

# FRANCHISE OU CONCESSION

*Quelle Différence ?*

# TABLE DES MATIERES

|                                                               |           |
|---------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>TABLE DES MATIERES.....</b>                                | <b>2</b>  |
| <b>INTRODUCTION.....</b>                                      | <b>3</b>  |
| <b>PARTIE I : LE CONTART DE FRANCHISE.....</b>                | <b>3</b>  |
| A. Généralités :.....                                         | 4         |
| B. Caractéristiques du Contrat de Franchise :.....            | 8         |
| C. Les Parties au Contrat de Franchise :.....                 | 9         |
| D. Les Obligations des Parties au Contrat de Franchise :..... | 10        |
| E. L’extinction du Contrat.....                               | 13        |
| F. Détenir une franchise : les avantages.....                 | 14        |
| <b>PARTIE II : LE CONTRAT DE CONCESSION.....</b>              | <b>17</b> |
| A. Définition du Contrat de Concession.....                   | 17        |
| B. Structure d’un Contrat de Concession.....                  | 18        |
| C. Les Parties au Contrat.....                                | 19        |
| D. Les Obligations Nées du Contrat.....                       | 19        |
| □ L’obligation de respecter l'exclusivité :.....              | 20        |
| □ L'obligation de livrer :.....                               | 20        |
| □ L’obligation d'assister le concessionnaire :.....           | 20        |
| □ L'exclusivité d'achat :.....                                | 21        |
| □ La revente des produits :.....                              | 21        |
| □ Le respect de la délimitation territoriale :.....           | 22        |
| E. La Rupture du Contrat de Concession.....                   | 22        |
| F. Avantages et inconvénients d’une concession.....           | 24        |
| <b>CONCLUSION.....</b>                                        | <b>25</b> |
| <b>BIBLIOGRAPHIE.....</b>                                     | <b>27</b> |

## INTRODUCTION

Les contrats sont très nombreux dans la vie des affaires puisque la plupart des actes d'exploitation passe par eux auxquelles s'applique le droit des affaires, à savoir les contrats de production, de distribution et de services.

Dans l'univers de mondialisation les entreprises se sont développées de plus en plus et se font présentées partout dans le monde, d'où l'émergence de diverses formes de distributeurs assurant l'universalité des marques et produits.

Les distributeurs sont des intermédiaires qui pratiquent l'acte de commerce par excellence : « l'achat pour revendre ». Parmi les contrats de distribution, les plus reconnus on retrouve la franchise et la concession.

***Franchise ou concession ?*** Le choix de l'une ou de l'autre dépend de plusieurs variables : la stratégie d'entreprise, l'étendue de son activité, les avantages et les inconvénients de chaque type de contrat ....etc

Dans ce rapport, j'ai consacré une première partie à la présentation du contrat de franchise puis à celle de concession dans une deuxième pour enchaîner avec une comparaison des deux formes d'entreprise de distribution.

## **PARTIE I : LE CONTRAT DE FRANCHISE**

Le franchisage peut être utilisé pour tout type de projet économique ou presque. Il couvre un éventail allant de la production, de l'approvisionnement en vue de la fabrication, de la transformation, de la distribution et de la vente de produits à la prestation, à la commercialisation, à la distribution et à la vente de services.

### ***Le franchisage – qu'est-ce que c'est?***

Le franchisage peut être défini comme un accord commercial permettant d'associer la réputation (image de marque), l'innovation, le savoir-faire et les compétences techniques de l'innovateur (franchiseur) à l'énergie, au travail et à l'investissement d'un tiers (le franchisé) en vue de fournir et de vendre des produits et des services.

### **A. Généralités :**

Il existe plusieurs raisons qui expliquent que les franchises soient devenues le mode de gestion des affaires qui s'est développé le plus rapidement, mais la meilleure est que ce système répond simplement à un besoin du marché.

