

# SPÉCIAL FRANCHISE

SPÉCIAL FRANCHISE



## Historique

Issu de la détermination de plus de 200 cabinets de travailler ensemble, de mettre en commun leurs expériences et leurs parfaites connaissances du système judiciaire, GESICA qui a trente ans d'existence, est aujourd'hui un acteur majeur du marché du droit en FRANCE.

GESICA, avec sa section internationale en développement est présent mondialement.

Vous trouverez donc un avocat GESICA proche de vous.

Etre avocat implique d'agir comme un homme de réflexion et de réfléchir comme un homme d'action.

### LES OBJECTIFS DES AVOCATS GESICA SONT FORTS

- associer l'enracinement régional à la spécialisation individuelle des membres du réseau ;
- déployer un service personnalisé dans le respect des valeurs GESICA : compétence et proximité, confiance et stratégie, transparence des honoraires respect et engagement, qualité indépendance et probité, exigence pragmatisme et expérience.
- accroître le potentiel d'accompagnement de leurs clients en FRANCE et dans le monde.
- développer les actions qualitatives pour une plus grande confiance avec nos partenaires.

### NOS METIERS

L'audit juridique, le conseil, la médiation, l'arbitrage et le contentieux sont en fait les facettes d'un seul et même métier, celui d'un accompagnement constant des entreprises, collectivités territoriales et personnes physiques, tant dans leur quotidien que dans la maîtrise de la protection de leurs droits même les plus techniques.

### MOYENS ET ATOUTS DE GESICA

- GESICA prend en compte les enjeux économiques humains et sociaux du monde dans lequel nous vivons et les règles juridiques qui nous gouvernent.
- GESICA a lancé des actions de formation et de réflexion sur des thèmes de société tels que la traçabilité, la responsabilité sociale de l'entreprise ou les successions.
- GESICA a voulu et promu une chartre sur la transparence de l'honoraire.
- Les avocats GESICA disposent par intranet d'une bibliothèque numérique commune qui leur est propre, outil fondamental dans un environnement juridique complexe et changeant.
- L'administration du réseau est certifiée ISO 9001 version 2000

### GESICA REPOND à l'ensemble des besoins exprimés :

- Un besoin de pluridisciplinarité, pour cela GESICA, multipliant l'expertise de chaque avocat, offre une gamme de service par métiers et par filiaire en simplifiant et optimisant les relations.
- Un besoin très spécifique et complexe, l'avocat GESICA travaille alors avec celui du réseau qui offre la plus haute technicité.
- Un besoin de prestation lointaine, géographiquement, l'avocat GESICA sollicite alors le concourant correspondant GESICA local en France ou à l'étranger.

**L'INDEPENDANCE JURIDIQUE ET FINANCIERE** des cabinets GESICA garantit une implication personnelle et permanente de votre avocat. Les collaborateurs au sein de chaque cabinet, largement formés en interne, évoluent également dans cet esprit.

**NOUS CONSTRUISONS CHAQUE JOUR GESICA** pour fournir les services que nos clients attendent avec la volonté d'un accompagnement personnalisé.

Conscient que la satisfaction des clients par le respect des engagements pris, l'adéquation des services aux attentes, l'harmonisation des méthodes, le réseau GESICA s'impose chaque jour :

**rigueur, réactivité et efficacité**

## Des précautions pour un franc succès

*Le contrat de franchise se développe dans des secteurs très étendus de la distribution alimentaire, à la réparation ou la location de véhicule, au dépannage à domicile, aux produits de luxe ...*

*C'est un mode de développement qui permet au commerçant indépendant d'accéder rapidement au marché et de bénéficier du savoir-faire du franchiseur et au franchiseur d'étendre son réseau et de renouveler la réussite qui a fait connaître sa marque.*

*Si le contrat de franchise est un outil adapté à l'activité commerciale, comme tout contrat, il doit faire l'objet d'une attention particulière.*

*GESICA, par son implantation nationale et internationale, a réuni l'éclairage de spécialistes du droit de la franchise, des contrats commerciaux, des baux, du droit du travail, du droit international pour souligner les points clés qui doivent être vérifiés, non seulement avant de choisir son franchiseur ou son franchise, mais également, tout au long de la vie du contrat, pour éviter les pièges.*

*Conseiller de façon indépendante franchiseurs et franchiseés, tel est l'objectif de tous les avocats GESICA.*



Jean-Louis Fourgoux  
Président de Gesica

Photo



## L'INFORMATION PRECONTRACTUELLE

Bernard Levy - GESICA STRASBOURG

La loi du 31 décembre 1989, connue sous l'appellation loi Doubin et qui figure actuellement à l'article L 330-3 du Code de Commerce impose à : « toute personne qui met à la disposition d'une autre personne un nom commercial, une marque ou une enseigne en ... exigeant un engagement d'exclusivité ... est tenue préalablement à la signature de tout contrat ... de fournir à l'autre partie un document donnant des informations sincères qui lui permettent de s'engager en connaissance de cause ».

Ces dispositions législatives s'appliquent au contrat de franchise lorsque le franchisé est lié au franchiseur par une clause d'exclusivité et que le franchiseur met à sa disposition un nom commercial, une marque ou une enseigne.

