

Se développer en franchise en Corée du Sud

SE DÉVELOPPER EN FRANCHISE EN CORÉE DU SUD

La Corée : les données essentielles

La Corée du Sud, d'une superficie de 99 601 km², occupe la moitié méridionale de la péninsule coréenne, au sud de la zone démilitarisée (« Demilitarised Zone »-DMZ), proche du 38e parallèle qui constitue depuis 1953 la ligne de démarcation avec la Corée du Nord. Elle a pour voisins la Chine à l'Ouest et le Japon à l'Est. La capitale de Séoul compte 9,9 millions d'habitants pour une population totale de 48,2 millions. 80% de la population est urbaine, le peuplement se concentre sur la bande côtière et les vallées. La densité de 484 habitants par km² est l'une des plus élevées

au monde du fait que près des 2/3 du territoire sont inhabitables. Le dernier recensement de 2000 a dénombré seulement 151 000 étrangers en Corée (soit 0,3 % de la population) de nationalité chinoise, sino-coréenne, japonaise philippine et américaine. La Corée a largement achevé sa transition démographique et le vieillissement accéléré de sa population qui se prépare et particulièrement son impact sur les régimes sociaux est devenu un défi majeur pour le pays. Le coréen est la langue officielle. Les deux religions dominantes sont le bouddhisme et le protestantisme.

Sur le plan politique, la Corée du Sud, d'abord sous influence chinoise, est une colonie japonaise (annexion pure et simple en 1910) jusqu'en 1945, date de la capitulation du Japon. Le régime politique est aujourd'hui un régime fortement présidentiel. La constitution en vigueur date de 1987. Le pouvoir législatif est exercé par une chambre unique. M. Roh Moo-hyun, élu Président

de la République en décembre 2002, s'est engagé à poursuivre la voie ouverte par son prédécesseur notamment en ce qui concerne les réformes économiques structurelles pour plus de transparence dans la gestion des affaires et le dialogue soutenu avec la Corée du Nord. Le droit coréen est héritier des droits européens, notamment du droit allemand.

L'économie de la Corée et le secteur de la distribution

En 2005, le PIB s'élevait à 810 milliards de dollars (dont 5 % pour l'agriculture, 46 % pour l'industrie et 49 % pour les services). Le taux de croissance était de 3,9 %. Le taux de chômage est bas (3,8 %) et le taux d'inflation de 2,7 %.

Le secteur de la distribution est structuré principalement au travers de 85 centres commerciaux dont les deux tiers se situent à Séoul ou dans sa périphérie. Trois acteurs principaux dominent ce secteur : Hyundai, Lotte (alimentation, BTP, hôtellerie, pétrochimie...) et Shinsegae (lié au groupe Samsung), qui sont appelés les « Big-3 ». Un quatrième groupe a également pris une très grande importance plus récemment, il s'agit de Galleria, groupe HANHWA (distribution, armement, hautes technologies, services financiers...). Les « Big-3 + 1 » représentent près de 60 % du nombre total des grands magasins et 80% du chiffre d'affaires du marché.

Les centres commerciaux se caractérisent par un service marketing et publicitaire développé et portent pour cela une attention toute particulière aux services annexes pour attirer la clientèle : parking, garderie, cours privés. Ils disposent en outre d'espaces culturels où se tiennent des expositions, des pièces de théâtre et des défilés de mode. Ils sont de plus en plus spécialisés dans les marques de luxe, les produits importés (15 % des produits vendus dans les centres commerciaux) et les produits sous licence étrangère (25 % des produits vendus dans les centres commerciaux).

En 2006, la Corée du Sud a vu le retrait de deux géants mondiaux de la distribution : le français Carrefour et l'américain Wal-Mart. Le premier a vendu ses 32 hypermarchés et ses 24 galeries marchandes à E.land, un nouveau venu dans le secteur de la grande distribution et spécialisé dans l'habillement. Wal-Mart, quant à lui, a cédé ses magasins au leader coréen E-Mart, du groupe Shinsegae.

Les deux grands groupes Lotte et Shinsegae se concurrencent sur de vastes projets de « resort shopping centers ». Le projet de Lotte doit voir le jour près de l'aéroport de Gimpo en 2010. Il devrait s'étendre sur 195 000 m² et comporter en plus d'un centre commercial, un hôtel, un parc d'attractions, des cinémas et une multitude de restaurants.

Shinsegae compte ouvrir un centre équivalent en 2009 dans la ville de Pusan où il n'y a pas encore de centre commercial.

Dans le sillage des « Big-3 + 1 » on trouve d'autres chaînes plus populaires mais toujours orientées vers le service à la clientèle : New Core et LG Department Stores. Il existe encore des magasins plus petits et présentant moins de produits importés (Say, Dong-a ou Shinsehwa) mais leur puissance financière est bien moindre que les premiers et ils ne possèdent qu'un rayonnement local.

La franchise en Corée est très active. Il y a aujourd'hui plus de 120 000 franchisés pour 1 600 franchiseurs selon la Korea Franchise Association en 2002. Les franchises coréennes rassemblent généralement de petits commerces. Le nombre moyen d'employés d'un franchisé est de 3,7 pour un chiffre d'affaires annuel moyen de € 145 000. Le secteur de la franchise emploie 2,6 % de la population active (environ 570 000 personnes) et pesait 45 000 milliards de Wons en chiffre d'affaires en 2002 (environ € 34,6 milliards), soit 7,7, % du PIB coréen. Cette forme de création d'entreprise est en passe de devenir un phénomène de société : de plus en plus d'instituts et d'associations proposent des cours spécialisés. La part des franchiseurs étrangers est encore faible, et leurs activités sont concentrées dans la restauration. Mais les perspectives sont encourageantes dans un marché qui est loin d'être saturé.

Le « Fair Franchise Transactions Act »

En 2002, la Corée du Sud s'est dotée d'une législation applicable à la franchise, le « Fair Franchise Transactions Act ». Cette législation contraignante a pour objet d'encadrer les modalités de conclusion, d'exécution et de cessation du contrat de franchise destiné à une exploitation sur le territoire de la Corée du Sud. En cas de violation de la loi des sanctions sont prévues.

Concernant les modalités de conclusion du contrat de franchise, la loi prévoit, comme en droit français, la fourniture aux éventuels futurs franchisés d'un document d'information précontractuelle qui doit être fidèle à la réalité sous peine de sanction lourde envers le franchiseur.

L'exécution du contrat de franchise doit se conformer aux mêmes mécanismes contractuels qu'en France : respect de la bonne foi dans l'exécution des obligations des parties (article 4), exécution des obligations contractuelles réciproques des parties, notification du non-renouvellement ou de la non-prolongation du contrat de franchise 90 jours avant l'expiration de ce dernier.

Une particularité doit cependant être relevée dans la loi coréenne qui établit un comité de médiation en matière de franchise. Son rôle dans le règlement des différends est très développé dans la loi. La procédure de médiation est toujours facultative.

En outre, un organisme dénommé "Fair Trade Commission" peut demander à un franchiseur de modifier les termes du contrat.

La sanction pénale prévue en cas d'informations fausses ou erronées est une amende de 150 Millions de Won et/ou 5 ans d'emprisonnement maximum. Par ailleurs, si la loi a été violée, des sanctions s'échelonnent de 50 millions à 100 millions de Won et peuvent être accompagnées de 3 ans d'emprisonnement maximum.

Gilles Menguy

Avocat & Solicitor, GM Avocats

gmenguy@gm-avocats.com