

La protection de l'image de marque dans le contrat de franchise

LA PROTECTION DE L'IMAGE DE MARQUE DANS LE CONTRAT DE FRANCHISE

L'image de marque est essentielle dans un contrat de franchise puisqu'elle est très souvent l'un des éléments qui conduit le franchisé à choisir un réseau de franchise au détriment d'un autre. L'image de marque mesure la perception qu'a le consommateur du réseau de franchise. Dès lors, sa protection est indispensable à la pérennité du réseau de franchise.

Le contenu de l'obligation de protection de l'image de marque

La protection de l'image de marque par le franchiseur

L'image de marque est souvent liée à la notoriété de la marque du franchiseur. Dès lors, indirectement la protection de l'image de marque passe par la protection de la marque sur le terrain juridique.

Le franchiseur doit l'avoir régulièrement déposée, payer ses redevances à l'Institut National de la Propriété Industrielle mais surtout doit la défendre devant les tribunaux par le biais de l'action en contrefaçon à chaque fois que cela est nécessaire.

Dans le cadre du réseau de franchise, il est évident que le franchiseur doit assurer une certaine «police du réseau» afin d'éviter que certains franchisés ne dégradent l'image de la marque et avec elle, celle du réseau dans son ensemble.

Ainsi, la protection de l'image de marque passe par le respect des normes techniques et commerciales du franchiseur. C'est par le biais de son droit de contrôle à travers notamment ses visites que le franchiseur doit s'assurer du respect de ses normes mais aussi de leur homogénéité afin qu'aucune atteinte ne soit portée à son image de marque.

Le franchisé est un commerçant indépendant qui fixe librement ses prix de revente. Toutefois, la pratique d'un prix trop bas ou au contraire trop élevé peut conduire à dégrader l'image du produit et de la marque. La pratique des prix conseillés ou de l'imposition d'un prix maximum de revente peuvent alors être de bons compromis à cet égard.

Le franchiseur ne peut pas interdire la vente sur internet à ses franchisés. Toutefois, afin de protéger l'image de marque du réseau, il peut légitimement encadrer ce type de vente avec l'imposition de normes à respecter.

Enfin, lorsqu'un contrat conclu avec un franchisé prend fin, le franchiseur doit s'assurer de l'absence d'utilisation des signes distinctifs par l'ancien franchisé.

La protection de l'image de marque par le franchisé

Le franchisé bénéficie de l'image de marque du réseau mais il doit respecter les normes techniques et commerciales du franchiseur afin que la clientèle ait une image uniforme du réseau de franchise. Il doit alors appliquer le savoir-faire du franchiseur et se mettre à jour de ses évolutions.

Il ne doit pas s'opposer aux visites de contrôle du franchiseur, suivre les recommandations de ce dernier mais aussi respecter la stratégie générale commerciale à travers les campagnes de publicité nationale par exemple.

La protection de l'image de marque peut aussi justifier l'insertion d'une clause d'approvisionnement exclusif dans le contrat.

Sanctions de l'atteinte l'image de marque

Une atteinte portée à l'image de réseau de franchise suite au non-respect des normes du franchiseur par exemple pourrait justifier une rupture du contrat de franchise. Les normes doivent toutefois avoir été bien précisées au franchisé lors de la conclusion du contrat.

En effet, l'atteinte à l'image de marque porte aussi bien atteinte au franchisé qu'à l'ensemble des autres franchisés du réseau de franchise, il s'agit d'un manquement grave au contrat de franchise.

Octobre 2013

Gilles Menguy

Avocat & Solicitor, GM Avocats

gmenguy@gm-avocats.com