

# État d'avancement du projet national sur le droit franchises 2002

2002 Yellowknife TN-O

STRATÉGIE DU DROIT COMMERCIAL

ÉTAT D'AVANCEMENT DU PROJET NATIONAL SUR LE DROIT DES FRANCHISES

Pour présentation à l'assemblée annuelle de la Conférence pour l'harmonisation des lois au Canada à Yellowknife, T.N.-O., le 21 août 2002 Par:

- John Sotos, Sotos & Associates  
Bureau 1250, 180 DundasStreetWest Toronto, Ontario M5G 1Z8
- Frank Zaid, Osler, Hoskin & Harcourt, LLP, C.P  
50, 1 First Canadian Place, Toronto, Ontario M5X 1B83

Création du comité du projet national sur le droit des franchises

Le 19 juin 2002, la Conférence pour l'harmonisation des lois au Canada («CHLC») annonçait la mise sur pied d'un projet d'étude sur le droit des franchises dont l'objectif est de formuler des recommandations en vue de l'adoption d'une loi uniforme sur les franchises à l'échelle canadienne. La direction de ce projet est assumée par un comité de travail constitué par la CHLC dans le cadre de sa Stratégie du droit commercial.

Présentement, seules l'Alberta et l'Ontario se sont dotées d'une loi portant expressément sur le franchisage. Cependant, d'autres provinces se sont dites intéressées à s'engager dans cette voie. De l'avis de la CHLC, l'adoption pour tout le Canada d'un régime de réglementation uniforme liant les intérêts des franchiseurs à ceux des franchisés et des autres intervenants du domaine est un objectif qui reçoit l'appui de toutes les parties intéressées.

La présidence du comité du projet sur le droit des franchises sera assurée conjointement par deux avocats spécialisés en droit des franchises qui exercent à Toronto. M<sup>e</sup> John Sotos, associé fondateur de Sotos Associates et spécialiste du droit des franchises, de la concession de licences et de la distribution, a été membre de l'équipe sectorielle de travail du gouvernement de l'Ontario qui s'est penchée sur les mesures législatives possibles en matière de franchisage. Il défend aussi ardemment l'idée qu'il est nécessaire d'établir un rapport équilibré entre les parties aux contrats de franchise partout au pays. M<sup>e</sup> Frank Zaid, associé principal au sein du cabinet Osler, Hoskin & Harcourt, s.r.l., a agi à titre de conseiller juridique pour plusieurs grands franchiseurs au Canada et ailleurs; il a également été avocat général de l'Association canadienne de la franchise et président du Council of Franchise Suppliers de l'International Franchise Association.

Le comité, dont l'envergure nationale doit servir à mettre à profit l'expérience d'autres juristes spécialisés en droit des franchises de même que celle des représentants intéressés en provenance de l'industrie et du gouvernement, peut aussi compter sur les services des personnes suivantes:

Richard Cunningham

Président

Association canadienne de la franchise

Mississauga, Ontario

Jean H. Gagnon

Pouliot Mercure

Montréal, Québec

James E. Lockyer

Professeur

Faculté de droit

Université de Moncton

Moncton, Nouveau-Brunswick

Leonard Polsky

Gowling Lafleur Henderson, LLP

Vancouver, Colombie-Britannique

Bruce Macallum

Ministry of Attorney General, Province of British  
Columbia

Victoria, Colombie-Britannique

Daniel Zalmanowitz

Witten LLP

Edmonton, Alberta

Hélène Yaremko-Jarvis

Coordonnatrice nationale

Stratégie du droit commercial

Conférence pour l'harmonisation des lois au  
Canada

Mississauga, Ontario

Le comité entend amorcer un vaste processus de consultation afin de recueillir les avis et les suggestions de toutes les parties concernées. À cette fin, un serveur de liste a été mis en place.

La coordonnatrice nationale de la Stratégie du droit commercial de la CHLC, M<sup>e</sup> Hélène YaremkoJarvis, a la responsabilité de faciliter la communication dans le cadre de ce projet. Elle a invité les personnes et les organisations qui désirent être inscrites sur le serveur de liste à communiquer avec elle par téléphone au (905)813-2088 ou par courriel à [hmyj@rogers.com](mailto:hmyj@rogers.com).

Les travaux du comité du projet sur le droit des franchises en sont encore aux premières étapes de la collecte de renseignements. Le présent rapport a pour objet de fournir aux membres de la CHLC, un aperçu du contexte commercial du franchisage au Canada, de son traitement juridique dans le monde, de certaines questions particulières qui pourraient susciter une controverse en rapport avec l'élaboration d'une loi uniforme sur le franchisage au Canada ainsi que d'autres questions pertinentes.

#### Faits sur le franchisage au Canada

Au Canada, les systèmes franchisés occupent une place très importante au plan de la fourniture de produits et de services. D'après les données transmises par l'Association canadienne de la franchise du Canada, 76000 entreprises individuelles sont exploitées en franchise sous 1200 noms commerciaux différents.

Le montant des ventes générées par l'industrie du franchisage s'élève à près de 100 milliards de dollars ou 40% de chaque dollar dépensé pour l'achat au détail.

Plus d'un million de Canadiens occupent des emplois dans l'industrie du franchisage: cela signifie donc qu'un travailleur sur quatorze travaille dans un système de franchise au Canada.

Le franchisage est plus courant au Canada que dans tout autre pays. Le rapport entre le nombre de franchises exploitées et le nombre d'habitants est de 1/450 au Canada contre 1/600 aux États-Unis.

L'Ontario est le chef de file du secteur du franchisage au Canada: 56% des sièges sociaux de systèmes de franchises sont situés sur son territoire, principalement dans la grande région métropolitaine de Toronto. Environ 65% des points de vente franchisés au Canada sont exploités en Ontario. L'industrie du franchisage a connu une croissance de 5,4% en moyenne au cours des trois dernières années. Le Québec, la Colombie-Britannique et l'Alberta accueillent pour leur part 12%, 13% et 5% des sièges sociaux des systèmes franchisés respectivement.

Le secteur de l'hôtellerie, avec 40% de tous les noms commerciaux franchisés, constitue le secteur où les systèmes de franchise sont le plus présents, mais l'industrie du franchisage s'étend à la plupart des secteurs des affaires et de la vente au détail.

La redevance de franchisage initiale moyenne est de 23000\$ et l'investissement en actions nécessaire au lancement d'une entreprise franchisée est tout juste sous la barre des 160000\$. Les investissements faits par des particuliers sont généralement compris entre 10000\$ dans le cas d'entreprises à domicile et 1000000\$ pour les hôtels et les restaurants offrant un service complet.

#### État de la législation portant sur le franchisage au Canada

À l'heure actuelle, deux provinces canadiennes ont adopté des lois pour régir expressément le franchisage. L'Alberta a adopté sa loi en 1972 en suivant un modèle californien. L'Alberta Franchises Act, dans sa version initiale, obligeait tous les franchiseurs qui faisaient affaire en Alberta à préparer une forme de prospectus qui devait être soumis à l'approbation de la Commission des valeurs mobilières de l'Alberta avant que les franchiseurs ne puissent offrir des franchises dans la province. Le prospectus devait être renouvelé annuellement et toutes les personnes impliquées dans la vente de franchises devaient aussi être enregistrées.

Un certificat d'enregistrement était émis après que le prospectus avait reçu l'approbation de la commission des valeurs mobilières de l'Alberta. Le franchiseur avait alors le droit d'offrir et de vendre des franchises dans le mesure où il remettait le «prospectus» approuvé par la commission à chaque franchisé éventuel. Certains types de franchises n'étaient pas soumises au processus d'enregistrement et une forme modifiée de prospectus appelée «déclaration de faits importants» pouvait être déposée; de même, certains types de transactions étaient complètement exemptés de l'obligation d'enregistrement.

Après un certain temps, la commission des valeurs mobilières de l'Alberta a élaboré plusieurs politiques qui n'étaient pour la plupart pas publiées. Ces politiques servaient à déterminer s'il fallait permettre l'enregistrement d'une franchise. Dans plusieurs cas, la commission insistait sur le recours, par le franchisé, à un contrat-type contenant certaines dispositions précises portant sur les circonstances de défauts, de résiliation, de renouvellement et sur d'autres questions, ce qui constituait une forme de réglementation des rapports entre les parties en l'absence d'un pouvoir réglementaire prévu par la Loi.

À la suite de plaintes formulées par le milieu des franchiseurs pendant plusieurs années quant aux coûts, à l'approche bureaucratique et aux incertitudes liées au processus d'enregistrement, le gouvernement albertain a décidé, en 1995, dans le cadre d'une initiative stratégique de déréglementation, d'abroger sa Franchises Act et d'en adopter une nouvelle portant le même titre.

La nouvelle Franchises Act de l'Alberta fait complètement disparaître le processus d'enregistrement et de révision administrative. Elle prévoit un modèle de document de divulgation que le franchiseur est tenu de préparer et qui intègre des éléments prévus dans le règlement d'application de la Loi. Le contenu du document de divulgation et l'ampleur de cette divulgation ne sont soumis à aucun contrôle ni aucune approbation de la part du gouvernement. Le soin est simplement laissé aux parties de déterminer si le franchiseur a respecté les dispositions de la Loi.

Les franchiseurs doivent remettre leurs documents d'information aux franchisés éventuels au moins 14 jours avant la signature de tout contrat portant sur la franchise ou avant que ne soit versée une contrepartie en argent. Tout comme l'ancienne loi, la Loi actuelle prévoit des cas d'exemption générale et d'autres d'exemptions au devoir d'information.

Par ailleurs, la loi albertaine impose aux deux parties l'obligation de maintenir des rapports équitables dans le cadre de l'exécution et de l'application des clause du contrat de franchise. L'Alberta Franchises Act codifie ainsi une norme de rapports équitables, une première en droit canadien. La loi accorde aussi la liberté d'association aux franchisés et contient une disposition qui permet au gouvernement de l'Alberta de déléguer certaines des attributions que lui confère la loi à un organisme de l'industrie. À ce jour toutefois, le gouvernement ne s'est jamais prévalu de ce droit.

L'Ontario a été la seconde province à adopter une loi sur le franchisage. Après presque 30 ans d'annonces officielles, d'engagements ministériels et de présentations d'avant-projets de loi, la loi sur le franchisage de l'Ontario est devenue réalité en juin 2000. Le 1<sup>er</sup> juin 2000, la Loi Arthur Wishart de 2000 sur la divulgation relative aux franchises est entrée en vigueur, à l'exception des dispositions sur la divulgation qui sont entrées en vigueur le 31 janvier 2001. Cette loi est à plusieurs égards équivalente à l'Alberta Franchises Act.