Le contenu du document appelé communément document d'informations précontractuel (DIP) est fixé par décret et se trouve à l'article R 330 -1 du Code de Commerce.

En substance, le DIP doit contenir un certain nombre d'informations qui peuvent être résumées comme suit :

- individualisation du franchiseur et présentation de celui-ci,
- ancienneté et expérience du franchiseur,
- présentation de l'état général du marché concerné d'abord au plan national puis au plan local ainsi que perspective de développement,
- présentation détaillée du réseau,
- présentation du contrat envisagé.

Le document d'information précontractuelle doit être remis au futur franchisé au moins vingt jours avant la signature du contrat.

La doctrine considère de plus qu'il est prudent de réitérer cette information précontractuelle avant chaque renouvellement du contrat.

Il est important de rappeler que contrairement à une idée généralement répandue mais qui est fautive, le DIP n'a pas à contenir un compte d'exploitation prévisionnel du futur établissement de franchisé, ni une étude du marché local.

Cette précision est importante car cette erreur apparaît fréquemment dans les litiges entre franchiseurs et franchisés.

De même, la méconnaissance de ses obligations en matière d'information précontractuelle par le franchiseur n'entraîne pas la nullité automatique du contrat de franchise comme cela a pu être soutenu il y a quelques années.

La jurisprudence a en effet progressivement évolué vers une nullité relative de ce contrat, de sorte que son prononcé est subordonnée à la preuve par le franchisé que son consentement a bien été vicié par le manquement de son franchiseur.

Les juridictions recherchent, en pratique et au cas par cas, si la défaillance dans l'information précontractuelle a eu pour effet de tromper le franchisé ou si au contraire elle a été sans incidence sur sa volonté de s'engager ou sur l'évolution ultérieure de son commerce.

En guise de conclusion, et dix huit ans après la création de l'information précontractuelle par la loi Doubin, il est permis de se demander si aujourd'hui, le dispositif diffère encore sensiblement du droit commun des vices du consentement ■



## FRANCHISE ET POLITIQUE TARIFAIRE

Jean-Louis Fourgoux- GESICA PARIS PEREIRE

Le principe de la franchise consiste à permettre au franchiseur de développer un réseau de points de vente indépendants qui, avec l'assistance du franchiseur, la transmission du savoir-faire, peuvent assurer une activité commerciale sous une marque unique.

Ce principe d'homogénéité (sur les produits et les services offerts, les modes de présentation, les méthodes commerciales et la publicité), trouve une limite en matière de politique tarifaire à l'égard des clients.

Les franchisés étant des entreprises indépendantes, sont considérés, par le droit de la concurrence, comme des concurrents, et doivent fixer librement leurs prix sous peine de se voir sanctionnés au titre d'une entente illicite.

En effet, l'article 420.1 du Code de Commerce, et l'article 81 du Traité CE sanctionnent les ententes verticales au sein des réseaux de distribution, qui ont pour effet de limiter la concurrence par les prix.

Dans les années 80 à 90, plusieurs franchiseurs ont été condamnés pour avoir coordonné, en accord avec les franchisés, les prix au sein de leur réseau. La tentation peut être grande pour le Franchiseur et les franchisés de fixer en commun les prix de revente pour éviter de perturber le positionnement marketing et troubler les consommateurs qui ne comprennent pas toujours pourquoi au sein d'un même réseau de franchise les prix pourraient être différents.

Le Règlement communautaire 2790/99 du 22 décembre 1999, sans supprimer l'interdiction d'entente sur les prix, a assoupli les conditions de diffusion de prix conseillés, et a admis la possibilité, pour un franchiseur, de conseiller un prix voire d'imposer un prix maximum (article 4-a). Néanmoins, cette suggestion du franchiseur visant à harmoniser les prix, ne doit pas se concrétiser par « **un prix de vente fixe ou minimal à la suite d'une pression exercée par l'une des parties ou de mesures d'incitation** ».

La jurisprudence la plus récente du Conseil de la Concurrence consiste à examiner si le franchiseur établit une police des prix, car même si les prix ne sont que simplement conseillés, il ne faut pas que par des pressions directes ou indirectes, les franchisés acceptent d'appliquer le prix conseiller ou recommandé par le franchiseur. Puis le Conseil de la Concurrence avec l'approbation de la Cour d'Appel examine les prix pratiqués par les Franchisés. Si dans une large majorité les prix appliqués par les franchisés sont eux recommandés ou imposés par le Franchiseur l'entente pourra alors être caractérisée et sanctionnée.

Ainsi, dans une décision du 24 janvier 2007, le Conseil de la Concurrence a considéré que les tarifs appliqués par les franchisés pour les ventes en détail au magasin n'étaient pas des prix imposés, et qu'aucune pression n'était exercée par le franchiseur sur les franchisés. Ainsi, les caisses n'étaient pas équipées de prix préenregistrés, et le franchiseur ne communiquait pas, au niveau national, sur les prix publics en conséquence aucune entente n'a été mise en évidence.

