



TEXTES ADOPTÉS

P8_TA(2017)0322

Fonctionnement du franchisage dans le secteur du commerce de détail

Résolution du Parlement européen du 12 septembre 2017 sur le fonctionnement du franchisage dans le secteur du commerce de détail (2016/2244(INI))

Le Parlement européen,

- vu sa résolution du 11 décembre 2013 sur le plan d'action européen pour le commerce de détail au profit de tous les acteurs¹, et notamment son paragraphe 29,
- vu sa résolution du 7 juin 2016 sur les pratiques commerciales déloyales dans la chaîne d'approvisionnement alimentaire²,
- vu l'étude réalisée en avril 2016 à la demande de la commission IMCO sur le franchisage³,
- vu l'étude réalisée en septembre 2016 à la demande de la commission IMCO intitulée «Legal Perspective of the Regulatory Framework and Challenges for Franchising in the EU» (perspective juridique du cadre réglementaire et des défis en matière de franchisage dans l'Union européenne)⁴,
- vu la note d'information intitulée «Future Policy Options in Franchising in the EU: Confronting Unfair Trading Practices» (futurs options stratégiques pour le franchisage dans l'Union européenne: lutte contre les pratiques commerciales déloyales)⁵,
- vu l'atelier intitulé «Les relations entre franchiseurs et franchisés: cadre réglementaire et défis actuels», organisé par la commission IMCO le 12 juillet 2016,
- vu l'article 52 de son règlement intérieur,
- vu le rapport de la commission du marché intérieur et de la protection des consommateurs et l'avis de la commission des affaires économiques et monétaires (A8-0199/2017),

¹ JO C 468 du 15.12.2016, p. 140.

² Textes adoptés de cette date, P8_TA(2016)0250.

³ IP/A/IMCO/2015-05, PE 578.978.

⁴ IP/A/IMCO/2016-08, PE 587.317.

⁵ PE 587.325.

- A. considérant qu'il n'existe aucune définition européenne commune de la franchise et que les accords de franchise diffèrent d'une entreprise à l'autre, mais qu'une caractéristique principale des relations de cette nature est qu'elles instaurent un partenariat contractuel conclu sur une base volontaire entre des entrepreneurs ou des personnes physiques ou morales qui sont juridiquement et financièrement indépendants les uns des autres, en vertu duquel une partie (le franchiseur) accorde à l'autre partie (le franchisé) le droit d'exploiter sa formule de franchise, son nom et ses marques commerciales et partage son savoir-faire, en s'appuyant sur l'expérience technique et organisationnelle du franchiseur et sur son assistance pendant la durée du contrat, les clients partant du principe de l'unité du système de franchise et l'intention des deux parties (franchiseur et franchisé) étant d'acquérir rapidement de nouveaux marchés avec un investissement limité et de multiplier les chances de succès;
- B. considérant que, dans sa résolution du 11 décembre 2013, le Parlement a accueilli favorablement le modèle économique de la franchise, qui soutient la propriété de petites et de nouvelles entreprises, mais a constaté l'existence de conditions contractuelles déloyales dans certains cas et a plaidé en faveur de clauses contractuelles transparentes et équitables; qu'il a, en outre, attiré en particulier l'attention de la Commission et des États membres sur les problèmes rencontrés par les franchisés qui souhaitent vendre leur entreprise ou modifier leur formule commerciale, tout en restant actifs dans le même secteur et a invité la Commission à examiner l'interdiction de mécanismes d'imposition des prix dans les systèmes de franchise, ainsi que les effets des clauses de concurrence à long terme, des options d'achat et de l'interdiction de la multi-franchise;
- C. considérant que le franchisage dispose du potentiel nécessaire pour servir de modèle économique contribuant à la réalisation du marché unique dans le secteur de la vente au détail car il peut constituer un moyen pratique d'établir une société par l'intermédiaire d'un investissement partagé entre un franchiseur et un franchisé; regrette dès lors qu'il ne réalise pas actuellement son plein potentiel dans l'Union européenne, où il ne représente que 1,89 % du PIB, contre 5,95 % aux États-Unis et 10,83 % en Australie, et où 83,5 % du chiffre d'affaires du franchisage est concentré dans seulement sept États membres¹, motif pour lequel il est important d'encourager une plus large diffusion de ce modèle économique dans l'ensemble de l'Union;
- D. considérant que le franchisage revêt une dimension transfrontalière significative, est important pour le fonctionnement du marché intérieur et peut donc stimuler la création d'emplois, le développement des PME et de l'esprit d'entreprise ainsi que l'acquisition de nouvelles capacités et compétences;
- E. considérant que la législation existante applicable au franchisage en tant que modèle économique varie considérablement d'un État membre à l'autre, ce qui dresse des barrières techniques et risque de décourager les franchiseurs et les franchisés qui auraient souhaité développer leurs activités par-delà les frontières; que cette situation peut à son tour avoir des répercussions sur les consommateurs finaux en limitant leur choix;

