

Chapitre 11 Les partenariats contractuels

Les entreprises cherchent des solutions afin d'être plus performantes et d'optimiser leur efficacité.

Juridiquement, le partenariat, à travers des structures commerciales ou productives réglementées, permet aux entreprises d'allier compétences et ressources pour se développer.

Les entreprises peuvent conclure des partenariats avec d'autres entreprises tels que le contrat de franchise et le contrat d'entreprise (sous-traitance), dès lors que ces accords ne conduisent pas à une entente illicite ou un abus de position dominante.

Un partenariat est une association entre deux ou plusieurs entreprises ou entités indépendantes qui décident de coopérer en vue de réaliser un objectif commun.

Le partenariat comporte trois spécificités :

- Chaque partenaire conserve son autonomie ;
- Chaque partenaire doit contribuer à la réalisation de l'objectif fixé ;
- Tous les partenaires ont un ou des objectifs communs.

Un partenariat doit être formalisé par un contrat déterminant les rôles, responsabilités et participations financières de chaque partenaire de manière claire et précise.

2. Quelles sont les formes de coopération d'entreprise ?

La coopération interentreprises est un accord entre deux ou plusieurs entreprises ayant pour objectif de répondre à des intérêts (économiques, commerciaux...) communs. Les accords de coopération permettent la réalisation rapide des économies d'échelle (ex : baisse des coûts d'achats...), de bénéficier des effets de synergie, d'atteindre plus rapidement la masse critique, de développer l'innovation, d'accroître leur flexibilité etc.

On distingue la coopération contractuelle de la coopération structurelle (création d'une structure juridique).

1. La coopération contractuelle comprend:

- **La franchise**, contrat du droit commercial par lequel une entreprise indépendante « le franchiseur », concède à un autre entreprise indépendante « le franchisé », le droit d'utiliser tout ou une partie des droits incorporels lui appartenant (nom commercial, marques, licences), généralement contre le versement d'un pourcentage sur son chiffre d'affaires ou d'un pourcentage calculé sur ses bénéfices
- **La concession**, contrat commercial par lequel un commerçant indépendant dit « concessionnaire » se procure auprès d'un autre commerçant, fabricant ou grossiste, dit le « concédant » des marchandises qu'il s'engage à commercialiser sous la marque du concédant, lequel lui confère une exclusivité pour un temps et dans une zone géographique délimitée.
- **La sous-traitance**, contrat par lequel le « sous-traitant » s'engage, sous la direction d'un entrepreneur principal, à réaliser un travail en sous-œuvre
- **La co-traitance** ou encore Groupement Momentané d'Entreprises (GME), est un accord par lequel deux ou plusieurs entrepreneurs constituent un groupement momentané dans le but d'entretenir entre eux des liens juridiques économiques et financiers.

2. La coopération structurelle comprend :

- **La co-entreprise** (ou joint-venture) est une entreprise créée par deux entreprises ou plus et détenue à part égale afin de partager des compétences, des technologies, de réaliser des économies d'échelle, etc.
- **Le GIE** est le regroupement d'entreprises préexistantes dans une nouvelle entité juridique dont le but est de faciliter ou de développer l'activité économique de ses membres, d'améliorer ou d'accroître les résultats de cette activité.

2. Quels sont les avantages du contrat de franchise ?

A. Les caractéristiques du contrat de franchise

La franchise est un contrat par lequel une personne, appelée le franchiseur, accepte de mettre à la disposition d'une autre personne, appelée le franchisé, sa marque, ses procédés de fabrication, ses produits moyennant une redevance et un droit d'entrée dans la franchise.

B. La franchise et les besoins du franchiseur

1. Une réponse aux besoins financiers du franchiseur

Le franchiseur a un besoin de financement pour assurer le développement de son entreprise. Il n'a pas les moyens financiers de multiplier l'implantation de succursales. En assurant ce développement par la franchise, il satisfait ses besoins financiers.