La loi ontarienne prévoit l'obligation pour le franchiseur de remettre au franchisé éventuel un document d'information qui contient des éléments précisés dans son règlement d'application, ainsi que tout autre fait important, au moins 14 jours avant le versement d'une contrepartie ou la signature d'un contrat. À l'instar de la loi albertaine, elle ne prévoit pas de révision, d'approbation ou d'enregistrement du document d'information.

La Loi prévoit des sanctions civiles sévères en cas de manquement à l'obligation de divulgation. Par exemple, le franchisé à qui le document d'information n'a pas été remis peut annuler le contrat, recouvrer du franchiseur les dépenses qu'il a engagées pour l'établissement et l'exploitation de la franchise et forcer le rachat de l'équipement, de l'inventaire et des baux utilisés en rapport avec le système de franchise.

La loi ontarienne contient aussi une norme de rapports équitables semblable à celle de l'Alberta, quoique cette norme aille plus loin en énonçant que l'obligation d'agir équitablement s'entend notamment de l'obligation d'agir de bonne foi et conformément à des normes commerciales raisonnables. Le devoir d'agir conformément à des normes commerciales raisonnables est unique au monde et n'est prévu dans aucune autre loi sur le franchisage. Tout comme dans le cas de l'Alberta, le droit d'association des franchisés est protégé dans la loi de l'Ontario.

Contrairement à la loi albertaine, celle de l'Ontario ne permet pas au ministre de déléguer ses attributions quant à l'application de la loi à un organisme autonome.

Le règlement pris en vertu de la loi ontarienne (dans lequel sont prévues les exigences relatives au document d'information), a été rédigé à la fin de l'année 2000 avec une certaine précipitation et sans que ne soit consultée l'industrie. Il est entré en vigueur le 31 janvier 2001. Les dispositions du règlement portant sur les exigences relatives au document d'information contiennent un bon nombre d'ambiguïtés et d'incertitudes qui sont pour la plupart le résultat d'un manque de précision au plan terminologique et de lignes directrices insuffisantes.

En Alberta comme en Ontario, les franchiseurs doivent annexer leurs états financiers pour l'exercice précédent aux documents d'information qu'ils remettent aux franchisés. Certaines exceptions sont prévues dans le cas des plus grands franchiseurs. De nombreux franchiseurs, plus particulièrement les sociétés privées, ne souhaitent pas voir leurs états financiers divulgués ainsi pour des motifs tant personnels que concurrentiels. Les deux lois ne prévoient toutefois aucune mesure pour que les états financiers soit gardés confidentiels ou qu'ils soient visés par une obligation de confidentialité.

La loi albertaine permet expressément que des documents d'information préparés en conformité avec les lois d'un autre État doté d'une loi sur le franchisage soient utilisés sur son territoire dans la mesure où un addenda contenant les éléments précis du document d'information qui diffèrent de celui de l'Alberta y soient joint pour être modifiés et utilisés. La loi de l'Ontario ne contient aucune disposition à cet effet. En conséquence, la majorité des avocats qui pratiquent en droit des franchises sont d'avis que présentement, le franchiseur qui vend ou offre de vendre des franchises en Ontario ne peut pas utiliser un document d'information suivant le modèle albertain mais doit préparer un document distinct selon la forme ontarienne. Le point de vue le plus répandu est donc que le franchiseur qui souhaite offrir des franchises en Alberta et en Ontario ne peut utiliser un modèle type de document d'information que s'il le prépare conformément aux dispositions de la loi ontarienne et y joint un addenda contenant les modifications nécessaires pour satisfaire aux exigences de l'Alberta en matière de divulgation.

## Histoire de la réglementation du franchisage

Les États-Unis sont les plus avancés mondialement en matière de règlements et de lois portant sur le franchisage. En plus d'une règle nationale sur la divulgation en matière de franchises, dont l'application à l'ensemble du pays est assurée par la Commission fédérale du commerce, environ 15 États ont leur propre loi qui définissent la forme précise que doit prendre la divulgation ou l'enregistrement sur leur territoire respectif. Un certain nombre d'autres lois américaines s'appliquent aussi au franchisage, y compris les «petites lois relatives à la CFC», les lois propres à l'industrie et les lois portant sur les possibilités d'affaires. Progressivement, de nombreux autres pays ont introduit leur propre forme de législation sur le franchisage.

Dans le contexte de l'économie canadienne, le débat quant à la forme que devrait prendre la législation sur le franchisage porte plutôt sur ce que devraient être les caractéristiques adéquates de la réglementation du franchisage au Canada que sur l'opportunité d'être doté d'une telle loi.

La réglementation du franchisage a vu le jour en Californie en 1970 et consistait alors en une loi sur la divulgation d'information préalablement à la vente. Cette loi prévoyait aussi une exigence d'enregistrement et d'approbation par l'État de la Californie, toujours préalablement à la vente de la franchise.

Depuis, de nombreuses autorités ont adopté des lois portant uniquement sur la divulgation préalable à la vente, bien que certaines autres ont joint à cela des exigences de dépôt auprès des autorités compétentes de l'État. D'autres encore ont suivi un modèle plus strict exigeant une approbation suite au dépôt et à l'enregistrement.

Le Brésil, la France, la loi modèle sur les franchises d'UNIDROIT, l'Alberta, l'Ontario et, de façon plus déterminante, la règle de 1979 de la Commission fédérale du commerce des États-Unis, privilégient un modèle de simple divulgation.

## Tendances récentes en matière de réglementation

Depuis que des lois sur la divulgation ont été adoptées partout au monde, deux tendances se sont manifestées au cours des dernières années.

Ainsi, dans certains États, les lois sur les rapports contractuels sont devenues partie intégrante de celles qui portent sur la divulgation et régissent les rapports des parties après la vente d'une franchise. L'adoption, dans certains pays, de codes volontaires par les associations de l'industrie, constitue la seconde tendance.

Les codes volontaires qu'adoptent les associations de l'industrie peuvent porter sur divers aspects des exigences en matière de divulgation et de rapports contractuels. Toutefois, dans presque tous les cas où de tels codes ont été adoptés, aucun pouvoir de réglementation n'avait été délégué aux associations impliquées en vertu d'une loi. Les codes s'appliquent aux franchiseurs ou aux membres d'associations de la franchise nationales ou supranationales et ont principalement été introduits pour empêcher les interventions législatives et pour fournir un cadre de travail uniforme aux membres de ces associations. Ces codes comprennent parfois des règles de déontologie et d'autres sur la divulgation.

Les codes volontaires ne portent généralement que sur la divulgation préalable à la vente. Dans plusieurs États, les codes ont toutefois été jusqu'à prévoir des services de règlements des différends

tels que la médiation ou le recours à un ombudsman. Il est possible de faire en sorte que les codes volontaires constituent la loi entre les parties en incluant un renvoi à ceux-ci dans un contrat de franchise. Dans certains cas, un tribunal pourrait déterminer que le code d'une association corporative fournit les pratiques équitables les plus appropriées si le franchiseur est membre de cette association.

L'expérience canadienne est illustrée par les activités de l'Association canadienne de la franchise (l'«ACF»). L'ACF a tout d'abord adopté un code volontaire sur la divulgation et les pratiques après-vente interdites. Par la suite, elle en a fait un code obligatoire pour tous les franchiseurs membres et l'a adapté pour qu'il s'applique également aux fournisseurs membres. Les codes volontaire et obligatoire prévoyaient que la médiation constituait une alternative souhaitable pour régler les différends et prenaient les dispositions nécessaires pour qu'une organisation reconnue soit en charge du service de médiation officiel de l'ACF. En vue d'empêcher les réclamations de se rendre à des étapes ultérieures lorsqu'un règlement est possible, l'ACF a pourvu, en 2001, à la nomination d'un ombudsman indépendant chargé d'aider les franchiseurs et les franchisés à parvenir à un règlement.

L'Australie a adopté, en 1993, un code de conduite volontaire prévoyant notamment une obligation de divulgation préalable à la vente, une période de réflexion et le recours obligatoire à la médiation en cas de litige. Presque la moitié des franchiseurs australiens a refusé de s'inscrire auprès du gouvernement pour participer au programme. L'Australie a donc adopté un code de conduite obligatoire sur le franchisage en 1998.

#### Lois de divulgation

Le modèle de la CFC d'une véritable loi de divulgation préalable à la vente a été adopté par nombre d'autres autorités législatives dont le Brésil et la France, en plus des provinces de l'Alberta et de l'Ontario.[1]

Un autre modèle qui suscite beaucoup de débats est la Loi modèle sur la divulgation des informations en matière de franchises préparée par UNIDROIT. Cette loi a été rédigée par un organisme des Nations Unies qui compte 58 pays membres pour servir de modèle aux pays qui envisageaient de réglementer leur industrie du franchisage. Le mandat fondamental d'UNIDROIT est de favoriser la mise en place d'une loi uniforme sur la divulgation en matière de franchises dans plusieurs États.[2]

La tendance perceptible dans les lois de divulgation a été de privilégier la divulgation sans enregistrement, connue sous le nom de «simple divulgation». D'après une étude d'impact réalisée par la Commission fédérale du commerce (É.-U.) en 1985, il n'y aurait aucune preuve établissant que les franchisés tiraient un avantage d'un processus d'enregistrement préalable.[3] En l'absence de preuve concluante quant à leurs avantages, les exigences d'enregistrement pourraient excéder le niveau d'intervention nécessaire pour que l'industrie dans son ensemble en retire un bénéfice. Le fait que certains États américains comme le Michigan et le Wisconsin, ainsi que la province de l'Alberta, aient abandonné les exigences d'enregistrement permet aussi de tirer cette conclusion.[4]

Il existe une différence importante entre les différentes lois de divulgation adoptées quant à la forme que peut prendre la divulgation: celle-ci peut être complètement normalisée ou comprendre une disposition ouverte pour tenir compte des données propres à un franchiseur donné. L'Australian Code of Conduct et la Loi modèle en matière de franchise d'UNIDROIT exigent tous deux que soient inclus les faits importants[5], c'est-à-dire les éléments qui peuvent avoir une incidence sur la santé financière globale du franchiseur en plus de ceux visés par la divulgation.