Franchiseurs et franchisés doivent donc être particulièrement attentifs.

Si des prix conseillés sont diffusés, la liberté de fixation des prix par les franchisés doit toujours demeurer complète sous peine de lourdes sanctions ■



## CLAUDE DE NON CONCURRENCE ET DE NON RETABLISSEMENT

Leyla Djavadi - GESICA PARIS PEREIRE

La franchise définie comme la réitération d'une « succès commercial » (D. FERRIER, « Le droit de la distribution », 2005) est une forme de distribution qui a connu un succès important quelque soit le secteur d'activité, tant dans le domaine des produits que de celui des services.

Aussi, un important contentieux est né du fait de la complexité du développement des relations entre, d'un côté, un franchiseur qui souhaite développer sa réussite commerciale, contrôler son succès et son savoir-faire, tout en assurant une cohésion du réseau ; et de l'autre, un franchiseur commerçant indépendant qui souhaite profiter de ce savoir-faire, et qui a des exigences spécifiques en termes d'assistance, de son franchiseur.

Si les conditions de signature du contrat pour l'entrée au sein d'un réseau de franchise sont des points à ne pas à négliger, notamment le respect des obligations précontractuelles de renseignements, les obligations pendant la durée du contrat, le devenir du franchiseur et du franchiseur à l'issue des relations contractuelles est également une question importante, au stade des négociations pour la signature du contrat :

- quelle est la faculté pour le franchiseur de s'opposer à ce qu'un franchiseur qui quitte le réseau ne s'installe dans la zone, et exerce une activité concurrente ?
- De quels moyens dispose le franchiseur pour s'assurer de la possibilité d'exercer une activité en rapport avec l'expérience acquise durant les relations commerciales, et ne pas être privé de la possibilité d'exercer toute activité dans ce domaine ?

Ces questions ont donné lieu, à une construction jurisprudentielle qui s'est enrichie au fil des années, mais un cadre général a également été prévu par le droit communautaire, notamment (Règlement d'exemption communautaire 2790/99 du 22 décembre 1999) qui permet, d'éviter des écueils au stade de la rédaction du contrat.

Ce Règlement d'Exemption, dispose en substance qui si en principe une obligation, directe ou indirecte, interdisant à l'acheteur, à l'expiration de l'accord, de fabriquer, d'acheter, de vendre ou de revendre des biens ou des services, ne peut bénéficier de l'exemption automatique prévue à l'article 2 dudit Règlement, l'article 5 prévoit une exception, dès lors que quatre conditions sont réunies :

- L'obligation doit concerner des biens ou des services qui sont en concurrence avec les biens ou services contractuels,
- L'obligation doit être limitée aux seuls locaux et aux terrains à partir desquels l'acheteur a opéré pendant la durée du contrat,
- L'obligation doit être indispensable à la protection d'un savoir-faire transféré à l'acheteur,
- L'obligation de non concurrence post contractuelle doit être limitée à un an à compter de l'expiration de l'accord.

Si ces quatre conditions sont respectées, la clause de non concurrence post contractuelle peut bénéficier de l'exemption.

En droit interne, deux analyses se sont opposées : l'une considérait que la clause de non concurrence devait être traitée, dans le cadre d'un contrat de franchise, comme dans tout autre contrat, c'est-à-dire que sa validité devait être analysée moyennant l'examen de sa limitation dans le temps, dans l'espace et au secteur d'activité, afin de ne pas empêcher

toute poursuite d'activité du franchiseur (Cass. Com., 12 janvier 1998, Bull. n° 271 ; Cass. Com., 12 janvier 1999, BOCCRF 29 janvier 1999).

La seconde analyse penchait pour un traitement plus original de la clause de non concurrence dans le contrat de franchise, en partant du constat que le franchiseur empêché d'exercer une activité analogue à celle préalablement exploitée, était privée de son fonds de commerce et donc d'une clientèle.

Certaines Cours d'appel ont ainsi annulé des clauses de non concurrence post contractuelles, estimant que le franchiseur était dépossédé de toute sa clientèle et ne pouvait plus exercer sa profession (Paris, 13 octobre 1984, Gaz. Pal. 1985, II). La Cour de Cassation a néanmoins censuré cette dernière décision, en se fondant sur le principe de la liberté du commerce et de l'industrie (Cass. Com., 12 janvier 1988). Au regard de l'article 5 du Règlement d'exemption, la jurisprudence prédominante met en avant la condition de proportionnalité, quant à la validité d'une clause au regard des intérêts légitimes que souhaite protéger le franchiseur, en rapport avec l'objet du contrat.

La Cour de Cassation, après avoir constaté dans une espèce où la clause était limitée dans le temps et dans l'espace, et relevé que les juges du fond n'avaient pas constaté qu'elle n'était pas proportionnée aux intérêts légitimes du franchiseur, a cassé un arrêt de cour d'appel ayant prononcé la nullité d'une clause. Le juge se doit donc de vérifier systématiquement, outre la limitation dans le temps et dans l'espace, en quoi une clause est ou non proportionnée aux intérêts légitimes d'un franchiseur (Cass. Com., 1<sup>er</sup> juillet 2003,; Cass. Com., 7 janvier 2004,).