#### **1) La réglementation :**

Il n'y a pas réellement des lois régissant la franchise au Maroc, mais on peut faire référence à la réglementation française dont on peut tirer :

- la loi Doubin du 31 décembre 1989, son domaine d'application : l'information précontractuelle. Elle n'intervient donc pas dans les relations entre franchiseur et le franchisé, ou entre le franchiseur et son ancien franchisé.
- il y a un usage très important : le **code de déontologie européen (CDE)**, code qui est bien reconnu par les tribunaux comme constituant une importante source de droit.

## 2) Définitions :

Selon la *Fédération française de la franchise*, elle peut être définie comme « une méthode de collaboration entre une entreprise, le franchiseur, d'une part, et une ou plusieurs entreprises, les franchisés, d'autre part »

*Le code de déontologie européen* dans son 1er article définit la franchise comme : « un système de commercialisation de produits et/ou de services et/ou de technologies, basé sur une collaboration étroite et continue entre des entreprises juridiquement et financièrement distinctes et indépendantes, le franchiseur et ses franchisés, dans lequel le franchiseur accorde à ses franchisés le droit, et impose l'obligation d'exploiter une entreprise en conformité avec le concept du franchiseur.

Le droit ainsi concédé autorise et oblige le franchisé, en échange d'une contribution financière directe ou indirecte, à l'utiliser l'enseigne et/ou la marque de produits et/ou de service, le savoir-faire et autres droits de propriété intellectuelle, soutenu par l'apport continu d'assistance commerciale et/ou technique, dans le cadre et pour la durée d'un contrat de franchise écrit, conclu entre les parties à cet effet. »

Le contrat de franchise met en relation deux entités à savoir le franchiseur et le franchisé.

D'un *point de vue du franchiseur*, la franchise peut se concevoir comme un contrat de coopération commerciale, comme un levier de croissance de son entreprise, comme une stratégie de diversification, comme un circuit de distribution ou comme une stratégie marketing.

Du **point de vue du franchisé**, la franchise peut être synonyme de reconversion professionnelle pour un demandeur d'emploi, d'assistance pour un commerçant en activité ou de produit financier pour un investisseur.

### **3) Typologie de la franchise :**

La franchise est une formule susceptible d'être appliquée dans de nombreux secteurs d'activités.

Toutefois, on peut classer la franchise selon plusieurs typologies mais on va présenter deux seulement :

#### **▣ Selon l'activité du franchiseur :**

La plus généralement utilisée en matière de franchise :

1. **franchise de producteur** : le franchiseur est industriel ayant comme préoccupation majeure l'écoulement de ses produits
2. **franchise de distributeur** : le franchiseur a une fonction de gros ou de référencement.
3. **franchise de service** : le franchiseur ne vend pas ou peu de produits. Il s'agit de franchise caractérisée par un savoir-faire de prestation de service. Mais le franchiseur peut néanmoins être un producteur

#### **▣ Selon les caractéristiques de l'offre commerciale finale :**

Cette typologie considère la formule de distribution, c'est-à-dire les caractéristiques distinctives de l'offre au niveau du consommateur.

1. **la franchise de commerce de détail** : commercialisant le plus souvent des biens d'équipement de la personne ou de la maison. Ces franchises sont exploitées, pour la plupart d'entre elles, dans les locaux commerciaux situés en emplacement de premier ordre, centre ville ou galerie marchande. Elles correspondent à ce que l'on appelle le commerce spécialisé.
2. **la franchise de service** : offre une prestation de service au consommateur, qu'il soit un particulier ou une entreprise. Ces franchises se caractérisent par l'importance du savoir-faire « hors produit ». la valeur de l'emplacement est souvent moins déterminante que pour les franchises de commerce de détail.
3. **la franchise corner** : est en effet « logée » chez un commerçant qui lui consacre une partie de sa surface de vente et de ses efforts. Elle ne doit pas être assimilée à la concession, car elle garde sa spécificité de franchise, notamment en matière d'existence du savoir-faire.

L'offre commerciale est plus réduite que dans une franchise « pleine » mais requiert un référencement d'articles à forte attractivité et à rotation de stock élevée.

#### **4) Les éléments constitutifs de la franchise :**

##### **1. l'image de marque :**

Le franchiseur garantit au franchisé la jouissance de signes de ralliement de la clientèle mis à sa disposition.