Chaque loi de divulgation exige la communication de renseignements particuliers au franchiseur. La Loi modèle en matière de franchise d'UNIDROIT exige aussi que le franchiseur fournisse des renseignements approfondis concernant le réseau de franchises, par exemple les noms et adresses des franchisés situés à proximité, en plus d'une liste de tous les franchisés qui ont quitté le système et les motifs de leur départ. De nombreuses lois exigent aussi que soient divulguées les déclarations de culpabilité dont les cadres supérieurs ou la société ont fait l'objet de même que les instances auxquelles ils sont parties. De plus, la plupart des autorités législatives prévoient que les signataires du document d'information engagent leur responsabilité civile.

La Loi modèle en matière de franchise d'UNIDROIT requiert que le franchiseur divulgue tous les avantages que lui accordent les fournisseurs sélectionnés. Cette divulgation a pour objectif principal de circonscrire l'investissement requis par l'acheteur de la franchise.

Les lois de divulgation imposent habituellement la remise au franchisé éventuel des états financiers vérifiés et à jour du franchiseur. En général, les règlements prévoient des exemptions visant le plus souvent les franchiseurs de plus grande taille et ceux qui investissent dans une occasion d'affaires un montant relativement modeste.

Les documents d'information exigent généralement que le franchiseur y ait consigné par écrit ses tâches et ses obligations concernant les éléments cruciaux de la franchise. Les obligations qui ne lui incomberont qu'après l'achat et qui ont une valeur importante pour l'ensemble de l'entreprise doivent aussi être incluses. Les programmes de formation constituent un bon exemple de services dont la prestation fait l'objet d'une promesse lors de l'achat mais dont le contenu ou la qualité peut éventuellement devenir le brandon de discorde.

Le modèle de réglementation australien est sans doute le plus complet au monde. Il comprend une série de dispositions régissant les rapports contractuels, dont les suivantes:

- a) le transfert d'une franchise ne peut être refusé sans motif raisonnable;
- b) toute résiliation doit être précédée d'un avis dénonçant un défaut assorti d'un délai raisonnable pour y remédier ainsi que de séances obligatoires de médiation;
- c) la clause de décharge de responsabilité générale qui sert de condition à un renouvellement ou un transfert n'est pas valable;
- d) la vérification des dépenses de publicité et la remise d'états financiers au franchisé doit avoir lieu annuellement;
- e) un franchiseur ne peut porter atteinte au droit d'association du franchisé;
- f) un franchiseur doit remettre au franchisé une copie de tous les contrats qui se rapportent à la franchise;
- g) l'exécution de la loi peut être demandée dans le cadre d'une action civile privée ou par l'État, par l'intermédiaire de l'Australian Competition Authority.

Certains pays en développement tels que l'Albanie, l'Indonésie, la Malaisie, la Chine et la Corée sont aussi dotés de lois de divulgation relevant du gouvernement fédéral.



## Lois portant sur les rapports contractuels

La forme la plus fondamentale des règles d'éthique est présente dans ce que l'on appelle l'équité, la conduite générale ou la réglementation des rapports. Ses origines, dans le cas du franchisage, peuvent être attribuées au « devoir d'agir équitablement » de la common law.

Ce devoir s'est accompagné d'une bonne part d'incertitude quant à son application puisque dans plusieurs cas, il n'a pas permis d'empêcher certaines résiliations qui pouvaient être interprétées comme faisant partie des droits contractuels du franchiseur même en l'absence d'intention de nuire ou de frauder.

En plus de ses règles sur les rapports contractuels, l'Australie est dotée d'un ensemble de règles de droit de portée plus générale réunies sous la Trade Practices Act. Ces règles, dont l'application est conjuguée aux premières, sont plus efficaces que les normes générale de conduite tirées de la common law:

L'article 52 interdit les conduites fallacieuses ou trompeuses. L'article 51A énonce qu'une personne qui fait une déclaration concernant un événement ultérieur (telle la prévision du chiffre d'affaires) doit être en mesure de prouver qu'elle avait des motifs raisonnables à l'appui. L'article 51AC prévoit qu'une société ne peut, dans la conduite de ses activités commerciales, agir de façon « abusive ». Tous ces articles peuvent être interprétés de façon corrélative.

L'Australie et plusieurs États américains ont aussi adopté des normes de conduite plus élevées et d'autres s'appliquant à des aspects précis des rapports qui sont susceptibles d'entraîner des différends, telles les questions liées à la résiliation. Cette norme plus stricte comporte souvent une composante procédurale, une norme d'éthique ou les deux à la fois.

Les « motifs justes et suffisants » constitue une norme de conduite que chaque État définit pour soi. Les aspects auxquels cette norme s'applique sont ceux qui ont provoqué le plus de conflits: le renouvellement du terme, la résiliation et le transfert. L'État d'Hawaï, par exemple, définit cette norme comme suit: « [traduction] le défaut par le franchisé de se conformer à une disposition licite et importante du contrat de franchise après avoir reçu un avis et la possibilité de remédier au défaut ».

Les lois sur les rapports contractuels prévoient une période de préavis obligatoire pour tout défaut grave, accompagnée le plus souvent d'une période pendant laquelle il peut être remédié à ces défauts.

Les rouages des lois de divulgation et de celles portant sur les rapports contractuels peuvent être observés dans les sept domaines de conflit possible qui caractérisent les relations franchiseurs franchisés: les déclarations sur les gains, les motifs de résiliation, le renouvellement des contrats, les transferts ou les ventes par les franchisés, les remises ou les avantages accordés par les fournisseurs aux franchiseurs, les sommes mises en commun pour la publicité et les limites ou l'étendue du territoire exclusif.

### a) Forme des déclarations sur les gains

La façon dont les prévisions sont faites peut donner une image déformée du potentiel de gain d'un emplacement. La réglementation en matière de divulgation contient généralement des dispositions qui normalisent la méthode selon laquelle les prévisions sont faites et qui exigent la divulgation des faits

au soutien de telles prévisions. L'article 6 de la Loi modèle en matière de franchise d'UNIDROIT énonce ce qui suit:

« Si une information est délivrée au futur franchisé, par le franchiseur ou en son nom, concernant les résultats financiers passés ou les projections financières d'unités exploitées en propre par le franchiseur, ses affiliés ou ses franchisés, cette information doit:

- (i) reposer sur une base raisonnable au moment où elle est établie;
- (ii) inclure les hypothèses importantes ayant permis sa préparation et fondé sa présentation;
- (iii) préciser si elle est basée sur des résultats effectifs d'unités d'exploitation existantes;
- (iv) spécifier si elle est basée sur des unités d'exploitation appartenant au franchiseur et/ou au franchisé;
- (v) indiquer le pourcentage d'unités d'exploitation dont les résultats correspondent à l'éventail de ceux cités par comparaison, ou qui les dépassent. »

De plus, le franchiseur doit préciser quel est le marché pour le produit ou le service qu'offre son système, l'état du marché local et les possibilités de développement du marché. Le modèle d'UNIDROIT est une loi de divulgation ouverte. Par conséquent, les déclarations quant aux gains devraient aussi être accompagnées des faits complémentaires qui sont importants dans le cadre de la vente d'une franchise en particulier.

Le débat qui perdure relativement aux déclarations sur les gains s'articule autour de la question de savoir si ces déclarations devraient ou non faire partie des éléments à divulgation obligatoire. Vraisemblablement, l'historique des gains d'une offre de franchise constitue l'information qui présente le plus d'intérêt pour un franchisé éventuel. Même dans les milieux les plus réglementés comme les États-Unis, seulement 20% des franchiseurs font des déclarations quant aux gains. Plusieurs personnes ont donc fait valoir que la divulgation des gains devrait être obligatoire. Toutefois, l'application d'une politique obligatoire aux nouveaux franchiseurs qui ne disposent d'aucune donnée historique et souhaitent utiliser des prévisions ou des déclarations prospectives sur les gains ajoute à la complexité de cette question.

#### b) Exclusivité du territoire

Alors qu'un système se développe et atteint un point de saturation dans un marché, le problème de l'empiètement entre les franchisés du système peut survenir. Certains franchiseurs ont tendance à vendre trop de franchises pour un même territoire, surtout en raison du fait que les pertes de revenus sont largement assumées par le franchisé qui faisait déjà affaire sur ce territoire.

La Loi modèle en matière de franchise d'UNIDROIT prévoit qu'une déclaration succincte qui circonscrit la nature du territoire et qui précise s'il est exclusif ou non-exclusif doit être incluse dans le cadre de la divulgation.

Certains franchiseurs, particulièrement dans le secteur de l'hôtellerie et de l'hébergement, ont élaboré des politiques d'impact pour dédommager les franchisés qui ont subi des pertes de revenu suite à un empiètement.

### c) Conditions de résiliation

Comme la résiliation peut constituer une forme d'expropriation, particulièrement en raison du fait que les coûts irrécupérables sont de taille, la plupart des documents d'information contiennent une entente initiale entre les parties portant sur les motifs de résiliation.

Les lois de divulgation exigent souvent que les conditions de résiliation soient précisées dans l'entente alors que certaines de celles qui régissent les rapports vont plus loin en prévoyant une période de préavis avant qu'un franchiseur ne puisse obtenir de résiliation.

Les lois contiennent d'ordinaire des dispositions qui requièrent que la conduite du franchiseur qui recherche la résiliation d'un contrat soit guidée par l'équité et la présence de motifs valables. La réglementation australienne en matière d'équité prévoit qu'une résiliation ne peut être effective qu'après l'écoulement d'une certaine période suivant la remise d'un avis écrit et qu'un délai doit être accordé pour remédier à un défaut. Les périodes de préavis contribuent à empêcher que le franchiseur prenne des mesures immédiates et à créer une ouverture pouvant mener à un règlement avant qu'il en arrive à des solutions radicales comme la reprise de possession.

La loi de la Californie, de même que celles d'autres États américains, va encore plus loin en ce qu'elle prévoit que la résiliation ne peut avoir lieu que pour des «motifs raisonnables», lesquels sont énumérés comme suit:

- (i) la faillite, l'insolvabilité ou la cession de biens au profit des créanciers;
- (ii) l'abandon, sauf pour des raisons qui échappent au contrôle du franchisé;
- (iii) le franchiseur et le franchisé s'entendent pour mettre fin au contrat;
- (iv) des déclarations trompeuses concernant l'acquisition de l'entreprise ont été faites ou le franchisé s'adonne à des activités qui nuisent de façon importante à la bonne marche de l'entreprise; (v) une conduite qui nuit à la bonne marche des affaires ou à la réputation de la société;
- (vi) le défaut de se conformer à la Loi après un préavis de 10 jours;
- (vii) des manquements répétés à la norme de motifs raisonnables;
- (viii) la forclusion;
- (ix) une déclaration de culpabilité pour une infraction perpétrée en rapport avec la franchise;
- (x) la santé ou la sécurité du public est mise en péril.