¹ «Legal Perspective of the Regulatory Framework and Challenges for Franchising in the EU» (Perspective juridique du cadre réglementaire et des défis en matière de franchisage dans l'Union européenne), étude réalisée pour la commission IMCO, septembre 2016, p. 12.

- F. considérant qu'il existe des différences entre les franchisages «durs» et «doux» au niveau des conditions de l'accord de franchise; que, par ailleurs, d'autres modèles économiques, tels que les «groupes de détaillants indépendants», présentent des caractéristiques spécifiques et ne devraient être soumis aux règles régissant le franchisage que dans la mesure où ils répondent à la définition du franchisage;
- G. considérant qu'il y a un manque d'informations concernant le fonctionnement du franchisage dans tous les secteurs, étant donné que les informations importantes ne sont pas consignées par écrit ou ne peuvent bien souvent être trouvées que dans les lettres d'accompagnement jointes à l'accord de franchise, qui sont confidentielles et ne sont donc pas rendues publiques, et qu'il n'existe aucun mécanisme, au niveau de l'Union, pour collecter des informations sur les clauses ou la mise en œuvre de contrats pouvant être considérées comme déloyales, motif pour lequel une plateforme contenant ces informations importantes est nécessaire pour permettre aux franchiseurs et aux franchisés de mieux connaître leurs devoirs et leurs droits;
- H. considérant que le commerce en ligne est en pleine expansion, que les consommateurs y ont recours de manière grandissante et qu'il devrait dès lors être mieux pris en compte dans les accords de franchise; que, dans le cadre de la réalisation du marché unique numérique, il convient dès lors d'accorder une attention particulière aux tensions qui apparaissent entre franchiseurs et franchisés en ce qui concerne le commerce électronique, notamment eu égard au droit d'exclusivité du franchisé pour une zone géographique donnée, et l'importance croissante des données des consommateurs pour le succès des modèles économiques du franchisage, notamment compte tenu du fait que les accords de franchise ne contiennent pas, à l'heure actuelle, de dispositions sur ces points, ce qui laisse une marge à l'incertitude et aux conflits inutiles;
- I. considérant que la Commission a défini les pratiques commerciales déloyales comme «des pratiques qui s'écartent manifestement des règles de bonne conduite commerciale, qui sont contraires aux principes de bonne foi et de loyauté, et qui sont imposées de manière unilatérale par un partenaire commercial à un autre»¹;
1. estime que, étant donné sa faible utilisation dans l'Union à l'heure actuelle par rapport à d'autres économies développées, le franchisage peut jouer un rôle important pour l'achèvement du marché intérieur dans le secteur du commerce de détail;
 2. considère qu'il est essentiel que les États membres prennent des mesures efficaces pour lutter contre les pratiques commerciales déloyales dans le secteur du franchisage, mais relève qu'il existe toujours, à cet égard, des divergences importantes et de grandes disparités entre les États membres; estime donc qu'il est essentiel d'élaborer des lignes directrices non législatives homogènes intégrant les bonnes pratiques sur le fonctionnement du franchisage dans le secteur du commerce de détail;
 3. invite la Commission à présenter des lignes directrices sur les contrats de franchise, afin de mieux construire le cadre normatif dans ce domaine en garantissant le respect des normes du travail et un service décent et de qualité;
 4. considère que, compte tenu de l'élément transfrontalier important associé au

¹ «Lutter contre les pratiques commerciales déloyales dans la chaîne d'approvisionnement alimentaire interentreprises», COM(2014)0472.