Le franchiseur entretient et développe l'image de marque.

Le franchiseur veille au respect par le franchisé des prescriptions d'utilisation de la marque et des autres signes de ralliement mis à sa disposition.

## **2. le savoir-faire :**

Le franchiseur garantit au franchisé la jouissance d'un savoir-faire qu'il entretient et développe.

Le franchiseur, par une information et une formation adaptées, le transmet au franchisé et en contrôle l'application et le respect.

## **3. la collection de produits et/ou services :**

Le franchiseur met à la disposition du franchisé une gamme de produits et/ou services.

Le franchiseur s'assure par tout moyen que la collection de produits et/ou services offerts au consommateur est bien conforme à l'image de marque.

## ***B. Caractéristiques du Contrat de Franchise :***

### **1) l'intuitus personae :**

De tous les contrats de distribution, le contrat de franchise est celui qui est le plus fortement marqué par l'intuitus personae. Cela est dû à la grande importance du savoir-faire dans la franchise : il est bien évident que le franchiseur est lui seul en mesure de savoir si le dirigeant de l'entreprise franchisé va bien être en mesure de mettre en œuvre le savoir-faire.

### **2) Le caractère SUI GENERIS :**

Le contrat de franchise est un contrat sui generis, c'est-à-dire qu'il n'y a pas un cadre juridique type imposés par la loi comme c'est le cas par exemple pour les statuts d'une société commerciale.

### **3) Contrat d'adhésion :**

Le contrat de franchise est en grande partie un contrat d'adhésion. On entend par là un contrat élaboré par une partie (le franchiseur) à laquelle l'autre partie est invitée à adhérer, c'est-à-dire qu'elle ne peut que dire oui ou non à l'ensemble du texte qui lui est proposé. Toutefois, des dispositions non négociables du contrat de franchise peuvent parfaitement faire l'objet de modifications à la demande du candidat franchisé.

### **4) Caractère écrit :**

Le contrat de franchise est écrit. Aucun texte légal ne l'impose clairement mais surtout : la sagesse l'impose catégoriquement dans l'intérêt des deux parties.

### **5) Caractère bilatéral :**

Le contrat de franchise est un contrat bilatéral, c'est-à-dire qu'il lie le franchisé et le franchiseur. Il n'existe pas en franchise un contrat qui lie le franchiseur d'une part et l'ensemble des franchisés d'autre part.

## ***C. Les Parties au Contrat de Franchise :***

### **1) Le franchiseur :**

**Définition du franchiseur (nouveau code de déontologie de la Fédération Française de la Franchise / CDEFF) :**

Le franchiseur est un entrepreneur, personne physique ou morale :

- Titulaire de droits sur les signes de ralliement de la clientèle ;
- Offrant un ensemble de produits et /ou services ;

- apportant à ses franchisés une formation initiale pour les mettre en mesure d'appliquer son concept ;
- consacrant à la promotion de sa marque, à la recherche et à l'innovation, les moyens humains et financiers permettant d'assurer le développement et la pérennité de son concept ;
- lié à ses franchisés par un contrat répondant aux règles du CDFFF.

## 2) Le franchisé :

### **Définition du franchisé : (CDFFF)**

Le franchisé est un entrepreneur personne physique ou morale, sélectionnée par le franchiseur :

- animé d'un esprit d'entreprise, responsable des moyens humains et financiers qu'il engage et responsable à l'égard des tiers des actes accomplis dans le cadre de l'exploitation de la franchise ;
- ayant la volonté de collaborer loyalement à la réussite du réseau de franchise en adhérant aux principes d'homogénéité de ce réseau tels que définis par le franchiseur.

## ***D. Les Obligations des Parties au Contrat de Franchise :***

Le contrat de franchise est un contrat synallagmatique faisant naître des obligations réciproques entre franchiseur et franchisé :

## **1) Les obligations du franchiseur :**

### **1. la marque :**

Le contrat doit préciser les conditions et limites dans lesquelles le franchisé peut utiliser la marque du franchiseur.