### d) Transferts et ventes

Comme les franchiseurs utilisent souvent des critères de sélection dans le choix des franchisés, il peut arriver qu'ils exigent d'un franchisé qu'il présente certaines qualités. Le franchisé pourrait estimer à tort qu'il a le droit de vendre son entreprise. De la même façon, un franchisé peut souhaiter que la franchise soit transférée à sa succession ou à sa famille s'il décède ou devient atteint d'une incapacité.

Les différentes lois de divulgation exigent que le franchiseur fasse clairement connaître sa position au franchisé avant l'achat.

Le paragraphe 20(1) de la loi australienne visant l'équité énonce même que le franchiseur doit consentir aux transferts et qu'il ne peut le refuser sans motif raisonnable au sens de la Loi. Les lois de certains États américains vont dans le même sens.

#### e) Renouvellement

Les franchisés qui ont fait croître la valeur nette de l'entreprise par le biais de son achalandage risquent de la perdre à l'arrivée du terme si on leur refuse le renouvellement du contrat. En conséquence, les conditions de renouvellement font partie de la valeur de l'octroi d'une franchise et devraient être portées à l'attention des parties.

Les lois de divulgation vont exiger que les conditions de renouvellement soient établies et que dans l'éventualité où le renouvellement n'est pas possible, le franchiseur mentionne ce fait.

Quant aux lois sur les rapports contractuels, comme celles que l'on retrouve dans certains États américains, elles assujettissent parfois le refus de renouveler un contrat à des normes d'équité et de motifs valables et suffisants. Certaines prévoient de longues périodes de préavis afin d'accorder suffisamment de temps au franchisé pour planifier ses opérations financières. D'autres vont même jusqu'à rendre le renouvellement obligatoire en l'absence de violations importantes passées ou présentes.

La loi de la Californie a apporté un tour nouveau au renouvellement obligatoire en imposant un avis de 180 jours et en prévoyant que le franchisé a le droit de transférer la franchise à un candidat qui répond pour l'essentiel aux critères de sélection du franchiseur. Essentiellement, la loi cherche à prévenir l'expropriation de l'achalandage tout en permettant au franchiseur de mettre fin à un lien contractuel précis.

#### f) Remises

De nombreuses lois de divulgation exigent que soient communiquées les pratiques du franchiseur en matière de remises (le franchiseur les empochent-ils ou en fait-il bénéficier les franchisés en tout ou en partie).

#### g) Sommes allouées à la publicité

La plupart des lois de divulgation obligent le franchiseur à préciser l'obligation du franchisé de contribuer aux dépenses en publicité, si elles feront ou non l'objet de vérification et le cas échéant, selon quelle méthode. La législation de l'Australie traite présentement ces sommes comme s'il s'agissait de fonds en fiducie et prévoit qu'elles doivent faire l'objet de vérifications et de déclarations distinctes puis être remises au franchisé périodiquement.

#### H. Lois sur les rapports contractuels spécifiques à certains secteurs d'activité

Certaines autorités législatives se sont dotées de lois qui protègent des catégories précises de franchisés comme les concessionnaires d'automobiles, les exploitants de stations-service et les

marchands de matériel agricole. Dans la plupart des cas, ces lois ont préséance sur la réglementation générale en matière de franchisage.

Généralement, les lois de cette nature sont succinctes et spécifiques à certains secteurs d'activité. Elles ont normalement pour effet:

- a) d'interdire la résiliation du contrat du concessionnaire avant l'arrivée du terme sans motif juste et suffisant;
- b) d'interdire au franchiseur de refuser le renouvellement d'une concession sans motif juste et suffisant;
- c) de prescrire que le franchiseur doit racheter l'inventaire lors de la résiliation;
- d) d'interdire au franchiseur de nuire à la formation d'associations de franchisés ou de marchands;
- e) de régir le transfert d'intérêts dans une concession;
- f) d'imposer aux franchiseurs le devoir d'agir équitablement.

#### I. Autres lois fédérales

Au Canada, le franchisage est une matière de compétence exclusivement provinciale, mais certains domaines qui ont une incidence sur le franchisage en général et sont de ressort fédéral doivent aussi être pris en compte. Plusieurs aspects du franchisage généralement prévus dans les lois de divulgation et celles qui portent sur les rapports contractuels sont couverts par des lois fédérales, dont les suivantes :

- a) les lois sur la concurrence;
- b) les lois sur la propriété intellectuelle, notamment celles sur les marques de commerce;
- c) les jugements et décisions de common law qui traitent plus précisément des pratiques commerciales interdites, des clauses de non-concurrence et du devoir général d'agir équitablement.

#### J. Motifs d'ordre général en faveur de la réglementation du franchisage

Partout au pays, l'harmonisation des lois provinciales sur le franchisage sera bénéfique pour toutes les parties impliquées ou intéressées. Une loi uniforme aidera les franchiseurs à standardiser leur procédure et leurs documents, leur permettant ainsi de réduire des coûts qui seraient autrement refilés aux franchisés et ultimement, aux consommateurs.

La loi offrira une protection aux franchisés dans les cas où il n'y en pas à l'heure actuelle, puisqu'on peut s'attendre à ce que plusieurs provinces adoptent une loi sur le franchisage lorsqu'un modèle simplifié aura été proposé.

La loi uniforme aidera aussi les franchiseurs et les franchisés à régler leurs différends en établissant un code normalisé de négociation et possiblement un mode standardisé de règlement des conflits.

Actuellement, l'intérêt que porte plusieurs franchisés envers une loi sur le franchisage s'explique par l'insuffisance des renseignements qu'ils reçoivent préalablement à l'achat d'une franchise et dans certains cas, par le traitement injuste dont ils sont victimes après l'acquisition d'une franchise.

Le fait que les renseignements divulgués préalablement à la vente sont insuffisants amènent les franchisés à conclure des ententes à long terme comportant des modalités complexes sans avoir connaissance du contexte. Il ne fait aucun doute que les pratiques déloyales nuisent globalement au franchisage comme secteur d'activité, c'est-à-dire tant aux franchiseurs et aux franchisés qu'aux investisseurs et aux systèmes de franchises.

Au Canada et ailleurs, on reconnaît sans cesse davantage l'intérêt qu'il y a à se doter d'une forme de réglementation du franchisage.

Il existe un certain nombre de raisons pour lesquelles une loi sur le franchisage est souhaitable, tant du point de vue de l'intérêt public que celui du secteur privé.

Du point de vue du gouvernement, la législation sur le franchisage va aider à protéger les propriétaires de petites entreprises, contribuer à prévenir des conflits inutiles et à donner confiance aux consommateurs en la stabilité des unités d'exploitation franchisés. De plus, toutes mesures, d'origine gouvernementale ou autre, qui seront prises pour contribuer à la stabilité des franchisés auront sur les personnes ayant un lien indirect avec les systèmes de franchise à titre d'employés, de fournisseurs de services ou de fournisseurs, étant donné leur nombre, un effet multiplicateur.

On note fréquemment une inégalité entre franchisés et franchiseurs au plan du pouvoir de négociation. Comme dans plusieurs autres secteurs d'activité, le contrat de franchise peut prendre la forme d'un contrat d'adhésion en ce sens que le franchisé peut être obligé de signer un document standard rédigé par le franchiseur sans pouvoir y apporter de modifications sous peine de ne pas être en mesure d'effectuer la transaction.

Les franchisés sont souvent des investisseurs néophytes qui, particulièrement dans le cas des petits systèmes de franchise, se lancent en affaires pour la première fois. Ils y risquent parfois leurs économies ou leur patrimoine familial en ayant accordé des sûretés au franchiseur ou aux institutions prêteuses qui financent la transaction.

Les franchiseurs et les franchisés ont tous deux intérêt à ce qu'une loi sur le franchisage soit adoptée mais sont en conflit quant au type de loi à adopter.

Les franchiseurs tirent un revenu indirect de plusieurs sources comme les droits initiaux, les redevances, les locations, les transferts, les remises sur les produits et les ventes. Ils reçoivent également un revenu calculé en fonction du chiffre d'affaires brut d'un franchisé sans égard à la rentabilité de la franchise.

Les franchiseurs bénéficient d'ordinaire d'une plus large protection aux termes d'un contrat de franchise parce qu'ils contrôlent sa préparation et qu'ils sont en situation de domination économique.

Les franchisés sont souvent désavantagés par rapport aux renseignements qui leurs sont communiqués et à leur incapacité de déplacer les risques économiques de leur relation contractuelle.

Les codes volontaires élaborés par les associations corporatives ont des désavantages qui leurs sont propres en ce sens qu'ils ne sont liés à aucune délégation de pouvoir d'origine gouvernementale ou législative. En conséquence, le recours le plus commun dont dispose l'association d'un secteur d'activité est l'expulsion d'un membre qui ne se conforme pas. Les associations sont souvent mal outillées pour mettre en œuvre un processus quasi-judiciaires pour trancher des différends, et les personnes qui ne sont pas membres d'une association n'ont pas à se conformer à ses politiques ou à son code de conduite.

La divulgation préalable à la vente constitue le dénominateur commun de la plupart des régimes législatifs. C'est un outil utile d'aide aux investisseurs qui sert à définir ce que l'on entend par «franchise». Il est primordial de maintenir une cohérence quant aux exigences imposées aux franchiseurs, à la définition de «franchise», aux codes de conduite d'origine législative et aux éléments qui doivent être divulgués en application des lois provinciales sur le franchisage.

Les avantages tirés de l'enregistrement des documents d'information sont discutables puisqu'il s'est avéré, d'après l'expérience d'un bon nombre d'États, que les franchisés ne sont pas mieux protégés en raison d'une révision gouvernementale et de l'enregistrement des documents de franchise qu'il ne le seraient par la divulgation obligatoire d'éléments standards. Ceci dit, l'enregistrement peut se révéler utile s'il est fait dans le cadre d'un processus éclairé, efficace et objectif visant à protéger les investisseurs peu avertis. De plus, un processus de révision pourrait constituer un forum approprié pour la présentation des plaintes des franchisés.

Cependant, les États qui favorisent l'enregistrement adoptent souvent une approche bureaucratique qui fait en sorte que les franchiseurs sont paralysés par une application incohérente des normes ou, en fait, parce que l'application de ces normes n'est pas transparente ni uniforme. Au cours des dernières années, on remarque dans ces États qu'on tend à se diriger vers une forme plus simple de divulgation préalable à la vente et, dans certains cas, vers un simple dépôt auprès d'un bureau du gouvernement sans révision ni enregistrement.