franchisage, il est souhaitable d'adopter une approche uniforme en vue de remédier aux pratiques commerciales déloyales à l'échelle de l'Union;

5. souligne qu'à l'échelon national, des dispositions législatives ont été adoptées pour protéger les franchisés, mais qu'elles portent sur les conditions précontractuelles en imposant des obligations de divulgation au franchiseur; déplore que les systèmes nationaux ne comportent pas de mécanismes d'application permettant d'assurer la poursuite de la relation de franchisage;
6. observe que les franchisés sont souvent la partie contractante la plus faible, en particulier lorsqu'il s'agit de PME, puisque la formule de franchise a normalement été élaborée par le franchiseur et que les franchisés ont tendance à être plus faibles et moins bien informés que le franchiseur et, par conséquent, tributaires de l'expertise du franchiseur; insiste sur le fait que les systèmes de franchise dépendent fortement de la bonne coopération entre franchiseur et franchisés, compte tenu du fait qu'ils dépendent d'une mise en œuvre adéquate par toutes les parties;
7. rappelle que la franchise est une relation contractuelle entre deux entreprises juridiquement indépendantes;
8. souligne que des règles devraient préserver et améliorer la confiance du marché à l'égard du modèle économique qu'est la franchise, car il favorise l'esprit d'entreprise non seulement auprès des micro-entreprises et des PME qui deviennent des franchiseurs, mais aussi auprès des particuliers qui deviennent des franchisés;
9. fait observer que les franchiseurs se sont organisés à la fois au niveau national et au niveau européen pour la représentation de leurs intérêts, tandis que, bien souvent, les franchisés ne disposent pas de ce type d'association représentative pour défendre leurs intérêts collectifs et continuent d'agir principalement à titre individuel;
10. invite la Commission et les États membres à promouvoir le dialogue entre les franchiseurs, les franchisés et les décideurs, à faciliter la création d'associations représentant les franchisés, et à veiller à ce que leur voix soit entendue lors de l'élaboration de politiques ou d'instruments législatifs susceptibles de les concerner, afin d'assurer une représentation des parties plus équitable, tout en soulignant que leur adhésion à ces associations demeure optionnelle;
11. souligne qu'il y a un manque persistant d'informations concernant le fonctionnement du franchisage dans le secteur du commerce de détail et invite les États membres à désigner, en coopération avec la Commission, des points de contact pour obtenir des informations sur les problèmes rencontrés par les franchiseurs et les franchisés, dans la mesure du possible, et invite la Commission à améliorer la collecte d'informations à l'échelle de l'Union, en se fondant notamment sur celles dont disposent les points de contact, tout en assurant la confidentialité des informations ainsi collectées;
12. invite la Commission à examiner le fonctionnement du franchisage dans le secteur du commerce de détail, y compris l'existence de conditions contractuelles déloyales ou d'autres pratiques commerciales déloyales, et à demander à Eurostat de prêter attention à ce modèle lors de la collecte d'informations statistiques sur ce secteur, sans faire peser de charges supplémentaires de nature administrative ou autre sur les épaules des entrepreneurs;