Certaines clauses effectuent une distinction entre la non concurrence post contractuelle au travers l'exercice d'une activité concurrente, et la non concurrence post contractuelle au travers l'engagement de non affiliation et non adhésion à un réseau national ou international concurrent.

La clause de non affiliation a été jugée licite par la Cour de Cassation, qui a considéré qu'elle vise à restreindre, et non « à interdire à celui qui s'y oblige l'exercice de l'ancienne activité ». L'interdiction était limitée en l'espèce à l'appartenance ou à la création d'une structure concurrente, et ne concernait pas la poursuite de l'activité antérieure dans une forme individuelle (Cass. Com., 22 février 2000,; Cass. Com., 8 juillet 2003).

Une clause de non concurrence dans le secteur de la franchise de lunettes a donné lieu à une procédure engagée à la suite d'un désaccord entre le franchiseur et le franchiseur quant à l'interprétation de la portée de la clause. En substance, la clause interdisait au franchiseur, pendant un an après la fin du contrat, d'exercer dans le magasin et dans une zone territoriale définie, un commerce concurrent, lui interdisait également de s'affilier à tout groupement local, régional ou national, centrales d'achats, succursales, ainsi que de se regrouper, sous quelque forme que ce soit, avec un plusieurs opticiens exploitant les magasins d'optique.

Par une interprétation relativement libérale en faveur du franchiseur, la Cour d'Appel de Paris a considéré que le fait pour l'ancien franchiseur d'avoir adhéré à un groupement ne contrevenait pas aux dispositions de la clause de non concurrence, car ce groupement n'a été constitué que par l'ancien franchiseur à l'effet d'exploiter ses trois magasins, et que dans ces conditions, le franchiseur n'était pas fondé à opposer le non respect de la clause de non concurrence qui ne traitait que de l'interdiction d'affiliation à un réseau concurrent, alors que tel n'était pas le cas en l'espèce (Paris, 25 janvier 2006).

L'abondance de la jurisprudence peut être un indicateur de la nécessité d'une vigilance accrue au stade de la rédaction et du choix des termes d'une clause de non concurrence, sous peine d'une sanction forte qu'est la **nullité de la clause** ■



## LE CONTRAT DE FRANCHISE ET SA RUPTURE

Daniel Lasserre - GESICA BORDEAUX

La rupture du contrat de franchise peut entraîner un certain nombre de difficultés dont les conséquences financières ne sont pas négligeables. Afin de prévenir ces problèmes, il est nécessaire de décrire les causes de rupture du contrat de franchises (I) avant d'étudier ces effets (II).

### I - Les causes de la rupture

Une distinction doit être établie entre les contrats conclus pour une durée indéterminée et ceux conclus pour une durée déterminée.

**Pour les premiers**, le franchiseur comme le franchisé peuvent résilier unilatéralement le contrat sans justification et à toute époque. Il est cependant nécessaire de respecter un délai de préavis. La durée du préavis est déterminée soit directement par le contrat soit par référence aux usages commerciaux.

**Pour les seconds**, qui représentent les cas les plus fréquents, plusieurs hypothèses sont envisageables.

En premier lieu, la cause d'extinction la plus courante est l'arrivée du terme. Elle éteint de plein droit le contrat. A ce titre, le franchisé ne bénéficie d'aucun droit au renouvellement.

En second lieu, la rupture peut être fondée sur la faute d'un des cocontractants. La jurisprudence, qui apprécie souverainement les motifs de la résolution, est, sur ce point, assez rigoureuse en exigeant une violation grave et répétée des clauses essentielles du contrat. (non paiement de la redevance par le franchisé, manquement du franchiseur à son obligation d'assistance).

Dans ces hypothèses de résolution judiciaire, les parties sont soumises à l'appréciation souveraine des juges du fond.

Afin d'échapper à l'interprétation des juges qui contient toujours un risque d'aléa les parties peuvent insérer dans l'acte des clauses résolutoires. Grâce à ce type de clauses les parties prévoient qu'en cas d'inexécution d'une obligation contractuelle le contrat sera résilié de plein droit.

Si les causes de rupture du contrat de franchise sont variées, leurs effets le sont aussi.

### II - Les effets de la rupture du contrat de franchise

La rupture du contrat de franchise entraîne plusieurs types d'effets. L'un des plus délicats concerne les éventuelles indemnités.

**En premier lieu**, le franchisé doit éviter toute confusion avec l'entreprise du franchiseur. A cette fin, il ne doit plus utiliser les signes distinctifs du franchiseur. De même, il doit lui restituer tous les documents et le matériel. Enfin, il peut être tenu au respect d'une clause de non concurrence.

**En second lieu**, le franchiseur, lui, n'a que peu d'obligations. Ainsi, il n'a, sauf clause contraire, aucune obligation de reprendre le stock du franchisé.

**En troisième lieu**, la question se pose d'une éventuelle indemnité de rupture.

Le principe est l'absence d'indemnité de rupture. Particulièrement, aucune indemnité n'est due sur le fondement d'une perte de clientèle ou sur ce celui de la rupture d'un contrat d'intérêt commun.