Une réglementation adéquate des rapports contractuels pourrait servir à protéger les attentes des deux parties si les dispositions types de la loi sont à l'image des pratiques commerciales saine des franchiseurs responsables. Elle pourrait aussi être utile pour guider les parties vers des méthodes appropriées de règlement des différends.

La forme de réglementation qui s'impose pour répondre au besoin d'une loi sur le franchisage n'est plus déterminée par un choix entre une réglementation d'origine gouvernementale et une autoréglementation par l'industrie. Le concept de réglementation «adaptée» implique l'élaboration d'un modèle de réglementation qui incorpore à la fois les éléments de politiques de la supervision gouvernementale et les éléments d'auto-réglementation par l'industrie. Seul le modèle de réglementation qui réunit ces deux éléments saura être efficace.

#### K. Futurs travaux du projet sur le droit des franchises de la CHLC

Le défi auquel le projet sur le droit des franchises de la CHLC fait face est de recommander le modèle approprié en tenant compte de l'expérience des autres États et de la législation actuellement en vigueur dans deux des grandes provinces canadiennes. De plus, la loi modèle qui sera recommandée devra aussi tenir compte des exigences particulières du Code civil du Québec afin que les modalités

d'interprétation et d'exécution de la loi modèle s'appliquent dans les territoires de common law et de droit civil.

Le comité convoquera une rencontre en personne en septembre 2002, après l'assemblée annuelle. Le comité tentera d'obtenir des suggestions lors de l'assemblée annuelle de la CHLC et établira son calendrier des priorités qui comprendra:

- a) les suggestions quant au type de législation qui devrait être envisagé;
- b) les recommandations de tous les intervenants sur les aspects qu'il importe le plus d'examiner;
- c) l'intégration des concepts de common law et de droit civil;
- d) un cadre de travail des questions déterminantes à inclure dans la loi modèle.

Le comité sollicitera régulièrement les commentaires de toutes les parties intéressées afin d'arriver à une loi uniforme équilibrée qui bénéficiera d'un vaste appui de la part de tous les intervenants et pourra par conséquent faire l'objet d'une vaste mise en application partout au Canada.

Nous attendons avec impatience la prochaine occasion de vous faire rapport de l'état de nos travaux.

Le 26 juillet 2002

Pièces jointes: résumé de la législation sur le franchisage dans le monde

Résumé de la législation sur le franchisage dans le monde

Afrique du Sud

Il n'y a pas de politique officielle du gouvernement en matière de franchisage en Afrique du Sud. Toutefois, le Competition Board et le Business Practices Committee ont tous deux élaboré un code de conduite relatif au franchisage et à la publicité des possibilités de franchises. Le Competition Board a été constitué en vertu de la Maintenance and Promotion of Competition Act pour promouvoir la concurrence sur le marché alors que le Business Practices Committee a été constitué en vertu de la Harmful Business Practices Act pour contrôler les pratiques commerciales préjudiciables.

L'Association de la franchise d'Afrique du Sud est dotée d'un code de déontologie obligatoire pour ses membres qui exige qu'un document d'information soit remis par écrit au franchisé éventuel, au moins 7 jours avant la signature du contrat de franchise. Ce document doit exposer les détails de l'exploitation de la franchise.[i]

Albanie

En 1998, l'Albanie a introduit des dispositions dans le Code Civil contenant une large définition du franchisage. Le franchiseur a le devoir de protéger les droits de la franchise contre les violations de tierces parties et de soutenir le franchisé en lui fournissant tous les renseignements et les instructions nécessaires.



Pendant les négociations préalables à la conclusion du contrat, les parties doivent échanger l'information pertinente à la franchise. Les parties doivent fournir ces renseignements de bonne foi et s'engagent à ce qu'ils demeurent confidentiels.

Le contrat doit être fait par écrit et préciser les obligations des parties ainsi que sa durée. Dans les cas où le contrat est d'une durée indéterminée ou que le terme est de plus de dix ans, l'une ou l'autre des parties peut se retirer en donnant un préavis d'un an. Lorsque le contrat prend fin, les parties ont l'obligation réciproque de se faire une concurrence loyale. Le franchiseur peut interdire au franchisé de lui faire concurrence sur le marché local pour une période pouvant aller jusqu'à un an.

Le franchiseur a droit à des dommages-intérêts lorsque le franchisé manque à ses obligations contractuelles. Dans l'éventualité où une des parties fait défaut de respecter ses obligations contractuelles, l'autre peut se retirer du contrat sans être liée par ses termes.

#### Arabie saoudite

Le 31 mars 1992, la Résolution ministérielle n°1012 a élargi la portée du règlement intitulé Commercial Agencies Regulations et de ses règles d'application pour qu'ils s'appliquent aux contrats de franchise. Le ministère du Commerce a adopté un contrat-type pour servir de guide à la rédaction de contrats de franchises. Les franchisés doivent enregistrer leur contrat de franchise auprès du Commercial Agencies Register. Le ministère du Commerce peut rejeter une demande d'enregistrement s'il a été interdit au ressortissant saoudien de se livrer à des activités commerciales, s'il n'a pas les compétences pour le faire ou si les documents d'enregistrement sont incompatibles avec le règlement. Argentine

En 2001, l'Argentine envisageait d'adopter une loi pour encadrer les relations en matière de franchise.

#### Australie

En décembre 1990, une commission d'étude sur le franchisage a été chargée d'examiner la possibilité d'élaborer des codes d'autoréglementation pour contrer les ratés de la commercialisation du franchisage et de faire rapport à ce sujet. La commission d'étude a développé un code de conduite volontaire d'autoréglementation du franchisage. En 1994, le fonctionnement du code a fait l'objet d'un examen qui a conduit à un débat sur l'opportunité d'adopter une loi sur le franchisage étant donné qu'entre 40 à 50% des franchiseurs choisissaient de ne pas opter pour le régime prévu par code. De surcroît, un nombre appréciable des franchiseurs qui n'étaient pas enregistrés faisaient défaut de divulguer l'information adéquate, d'accorder une période de réflexion ou de respecter les normes de conduite ainsi que le prévoyait le code.

En octobre 1998, un Code obligatoire de conduite en matière de franchisage est devenu pleinement applicable. Le contrat qui existait avant le 1<sup>er</sup> octobre n'est visé que dans la mesure où les dispositions du Code lui sont applicables. Le code prévoit des exigences complètes en matière de divulgation. Le franchiseur doit préparer un document d'information qui doit être mis à jour annuellement dans les trois mois suivant la fin de son exercice. Il doit aussi donner une copie du Code et du document d'information au franchisé éventuel au moins 14 jours avant la conclusion du contrat de franchise ou avant qu'une somme non remboursable soit versée. Une période de réflexion de sept jours est requise après la signature du contrat de franchise. Le code protège le droit d'association du franchisé et exige la préparation d'états financiers pour les fonds qui doivent être mis en commun.

Le Code prévoit aussi la médiation obligatoire des différends portant le franchisage comme condition préalable à une action en justice. Le contrat de franchise doit contenir un processus interne de traitement des plaintes conforme aux lignes directrices énoncées dans le Code.

Le gouvernement fédéral a modifié le Code en introduisant le Règlement sur les pratiques commerciale de 2001. Le règlement a été pris le 28 juin 2001 et est entré en vigueur le 1<sup>er</sup> octobre 2001. Le Code a été ainsi modifié pour que le franchisé reçoive l'information à jour qui lui est nécessaire pour exploiter son entreprise. Les modifications comprennent ce qui suit: une forme allégée de document d'information pour la vente d'une franchise dont il est estimé que les revenus seront inférieurs à 50000\$, la suppression de l'obligation du franchisé de fournir un document d'information dans le cas où il vend une unité d'exploitation à un autre franchisé et l'autorisation de transmettre des documents électroniquement.

### Barbade

À la Barbade, la Franchises Registration and Control Act (Loi sur l'enregistrement et le contrôle des franchises) contient des dispositions sur la délivrance de licences, l'enregistrement et le contrôle relativement à une franchise. Il est interdit sur le territoire de la Barbade d'utiliser la marque, le produit, le service, l'appareil, le droit d'auteur, le design industriel ou l'invention d'une autre personne à moins d'obtenir une franchise de son propriétaire. De plus, la personne qui souhaite exploiter une franchise doit tout d'abord obtenir une licence du ministère des Finances. Sur réception de la demande, le ministre publie un avis dans la gazette officielle pour recueillir, le cas échéant, les objections à la délivrance d'une licence. Le ministre examine ensuite la demande ainsi que ces objections.

Un non-citoyen ou un résident temporaire qui désire exploiter une entreprise à la Barbade en utilisant la marque, le produit, le service, etc., de quelqu'un d'autre doit suivre le processus de demande prévu par la Loi. Dans les faits, la Barbade a empêché des propriétaires de franchises étrangers d'exploiter une entreprise franchisée sur son territoire, soit directement (comme par le biais d'une filiale) ou indirectement (à travers un franchisé) sans qu'ils soumettent leurs programmes au processus de demande en raison des objections qui sont souvent soulevées.

### Brésil

Le 15 décembre 1994, une loi relative aux contrats de franchises a été adoptée. Elle s'applique aux franchises exploitées sur le territoire brésilien et aux franchises maîtresses.

La loi porte principalement sur la divulgation. Les renseignements doivent être fournis par écrit au moins dix jours avant la signature du contrat de franchise, de l'avant-contrat de franchise ou du versement par le franchisé de sommes destinées à payer des droits. Si ces conditions ne sont pas respectées, le franchisé peut annuler le contrat et demander un dédommagement pour les dommages subis. Un recours est aussi prévu pour le cas où le franchiseur donne des faux renseignements dans le document d'information.

### Canada

Il n'existe aucune loi fédérale en matière de franchises au Canada. L'Alberta et l'Ontario sont toutefois dotées de loi sur le sujet.

## Alberta

Historiquement, l'Alberta avait une loi portant expressément sur le franchisage qui prévoyait des exigences d'enregistrement et de divulgation. Le 1<sup>er</sup> novembre 1995, une nouvelle loi sur le franchisage et un règlement d'application sont entrés en vigueur, supprimant ainsi l'exigence d'enregistrement. L'obligation de divulgation préalable à la vente a pour sa part été préservée. Le franchiseur doit maintenant fournir une copie du document d'information au franchisé éventuel au moins 14 jours avant que ce dernier ne signe un contrat ou verse une contrepartie.

