

Fiche

Plusieurs solutions contractuelles permettent à l'entrepreneur d'entreprendre un partenariat avec d'autres entreprises. Dans cette optique, nous présenterons différents contrats de partenariat.

1. Le contrat de franchise

La définition retenue est celle proposée par le **Code de déontologie européen de la franchise** : « *le franchiseur accorde à ses franchisés le droit, et impose l'obligation d'exploiter une entreprise en conformité avec le concept de franchiseur. Le droit ainsi concédé autorise et oblige le franchisé, en échange d'une contribution financière directe ou indirecte, à utiliser l'enseigne et/ou la marque de produits et/ou services* ».

Cette définition implique donc que le franchiseur mette à la disposition de son franchisé tout son **savoir-faire** et son **assistance commerciale ou technique** ainsi que les **signes** distinctifs de sa **marque**. De fait, les brevets, les marques, les logos... composent les signes distinctifs. Le savoir-faire relève du secret professionnel lié à l'exploitation de l'activité. Ce sont les recettes du succès de la marque. Enfin, la fourniture d'une assistance technique ou commerciale est contractuelle. Le franchisé a l'obligation d'assister et porter secours à ses franchisés dans la mise en place de son savoir-faire.

Il existe **trois formes de contrats** de franchise :

- Le **contrat de franchise de service** qui permet au franchisé de vendre un service.
- Le **contrat de franchise de production** qui permet de fabriquer un produit sous la marque du franchiseur.
- Le **contrat de franchise de distribution** qui permet de vendre les produits.

Enfin, il faut noter que le **franchisé est un commerçant indépendant** seul responsable de la prospérité de son activité. À ce titre, il exerce majoritaire en SARL.

 Exercice n°1

1. Le contrat de concession commerciale

Il s'agit de concéder **sur une période déterminée l'exclusivité de la vente d'un produit**. Dans ce cas, le concédant, qui est le fournisseur, revend à un commerçant (le concessionnaire) de façon « ferme » son produit. Il appartient alors au concessionnaire de le revendre pour son nom et en son nom. Celui-ci doit en contrepartie informer le concédant de l'état du marché, des réactions de la clientèle ou encore doit se soumettre au respect des quotas d'approvisionnement, éventuellement prévus. Le contrat de cession, qui est généralement un contrat à durée déterminée, ne peut être rompu unilatéralement avant l'échéance. De même, le concessionnaire ne dispose pas d'un droit de renouvellement automatique. Si des marchandises restaient invendues, le contrat peut prévoir que le concédant reprenne les stocks inépuisés. **Le concessionnaire peut exercer son activité sous la forme juridique de son choix**. Cela peut-être une entreprise individuelle, mais la prise de risque est grande si les marchandises demeurent invendues. Les formes juridiques les plus répandues sont donc la SARL et la SA qui limitent les risques proportionnellement au montant des apports.

 Exercice n°2

Zoom sur... La fédération française de la franchise (FFF)

Depuis 1971, cette institution apporte assistance et conseils aux futurs créateurs d'entreprise faisant le choix d'exercer leur profession sous une forme franchisée. Elle représente également les franchiseurs en leur apportant une information loyale sur les exigences qu'impose un tel statut. Elle agit auprès des pouvoirs publics et des décideurs économiques en leur apportant conseils et expériences. À elle seule, elle représente, à ce jour, près de 40 % des franchiseurs nationaux, soit 150.