

ESSAI SUR LA FRANCHISE

Il existe de nombreuses définitions de la franchise, qui tentent notamment de cerner la formule d'un point de vue juridique.¹

Mais, la franchise n'est pas seulement un contrat traduisant un rapport de forces et un mode de collaboration entre deux partenaires ; le franchiseur et le franchisé. En effet, la franchise est une stratégie d'entreprise, plus ou moins honnête, qui se traduit en pratique par une simple technique de distribution apparue après le concept de « concessionnariat ».

Pour les diverses incertitudes qui entourent le concept même de la franchise, cette stratégie est demeurée longtemps une pratique sans définition.

D'un point de vue juridique, la franchise peut être définie comme étant « un moyen pour le franchiseur d'écouler sa production auprès des franchisés auxquels il cède l'usage d'un nom commercial ou d'une marque, ainsi qu'un savoir faire ou une assistance commerciale permettant d'en assurer l'exploitation dans les meilleures conditions ».²

Quoiqu'il en soit, la franchise peut être définie comme étant, une stratégie d'entreprise qui permet de développer un réseau national et/ou international dans les activités industrielles, commerciales et de service, en s'appuyant sur des leviers marketing, financier, opérationnel, humain et innovateur, par le transfert d'un savoir faire original, reproductible, transférable, durable, protégeable et performant, à des entrepreneurs indépendants sous une enseigne commune dans une démarche marketing cohérente et complète avec des profits partagés.

A partir de cette définition, il ressort que dans le cadre de la franchise, les rôles sont clairement distribués, comme suit :

Le franchiseur est le fondateur. C'est lui qui a l'idée de départ, qui met au point le concept, recrute et forme ses partenaires franchisés et pilote le réseau.

Le franchisé est l'associé du réseau qui, bien souvent, mobilise toutes les ressources financières pour créer son entreprise, ensuite, il aborde la franchise comme une stratégie d'entreprise.

Contrairement aux Etats-Unis, où une Loi lui est consacrée, la franchise n'est pas, en Tunisie, définie officiellement ni encadrée par un texte particulier. C'est le cas d'ailleurs dans tous les pays dits « de droit latin », comme la France par exemple.

Pour expliquer l'absence de loi, l'accent est mis souvent sur le fait que de nombreux textes existent déjà, notamment en droit commercial et que, par exemple, la franchise n'échappe pas aux différentes droits communs suivants : Droit de la concurrence, droit des marques, droit social, droit civil et droit pénal.

Ceci étant, il est à souligner que le concept de franchise est, quelque peut, méconnu par la pratique en Tunisie, c'est ce qui explique l'absence de jurisprudence en la matière, contrairement à la France, où une abondante jurisprudence s'est constituée (arrêts PRONUPTIA, YVES ROCHER, COMPUTERLAND, MASTER SERVICES et CHARLES JOURDAN) par l'effet du succès pratique de la technique de la franchise.

¹ C'est le cas du Règlement d'Exemption Européen du 30 novembre 1988 par exemple.

² Ripert et Roblot ; Traité de droit commercial tome 2 ^page 575.