La loi contient aussi des dispositions relatives aux exemptions à l'obligation de divulgation, à l'annulation, aux dommages, aux droits et aux recours, à la réglementation générale, à l'autonomie administrative ainsi que des dispositions transitoires. Elle impose de plus un devoir d'agir équitablement dans le cadre de l'exécution du contrat.

## Ontario

L'Assemblée législative de l'Ontario a adopté, le 17 mai 2000, la Loi Arthur Wishart (divulgation relative aux franchises). Toutes les dispositions de la loi sont entrées en vigueur le 1<sup>er</sup> juillet 2000, à l'exception de celles qui traitent de la divulgation. Le règlement d'application est pour sa part entré en vigueur le 31 janvier 2001. Finalement, le 29 juin 2001, le gouvernement ontarien a modifié sa loi pour accorder au lieutenant-gouverneur en conseil le pouvoir de définir les termes ou les expressions utilisés dans le texte législatif qui n'avaient pas encore été définis. La loi s'applique aux contrats de franchise conclus ou renouvelés après la date de son entrée en vigueur.

La loi régit autant la divulgation que les rapports entre les parties. Le franchiseur doit fournir le document d'information au plus tard 14 jours avant la signature du contrat de franchise ou le versement d'une contrepartie, s'il a lieu avant. Un franchisé peut rescinder le contrat au plus tard 60 jours après la réception du document d'information si ce dernier n'est pas remis à l'intérieur du délai.

Ce texte de loi impose lui aussi un devoir d'agir équitablement dans l'exécution du contrat qui comprend le devoir d'agir de bonne foi et conformément à des normes commerciales raisonnables. Le manquement à cette obligation peut donner lieu à un recours en dommages-intérêts. De plus, le franchisé bénéficie d'un droit d'association à l'abri de toute intervention du franchiseur.

Les autres dispositions portent sur les circonstances dans lesquelles la loi s'applique, les exemptions à l'obligation de divulgation, le droit pour un franchisé de rescinder le contrat, les circonstances dans lesquelles des dommages-intérêts peuvent être réclamés en cas de fausses représentations ou d'un défaut de divulguer, la présence de la loi par rapport à d'autres droits et les exceptions.

## Autres provinces

À la fin de 1993, l'Association canadienne de la franchise a adopté un plan volontaire de divulgation préalable à la vente et depuis le 4 novembre 1996, elle pose comme condition à l'obtention du statut de membre la divulgation préalable à la vente.[ii]

## Corée

Le 7 avril 1997, la Commission sur la loyauté commerciale de Corée a adopté la Notification n°1997-4 établissant des critères pour déterminer ce qui constitue des pratiques commerciales déloyales en matière de franchisage. La notification a pour objectif de promouvoir des pratiques commerciales rationnelles et à prévenir celles qui sont déloyales. Elle impose une obligation générale de divulguer les renseignements nécessaires au franchisé afin de lui permettre de prendre une décision éclairée mais ne comprend pas une liste de ce qui doit faire l'objet de la divulgation. Les relations commerciales sont aussi régies par la notification.

## Chine

Le 14 novembre 1997, la circulaire du ministère du commerce intérieur relative à la promulgation des mesures pour l'administration des opérations de franchise (pour la mise en oeuvre provisoire de la réglementation) a été adoptée afin de permettre la standardisation des opérations de franchise, de protéger les droits et les intérêts du franchisé comme du franchiseur, et de promouvoir le développement des chaînes de magasins. La circulaire s'applique aux entreprises, aux personnes physiques et à toute entité économique qui s'engagent dans des opérations de franchise sur le territoire de la République populaire de Chine. Il s'agit d'un guide de nature générale sur les droits et les obligations qui fournit un cadre pour l'exploitation de franchises en Chine.

La circulaire exige la divulgation par écrit de renseignements préalablement à la vente et impose un devoir général de bonne foi aux deux parties. Le franchiseur doit soumettre les renseignements qui font l'objet de la divulgation à l'Association chinoise des chaînes d'entreprise. L'Association est chargée d'élaborer des règles ainsi qu'un code de conduite relatifs aux opérations de franchise et de promouvoir le développement du franchisage. Le franchisé doit lui aussi divulguer de l'information: il doit fournir un document détaillé faisant état de ses ressources. Finalement, la circulaire prévoit que tout litige survenant durant la relation de franchise au sujet de son exécution doit être soumis aux mécanismes de règlement des litiges prévus dans le contrat.

Le 15 juin 2002, la China Chain Store & Franchise Association a tenu la quatrième édition de la China Franchise Convention & Exhibition à l'occasion de laquelle l'association a annoncé que le dépôt d'une loi régissant le franchisage était prévu pour la seconde moitié l'année. La loi sur le franchisage est censée définir les droits et les obligations du franchiseur et du franchisé, préciser les ressources qui sont nécessaires pour exploiter une entreprise franchisée en Chine et définir le contenu du contrat de franchise de même que les sanctions possibles en cas d'inexécution.[iii]

## Espagne

En 1996, l'Espagne a adopté des dispositions portant sur le franchisage qui ont été introduites par l'article 62 de la Loi n°7/1996 relative à la vente au détail. Tous les franchiseurs doivent inscrire la franchise dans un registre. La Loi détermine ce que le franchiseur doit divulguer avant la signature du contrat de franchise ou de l'avant-contrat, ou avant le paiement d'une somme par le franchisé éventuel. La non-observance par le franchisé de l'obligation d'enregistrement est considérée comme un délit grave.

En 1998, le règlement d'application a été adopté pour permettre la centralisation des renseignements relatifs aux franchiseurs. Le règlement précise quelle est l'information que le franchiseur doit

divulguer, prévoit la création du registre et énonce les règles de base applicables au processus d'enregistrement.

## États-Unis

Le 21 octobre 1979, la règle de la Commission fédérale du commerce (CFC) intitulée Disclosure Requirements and Prohibitions Concerning Franchising and Business Opportunity Ventures (règle de la CFC), est entrée en vigueur. La règle de la CFC s'applique à toutes les relations commerciales qui répondent à la définition d'une «franchise» à moins qu'elles ne soient expressément visées par une exclusion ou une exemption. La loi exige la divulgation mais ne prévoit toutefois aucun dépôt ni enregistrement.

Il est possible de se conformer aux exigences en matière de divulgation en suivant les lignes directrices intitulées Uniform Franchise Offering Circular Guidelines introduites par la North American Securities Administrators Association. Les lignes directrices prévoient la forme que doit prendre la divulgation, laquelle a pour objectif de fournir des renseignements suffisants au franchisé éventuel pour lui permettre de prendre une décision éclairée quant à son investissement. Comme le document qui est conforme aux lignes directrices respecte aussi les exigences de la règle de la CFC, presque tous les franchiseurs qui font affaire aux É.-U. ont recours à cette forme.

La règle de la CFC prescrit que le franchiseur doit procéder à la divulgation pré-contractuelle lors de la «première rencontre en personne» ou au «moment de divulguer». La «première rencontre en personne» est une réunion entre le franchisé éventuel et le franchiseur, le courtier de ce dernier ou tout agent, représentant ou employé de l'un ou l'autre. Le «moment de divulguer» s'entend du premier des événements à survenir d'une part, la signature par le franchisé éventuel de tout contrat de franchise ou d'une autre entente qui lui impose des obligations légales reliées à la vente ou la possibilité de vente d'une franchise et, d'autre part, le versement d'une contrepartie par le franchisé éventuel. Le franchiseur doit aussi fournir une copie du contrat de franchise et des contrats connexes au moins cinq jours ouvrables avant la date fixée pour la signature des contrats. Le fait de satisfaire aux exigences de la règle de la CFC en ce qui a trait à la délivrance signifie que les exigences propres à chaque État sont respectées.

Les franchiseurs doivent respecter tant la réglementation fédérale que celle des États. En conséquence, la règle de la FTC ne s'applique que dans la mesure où la loi de l'État est moins restrictive. À ce jour, quinze États ont adopté des lois portant sur l'enregistrement des franchises, la divulgation ou les deux pour tenter de protéger les franchisés éventuels en veillant à ce qu'ils soient pleinement informés.[iv]

## France

Le 31 décembre 1989, la France a adopté la loi n°89-1008 relative au développement des entreprises commerciales et à l'amélioration de leur environnement économique, juridique et social, dont l'article premier s'applique au franchisage. Il s'agit d'une loi relative à la divulgation qui n'est pas spécifique au franchisage mais qui s'y applique néanmoins. Son champ d'application comprend, outre les contrats de franchise, ceux de distribution, de licence et ceux relatifs aux noms commerciaux. Cette loi est plus amplement décrite dans le Décret n°91-337 du 4 avril 1991.

Le document d'information doit être communiqué au moins vingt jours avant la signature du contrat ou, le cas échéant, avant le versement d'une somme par le franchisé éventuel. Il doit être par écrit et

établir les faits de façon honnête et précise afin de permettre au franchisé de prendre une décision éclairée. L'information visée par la divulgation doit aussi comprendre les renseignements bancaires et les états financiers annuels des deux derniers exercices. Le document d'information n'a pas à être rédigé en français mais il existe une obligation implicite, particulièrement dans le cas d'un franchisé peu averti. Le défaut de remettre le document d'information constitue une infraction criminelle au Code criminel français et est punissable d'une amende, d'une peine d'emprisonnement pouvant aller jusqu'à un mois, ou des deux.

## Indonésie

Le 18 juin 1997, le gouvernement indonésien a adopté le Règlement n°16/1997 qui traite spécifiquement du franchisage. Ce règlement avait pour objet de développer et de promouvoir la participation dans des entreprises franchisées. Il prévoit une obligation de divulgation d'informations et impose l'enregistrement de ces informations et du contrat de franchise auprès du ministère de l'Industrie et du Commerce. Le contrat de franchise doit être conclu par écrit, être rédigé en langue indonésienne, être gouverné par le droit indonésien et être d'une durée d'au moins cinq ans. De plus, le franchiseur et le franchisé doivent en priorité utiliser des produits et des matières premières locaux et le franchiseur doit favoriser les petites et moyennes entreprises. Le contrat de franchise doit aussi contenir des dispositions concernant le règlement des différends. Le règlement prévoit finalement des sanctions en cas de défaut par le franchisé de respecter les exigences en matière d'enregistrement et de rapport.

Le franchisage est permis dans les capitales provinciales et dans les régions dites de deuxième catégorie désignées par le ministre de l'Industrie et du Commerce. Une exception est prévue à cette règle pour permettre la vente de marchandises, de nourriture ou de boissons traditionnelles et indonésiennes sur l'ensemble du territoire par de petites et moyennes entreprises ou en collaboration avec ces dernières.

