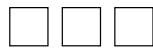


# **La transmission d'entreprise franchisée**



**Les bonnes pratiques**



**fédération française de la franchise**

# Les bonnes pratiques en matière de transmission d'entreprise franchisée

## Préambule

Au fil de la relation de franchise, des événements peuvent conduire à la transmission ou la cession de l'entreprise franchisée. Ces derniers sont de diverses natures (cession volontaire, succession, décès, liquidation judiciaire ou plan de cession, ...).

Même si les mécanismes juridiques sont largement connus, ces situations peuvent conduire à une divergence d'intérêts entre le franchisé et le franchiseur, ce dernier étant responsable de l'intérêt supérieur du réseau. Alors que le premier recherche un intérêt essentiellement financier, le second recherche un intérêt essentiellement stratégique (lié notamment à l'emplacement du point de vente et à la personnalité du franchisé).

Les parties ont des critères d'appréciation différents qu'il convient de prendre en compte. Le franchisé s'interroge sur l'opportunité de vendre ou de transmettre son entreprise (fonds de commerce notamment avec ou sans l'enseigne, cession de parts, apport d'actif, etc). Le franchiseur s'intéressera à la protection et la pérennité de son réseau.

En fonction des outils contractuels et de l'intérêt stratégique du réseau, différentes voies peuvent s'offrir au franchiseur (rachat et création d'une succursale, portage ou agrément d'un nouveau franchisé).

Les éléments de valorisation de l'entreprise franchisée reposent sur un ensemble de critères (l'activité, le type de contrat, le mode d'occupation, la valeur du droit au bail, ou du fonds de commerce, la possibilité de substitution dans l'exécution du contrat de franchise, les bases de calcul existantes dans le réseau, état du matériel, ...).

[Texte du 9 septembre 2004]

## 1. Principes généraux

Un ensemble de principes de base semble pouvoir être dégagé afin de guider le franchiseur et les franchisés dans ces situations.

Les principes de loyauté et de bonne foi dans la relation entretenue entre le franchiseur et son franchisé s'appliqueront aux négociations et discussions relatives à la transmission ou à la vente de l'entreprise franchisée et notamment à l'évaluation ou à la détermination de la valeur de celle-ci.

Le franchiseur agira afin de protéger les intérêts, l'identité et la réputation du réseau de franchise.

Dans un contexte de bonne exécution du contrat par le franchisé, le franchiseur n'abusera pas de sa position pour provoquer une situation de défaillance ou d'affaiblissement de l'entreprise franchisée.

## 2. Principes et usages en matière de cession ou vente des entreprises franchisées

Hormis les principes généraux, d'autres principes sont applicables, mais ils répondent aux caractéristiques spécifiques de chaque contrat de franchise.

Les mécanismes juridiques existants en matière de transmission d'entreprise varient en fonction de la politique interne de chaque réseau. Dès lors, on ne s'attachera qu'à les lister sans imposer leur application au-delà de la lettre des contrats.

### La préemption par le franchiseur :

Le franchisé fournira des éléments justes et transparents afin de permettre au franchiseur d'user ou non de son droit de préempter conformément aux conditions prévues dans le contrat.

### La promesse unilatérale de vente au bénéfice du franchiseur

Dès sa décision de cession, le franchisé mettra le franchiseur en mesure de lever l'option de la promesse unilatérale de vente en lui fournissant l'ensemble des éléments nécessaires de manière juste et transparente.

## L'agrément du candidat à la reprise de l'entreprise franchisée

Le cas échéant, l'agrément du candidat à la reprise de l'entreprise franchisée, sera soumis aux conditions et procédures en vigueur pour la sélection des franchisés dans le réseau. Ainsi, et en conformité avec le code de déontologie, le franchiseur n'acceptera que les candidats qui, après une enquête raisonnable, auraient les compétences requises (formation, qualités personnelles, capacités financières) pour l'exploitation de l'entreprise franchisée.

Le candidat franchisé se doit d'être loyal dans toutes informations qu'il communiquera ou pourra communiquer en vue de son agrément.

Le franchiseur n'abusera pas de sa faculté d'agrément pour dévaloriser l'entreprise franchisée.

Le franchisé pourra demander les motifs du refus d'agrément.

## Les méthodes d'évaluation de l'entreprise franchisée

Le franchiseur pourra, si elles existent, faire connaître, aux membres de son réseau, les méthodes d'évaluation de la valeur de l'entreprise ou du fonds de commerce en vigueur et le cas échéant, leurs évolutions.

## 3. Principes et usages en matière de transmission pour cause de décès ou de succession des entreprises franchisées

Dans les hypothèses de transmission des entreprises franchisées pour cause de décès ou de succession, les principes applicables aux mécanismes juridiques tels que la préemption ou l'agrément des candidats seront soumis aux mêmes principes et conditions que ceux décrits ci-dessus.

Le franchiseur sera le plus diligent possible dans la gestion d'une telle situation notamment celle du décès du franchisé ou de son principal représentant.

Le franchiseur pourra donner par avance ou par avenants des agréments pour les héritiers du franchisé, les collaborateurs ou encore les associés.