### **2. fourniture du savoir-faire :**

Le contrat doit définir avec précision la nature du savoir-faire communiqué et l'objet des connaissances et de l'expérience que le franchiseur s'engage à transmettre.

### **3. fourniture de l'assistance technique et/ou commerciale :**

Le contrat de franchise précise toutes les obligations du franchiseur en matière d'assistance technique et/ ou commerciale du franchisé. On peut noter :

#### **▣ Services apportés avant l'ouverture de la franchise :**

- aide à la recherche des locaux
- aide à la recherche de financement
- publicité de lancement
- etc

#### **▣ Services apportés à l'ouverture de la franchise :**

- assistance par une présence effective
- fourniture de divers services.

#### **▣ Services apportés après l'ouverture de la franchise :**

- la formation permanente
- l'information permanente
- assistance commerciale et administrative
- etc

## **2) Les obligations du franchisé :**

- 1. à suivre la formation initiale**
- 2. à suivre la formation permanente**
- 3. respect de l'image de marque**
- 4. Les obligations financières :**

- droit d'entrée
- redevance ou royalties
- budget publicitaire

### **5. L'approvisionnement :**

L'obligation d'approvisionnement du franchisé auprès du franchiseur avec une précision sur les quantités et prix et l'engagement du franchiseur de satisfaire cette obligation.

### **6. information :**

Retour des informations administratives, fiscales, résultats économiques....

### **7. confidentialité et non-concurrence :**

- obligation de secret et de confidentialité pendant et après la durée du contrat
- obligation de non-concurrence : interdire au franchisé d'exercer directement ou indirectement pendant la durée du contrat une activité concurrente de celle objet du contrat.

## ***E. L'extinction du Contrat***

### **1) Les causes d'extinction du contrat :**

Le contrat de franchise peut prendre fin par des causes naturelles ou des causes pathologiques.

#### **▣ Les causes naturelles d'extinction du contrat de franchise :**

- **écoulement du temps** : Le contrat peut d'abord être à durée déterminée : c'est souvent le cas d'ailleurs. Le contrat prend donc fin au terme prévu entre les parties. Dans d'autres cas, le contrat est à durée indéterminée. Dans ce cas, le contrat prend fin par la volonté de l'une ou l'autre des parties, après expiration d'un délai de préavis raisonnable.

- **changement de cocontractant** : Par principe, le contrat de franchise est un contrat conclu intuitu personae. Aucune cession ou transmission de contrat ne peut intervenir sans le consentement de l'autre partie.

#### **▣ Les causes pathologiques d'extinction du contrat de franchise :**

Les causes pathologiques sont communes à tous les contrats. Cela vise essentiellement la résiliation du contrat pour inexécution des obligations, par l'une ou l'autre des parties.

### **2) Effets de l'extinction du contrat**

#### **▣ Neutralisation de l'entreprise du franchisé :**

La fin du contrat de franchise fait sortir le franchisé du réseau du franchiseur. Il s'ensuit que le franchisé ne doit plus pouvoir être identifié aux yeux des tiers comme faisant partie du réseau de franchise.

### □ **Non-concurrence :**

Le contrat de franchise peut prévoir une clause de non-concurrence à l'expiration du contrat. L'obligation de non-concurrence ne peut pas excéder 1 année et elle doit être limitée à un secteur géographique déterminé.

### □ **Confidentialité :**

L'Obligation de confidentialité pendant l'exécution du contrat mais également après l'expiration du contrat. L'ancien franchisé demeure donc tenu, même après l'expiration du contrat de franchise, d'une obligation de confidentialité : il doit ne pas révéler les éléments du savoir-faire qui ne sont pas connus.

### **Remarque :**

Sauf stipulation contraire, le franchiseur n'est pas tenu de reprendre les stocks du franchisé. De son côté le franchisé n'a plus le droit de commercialiser les produits qui composent le stock.

Ensuite, le franchiseur n'est pas tenu de verser d'indemnité au franchisé suite à l'expiration du contrat. Ce n'est que si la rupture du contrat est constitutive d'une faute de la part du franchiseur qu'il devra indemniser le franchisé.

