

La holding patrimoniale constitue par ailleurs un excellent outil de transmission au profit des enfants et/ou du conjoint du dirigeant.

Ce dernier pourra ainsi organiser la donation progressive des parts de sa holding aux différents membres de sa famille tout en bénéficiant des différents dispositifs fiscaux les plus couramment employés :

Technique du démembrement de propriété (nue-propriété/usufruit)

Abattement de 100.000 € applicable en ligne directe en cas de donation et abattement de 75 % (pacte Dutreil) applicable en cas de transmission d'entreprise ■



RÉDACTION

**Charlotte BELLET**  
Avocat au Barreau de Paris  
bellet@bmgb-avocats.com

**Rodolphe PERRIER**  
Avocat au Barreau de Paris  
perrier@bmgb-avocats.com

CABINET D'AVOCATS

**BMGB**

SCP BOURGEON GUILLIN BELLET & ASSOCIÉS  
181, rue de la Pompe - 75116 Paris  
Tél. 01 47 27 00 60 / 06 75 78 16 30  
www.bmgb-avocats.com