Un futur franchisé averti *en vaut deux!*

Un document d'information précontractuelle doit être remis à tout futur franchisé, au moins 20 jours avant la signature du contrat. Mais, il ne faut pas s'en contenter. Le candidat doit se renseigner de son côté.

Signer un contrat de franchise ou de licence de marque est loin d'être anodin. Afin de le faire en toute connaissance de cause, la loi prévoit que la tête de réseau remette à son futur partenaire un document d'information précontractuelle (DIP). Et ce, 20 jours au moins avant la signature effective du contrat de franchise.

LE DIP, QU'EST-CE QUE C'EST?

Son contenu « *s'apparente à un inventaire à la Prévert* », estime Jean-Baptiste Gouache, avocat au sein du cabinet éponyme. De fait, on doit y trouver une présentation du franchiseur et de son entreprise, du réseau avec, notamment, la liste des franchisés, licenciés ou affiliés, des informations sur l'état général et local du marché sur lequel évolue l'enseigne. Y figurent également les dépenses et investissements nécessaires au démarrage de l'activité sous l'enseigne, ainsi que le contrat. « *Ce document doit comporter des informations sincères, c'est-à-dire suffisamment complètes pour que le candidat ait une vision claire du réseau, et des informations précises, c'est-à-dire qu'elles reflètent la situation du réseau au moment où le DIP est délivré* », souligne Me Gouache.

DEMANDEZ PLUS D'INFORMATIONS

Surtout, les professionnels recommandent de ne pas se contenter de ces informations, de faire analyser le DIP par des experts, avocat, juriste, expert comptable, et de se renseigner par soi-même. « *Il ne faut pas hésiter à réclamer à la tête de réseau les chiffres d'affaires de ses succursales sur les cinq dernières années et de ses franchisés ou licenciés* », conseille Monique Ben Soussen, avocate au sein du cabinet BSM. « *Il arrive que des têtes de réseaux soient réticentes pour les communiquer, en prétextant que ceux-ci sont confidentiels. Il faut, néanmoins, insister* », dit-elle.

© Photo Alto/GettyImages

Le document d'information précontractuelle (DIP) doit donner une vision claire du réseau.

N'hésitez pas à prendre contact avec d'autres franchisés.

ENQUÊTEZ POUR SAVOIR CE QUI SE PASSE DANS LE RÉSEAU

Rien de mieux, par ailleurs, que de prendre contact avec d'autres franchisés pour savoir ce qui se passe réellement dans le réseau. Là encore, « *il ne faut pas se contenter de réponses approximatives: les personnes qui sont en situation d'échec ont souvent honte. Il faut parfois insister pour avoir des éléments précis qui permettront de vérifier si l'enseigne est en cause, ou pas* », avertit Me Ben Soussen.

Enfin, il incombe au candidat de réaliser sa propre étude de marché et d'établir ses prévisionnels, même « *s'il est communément admis*, affirme Rémi de Balmann, avocat associé-gérant du cabinet D, M & D, *que la tête de réseau fournisse un compte d'exploitation type ou des résultats de magasins comparables.* »

Christine Galimant

DES FRANCHISÉS PRUDENTS

- **94 %** des franchisés ont mené une enquête préalable avant de signer.
- **76 %** ont enquêté sur la rentabilité du réseau.
- **70 %** sur la satisfaction des franchisés.
- **73 %** des franchisés ont sollicité l'avis d'un expert, avant de choisir leur réseau: 48 % un expert-comptable, 35 % un banquier, 21 % un juriste.

Source: enquête annuelle de la franchise 2013, Banque Populaire-FFF-CSA.