Au contraire, une des parties peut demander une indemnité de rupture à l'autre partie en raison du préjudice que cette dernière lui a causé. Deux types d'indemnités sont envisageables.

La première est appelée "*indemnité de brusque rupture*". Les juges sanctionnent la rupture brutale du contrat. Cette hypothèse regroupe principalement deux cas, celui où le cocontractant n'a pas respecté le délai de préavis pour la rupture d'un contrat à durée déterminée, et celui où l'une des parties a unilatéralement rompu avant son terme un contrat à durée déterminée.

La loi ne prévoit pas de durée minimale de préavis suite à l'abandon d'un projet fixant ce délai à 6 mois. Mais, elle énonce des critères pour la déterminer à l'article L.442-6, I, 5° du code de commerce. Cet article fait référence à la durée de la relation commerciale et aux usages commerciaux. En matière de distribution, la jurisprudence ne semble pas admettre un préavis inférieur à 3 mois. Dans la mesure où le code de commerce prévoit que la durée doit être doublée en cas de fourniture de produit sous marque ce qui est le cas en matière de franchise, cela amène à un délai de 6 mois pour ce type de contrat.

La seconde est nommée "*indemnité de rupture abusive*". Le cocontractant est sanctionné pour avoir abusé de son droit de rupture. Ainsi, le franchiseur qui a faussement laissé croire au franchisé qu'il allait renouveler le contrat devra indemniser le préjudice de ce dernier. Il en est de même quand le franchiseur a porté atteinte au crédit commercial de son ancien franchisé par l'enlèvement spectaculaire des panneaux ou la publicité désobligeante et excessive donnée à la rupture.

En conclusion, il est conseillé pour limiter les difficultés lors de la rupture du contrat de franchise, de prévoir le plus précisément possible cette dernière dans l'acte ■



## LA FRANCHISE SOUS LES BRAIES DE L'ARTICLE L 122-12 DU CODE DU TRAVAIL

Olivier Bongrand - GESICA Paris Bastille

Les dispositions prévues par l'article L 122-12 du Code du travail, s'appliquent-elles en cas de conclusion, cession ou cessation d'un contrat de franchise ?

L'enjeu est de taille puisque par l'effet de l'article L 122-12 du Code du travail, le contrat de travail se poursuit de plein droit au nouvel employeur avec les droits et obligations du précédent.

Inutile d'envisager un évitement contractuel puisque ces dispositions sont d'ordre public et qu'elles mettent en échec les principes de l'effet relatif des conventions et de l'autonomie de la volonté contractuelle.

L'article L 122-12 alinéa 2 du Code du travail dispose que « s'il survient une modification dans la situation juridique de l'employeur, notamment par succession, vente, fusion, transformation du fonds, mise en société, tous les contrats de travail en cours au jour de la modification subsistent entre le nouvel employeur et le personnel de l'entreprise ».

### La modification dans la situation juridique de l'employeur : pré-requis de l'article L 122-12 du Code du travail.

La rupture d'un contrat de franchise n'entraîne pas nécessairement une « modification dans la situation juridique de l'employeur » au sens de l'article L 122-12 du Code du travail.

Il en est ainsi lorsque, suite à la résiliation du contrat de franchise, aucune reprise d'activité n'est réalisée.

Néanmoins, par exception, l'article L 122-12 al 2 du Code du travail aura vocation à s'appliquer, s'il y a transfert d'une entité économique conservant son identité et dont l'activité est poursuivie.

Par là, on entend le transfert d'un ensemble organisé de moyens matériels et humains permettant l'exercice d'une activité économique ayant un objectif propre celui de commercialiser les produits de la marque.

Lorsqu'un contrat de franchise est cédé à un tiers repreneur, il y a assurément reprise ou poursuite de l'activité.

Cependant les conditions pratiques du transfert d'une entité économique conservant son identité s'apprécient individuellement.

En cas de cession totale de l'entreprise du franchisé, il est aisé de conclure à l'existence de ce transfert

C'est à l'occasion des cessions partielles d'activité que la vérification de l'existence de « l'entité économique conservant son identité » s'impose au juge du fond.

Les éléments qui permettent notamment d'apprécier ce transfert seront le rachat des stocks, la reprise des locaux pour exploiter, la cession de la marque accompagnée des moyens pour l'exploiter ...

Le transfert sera caractérisé à plus forte raison lorsque le nouveau franchisé se bornera à poursuivre l'ancienne exploitation dans les mêmes conditions.

Il a aussi été jugé que les dispositions de l'article L 122-12 du Code du travail devaient s'appliquer à la conclusion, par une société, qui a décidé de modifier ses méthodes de distribution, d'un contrat de franchise avec une autre société ayant le même objet social, la même clientèle et employé son personnel sans discontinuité (CA Bordeaux 7 juillet 1988, RJS 1989 n° 297).

