



GRÉGORY REGOUBY

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION & CEO  
DU GROUPE PLUS QUE PRO

# La boucle est bouclée : quand les avis clients font une irruption remarquée au cœur même du droit de la franchise

**A**ujourd'hui, le lien naturel et évident entre la franchise et les avis clients se trouve encore renforcé par une toute récente décision de justice, qui ne manquera pas de faire jurisprudence.

Référence du droit de la Franchise, Maître François-Luc Simon consacre d'ailleurs sa chronique aux détails de cette affaire en page 59 de ce numéro.

**Le 19 décembre dernier, un tribunal arbitral a en effet rendu une décision** pleine de sens, en vue de trancher un litige entre un franchiseur et un franchisé exerçant dans le domaine de la restauration rapide.

**Pour résumer, ce dernier reprochait à sa tête de réseau** un écart considérable entre ses prévisionnels d'origine et le bilan réel de ses trois premières années d'activité. De son côté, le réseau avait plusieurs fois mis formellement en demeure son affilié sur ses multiples fautes, dénoncées par des consommateurs une vingtaine de fois sur un célèbre site d'avis en ligne, avant de finalement résilier unilatéralement son contrat.

**Décision définitive du Tribunal** : des avis négatifs suffisamment nombreux et convergents de clients justifient une rupture de contrat aux torts exclusifs du franchisé. Je tiens à souligner l'importance de cette décision, particulièrement lourde de signification, dans la mesure où je vous annonçais déjà dans notre numéro précédent que *Franchise Magazine* faisait maintenant partie du Groupe Plus que PRO que j'ai l'honneur de diriger. Son ADN repose sur la preuve, et précisément sur la valeur désormais irremplaçable de l'avis client dans tous les domaines d'activité. Or la franchise ne fait

pas exception à cette règle, bien au contraire ! **L'avis que vient de rendre cette cour, qui renforce encore une jurisprudence** par ailleurs de plus en plus établie dans ce domaine, éclaire et confirme de manière éclatante notre conviction que la valeur de la preuve l'emporte désormais davantage sur toute autre considération dans des secteurs de l'économie – et maintenant du droit – sans cesse plus nombreux.

**Aujourd'hui, la puissance du témoignage des consommateurs** est donc telle qu'elle légitime même la rupture d'un contrat de franchise et l'emporte sur tout autre élément factuel, y compris un prévisionnel !

**Premier enseignement de ce jugement** : c'est aussi au franchisé lui-même qu'il incombe de démontrer qu'il respecte les préconisations de sa tête de réseau et met en pratique le savoir-faire de son enseigne ; **Second enseignement essentiel** : qu'on le veuille ou non, les avis clients font maintenant partie intégrante de notre "système de décision"

tant sur les plans personnels que professionnels.

**La logique qui prévaut dans le monde de la restauration, du voyage, du transport comme désormais du service, de l'artisanat ou du conseil, s'impose à présent délibérément sans retour possible dans l'univers de la franchise. Cette nouvelle réalité s'établit sans aucun doute** pour le plus grand profit des candidats que nous guidons chaque jour à travers les pages de ce magazine ou de l'ensemble de nos sites dédiés à l'univers des réseaux : *Franchise Magazine*, *AC Franchise* ou *L'Indicateur de la Franchise* (seul baromètre indépendant de la satisfaction des membres des réseaux de commerce associé), comme à l'ensemble des clients et adhérents de notre groupe.