## **F. Détenir une franchise : les avantages**

Le principal avantage d'une franchise est le sentiment de liberté qu'offre le fait de travailler à son compte. Cette liberté est toutefois tempérée, sachant que le nouvel acquéreur a investi dans un système qui a fait ses preuves et a bénéficié de la formation, du soutien et des encouragements d'autres franchisés et du franchiseur.

Détenir une franchise devrait aussi offrir une position de semi-monopole pour exercer une activité dans une région donnée. En général, on peut aussi compter sur une clientèle avertie. Bien sûr il y a des concurrents, mais le franchisé détient la

seule franchise pour une région donnée et se voit souvent remettre des listes de clients ou autres dossiers de travail.

Cependant, le plus important pour le franchisé est qu'il bénéficie d'une marque reconnaissable instantanément, des assurances qu'elle procure en termes de produits ou de services, ainsi que de la réputation qu'elle a acquise au fil du temps.

Une franchise donne aussi au franchisé la possibilité d'exploiter le savoir-faire et les mécanismes qui se sont révélés performants. La qualité du produit ou du service fourni est donc garantie à bien des égards. Ci-après figurent quelques-uns des avantages de la franchise :

Liberté de l'emploi

Succès assuré du produit ou du service

Semi-monopole; territoire ou frontières géographiques définis

Marque éprouvée et reconnue

Partage des frais liés aux campagnes de commercialisation et de publicité et de lancement de l'entreprise

Savoir-faire spécialisé

Risque d'échec limité

Accès à des produits ou services exclusifs

Avantages de l'achat en gros

Recherche-développement continue.

Cependant, elle a des inconvénients à titre d'exemple :

✓ Pour le franchiseur :

- Nécessité d'un bon système d'information

✓ Pour le franchisé :

- Coût élevé (droit d'entrée + % du CA)

- Dépendance commerciale

- Pas d'exclusivité commerciale

## **PARTIE II : LE CONTRAT DE CONCESSION**

La concession commerciale, méthode originale de distribution des produits, illustre cet effort de renouveau du commerce dans la mesure où elle permet d'établir de nouveaux types de liaisons entre fabricants et commerçants et où elle tend à assurer un meilleur service au consommateur.

La concession engendre des monopoles de revente à tel point qu'on est tenté de considérer que le système de la concession marque un retour en arrière, vers un passé médiéval qui ignorait la liberté de commerce.

### ***A. Définition du Contrat de Concession***

La concession est un contrat qui permet une exploitation commerciale. Ce contrat lie le fournisseur à des commerçant auxquels il confie la vente de ses produits, à la condition qu'il accepte un contrôle commercial, comptable, voire financier de son entreprise et parfois s'engage à s'approvisionner, dans ce secteur, exclusivement chez le concédant.

Il met en œuvre un éventail d'obligations à la charge d'un grossiste, d'un détaillant ou d'un commerçant propriétaire de son fonds de commerce, qui achète les produits du fournisseur pour les revendre à ses propres clients. En effet, ce dernier supporte une subordination totale quant à la politique de vente de ses produits souvent rattachés à la notoriété de la marque du concédant. Il est également astreint à une ère géographique et une exclusivité d'approvisionnements contractuellement délimitées, en contrepartie il bénéficie d'un monopole de revente sur ce territoire.

## ***B. Structure d'un Contrat de Concession***

Le contrat de concession est en principe consensuel. Il obéit aux règles de liberté contractuelle. Il suppose l'existence d'un contrat cadre, et des contrats d'application.

Dans le contrat cadre sont précisés les territoires de l'exclusivité et les produits et décrit l'ensemble des obligations réciproques à la charge des parties, qui vont être différentes selon la nature du commerce concédé. En général, les obligations principales tiennent à l'assistance du concessionnaire par le concédant, l'octroi d'aides financières, la fourniture de signes distinctifs, la réservation d'un marché. En échange, le concessionnaire doit se tenir aux clauses de quota ou de minima quant à son approvisionnement, assurer le service après vente, utiliser l'enseigne et la marque...et surtout rester digne de commercialiser les produits du concédant.

