

Le DIP à la loupe

L'information précontractuelle est un préalable obligatoire à la signature du contrat de franchise. Voici quelques points clés à vérifier absolument.

1•L'identité du franchiseur.

« Malgré l'épaisseur et la densité du DIP, insiste M^e Charlotte Bellet, avocate associée au sein du cabinet Thréard Bourgeon Méresse & Associés, les candidats doivent s'astreindre à le disséquer dans les moindres détails. Ne pas croire le franchiseur sur parole mais vérifier, dans la mesure du possible, toutes les informations ». A commencer par l'identité du franchiseur. « Mieux vaut s'assurer, notamment dans le cas d'une master franchise, qu'il est bien titulaire du droit de concession ». Tous les contrats de licence devant être enregistrés à l'INPI (Institut national de la propriété industrielle), cette information est relativement facile à vérifier. De même, il est toujours bon de s'assurer que le CV des dirigeants est exhaustif : « si l'un d'entre eux "oublie" de mentionner une liquidation judiciaire ou une faillite antérieure, les juges n'hésitent pas à frapper le contrat de nullité, précise Charlotte Bellet. De ce point de vue, la jurisprudence est constante ».



M^e Charlotte Bellet, spécialisée dans la défense des franchisés.

droits d'entrée représentent les seules ressources de l'enseigne, ou si la masse salariale est restreinte, voire inexistante, cela signifie que le franchiseur néglige l'accompagnement de ses franchisés et n'investit pas assez dans la formation, le marketing et l'animation de son réseau. Si son enseigne a peu évolué au fil des ans, cela traduit peut-être un manque de réactivité...

3•La liste des franchisés.

« On peut comprendre qu'un réseau très vaste ne donne qu'une liste incomplète, commente Catherine Kalopissis. Mais à moins de 100 franchisés, l'excuse n'est pas valable : l'enseigne doit alors donner la liste complète et à jour de ses fran-

chisés, en indiquant leur nom, leur raison sociale, leurs coordonnées et leur date d'entrée dans le réseau ». Les franchisés sont une source d'information essentielle sur les points forts et les points faibles de l'enseigne. « Le candidat doit impérativement appeler une dizaine de franchisés en priorité dans des villes et sur des emplacements similaires au sien », ajoute Charlotte Bellet. Le DIP doit aussi fournir la liste des franchisés ayant quitté le réseau... et les véritables raisons de leur départ.

4•Le marché potentiel.

Le DIP doit présenter un « état du marché local », « point trop souvent négligé par les franchiseurs qui sont pourtant tenus d'en faire une analyse objective, réaliste et sincère ». Les réseaux ne sont toutefois pas obligés de réaliser une étude de marché complète ni de fournir des comptes prévisionnels. Mais s'ils le font, ces informations doivent être « sincères ». « Mieux vaut que

le candidat se charge lui-même, avec son expert-comptable, de déterminer si les prévisionnels sont réalistes », recommande Charlotte Bellet. Car, la jurisprudence est constante, si le franchiseur ne peut pas démontrer que son enseigne fonctionne sur un emplacement ou sur un marché similaire, il est en tort ».

5•Les clauses de « sortie » du contrat.

Des pénalités excessives ou une clause de non-concurrence abusive peuvent être dissuasives et empêcher un franchisé de rompre son contrat. « Mieux vaut les examiner soigneusement et, au besoin, les négocier, avant de signer ». Ensuite, il est trop tard... **•S.G.**

« Il ne faut pas croire le franchiseur sur parole mais essayer de vérifier toutes les informations. »

M^e Charlotte Bellet, du cabinet Thréard Bourgeon Méresse & Associés.

2•La santé économique de l'enseigne.

« Un bon bilan ne signifie pas forcément que le franchiseur fait bien son métier », remarque Catherine Kalopissis, avocate dans le même cabinet. Si les