

Les affaires et le droit – 2^e édition

Par M^e Hélène Montreuil

Corrigé du chapitre 17 – Le franchisage

Réponses aux questions

- 17.1 Le franchisage est un contrat par lequel une personne, le franchiseur, vend à une autre personne, le franchisé, le droit d'exploiter un commerce sous le nom d'emprunt et la marque du franchiseur selon les méthodes et les normes du franchiseur, en contrepartie d'un droit d'entrée, de redevances annuelles et de redevances publicitaires.
- 17.2 Le contrat de franchise est peu encadré par le *Code civil*. En pratique, il n'y a que les articles 1377 à 1456 C.c.Q. qui s'appliquent à tous les contrats, qui concernent aussi le contrat de franchise. Mis à part l'article 1385 C.c.Q. qui énonce les cinq éléments essentiels pour former un contrat valide, à savoir la capacité des parties, l'échange de consentement, un objet, une cause et une forme, les autres articles sont très peu contraignants de sorte que les parties peuvent signer pratiquement toutes les conventions qu'elles désirent. Comme nous pouvons présumer que tous les contrats de franchise respectent les dispositions de l'article 1385 C.c.Q., nous devons nous en remettre au contenu même du contrat de franchise pour connaître les droits et obligations de chaque partie. En fait, le contrat constitue en quelque sorte la loi des parties. En pratique, le franchiseur impose au franchisé un contrat déjà rédigé qui comporte généralement une trentaine de pages. Le franchisé n'a pas tellement le choix : ou il accepte de signer le contrat tel quel, ou il renonce à exploiter un commerce sous forme de franchise.
- 17.3 Le manuel d'exploitation est le document qui énonce les exigences du franchiseur; il comprend la liste des cours offerts par le franchiseur, la nature des services offerts ainsi que les normes d'exploitation qui concernent les prix, les normes d'entretien de l'établissement, les mesures de sécurité et d'hygiène et les renseignements sur les visites de contrôle effectuées par le franchiseur.
- 17.4 Le franchisé doit :
- Payer les redevances
 - Respecter les normes de construction et d'aménagement
 - S'approvisionner auprès des fournisseurs autorisés
 - Participer aux programmes de publicité édictés par le franchiseur
 - Contracter les assurances nécessaires
 - Se conformer aux exigences du contrat en matière de cession ou de transfert du contrat de franchise

- Respecter les restrictions qui sont imposées à ses activités
- Respecter le contrat de franchise
- Exploiter son commerce conformément aux normes d'exploitation
- Se soumettre à certaines règles comptables et financières dont :
 - Remettre au franchiseur la liste de ses actionnaires
 - Faire autoriser ses emprunts par le franchiseur
 - Respecter certains ratios financiers afin d'assurer la stabilité financière de l'entreprise
 - Utiliser les caisses enregistreuses et les logiciels comptables recommandés par le franchiseur
 - Permettre la vérification régulière de sa comptabilité par le franchiseur

17.5 Il existe deux types de redevance dans un contrat de franchise : la redevance annuelle, qui consiste à remettre annuellement au franchiseur un montant d'argent égal à un certain pourcentage du chiffre d'affaires, et la redevance publicitaire, qui consiste à payer annuellement au franchiseur un montant d'argent égal à un certain pourcentage du chiffre d'affaires à des fins publicitaires.

17.6 Le franchisé ne dispose d'aucune latitude pour aménager à sa façon son établissement puisque le franchiseur impose au franchisé la forme et la dimension des locaux, les couleurs, l'aménagement intérieur, les meubles et même les uniformes pour standardiser l'apparence des établissements.

17.7 Un franchisé ne peut pas s'approvisionner auprès d'une laiterie locale car le contrat de franchise prévoit généralement que tout ce dont le franchisé a besoin pour l'exploitation de son commerce, qu'il s'agisse du matériel ou des produits, doit être acheté du franchiseur ou d'un vendeur autorisé par celui-ci.

17.8 Même si le franchisé a payé la redevance publicitaire prévue au contrat de franchise, en règle générale, il n'a pas entièrement rempli ses obligations et il doit déboursier des sommes supplémentaires au titre de la publicité.

En effet, le contrat de franchise prévoit généralement que le franchisé doit en plus effectuer des dépenses pour un certain montant à des fins de publicité et de promotion locale de son établissement (voir exemple de la clause 6.3.2 du contrat de franchise).

De plus, le contrat de franchise prévoit généralement que le franchisé doit déboursier des couts supplémentaires pour participer aux activités de promotion organisées par le franchiseur. Par exemple, lorsque McDonald's fixe le prix du cheeseburger à 0,99 \$ pour une durée de trois semaines, ou qu'il organise une journée au bénéfice du Manoir Ronald McDonald en lui remettant 1 \$ pour chaque Big Mac vendu, tous les McDonald's doivent participer à ces activités de promotion, et cela constitue un cout supplémentaire.

- 17.9 Le contrat de franchise permet parfois à une personne d'exploiter plusieurs établissements à la condition expresse que ces établissements soient du même franchiseur. À cette fin, il faut consulter le contrat de franchise pour le savoir.
- 17.10 Le franchiseur s'engage à donner au franchisé et à ses employés une formation initiale ainsi qu'à lui fournir un manuel d'exploitation qui comprend, outre des normes de construction et d'aménagement, la liste des cours offerts par le franchiseur, la nature des services offerts ainsi que les normes d'exploitation qui concernent les prix, les normes d'entretien de l'établissement, les mesures de sécurité et d'hygiène et les renseignements sur les visites de contrôle effectuées par le franchiseur.