Ce sont ces mêmes conditions d'appréciation qui ont conduit la Cour de cassation à juger dans un arrêt du 22 mars 2007, qu'à l'expiration du dernier contrat de location-gérance, l'activité du fonds franchisé avait été poursuivie, avec tous les moyens d'exploitation qui y étaient attachés. Dans cette espèce, le repreneur avait en outre exercé sur le personnel attaché à ce fonds des pouvoirs de direction et de contrôle caractérisant selon les hauts magistrats un état de subordination. Il était ainsi devenu l'employeur des salariés affectés au fonds et il devait supporter à leur égard les conséquences de la rupture des contrats, dont il avait pris l'initiative sans procédure de licenciement (Cass Soc 22 mars 2007 n° 05-44722).

#### **L'application des dispositions de l'article L 122-12 du Code du travail impose le maintien des contrats de travail en cours.**

C'est donc au repreneur de se charger du personnel dont le contrat est transféré. Il est par conséquent indispensable de prévoir les modalités de ce transfert dès qu'il y a poursuite, sous quelque forme que ce soit, de l'activité du franchisé.

Il est à noter que si le repreneur ne peut imposer une modification du contrat de travail au salarié repris, ce dernier ne peut davantage s'opposer à un transfert intervenu dans le cadre de l'application de l'article L 122-12 du Code du travail.

Un tel refus autorise le repreneur à le licencier.

S'ils s'opposent à la reprise, le repreneur et l'ancien exploitant pourront être poursuivis et tenus des conséquences d'un licenciement nul et abusif.

Ils s'exposent au paiement d'indemnités pour violation des dispositions de l'article L 122-12 du Code du travail.

En cas de licenciement notifié avant le transfert, outre la condamnation pécuniaire du précédent exploitant le salarié peut faire constater la nullité de son licenciement et le repreneur sera tenu de le réintégrer à sa demande.

Il est par conséquent particulièrement important de mesurer les conséquences sociales de la mise en place ou de la cession d'un contrat de franchise ■



## **FRANCHISE ET CESSION DES BAUX COMMERCIAUX**

*Annie Muniglia Reddon - GESICA MARSEILLE*

Le principe est connu : il ne peut être interdit à un locataire titulaire d'un bail commercial de

céder son droit à l'acquéreur de son fonds de commerce ou de son entreprise (art L.145.16 Code de Commerce).

Cependant si ce même locataire exerce son activité dans le cadre d'un contrat de franchise, il peut être limité dans son droit à céder :

- par le bailleur
- par le franchiseur

Il demeure néanmoins un commerçant indépendant, propriétaire de sa clientèle et de son droit au bail, libre de céder à l'acquéreur de son fonds à condition de mettre un terme au contrat de franchise qui le lie.

### **I - LES RESTRICTIONS À LA CESSION EN RAISON DU BAIL**

Il s'agit principalement des baux concernant des franchises exploitées dans les centres commerciaux.

Le propriétaire bailleur soucieux de l'image de la galerie, de la solvabilité des enseignes, impose des baux qui, non seulement sont mono-commerce mais qui au surplus précisent le nom du franchiseur seul agréé pour l'exploitation de tel local.

Il est certain que de tels baux sont extrêmement contraignants en cas de cession mais s'agissant de franchiseurs réputés, cette contrainte juridique n'en est pas une sur le plan commercial, les cessions de baux commerciaux de ce type étant attractives de par la renommée du franchiseur.

### **II - LES RESTRICTIONS À LA CESSION EN RAISON DU CONTRAT DE FRANCHISE**

Le contrat de franchise étant conclu intuitu personae, le franchiseur au moment de la cession veut s'assurer que le cessionnaire correspond à ses critères d'expérience professionnelle, de compétence, de solvabilité et d'adhésion aux clauses et conditions du contrat de franchise.

Le contrat de franchise imposera donc au cédant de faire agréer son cessionnaire.

Si le cessionnaire est agréé, le franchiseur peut cependant imposer la conclusion d'un nouveau contrat de franchise lui permettant ainsi de modifier son contenu et notamment le coût des redevances.

En cas de refus d'agrément, le contrat de franchise prévoit généralement la possibilité pour le franchiseur d'exercer un droit de préemption et acquérir, le fonds ou l'entreprise, au lieu et place du cessionnaire.

### **III - LA CESSION EN DEHORS DU CONTRAT DE FRANCHISE**

Dans l'hypothèse où le bail ne comporte pas de clause exigeant la présence d'un franchiseur nommé désigné et où le franchiseur n'a agréé pas le cessionnaire et ne se porte pas acquéreur du fonds, il ne reste plus au cédant qu'à mettre fin à la relation contractuelle avec le franchiseur conformément aux clauses du contrat de franchise.

Il est bien certain que dans une telle hypothèse, il devra renoncer aux marques, aux signes distinctifs, aux matériels, aux documents administratifs et commerciaux à l'enseigne, etc .....

Mais il reste propriétaire de son bail, de sa clientèle qui font partie de son fonds de commerce et le contrat de franchise étant rompu, le principe édicté par l'article 145-16 du Code de Commerce s'appliquera même si la valeur marchande de la cession est affectée par la disparition du contrat de franchise ■



## L'INFORMATION PRÉCONTRACTUELLE ET LE CONTRAT DE FRANCHISE EN DROIT BELGE

Stéphane Bertouille - GESICA BRUXELLES

### Introduction

Jusqu'en 2005, le franchisé était assez démuné en droit belge face aux exigences du franchiseur. En effet, seule une jurisprudence de la Cour d'appel de Mons de 2003<sup>1</sup> protégeait le franchisé dans la période pré-contractuelle de ce contrat de partenariat commercial.