13. prend acte du code européen de déontologie du franchisage, élaboré par la Fédération européenne de la franchise, en tant qu'outil potentiellement efficace pour promouvoir les bonnes pratiques dans le secteur du franchisage sur une base d'autoréglementation, mais note également que le code a été vertement critiqué par les franchisés qui ont indiqué, entre autres, que le code était plus strict quant au respect des engagements du franchiseur avant sa révision en 2016; encourage les franchiseurs et les franchisés à assurer une représentation équilibrée et équitable des deux côtés afin de trouver une solution appropriée;
14. déplore, cependant, que le code ne concerne qu'une petite minorité de franchises établies dans l'Union, étant donné que la majorité des franchises n'adhère ni à la FEP ni aux associations nationales ayant adopté ledit code, et que plusieurs États membres ne disposent pas d'associations nationales dans le domaine du franchisage;
15. prend acte des inquiétudes liées au fait que le code européen de déontologie n'est pas assorti d'un dispositif de contrôle indépendant et observe que, dans certains États membres, cette absence de contrôle indépendant a donné lieu à l'instauration de dispositions législatives visant à éviter les pratiques commerciales déloyales en matière de franchise et à lutter contre celles-ci;
16. rappelle que le code de déontologie est un ensemble de règles acceptées par les franchiseurs, qui s'ajoute aux règles nécessaires du point de vue juridique; estime que le code de déontologie doit continuer de représenter une valeur ajoutée pour tous ceux qui souhaitent se conformer à ses règles;
17. prend acte de la nécessité d'évaluer l'efficacité du cadre d'autorégulation et de l'initiative européenne relative à la chaîne d'approvisionnement, car pour pouvoir participer à cette initiative, il faut obligatoirement être membre des organismes nationaux de franchise;
18. estime que les accords de franchise devraient respecter pleinement les principes d'un partenariat équilibré, en vertu desquels le franchiseur et le franchisé doivent agir les uns envers les autres de manière raisonnable et loyale et résoudre les plaintes, les doléances et les litiges par une communication franche, transparente, raisonnable et directe;
19. invite les États membres à communiquer à la Commission les plaintes et les autres informations pertinentes qu'ils reçoivent par l'intermédiaire d'un point de contact ou par un autre moyen; invite la Commission à établir, sur la base de ces informations, une liste non exhaustive de pratiques commerciales déloyales qui devrait être publiée et mise à la disposition de toutes les parties intéressées; prie également la Commission de mettre en place, si nécessaire, un groupe d'experts habilité à recevoir d'autres informations sur le franchisage dans le commerce de détail, en particulier sur la nature des pratiques commerciales déloyales;
20. souligne, en particulier, la nécessité de principes spécifiques visant à garantir l'équilibre des droits et des obligations contractuels des parties, telles que des informations précontractuelles claires, correctes et complètes, notamment des informations sur le rendement de la formule de franchise, à la fois générales et ciblées sur la localisation envisagée par le franchisé, et des limites claires concernant les exigences de confidentialité, à mettre à disposition par écrit et suffisamment tôt avant la signature de l'accord, ainsi que la nécessité de fixer un délai de réflexion après la signature de

l'accord, le cas échéant; insiste également sur la nécessité d'une assistance technique et commerciale permanente fournie, au besoin, par le franchiseur au franchisé pendant la durée de l'accord;

21. souligne que le franchiseur devrait, au besoin, offrir aux franchisés une formation initiale spécialisée et leur fournir des orientations appropriées et des informations pendant la durée de l'accord;
22. rappelle l'obligation pour les franchisés de consacrer tous leurs efforts à la croissance de l'activité de franchise et au maintien de l'identité et de la réputation communes du réseau de franchise, de collaborer loyalement, à cet effet, avec tous les partenaires du réseau et d'assurer le respect des droits de propriété industrielle et intellectuelle afférents à la formule de franchise, ainsi que du droit de la concurrence;
23. ajoute, toutefois, que les franchiseurs imposent parfois aux franchisés d'acheter des produits et des services qui ne sont pas liés à la formule de franchise; qu'une telle exigence ne doit pas être considérée comme faisant partie de l'obligation des franchisés relative au maintien de l'identité et de la réputation communes du réseau de franchise, mais peut facilement constituer une pratique commerciale déloyale;
24. souligne que les clauses de non-concurrence devraient être clairement formulées, raisonnables et proportionnées et ne devraient pas s'appliquer pendant une période plus longue que ce qui est strictement nécessaire, compte tenu notamment du fait que les franchisés peuvent être amenés à modifier leur formule de franchise en fonction de l'évolution de leur quartier et, par conséquent, de la demande de produits ou de services;
25. prend acte des problèmes liés aux ventes en ligne, car celles-ci constituent une part toujours plus importante du modèle économique de la franchise, alors qu'elles ne sont pas prises en compte dans les accords de franchise traditionnels, qui ignorent les incidences que les ventes sur internet peuvent avoir sur les dispositions qui y sont fixées; suggère dès lors d'incorporer, ainsi qu'il convient, des dispositions relatives aux ventes en ligne dans les accords de franchise, en particulier en cas de fort déséquilibre dans la répartition des pouvoirs entre franchiseur et franchisé, notamment lorsque ce dernier est une PME;
26. invite la Commission à lancer une consultation publique afin d'obtenir des informations impartiales concernant la situation réelle du franchisage et d'élaborer, en tenant compte des meilleures pratiques, un projet de lignes directrices à caractère non législatif sur le fonctionnement du franchisage dans le secteur du commerce de détail, notamment à la lumière de l'évolution récente des technologies et du marché, par exemple en ce qui concerne les ventes sur internet, et à le présenter au Parlement en janvier 2018 au plus tard; invite à cet égard la Commission à procéder à une analyse des instruments d'autoréglementation existants et des pratiques législatives des États membres dans le domaine du franchisage dans le secteur du commerce de détail, et à présenter ses conclusions au Parlement, y compris des recommandations quant à la manière de poursuivre le développement du marché du franchisage dans l'Union;
27. souligne que le Parlement devrait participer activement à l'ensemble des travaux sur le franchisage dans le secteur du commerce de détail, y compris à l'adaptation des règlements et des directives sur le franchisage afin que le cadre réglementaire soit plus