Effectivement, il s'agit d'un contrat conclu « *intuitus personae* », ce qui sous entend un devoir de loyauté, d'honnêteté et de sincérité à la charge des deux parties, dont l'intérêt commun est le développement d'une clientèle, et par conséquent, du chiffre d'affaire.

Dans le contrat d'application, qui est un contrat d'adhésion que le concessionnaire ne peut négocier librement avec le concédant, certains points essentiels doivent normalement être mentionnés, à défaut de texte réglant la forme des contrats de concession. Le premier point consiste dans l'exclusivité accordée au concessionnaire. Cette exclusivité doit être déterminée avec précision dans le contrat, quand à sa durée, ses frontières, sa nature, les articles concernés. Le prix doit être déterminé ou déterminable, sauf si le contrat-cadre le prévoit lorsqu'il comporte des obligations d'achat (quotas) ou une exclusivité d'approvisionnement.

### **C. Les Parties au Contrat**

La concession fait naître une relation contractuelle particulière ou se rencontrent deux protagonistes : le concédant qui est le fournisseur, ainsi que, le concessionnaire qui est le distributeur.

Généralement **le concédant** est un commerçant, fabricant ou un grossiste. Dans tous les cas, son rôle essentiel sera de fournir exclusivement son concessionnaire au sein d'un territoire qu'il aura pris soin de déterminer préalablement à la conclusion du contrat.

**Le concessionnaire** est celui qui bénéficie de l'exclusivité conférée par le concédant. Il s'agit d'un commerçant juridiquement indépendant, propriétaire de son fonds de commerce qui achète les produits de son concédant pour les revendre à ses propres clients.

Dés lors, le concédant est un vendeur et le concessionnaire est un revendeur. Il peut être une personne physique, mais rien ne s'oppose au fait qu'il soit une société, cela est très fréquent en pratique.

Le concessionnaire peut exercer son activité sous la forme d'une entreprise individuelle ou sous la forme d'une société commerciale (SARL, SA, SNC...).

### **D. Les Obligations Nées du Contrat**

Même si les prestations des parties à la concession commerciale peuvent sembler déséquilibrées, il n'en est pas moins que chacune d'elle doit remplir un certains nombres d'obligations à l'égard de l'autre : le concédant envers le concessionnaire, et, le concessionnaire envers le concédant.

### 1) les obligations du concédant :

L'obligation principale du concédant résulte de l'exclusivité de revente qu'il réserve à son concessionnaire. Les autres obligations découlent de son obligation d'assistance envers son cocontractant :

□ L'obligation de respecter l'exclusivité :

Le concédant met à la disposition du concessionnaire une exclusivité territoriale, il a l'obligation de respecter le secteur géographique qu'il a confié à son cocontractant, il ne doit pas lui faire de concurrence.

□ L'obligation de livrer :

Le concédant est obligé de fournir les marchandises selon les modalités et conditions prévues contractuellement avec le concessionnaire. Il est également tenu de respecter les délais et le volume d'achat convenus, car si le concessionnaire ne peut pas honorer les exigences de ses clients, cela lui causerait un préjudice certain.

□ L'obligation d'assister le concessionnaire :

Plus précisément, on parle ici d'assistance technique, commerciale et matérielle de la part du concédant.

L'assistance technique représente l'aide que va apporter le concédant afin d'adapter l'entreprise du concessionnaire à son image.

L'assistance commerciale concerne le degré de participation du concédant quant à la mise en œuvre des opérations publicitaires et promotionnelles qui doivent être réalisées par le concessionnaire au cours de l'exécution de son contrat

L'assistance matérielle du concédant se traduit par la mise à disposition au concessionnaire de matériel e de signes distinctifs ,ce dernier est obligé de réaliser des modifications de la décoration de son magasin afin qu'il soit conforme à l'image de marque du concédant.