La loi du 19 décembre 2005<sup>2</sup>, qui a un caractère impératif, a permis de combler cette lacune.

Toutefois, le champ d'application de celle-ci ne se limite pas au contrat de franchise, et le législateur a volontairement donné une définition très large des accords de partenariat commercial visés afin d'éviter toute discrimination entre les différentes formes de collaboration commerciales et pour anticiper l'évolution économique et sociale<sup>3</sup>.

### L'obligation d'information et les sanctions y afférentes

La loi prévoit donc une obligation d'information à charge du franchiseur dans la période précontractuelle.

Suivant cette obligation d'information, le franchiseur doit informer le franchisé par écrit<sup>4</sup> et en temps voulu<sup>5</sup> des divers aspects du partenariat en question. A cet effet, le franchiseur devra fournir à son futur cocontractant un projet de l'accord proposé ainsi qu'un document particulier comprenant les dispositions contractuelles importantes et une série de données socio-économiques<sup>6</sup>.

Toutes les informations qui figurent sur ces documents, ainsi que toutes autres obtenues lors des négociations, sont bien entendu couvertes par un devoir de confidentialité<sup>7</sup>. Cependant, la loi ne prévoit pas de sanctions en cas de non respect de cette obligation de confidentialité, les travaux préparatoires de la loi renvoyant au droit commun.

A partir de la réception de ces documents par le franchisé, s'ouvre une période d'un mois pendant laquelle aucune obligation ne peut être contractée et aucune rémunération, somme ou caution ne peut être demandée ou payée<sup>8</sup>.

En cas de non-respect de cette obligation d'information, le législateur accorde une double protection au franchisé<sup>9</sup>.

D'abord, si le franchiseur n'a pas fourni le projet de contrat ou le document particulier contenant les données juridiques et socio-économiques utiles, le franchisé pourra alors invoquer la nullité de l'accord dans les deux ans suivant la date de sa conclusion.

Ensuite, si certaines clauses de l'accord de partenariat n'ont pas été préalablement communiquées au franchisé, ce dernier pourra invoquer la nullité des clauses concernées devant le juge. Cependant, le législateur n'a pas précisé le délai endéans lequel cette nullité doit être invoquée.

Si la loi ne contient pas de dispositions spécifiques quant aux informations à donner sur le candidat franchisé, il est évident que celui-ci doit transmettre au franchiseur, sur demande, des informations pertinentes et conformes à la vérité. En effet, le principe de la bonne foi reste toujours d'application ■

1- J.L.M.B, 2004/2, p. 54.

2- Publiée au Moniteur belge du 18 janvier 2006 et entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> février 2006.

3 - Doc. Parl. 51, 1687/001.

4- Cela signifie que le franchiseur qui fournit les données de manière électronique doit s'assurer que la partie adverse est en mesure d'accéder à de telles données électroniques.

5- C'est à dire au moins un mois avant la conclusion du contrat.

6- Cf. art 3 et 4.

7- Cf. art 6.

8- Cf. art 3, al 2.

9- Cf. art 5.



## LA FRANCHISE AU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

Maître Marc Theisen - Maître Martial Barbian - Maître Karin Spitz- Avocats au Barreau de Luxembourg, ETUDE THEISEN – SCHILTZ & ASSOCIES - e-mail : etudetesc@pt.lu

La franchise est un **contrat commercial** établissant une collaboration entre un franchiseur, détenteur d'une marque et d'un savoir-faire, et un franchisé, souhaitant bénéficier de ce savoir-faire et exploiter la marque.

Cette collaboration est le fruit de l'adhésion volontaire du commerçant franchisé à un réseau dont le principal aspect est de lui permettre, par rapport à sa situation d'indépendant, de bénéficier de l'existence d'une méthode originale se rattachant à des techniques commerciales de fabrication, de distribution, ou de prestation de services auquel le franchisé aura accès. Le franchisé exploitera ainsi son entreprise sous « l'image de marque » du franchiseur.

La franchise représente donc en principe un avantage pour celui qui souhaite se placer dans un réseau.

On distingue généralement trois types de franchises :

- la **franchise de distribution** est un système dans lequel le franchisé ne distribue que ou presque que les produits sélectionnés par le franchiseur, fabriqués par lui ou par des fournisseurs,
- la **franchise industrielle** est un système dans lequel le franchisé s'engage à élaborer tout ou partie des produits mis au point par le franchiseur, lequel est généralement titulaire d'un brevet correspondant à ces produits,
- la **franchise de services** qui consiste à élaborer et à vendre des produits suivant les préceptes et prescriptions du franchiseur.

La franchise est une technique contractuelle qui n'a jamais fait l'objet au Grand-Duché de Luxembourg, d'une réglementation globale mise au point par les autorités législatives et réglementaires.