## Italie

Il n'y a pas de loi italienne en vigueur qui porte sur le franchisage. En 1995, l'Italian Franchise Association a toutefois mis en place un code de conduite axé sur l'autoréglementation et prévoyant que les franchiseurs doivent fournir un document d'information aux franchisés éventuels. L'information divulguée doit comprendre le bilan des trois dernières années du franchiseur, une copie des règles applicables et une copie du Code de déontologie de la Fédération européenne du franchisage (EFF).[v]

Le code impose le devoir d'agir équitablement dans les rapports contractuels. Le contrat doit être par écrit, définir le territoire d'exclusivité du franchisé et préciser une durée adéquate. Les modalités de résiliation du contrat doivent aussi y être contenues.[vi]

## Japon

Au Japon, l'industrie du franchisage ne fait l'objet d'aucune réglementation spécifique. Un devoir général de divulgation est prévu dans la Loi de 1973 relative à la promotion du commerce de la vente au détail de petite ou moyenne taille. Seuls les articles 11 et 12 de cette loi sont pertinents au franchisage et celle-ci n'affecte que les franchises de vente au détail.

La Japan Franchise Association est la seule association compétente à avoir élaboré des lignes directrices semblables à celles de l'International Franchise Association. De plus, le Japon réglemente le franchisage par le biais des lois anti-monopole de la Commission des pratiques commerciales, de lois sur la responsabilité du fait des produits et sur les marques de commerce et du droit des contrats prévu dans le Code civil japonais.[vii]

## Malaisie

Le 24 décembre 1998, la loi malaisienne sur le franchisage a reçu la sanction royale mais elle n'est entrée en vigueur que le 8 octobre 1999. En plus de protéger les franchisés, la loi vise la promotion du développement de l'entrepreneuriat, la création d'occasions pour d'éventuels franchisés et la réglementation du franchisage pour optimiser la réussite et prévenir l'abus. La loi s'applique aux franchises qui seront exploitées sur le territoire malaisien et impose un enregistrement détaillé ainsi que des règles sur la divulgation et les rapports contractuels.

Avant de faire une offre, le franchiseur doit enregistrer la franchise auprès du conservateur du Registre des franchises. La demande doit être présentée en utilisant le formulaire prescrit; doivent y être annexés, le document d'information complet, un échantillon du contrat de franchise, le manuel d'instruction relatif à la franchise, le manuel sur les opérations de la franchise, les états financiers et les rapports des vérificateurs et des administrateurs du demandeur. Le conservateur peut imposer des conditions supplémentaires lorsqu'il fait droit à une demande. Le franchiseur enregistré doit déposer un rapport annuel auprès du conservateur accompagné de l'information mise à jour qui fait l'objet de l'obligation de divulgation.

Les documents d'information doivent être transmis au franchisé au moins 10 jours avant la signature du contrat et doivent être en la forme prescrite. Ces documents sont les mêmes que ceux qui ont été remis au conservateur. Une période de réflexion de sept jours est accordée au franchisé. S'il est mis fin au contrat pendant cette période, le franchiseur peut retenir une certaine somme d'argent afin de couvrir les dépenses raisonnables qu'il a engagées.

La loi dispose que la durée de la franchise ne doit pas être inférieure à cinq ans et prévoit le renouvellement obligatoire à la demande du franchisé. Un préavis de résiliation et la possibilité de remédier à un défaut au contrat sont aussi exigés. Toutefois, un franchiseur ne peut pas mettre fin au contrat de franchise avant l'arrivée de son terme sans cause légitime au sens du paragraphe 31(2). Enfin, la loi prescrit que les franchiseurs et les franchisés doivent rechercher les meilleures pratiques commerciales du temps et de l'endroit en matière de franchises.

Les infractions à la loi sont punissables d'amendes ou même d'emprisonnement en cas de récidive. Le tribunal peut aussi déclarer la nullité du contrat de franchise et ordonner le remboursement de tous les paiements effectués par le franchisé et il peut être interdit au franchiseur de conclure de nouveaux contrats.

## Mexique

Le 27 juin 1991, le Mexique a adopté la Loi sur la propriété intellectuelle imposant l'obligation aux franchiseurs de divulguer certaines informations aux franchisés éventuels. Le règlement d'application accompagnant ces dispositions est entré en vigueur en décembre 1994. La divulgation précontractuelle est obligatoire, de même que le dépôt d'informations concernant le franchiseur et l'enregistrement de

la transmission au franchisé des droits sur les marques de commerce. Le contrat doit être traduit en espagnol. Les droits doivent être enregistrés auprès du ministère du Commerce et du Développement international.

## Nigéria

Depuis 1979, tous les contrats de franchise au Nigeria doivent être enregistrés auprès du National Office of Industrial Property en vertu du National Office of Industrial Decree au plus tard 60 jours après leur signature. L'article 6.2 de la loi énumère les nombreuses conditions, souvent facultatives, en vertu desquelles l'enregistrement peut être refusé.

## Nouvelle-Zélande

En 1996, la Franchise Association of New Zealand a publié un code de pratique régissant ses membres. Il contient des exigences en matière de divulgation, une période de réflexion et un code de déontologie, de même qu'un processus obligatoire de règlement des différends.

## Philippines

Pendant longtemps, la République des Philippines examinait les contrats de franchise enregistrés conformément aux politiques énoncées dans ses lois relatives au transfert de technologie. Le 1<sup>er</sup> janvier 1998, un nouveau code sur la propriété intellectuelle est entré en vigueur. Il renvoie à une entente sur le transfert des technologies qui contient un contrat ou un accord qui implique le transfert des connaissances techniques pour fabriquer un produit, la mise en oeuvre d'un procédé ou la prestation d'un service. Le code dresse une liste des clauses interdites qui affectent indûment la concurrence et de celles qui doivent obligatoirement être portées au contrat. Si le contrat respecte les exigences du code, il n'a pas à être enregistré auprès de l'Office de la propriété intellectuelle, qui est chargé de l'administration du code.

Un projet de loi sur la divulgation et les rapports contractuels en matière de franchises a été présenté au Congrès le 13 janvier 1999. Il vise à promouvoir l'équité dans les contrats de franchises et à établir une norme de conduite et des recours uniformes. Le projet de loi rendrait la divulgation précontractuelle au franchisé éventuel obligatoire, interdirait la résiliation du contrat de franchise sans cause légitime et en l'absence d'un préavis suivi d'une période de 30 jours pour remédier à un défaut, et imposerait le devoir d'agir équitablement aux parties à un contrat de franchise.[viii]

## Roumanie

Le 28 août 1997, le gouvernement de la Roumanie a édicté l'Ordonnance 52/1997 établissant le régime juridique relatif au franchisage. L'Ordonnance a fait l'objet de modifications qui ont été approuvées par le gouvernement de la Roumanie le 9 avril 1998. Ce texte impose la divulgation générale et précise que le franchiseur est tenu de fournir au franchisé éventuel toute l'information nécessaire pour lui permettre de prendre une décision éclairée. Il y est aussi énoncé que le franchisé doit avoir une expérience appréciable de l'exploitation d'une entreprise dans le secteur d'activité de la franchise qu'il acquiert.

Le contrat de franchise doit circonscrire les obligations et les responsabilités des parties et être dépourvu d'ambiguïtés. La durée du contrat doit être suffisamment longue pour permettre au franchisé de récupérer son investissement. Le franchiseur doit aviser le franchisé de tout manquement à ses



obligations contractuelles et lui accorder un délai raisonnable pour y remédier. De plus, le franchiseur peut imposer une clause de non-concurrence et de confidentialité valable tant que le contrat est en vigueur. Les relations post-contractuelles doivent être guidées par les règles de concurrence loyale. Finalement, le contrat de franchise doit contenir des dispositions traitant du règlement des différends. [ix]

## Russie

La législation russe régit les relations entre les parties mais ne s'intéresse pas à la divulgation. Les dispositions sont contenues au Code civil russe qui est entré en vigueur en mars 1996. Le Code renvoie à des «concessions commerciales» mais la description des relations que ces dispositions ont pour but de réglementer est clairement applicable au franchisage. Le texte de loi indique ce que doit contenir le contrat, la forme qu'il doit prendre et les modalités de son enregistrement, ainsi que les obligations et les restrictions imposées aux parties. Le contrat de concession doit être par écrit et être enregistré par l'organisme.[x] Le renouvellement du contrat, ses modifications et sa résiliation sont aussi prévus par la loi. Chaque partie peut se retirer du contrat en donnant un préavis de six mois, à moins qu'un délai plus court ne soit prévu au contrat.

## Taïwan

Par le passé, le franchisage à Taïwan passait par quatre niveaux d'approbation ou d'enregistrement par le gouvernement. En premier lieu, une garantie du gouvernement pour le rapatriement en devise du droit de franchisage ou de la redevance, devait être obtenue avant que les versements ne puissent être effectués. Devait aussi être obtenue l'approbation prévue par l'Income Tax Law et le Regulation Governing the Criteria and Standards for Tax Auditing avant que le franchisé puisse déduire le paiement de la redevance de franchisage à titre de dépense d'entreprise et recevoir la déduction fiscale correspondante. Le contrat de franchise devait être enregistré auprès de l'Investment Commission, Ministry of Economic Affairs conformément au Statute for Technical Cooperation. Finalement, le contrat de licence pour une marque de service ou une marque de commerce devait être enregistré auprès du Republic of China Trademark Office.

Le 1<sup>er</sup> septembre 1999, Taïwan a adopté une loi portant sur la divulgation pré-contractuelle. Le document d'information doit contenir 8 catégories de renseignements et doit être remis au franchisé au moins 10 jours avant la signature d'un contrat.

## Thaïlande

L'IFA rapporte que le ministère du Commerce thaïlandais examine la possibilité d'adopter un règlement sur le franchisage pour pourvoir au traitement équitable des franchiseurs et des franchisés. [xi]

## Turquie

En vertu de l'article 6 du Communiqué n°1, toutes les licences portant sur le savoir-faire et l'assistance technique et les accords de gestion doivent faire l'objet de l'approbation du Foreign Capital General Directorate. Les contrats de franchise ne sont pas énumérés à l'article 6 comme étant des documents soumis à l'approbation de la Direction mais ils sont généralement soumis et examinés. Le processus

d'examen défavorise les ententes qui ont un effet anti-concurrentiel ou qui sont dépourvues d'un mécanisme de règlement des différends.