En plus d'autres obligations doivent d'être respecter par le concédant à savoir :

- ✓ S'abstenir de procéder à des ventes directes dans la zone exclusive accordée au Concessionnaire,
- ✓ respecter les quotas de livraison auxquels il s'est engagé,
- ✓ garantir les vices cachés des produits qu'il fournit,
- ✓ garantir l'exclusivité de la marque, de l'enseigne... dans le secteur géographique Consentit au concessionnaire,
- ✓ définir et mettre en œuvre la politique du réseau.

## **2) les obligations du concessionnaire :**

En plus de son absence d'autonomie totale quant à la commercialisation des produits, les obligations du concessionnaire tiennent d'une part, dans le respect de l'exclusivité d'approvisionnement, et d'autre part, dans le respect de la délimitation territoriale dans la commercialisation de se produits.

□ L'exclusivité d'achat :

Le concessionnaire s'engage à acheter exclusivement les produits du concédant

□ La revente des produits :

Une fois les produits achetés au concédant, le concessionnaire doit les revendre auprès de sa clientèle, il est souvent tenu pour cela, par une clause d'objectif.

Même si le distributeur détient le statut de commerçant indépendant et qu'il vend la marchandise en son nom et pour son compte, il représente un maillon d'une chaîne de distribution. C'est pourquoi le fabricant garde un puissant contrôle sur la politique de vente des produits et sur l'image dégagée par l'exploitation de son cocontractant.

□ Le respect de la délimitation territoriale :

Le concessionnaire doit respecter les limites du territoire qui lui a été concédé et ne pas empiéter sur la zone des autres concessionnaires du même réseau.

Le concessionnaire doit en outre :

- ✓ respecter le quota d'approvisionnement éventuellement prévu dans le contrat,
- ✓ payer le prix des marchandises,
- ✓ assurer divers services à la clientèle,
- ✓ respecter les règles commerciales, de gestion ou de toute autre nature mise contractuellement à sa charge par le concédant,
- ✓ informer le concédant de l'état du marché, des réactions de la clientèle...

### 3) les sanctions en cas de manquement aux obligations contractuelles

Chaque partie au contrat peut voir sa responsabilité contractuelle engagée en cas de manquement à leurs obligations respectives. La réparation donne lieu à des dommages et intérêts. Dans certains cas, il est possible de rompre les relations contractuelles s'il y a eu un manquement grave aux obligations. Cette rupture peut avoir lieu par l'intermédiaire d'une clause résolutoire précédemment insérée au contrat de concession.

## ***E. La Rupture du Contrat de Concession***

### 1) Contrat à durée indéterminée (formule assez rare)

Chaque partie peut mettre fin au contrat à tout moment à condition d'en informer l'autre suffisamment à l'avance, sous peine de dommages et intérêts.

La durée du préavis est librement déterminée par les parties. Elle doit permettre au concessionnaire de : prendre ses dispositions et donner en temps utile une nouvelle orientation à ses activités...

2) **Contrat à durée déterminée (formule plus fréquente) :**

Une partie ne peut pas mettre fin au contrat unilatéralement avant l'arrivée du terme (sauf faute grave ou clause résolutoire expressément prévue).

Une fois le terme arrivé, le concessionnaire n'a aucun droit au renouvellement du contrat. Il pourra seulement prétendre à des dommages et intérêts si le refus de renouvellement est abusif.

3) **Les effets de la rupture du contrat de concession :**

La rupture du contrat entraîne la perte du fonds de commerce pour le concessionnaire, dans la mesure où le fonds de commerce suppose obligatoirement une clientèle. L'indemnité qui sera versée ne compensera pas cette perte. De plus, le droit à indemnité exige que la rupture soit abusive, abus qu'il faut prouver, car la résiliation du contrat ne peut résulter que d'une faute de la part du concessionnaire, que le concédant peut toujours démontrer.

Une protection partielle du concessionnaire résulterait d'une clause du contrat qui obligerait le producteur à reprendre le stock non écoulé. A défaut de cette clause, il pourrait être stipulé un préavis de rupture plus ou moins long qui permettrait au concessionnaire d'écouler le stock invendu.