uniforme et plus cohérent;

Droit de la concurrence

28. souligne que le règlement (UE) n° 330/2010 de la Commission du 20 avril 2010 concernant l'application de l'article 101, paragraphe 3, du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne à des catégories d'accords verticaux et de pratiques concertées¹ doit être appliqué de manière homogène dans les États membres et déplore le manque d'informations quant à son application;
29. considère que la Commission devrait examiner si l'application inégale du règlement ne nuit pas à son efficacité et si cette efficacité est adaptée aux évolutions récentes du marché, notamment aux clauses post-contractuelles faisant l'objet d'une exemption et aux conditions d'achat;
30. estime que la Commission devrait examiner dans quelle mesure il est possible d'améliorer l'application du règlement à l'aide d'un mécanisme d'évaluation au sein du réseau européen des autorités de concurrence; souligne que les mesures de suivi incohérentes prises par la Commission entravent l'activité de vente au détail transnationale et ne parviennent pas à créer des conditions de concurrence équitable au sein du marché unique;
31. considère qu'une meilleure mise en œuvre du règlement au niveau national permettrait d'améliorer le secteur de la distribution ainsi que l'accès au marché des entreprises d'autres États membres et serait en définitive plus favorable aux consommateurs finaux;
32. estime que la Commission devrait également analyser les effets involontaires du droit de la concurrence sur chacun des États membres;
33. encourage la Commission à lancer des consultations publiques et à informer le Parlement de l'utilité du modèle sur lequel se fonde le futur règlement d'exemption par catégorie;
34. invite la Commission à veiller également au recouvrement de toute aide d'État illégale accordée sous forme d'avantages fiscaux dans le domaine du franchisage et à faire preuve de fermeté dans la conduite des enquêtes en cours; souligne, en outre, que l'Union européenne doit adopter une législation plus claire sur les rescrits fiscaux; invite la Commission à remédier à toute infraction concernant le franchisage afin de garantir une concurrence loyale sur le marché unique;
35. demande à la Commission de remédier aux défaillances du marché et de lutter efficacement contre la fraude et l'évasion fiscales dans le domaine du franchisage;
36. invite la Commission à examiner s'il y a lieu de réviser le règlement et, dans ce cadre, à contrôler les éléments suivants et à informer le Parlement des résultats obtenus: 1) l'incidence de la stratégie horizontale sur le fonctionnement du franchisage; 2) si le modèle de franchisage adopté dans le règlement correspond à la réalité du marché; 3) dans quelle mesure les «restrictions verticales autorisées», c'est-à-dire les conditions dans lesquelles les franchisés peuvent acheter, vendre ou revendre certains biens ou services, sont proportionnées et ont une incidence négative sur le marché et les

¹ JO L 102 du 23.4.2010, p. 1.

consommateurs; 4) quels sont les nouveaux défis qui se posent aux franchiseurs et aux franchisés dans le contexte du commerce électronique et du passage au numérique d'une manière générale; et 5) la collecte d'informations commerciales sur les nouvelles tendances ou les évolutions du marché pour ce qui est de l'organisation en réseau et des progrès technologiques;

37. invite la Commission à revoir les règles relatives à l'application du règlement par les États membres, laquelle devrait être ajustée proportionnellement en vue d'atteindre l'objectif du règlement;

o

o o

38. charge son Président de transmettre la présente résolution au Conseil et à la Commission.