

## **L'état ou l'étude de marché dans le contrat de franchise**

### **L'ETAT OU L'ETUDE DE MARCHE DANS LE CONTRAT DE FRANCHISE**

L'étude de marché est un document préalable indispensable à toute conclusion d'un contrat de franchise, que ce soit pour évaluer le potentiel de réussite et de rentabilité de l'affaire ou encore pour obtenir un financement par l'emprunt. La remise de ce document par le franchiseur au franchisé est une obligation légale imposée par la loi Doubin qui doit permettre au franchisé de s'engager en pleine connaissance de cause.

#### **L'intérêt de la notion d'état de marché de la loi Doubin**

La loi Doubin, codifiée à l'article L330-3 du Code de commerce prévoit l'obligation d'information suivante : «Toute personne qui met à la disposition d'une autre personne un nom commercial, une marque ou une enseigne, en exigeant d'elle un engagement d'exclusivité ou de quasi-exclusivité pour l'exercice de son activité, est tenue, préalablement à la signature de tout contrat conclu dans l'intérêt commun des deux parties, de fournir à l'autre partie un document donnant des informations sincères, qui lui permette de s'engager en connaissance de cause.»

Ce document, que l'on nomme le «document d'informations précontractuelles», doit être transmis au moins 20 jours avant la conclusion du contrat et comprendre notamment «une présentation de l'état général et local du marché des produits ou services devant faire l'objet du contrat et des perspectives de développement de ce marché». C'est ce que l'on appelle l'état du marché.

#### **L'état général et local du marché des produits et services**

L'état local du marché doit reprendre des informations sur le marché national du réseau (chiffre d'affaires, parts de marché, profil de la clientèle...) mais aussi la clientèle locale du franchisé (âge, taux d'activité, catégories socio-professionnelles de la population, détermination du tissu économique local...). Les informations relatives au «marché des produits et services» doivent notamment décrire la concurrence existante.

Le plus grand intérêt de cette état général et local du marché est de permettre au franchisé de conclure en ayant connaissance du marché sur lequel il devra exercer son activité. Cette information préalable doit lui permettre de s'y intéresser et d'en analyser la rentabilité potentielle.

#### **Les perspectives de développement de ce marché**

Il s'agit de l'élément le plus délicat à rédiger à défaut de précision dans la rédaction du texte de loi. Le franchiseur doit présenter les perspectives du marché sans pour autant transmettre un chiffre d'affaires prévisionnel, qui, s'il est fourni l'engagerait contractuellement. Le franchiseur doit être précis quant aux informations qu'il fournit mais ne pas trop en dire sous peine d'engager sa responsabilité.

#### **Distinction avec l'étude de marché**

Les deux notions ont trait au marché du franchisé, au secteur géographique où il exerce son activité. Toutefois, les deux notions ne sont pas identiques.

L'état local du marché est un document obligatoire qui synthétise de façon purement factuelle et chiffrée les données du marché du franchisé au moment de la conclusion du marché bien qu'il doive indiquer les perspectives de développement.

L'étude de marché peut relever de l'initiative du franchisé et est facultative. Elle permet notamment d'estimer un volume de fréquentation et de chiffre d'affaires potentiel pour le futur point de vente.

## **Le contenu de l'obligation légale mis en évidence par les juges**

Les juges considèrent que les franchiseurs remplissent leur obligation en fournissant un simple état des lieux du marché composé de données chiffrées, pourvu qu'elles soient exactes et que le marché soit décrit fidèlement.

En effet, les juges ont eu l'occasion de rappeler que ce document n'était pas assimilable à une étude de marché dont l'initiative appartient au franchisé. De la même façon, c'est au franchisé qu'il incombe d'établir, s'il le souhaite un compte de résultat prévisionnel du réseau.

Cependant, les juges ont eu l'occasion de sanctionner des documents considérés comme trop courts (2 pages) et même d'annuler un contrat de franchise lorsque le document n'indiquait pas les perspectives de développement du marché local.

L'état du marché fourni par le fournisseur peut s'avérer incomplète et relativement théorique. On peut conseiller au franchisé, s'il considère cela comme nécessaire, de compléter son information par une étude de marché qu'il aura commandé à un professionnel. Cela lui permettra de se faire la vision la plus fidèle possible du marché et de son potentiel de rentabilité.

## **Les sanctions du manquement à la fourniture de l'état local du marché**

### **Sur le terrain de la violation de la loi Doubin :**

Le franchiseur qui ne respecterait pas les obligations d'information de la loi Doubin risque une amende.

### **Sur le terrain des vices du consentement :**

Toute information erronée ayant déterminé le consentement du franchisé peut également conduire à une action en justice et à l'annulation du contrat de franchise. L'annulation n'est donc pas automatique.

Dans ce cas-là, les conséquences peuvent être lourdes puisque toutes les sommes perçues doivent être remboursées, les parties devant se retrouver dans la même position qu'avant qu'elles aient signé le contrat et des dommages-intérêts peuvent être dus.

Toutefois, il arrive que les juges prennent en considération les qualités du franchisé. Si le franchisé est un professionnel particulièrement averti et ayant une connaissance préalable du marché, les juges pourront refuser la réparation.

**Octobre 2013**

**Gilles Menguy**

**Avocat & Solicitor, GM Avocats**

**[gmenguy@gm-avocats.com](mailto:gmenguy@gm-avocats.com)**