- **D'abord, grâce à la franchise**, il ne supporte ni les charges d'implantation ni celles de l'installation de nouveaux points de vente. Elles sont payées par le franchisé.
- **Ensuite, une fois les points de vente implantés et installés**, les charges de gestion sont à la charge du franchisé.
- **Enfin, les droits d'entrée et les redevances perçues** permettent au franchiseur de financer le développement futur de son réseau.

2. Une réponse aux besoins commerciaux du franchiseur

D'abord, le réseau peut être développé rapidement, et donc les produits du franchiseur distribués sur un large territoire. Ensuite, la multiplication des enseignes du franchiseur accentue la notoriété de sa marque ou de son enseigne. De plus, la gestion d'un point de vente par un franchisé juridiquement indépendant est plus efficace que celle assurée par des salariés en raison des motivations très fortes des exploitants indépendants.

Enfin, la mise en place de la communication entre franchiseur et franchisé permet d'améliorer les conditions d'exploitation du réseau par la connaissance des besoins et des difficultés des franchisés, et au-delà des clients.

3. Les risques du franchiseur

Ces risques tiennent à la nécessité de ne pas divulguer à l'extérieur du réseau le savoir-faire du franchiseur, ce qui anéantirait l'avantage concurrentiel du franchiseur comme de ses franchisés.

Ils tiennent aussi, pour le franchiseur, au risque de requalification du contrat de franchise en contrat de travail par le juge en raison de l'immixtion du franchiseur dans la gestion du franchiseur, qui doit rester un entrepreneur indépendant.

C. La franchise et les besoins du franchisé

1. Une réponse aux besoins financiers du franchisé

Le contrat de franchise répond aux besoins commerciaux et financiers du franchisé en lui accordant un monopole de représentation sur un territoire donné. Le franchiseur lui confie un produit (ou la réalisation d'un service) qui a fait ses preuves, met à sa disposition une marque réputée, l'assiste pour l'installation de son point de vente selon des principes testés et efficaces.

Tout cela permet au franchisé de se constituer rapidement une clientèle et de réaliser rapidement un chiffre d'affaires régulier.

2. Une réponse aux besoins commerciaux du franchisé

Sur le plan économique, le franchiseur apporte son aide au franchisé en cas de difficultés. Même s'il reste le propriétaire du point de vente avec les risques que cela comporte, le franchisé peut compter sur l'aide du franchiseur, qui a tout intérêt à ce que chacun de ses franchisés réussisse : l'image du réseau souffrirait en cas de liquidation de l'entreprise de l'un d'eux.

De plus, le contrat de franchise permet au franchisé d'adapter le volume de ses charges à son chiffre d'affaires. En effet, la redevance due est proportionnelle soit au chiffre d'affaires, soit au bénéfice.

La franchise est un accord passé entre deux parties :

- **Le franchiseur**, qui dispose d'une marque/enseigne et d'un réel savoir-faire transmissible
- **Le franchisé**, commerçant indépendant, qui devra posséder des qualités de chef d'entreprise.

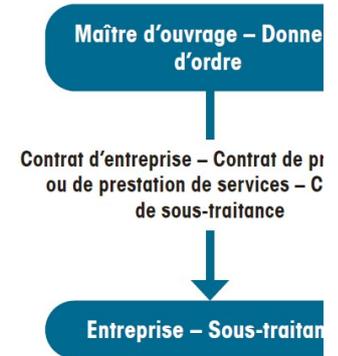
Le franchisé, en échange d'un droit d'entrée et de redevances, aura le droit d'exploiter une franchise dans le but de commercialiser certains types de produits et/ou des services spécifiques.