Le concessionnaire a également l'obligation de restituer l'enseigne et les signes descriptifs du concédant. A défaut, leur utilisation peut être considérée comme de la contrefaçon.

## ***F. Avantages et inconvénients d'une concession***

Le développement des concessions commerciales est du principalement à leur contribution remarquable dans le développement des activités des entreprises mais représentent également des inconvénients.

### **1) Les causes de développements ou avantages de la concession :**

- ✓ Ouverture de nouveaux débouchés.
- ✓ Source d'informations pour l'entreprise concédante, facilitation des études de marché, du fait que son réseau de distribution exclusive la fera bénéficier de leur connaissance concrète, quotidienne, des besoins de la clientèle, de l'évolution de ses goûts et des mutations sociologiques qu'elle subit.
- ✓ Facilité d'établissement des prévisions de vente à long terme et la régularisation des fabrications.
- ✓ Plus de proximité par rapport à la clientèle.
- ✓ Suppression des coûts fixes liés aux personnels de distribution salariés et l'investissement lourd en matière de distribution.
- ✓ Concentration de l'entreprise dans sa fonction principale à savoir la « production »
- ✓ L'entreprise se décharge des soucis de prospection.

### **2) Inconvénients de la concession :**

- ✓ la dépendance du concessionnaire vis-à-vis du concédant (exemple : quotas de vente)
- ✓ la concession est généralement accordée que pour une courte durée, aucune indemnité ne sera due au concessionnaire en cas de non-renouvellement du contrat.

## CONCLUSION

### *Distinction entre Concession Et Franchise*

Deux différences principales distinguent concession et franchise :

#### **1<sup>ère</sup> :**

Dans le contrat de franchise il doit y avoir mise à disposition d'un savoir-faire original, spécifique, identifié, secret et réitérable, et fourniture d'une assistance permanente par le franchiseur.

Le contrat de concession, quant à lui, est principalement un contrat de fourniture de marchandises par le concédant, qui ne comporte pas nécessairement de mise à disposition de savoir-faire.

Le contrat de franchise peut ne pas contenir de clause d'exclusivité territoriale, d'approvisionnement et de revente, alors qu'elle est de principe dans le contrat de concession.

En pratique, la distinction entre franchise et concession peut être plus floue, certaines enseignes se présentant comme franchiseur n'ayant que peu ou pas de savoir-faire consistant et accordant des exclusivités caractéristiques de la concession, et inversement.

#### **2<sup>ème</sup> :**

Même s'il existe entre ces deux conventions un certain nombre de points communs (existence de marque et/ou d'enseigne exclusivité territoriale, exclusivité d'approvisionnement), des différences caractéristiques existent entre les deux notions. La licence de marque ou d'enseigne, la clause d'assistance, partie inhérente au contrat de franchise, peuvent ne pas figurer dans le contrat de concession.

Par ailleurs, les obligations de paiement du franchiseur envers le franchisé diffèrent de celle du concessionnaire envers le concédant.

La distinction entre concession exclusive et franchise repose sur l'existence dans le dernier contrat d'une assistance du franchiseur au franchisé et notamment la transmission permanente du savoir faire. Le contrat de concession exclusive quant à lui peut être réalisé sans assistance ni transfert de connaissances et de techniques du concédant au concessionnaire.

## **BIBLIOGRAPHIE**

- ✓ **Droit des affaires : Hassania CHERKAOUI**  
**Edition l'entreprise commerciale**  
**Préface : OTTO PFERSMANN**
  
- ✓ **La franchise aujourd'hui (réalité économique, pratique, prospective)**  
**Claude Nègre**  
**Entreprise moderne d'édition 1988**
  
- ✓ **Le droit de la franchise**  
**Mémento juridique**  
**Yves MAROT**  
**Gualino éditeur 2003**
  
- ✓ **Franchise et partenariat**  
**Guide pratique**  
**Michel KAHN**  
**Edition Dolloz 1994**
  
- ✓ **Etude sur le contrat de concession exclusive**  
**Bernard BUISSON & Michel de LACGER & Xavier TANDEAU de**  
**MARSAC**  
**Editions SIREY 1968**

