



Grégory REGOUBY
Directeur de la Publication & CEO du Groupe Plus que PRO

Non, un franchiseur ne peut pas interdire à un franchisé d'avoir son site internet !

C'est une question qui crée trop souvent des tensions (voire plus) entre les têtes de réseau et leurs membres. Qu'il s'agisse d'un site marchand (distribuant des produits ou services sur internet) ou d'un simple site vitrine (sans vocation à vendre), le sujet est éminemment sensible...

Adopté en 2010 par la Commission Européenne et applicable jusqu'au 31 mai 2022, le fameux Règlement d'exemption dispense (heureusement) en partie les franchisés de l'application des lois initialement destinées à empêcher toute entrave à la libre concurrence et à la liberté d'entreprendre. Le but étant de permettre l'application totalement indispensable d'accords dits « verticaux » comme il en existe obligatoirement dans le cadre d'un contrat de franchise...

Les « lignes directrices » qui accompagnent le Règlement d'Exemption énoncent ainsi que : « *Internet est un instrument puissant, qui permet d'atteindre un plus grand nombre et une plus grande variété de clients que par les seules méthodes de vente traditionnelles, ce qui explique pourquoi certaines restrictions à son utilisation sont considérées comme une restriction des (re) ventes. En principe, tout distributeur doit être autorisé à utiliser internet pour vendre ses produits* ».

En règle générale, l'utilisation par un distributeur d'un site internet est considérée comme une vente dite « passive », car c'est « un moyen raisonnable de permettre aux consommateurs de l'atteindre ».

Or, ces ventes dites « passives », ne peuvent en aucun cas faire l'objet de clauses restrictives.

Une présence sur le web et un soutien de la tête de réseau plus que jamais indispensables...

Même si le Règlement d'Exemption précise que « *le fournisseur (le franchiseur) peut bien entendu imposer aux franchisés des normes de qualité pour l'utilisation d'un site internet aux fins de la vente de ses produits* », on peut valablement penser que ces contraintes ne peuvent légitimement aller au-delà du strict respect des dispositions générales de son contrat, de sa charte graphique ou de sa stratégie de communication.

« Sur le principe et en droit, prétendre interdire à un distributeur (franchisé ou non) de distribuer ses produits ou services sur le web est en réalité assimilé à un frein à la libre concurrence... »

En cette période de crise sanitaire, le devoir d'un franchiseur est avant tout d'accompagner au plus près les membres de son réseau. A un moment où leur visibilité sur le web est plus que jamais vitale, les priver d'un outil aussi puissant qu'un site internet paraît difficilement justifiable.

Sur le principe et en droit, il est donc évident que prétendre interdire à un distributeur (franchisé ou non) de proposer ses produits ou ses services sur le web est en réalité assimilable à un frein à la libre concurrence, que ce soit en interne ou en externe (intra marque ou inter marques).

La conclusion est donc tout simplement qu'aujourd'hui, non seulement rien ne permet raisonnablement de prétendre qu'un franchiseur a la possibilité d'empêcher ses affiliés de mettre en ligne un site internet (qu'il s'agisse d'un site vitrine ou d'un site marchand), mais qu'en outre, le faire serait clairement contraire à ses intérêts !