OBLIGATIONS	
Le franchisé doit	Le franchiseur doit
<ul style="list-style-type: none">• En principe, rechercher et négocier l'emplacement de son point de vente (souvent avec l'aide du franchiseur lorsque la tâche est complexe et les locaux rares et chers).• Constituer sa société et se charger des démarches administratives.• Appliquer la stratégie commerciale du franchiseur.• Rétribuer son franchiseur en contrepartie de ses apports (droit d'entrée, royalties...).• Participer à la formation.• Recruter et former son personnel.• S'approvisionner auprès de son franchiseur ou de fournisseurs référencés.• Respecter les normes d'un concept et les standards de qualité.	<ul style="list-style-type: none">• S'efforcer de sélectionner des candidats capables de réussir en tant que franchisés au sein de son réseau.• Leur confier les signes de ralliement de la clientèle : enseigne, marque, logo et en garantir la jouissance en les protégeant contre des usurpations de marque ou des copies illégales.• Faire bénéficier le franchisé d'un savoir-faire testé et qui a démontré sa rentabilité.• Faire évoluer le concept et le savoir-faire.• Remettre un document d'information précontractuel (DIP) à ses franchisés et, plus généralement, veiller à ce qu'ils s'engagent en connaissance de cause.• Proposer un contrat d'une durée suffisamment longue afin que le franchisé puisse amortir complètement ses investissements et que les banques acceptent en conséquence de le financer.• Offrir une formation initiale à ses franchisés et leur transmettre un manuel opératoire commun et à jour.• Fournir en permanence une assistance commerciale et technique au franchisé.• Accompagner son franchisé avant, pendant et après l'ouverture.• Se charger des plans publicitaires et des actions marketing.• Organiser des réunions, séminaires, commissions.

3. Le contrat d'entreprise (la sous-traitance)

La sous-traitance est une opération par laquelle une entreprise (**le donneur d'ordre**) confie à une autre entreprise (**le sous-traitant**) la tâche de réaliser pour elle une partie des actes de production et/ou de services dont elle demeure responsable.

Le contrat d'entreprise est le contrat, défini par l'article 1710 du Code civil, par lequel un entrepreneur s'engage auprès du maître d'ouvrage ou donneur d'ordre à réaliser un ouvrage moyennant un prix. Le contrat d'entreprise est aussi répandu que le contrat de vente (coiffeur, avocat, géomètre, menuisier, maçon...). On le trouve également sous le nom de contrat de prestation de services. Il est le contrat support de la sous-traitance.



➤ **Les obligations du sous-traitant**

Le sous-traitant s'engage à réaliser les différentes prestations mentionnées dans le contrat dont il est responsable.

➤ **Les obligations du donneur d'ordre**

Le donneur d'ordre a pour principale obligation le versement des sommes prévues par le contrat de sous-traitance.

OBLIGATIONS	
Le sous-traitant doit :	Le donneur d'ordre doit :
<ul style="list-style-type: none"> • Réaliser les travaux confiés en respectant les délais convenus. • Informer le donneur d'ordre des difficultés rencontrées pour réaliser ses missions. • Obligation de conseil envers le donneur d'ordre. 	<ul style="list-style-type: none"> • Payer le sous-traitant selon les modalités convenues. • Tout mettre en œuvre pour que le sous-traitant puisse réaliser ses missions de façon satisfaisante. • Obligation de vigilance pour les contrats de plus de 5 000 euros hors taxe (il doit vérifier que les obligations salariales et fiscales du sous-traitant sont respectées par ce dernier). Par exemple, le donneur d'ordre peut insérer une clause pour se prémunir contre l'embauche illégale de salarié.

4. La concession commerciale

Le contrat de concession commerciale est un contrat entre un concédant, qui s'engage à délivrer de manière exclusive, dans une aire géographique donnée, ses marchandises à un commerçant indépendant, et ce dernier, le concessionnaire, qui les commercialisera sous la marque du concédant.

Ainsi, le concédant bénéficie d'une distribution large de ses produits sans être obligé de financer l'ouverture de points de vente. Le concessionnaire, qui doit être un professionnel de la vente, bénéficie de son côté de la notoriété d'une marque et de produits.