Réponses aux cas pratiques

- 17.11 Restobon ne peut pas procéder à l'agrandissement de son établissement sans le consentement de Gestion Pouldor inc. En effet, l'article 5.2 du contrat de franchise prévoit expressément que « toute modification subséquente aux plans et devis approuvés par GPI devra recevoir l'approbation écrite de GPI. Si GPI doit, avant d'approuver des plans et devis ou des modifications subséquentes, consulter ses architectes, ingénieurs, designers ou autres professionnels, les honoraires de ces professionnels seront à la charge du franchisé, lequel s'engage à les acquitter. »
- 17.12 Restobon ne peut pas exiger que Gestion Pouldor inc. reconnaisse les cours donnés par l'Institut de l'hôtellerie du Québec en lieu et place de la formation offerte par Gestion Pouldor inc., car l'article 13.5 du contrat de franchise prévoit expressément que « le franchisé s'engage par ailleurs à ce que l'ensemble du personnel de l'établissement suive, à ses frais, les cours de formation requis de temps à autre par GPI. Le franchisé s'engage à cet égard à acheter tout équipement de formation prescrit de temps à autre par GPI. » Le franchiseur exige que les employés de Restobon suivent les cours donnés par le franchiseur. Les cours prévus aux articles 13.1 et 13.2 du contrat de franchise s'appliquent aux cadres de l'entreprise.
- 17.13 Non seulement Restobon peut lancer une campagne de publicité pour la promotion de son restaurant Rôtisserie poulette dorée indépendamment de la campagne nationale de publicité organisée par Gestion Pouldor inc., mais elle doit le faire. En effet, l'article 6.3.2 du contrat de franchise prévoit expressément que « le franchisé s'engage à effectuer des dépenses pour un montant annuel égal à au moins deux pour cent (2 %) du montant annuel des revenus bruts à des fins de publicité et de promotion locale de son établissement ».

Cependant, Restobon doit soumettre sa campagne de publicité à l'approbation de Gestion Pouldor inc., car l'article 14.3 du contrat de franchise prévoit expressément que « le franchisé s'engage à soumettre à l'approbation écrite et préalable de GPI tout projet de publicité effectué à des fins de publicité et de promotion locale de son établissement conformément au sous-paragraphe 6.3.2 de cette convention. GPI pourra à sa seule discrétion refuser ou modifier tout projet de publicité soumis par le franchisé. »

- 17.14 Restobon ne peut pas offrir un nouveau mets, en l'occurrence du poulet rôti sur riz accompagné d'une sauce japonaise à la cerise, sans le consentement de Gestion Pouldor inc., car l'article 13.7 du contrat de franchise prévoit expressément que « le franchisé reconnaît l'importance de l'uniformité de la qualité, des portions et de la présentation des mets et boissons servis aux clients des Rôtisseries poulette dorée. Il s'engage donc à respecter toutes les instructions contenues à cet effet au manuel d'exploitation. De la même manière, il s'engage à suivre exactement les recettes de cuisine et de bar mentionnées au manuel d'exploitation. Le franchisé convient de ne servir dans son établissement aucun autre mets et aucune autre boisson que ceux qui sont spécifiquement autorisés au manuel d'exploitation ou par GPI. »
- 17.15 Restobon inc. ne peut pas signer cet acte d'hypothèque sans le consentement de Gestion Pouldor inc., car l'article 8.1.3 du contrat de franchise prévoit expressément que « le franchisé s'engage à soumettre, pour approbation préalable et écrite de GPI, l'identité du prêteur ainsi que les modalités, les termes et les conditions de tout emprunt, avant de le contracter ».
- 17.16 Marcel ne peut pas refuser d'obéir à la demande de Gestion Pouldor inc. de remplacer son gérant d'équipe Catherine par une autre personne car l'article 13.1 du contrat de franchise prévoit expressément que « le franchisé devra faire en sorte que les personnes à son emploi dont la fonction apparaît à l'Annexe F ci-jointe suivent le cours initial de formation établi par GPI au manuel d'exploitation. Ces personnes devront réussir ce cours avec succès, à défaut de quoi le franchisé devra désigner un ou plusieurs remplaçants. » Comme la fonction de gérant d'équipe est une fonction décrite à l'Annexe F, si Catherine ne réussit pas le cours, Marcel doit la remplacer.
- 17.17 La police d'assurance de responsabilité civile pour une somme de cinq millions de dollars souscrite par Restobon est suffisante, car l'article 16.3.3 du contrat de franchise prévoit expressément que « le franchisé devra souscrire et maintenir en vigueur une ou des polices d'assurance de responsabilité civile et elles devront prévoir une protection d'au moins deux millions de dollars (2 000 000 \$) pour chaque cas de blessures, de décès, ou de dommages à la propriété, cette protection minimale pourra être augmentée tel que prescrit au manuel d'exploitation ».

D'autre part, comme l'article 16.3.3 prévoit qu'il s'agit d'une protection « d'au moins deux millions de dollars », rien n'empêche Restobon de souscrire une assurance pour une somme plus élevée.