## Vénézuela

Depuis 1992, le Vénézuela était soumis à la Law to Promote and Protect the Free Exercise of Competition qui interdit les restrictions à la libre concurrence utilisées dans les contrats de franchise. Toutefois, le surintendant de la promotion et de la protection de la libre concurrence a pris un règlement qui permet que les contrats de franchise soient exemptés de l'application de la loi à compter du 7 janvier 2000. Le fonctionnement du règlement est semblable à celui de l'ancien Règlement d'exemption par catégorie relatif au franchisage de l'UE et permet d'imposer des restrictions territoriales ou de distribution tant au franchiseur qu'au franchisé à moins que certaines clauses du contrat ne l'interdisent.

## Les associations de l'industrie

### L'International Franchise Association (IFA)

Le code de déontologie de l'IFA est un énoncé des objectifs que cherchent à atteindre tous les membres de l'IFA dans le cadre de leurs relations de franchisage. Il ne cherche pas à prévoir tous les événements qui peuvent survenir dans une relation de franchisage, mais plutôt à articuler les valeurs dont vont s'inspirer les membres de l'IFA pour structurer leurs relations de franchisage et qu'ils vont s'efforcer de mettre en pratique pour diriger leurs entreprises. Le mécanisme d'exécution du code prévoit que lorsque l'IFA a connaissance d'une possible contravention aux dispositions du code par un de ses membres, le président de l'IFA mène une enquête sur la contravention alléguée et fait rapport au Comité exécutif. Le Comité exécutif de l'IFA a le pouvoir ultime pour examiner ces allégations et pour déterminer, le cas échéant, quelles sont les sanctions qu'il convient d'imposer à une société. Ces sanctions peuvent aller de la réprimande à la suspension, et dans des cas exceptionnels, à la perte du statut de membre.[xii]

### L'American Association of Franchises and Dealers (AAFD)

L'American Association of Franchisees and Dealers est une association corporative à but non lucratif qui représente les droits et les intérêts des franchisés et des marchands indépendants aux États-Unis. L'AAFD a été constituée en 1992 avec l'objectif de promouvoir l'équité dans le domaine du franchisage. Elle fournit à ses membres un large éventail de services conçus pour aider les franchisés et elle a publié des normes de pratiques équitables en matière de franchisage pour la communauté du franchisage. Le mandat du Fair Franchising Standards Committee est de développer des normes applicables à plusieurs entreprises et aux aspects juridiques de la relation entre le franchiseur et le franchisé. L'objectif ultime est que l'équité contractuelle devienne la norme pour la communauté du franchisage et que le contrat tienne compte des intérêts commerciaux légitimes du franchiseur et ceux de son franchisé en favorisant la présence d'un équilibre entre eux.[xiii]

## Exemption par catégorie de l'UE

L'ancienne exemption par catégorie de l'UE, qui s'appliquait dans tous les pays de l'Union européenne, est venue à expiration le 31 mai 2000. Le 1<sup>er</sup> juin 2000, le Règlement d'exemption par catégories d'accords verticaux est entré en vigueur et il s'applique à tous les accords verticaux, y compris les franchises. Les compagnies qui étaient parties à des contrats de franchise ou de

distribution lors de l'entrée en vigueur de l'exemption par catégories avaient jusqu'au 31 décembre 2001 pour rendre les contrats existants conformes aux dispositions de la nouvelle exemption par catégories. Des lignes directrices distinctes visant à développer une politique d'exécution relative aux activités de franchisage ont été émises avant que la loi n'entre en vigueur.

Les accords verticaux qui portent sur moins de 10% de la part d'un marché vont continuer à être exclus de la nouvelle exemption par catégories en vertu de la règle de minimis. La nouvelle exemption par catégorie constitue une règle refuge pour l'accord vertical dont la part d'un marché donné est comprise entre 10% et 30% inclusivement. En 2002, la CE a émis un nouvel avis concernant les contrats de moindre importance qui fournissent une meilleure règle refuge aux compagnies qui détiennent seulement une petite part de marché.

La dernière exemption par catégories contient une liste de clauses dites «noires» ou «dures», et les contrats qui contiennent de telles clauses ne seront pas exemptés. De plus, un État membre pourra ne pas se prévaloir de l'avantage de l'exemption par catégorie si l'accord vertical présente les caractéristiques d'un marché distinct. L'ébauche prévoit une période de transition de 2 ans pour les dispositions des contrats existants qui respectent l'ancienne exemption par catégorie.

## Unidroit

L'Institut international pour l'unification du droit privé (UNIDROIT), a rédigé une Loi type sur la divulgation des informations en matière de franchise qui vise à fournir un plan directeur aux législateurs nationaux pour l'élaboration d'une loi sur le franchisage. La loi type est destinée à s'appliquer au franchisage national et international et aux différents types de contrats de franchise, dont les contrats d'union traditionnels, les contrats de franchises maîtresses et les contrats de développement. La loi type se limite à la divulgation pré-contractuelle et ne traite pas de la relation entre les parties. Des exemptions à l'obligation de divulguer des informations sont aussi prévues.

La divulgation n'est exigée que du franchiseur et doit être effectuée en rapport avec le contrat de franchise proposé, au moins 14 jours avant le premier des événements à survenir entre la signature du contrat ou le paiement d'un droit relatif à l'acquisition de la franchise par le franchisé. Bien qu'il n'y ait pas de forme prescrite pour la divulgation, le document d'information doit être par écrit (et pourrait être en format électronique), rédigé de façon compréhensible et dans la langue officielle du principal lieu d'affaires du franchisé.

La loi type prévoit quelle information doit être divulguée au franchisé. Elle exige entre autres les états financiers vérifiés des trois dernières années, y compris les bilans et les états des résultats. À la liste s'ajoutent les restrictions imposées au franchisé et les modalités de renouvellement de la franchise. Le franchiseur peut pour sa part exiger que le franchisé éventuel signe une déclaration dans laquelle il reconnaît la confidentialité des renseignements portant sur la franchise ou le franchiseur. De plus, le franchiseur peut demander que le franchisé accuse réception par écrit du document d'information comme condition à sa signature.

Si le document d'information n'est pas remis dans le délai prévu, le franchisé est en droit d'annuler le contrat de franchise ou toute entente pré-contractuelle à moins que le franchiseur ne soit en mesure de prouver qu'au moment de la signature du contrat de franchise, le franchisé avait les informations nécessaires en main pour prendre une décision éclairée. Le franchisé peut aussi annuler le contrat de franchise si le document d'information contient une déclaration trompeuse sur un fait important ou

qu'un fait important qui doit être divulgué y est omis, à moins que le franchiseur ne prouve que le franchisé ne s'est pas appuyé sur la déclaration trompeuse ou que sa décision d'investissement n'a pas été influencée par l'omission. Le droit d'annuler le contrat de franchise doit être exercé au plus tard un an après le geste ou l'omission qui constitue la violation ou 90 jours après la remise au franchisé d'un avis écrit qui énonce les détails de la violation, accompagné du document d'information du franchiseur à jour.

---

1 Les lois albertaine et ontarienne régissent un aspect des rapports entre les parties par le biais d'une norme de « rapports équitables ».

[2] Lena Peters, agente de recherches pour UNIDROIT, dans un article intitulé « La Loi modèle sur la divulgation des informations en matière de franchises d'UNIDROIT », décrit UNIDROIT comme une organisation intergouvernementale qui compte 58 pays membres et a pour objet « d'étudier les moyens d'harmoniser et de coordonner le droit privé entre les États ou entre les groupes d'États et de préparer graduellement l'adoption par les divers États d'une législation de droit privé uniforme. » (article premier des statuts d'UNIDROIT)

[3] Étude citée dans « Legislative Update in Debate », Franchising Roundup, Bret Lowell, Andrew Selden, Neil Simon (Forum on Franchising, American Bar Association, 1993 Annual Forum vol. 1), à la p.19.

[4] Michael G. Brennan of Piper Rudnick, « A Critical Review of Malaysia's Proposed Franchise Legislation » ( CCH Business Franchise Guide, 2002)

[5] « Fait important » au sens de la Loi Arthur Wishart, s'entend notamment de tout renseignement sur l'activité commerciale, l'exploitation, le capital ou le contrôle du franchiseur ou de la personne qui a un lien avec lui ou sur le système de franchise, dont il est raisonnable de s'attendre qu'il aura un effet significatif sur la valeur ou le prix de la franchise à concéder ou sur la décision de l'acquérir.

---

[i] M. Mendelsohn & M. Brennan, The International Encyclopaedia of Franchising, Kluwer Law International Ltd, 2001, South Africa – 3,4.

[ii] Disclosure Document Guide, Canadian Franchise Association, en ligne: [www.cfa.ca/disclosure.html](http://www.cfa.ca/disclosure.html) (date de la consultation: 25 juin 2002)

[iii] « China Anticipates the Promulgation of Franchise Law », China Franchise News, vol. 3, n° 8 (19 juin 2002).

[iv] Michael G. Brennan, « International Expansion Experiences Outbound – Expansion to the U.S. from Canada » Canadian Franchise Association 2001 Legal Day, Piper Marbury Rudnick & Wolfe

LLP

[v] Prof. A. Frignani, « Disclosure in Franchise Agreements », en ligne: Cardozo Law Bulletin

- [vi] M. Mendelsohn & M. Brennan, The International Encyclopaedia of Franchising, Kluwer Law International Ltd, 2001, Italy-3.
- [vii] M. Muto, «Japan Franchise Market», en ligne : Tradeport  
www.tradeport.org/ts/countries/japan/isa/isar0053.html (date de la consultation: 5 juin 2002)
- [viii] CCH Business Franchise Guide Transfer Binder, 1998-2000 à 7373
- [ix] CCH Business Franchise Guide Transfer Binder, 1997-1998 à 7372
- [x] «Law on Commercial Concession», en ligne : www.a-z.ru/raf/catal/5\_en.htm (date de la consultation: 13 juin 2002)
- [xi] W. Maneerungsee, «With Franchise Business Booming, Thailand Officials See Need to Regulate», en ligne : Bangkok Post online www.franchise.org/news/newsbrief/04182002.asp (date de la consultation: 13 juin 2002)
- [xii] Code of Ethics and Enforcement Mechanism, International Franchise Association, en ligne: www.franchise.org/selfreg/codeethicenforc.asp (date de la consultation: 25 juin 2002)
- [xiii] Fair Franchising Standards, American Association of Franchisees and Dealers, en ligne: www.aafd.org/buying/standards.html (date de la consultation: 25 juin 2002) Références

A été consulté pour la préparation du présent rapport:

<http://www.unidroit.org> (renseignements obtenus dans le CCH Business Franchise Guide)