La définition de la franchise doit être recherchée dans les textes supranationaux.

Dans la vision de la Fédération Européenne de la Franchise, « la franchise est un système de commercialisation de produits et/ou de services et/ou de technologies, basé sur une collaboration étroite et continue entre des entreprises juridiquement et financièrement distinctes et indépendantes, le franchiseur et ses franchisées, dans lequel le franchiseur accorde à ses franchisés le droit, et impose l'obligation d'exploiter une entreprise en conformité avec le concept du franchiseur » (1).

Le Grand-Duché de Luxembourg reste avec le Portugal le seul pays continental d'obédience romaniste n'ayant pas encore soumis la franchise à une réglementation spécifique.

1 Cf. Code de Déontologie de la Fédération Européenne de la Franchise, article 1.0.

L'essentiel des pays européens a donc choisi d'organiser cette pratique commerciale en s'inspirant notamment de la première législation en la matière née en 1979 aux Etats-Unis : la France par la loi Doubin en 1989 et la Belgique, tout récemment, par la loi du 19 décembre 2005, sans oublier l'Espagne, l'Italie, ou encore la Grande-Bretagne.

L'ensemble de ces législations répond à un besoin manifeste de sauvegarde de l'équilibre dans les accords de partenariat commercial.

Qu'en est-il au Grand-Duché de Luxembourg ?

En l'absence de réglementation autonome des contrats de franchise, c'est le **droit commun** qui vient s'appliquer aux relations entre parties.

Le droit commun luxembourgeois est toujours largement imprégné du principe de la liberté contractuelle et de l'autonomie des volontés qui en résulte.

Dans les rapports précontractuels, chacun des contractants est donc responsable des informations utiles à son engagement.

Le droit commun contient évidemment lui aussi des garde-fous contre certaines pratiques douteuses.

Ainsi notamment le *principe de loyauté* qui oblige chaque partie dès l'entrée en négociation à une communication d'informations suffisamment précises et complètes sur l'objet contractuel.

En cas de faute du franchiseur, le franchisé pourra prétendre à une indemnisation de son éventuel dommage sur le terrain de la responsabilité civile.

Les vices du consentement invoqués par le franchisé pourront également aboutir à l'annulation du contrat.

Sur le terrain du contrat de franchise, là aussi, il n'existe pas de réglementation particulière en la matière. La forme ainsi que le contenu du contrat de franchise sont donc en principe librement fixés par les deux parties.

Les parties conviendront ainsi en principe d'un commun accord des conditions essentielles de leur collaboration, relatives à titre d'exemple au droit d'entrée qui n'est toutefois pas systématiquement demandé, à l'investissement initial, aux contraintes qu'imposera le franchiseur, au prix du savoir faire dont bénéficiera le franchisé, ainsi que les modalités de paiement de ce prix, à la durée du contrat, et particulièrement à la question du renouvellement du contrat, car dans la mesure où il n'existe pas de réglementation spéciale, le franchisé n'a, sauf disposition contraire du contrat, aucun droit au renouvellement de son contrat lorsque celui-ci arrive au terme stipulé, etc.

La rédaction échappe pourtant souvent au franchisé car dans la pratique il s'agit généralement non pas d'un contrat convenu de gré à gré, mais d'un *contrat d'adhésion*, à savoir un contrat dont les stipulations essentielles sont généralement rédigées par l'une des parties et imposées par elle à l'autre, sans avoir été librement discutées.

S'il est vrai qu'il n'existe pas au Grand-Duché de Luxembourg de dispositions légales ou réglementaires spécifiques au contrat de franchise, il n'en demeure pas moins vrai que d'autres textes ont une incidence directe sur la question :

- la réglementation communautaire qui régit les accords verticaux et les pratiques concertées ;
- la législation luxembourgeoise relative à certaines pratiques commerciales.

**Le droit communautaire** a en l'espèce une importance particulière. Le Traité constitutif ayant institué la Communauté Européenne (C.E.) a notamment pour objectif de garantir un régime assurant la libre concurrence au sein du marché intérieur.

Pour ce faire, l'article 81 dudit Traité énonce une interdiction de principe de tous les accords et pratiques concertées susceptibles d'affecter le commerce entre Etats membres, et ayant pour objet ou pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence. Sont donc interdits par le droit communautaire, les accords entre entreprises et les pratiques concertées.

Des exceptions sont néanmoins prévues :

Le règlement 2790/1999/CE du 22 décembre 1999 concernant les catégories d'accords verticaux et les pratiques concertées prévoit des exemptions au principe de la libre concurrence pour les accords verticaux, définis comme des « *accords ou pratiques concertées qui sont conclus entre deux ou plus de deux entreprises dont chacune opère, aux fins de l'accord, à un niveau différent de la chaîne de production ou de distribution, et qui concernent les conditions dans lesquelles les parties peuvent acheter, vendre, ou revendre certains biens ou services* ». La franchise est sans nul doute embrassée par ce règlement qui en donne d'ailleurs une analyse détaillée dans les lignes directrices complétant ledit règlement. Le règlement d'exemption ne véhicule cepen-

dant qu'une présomption de légalité. L'exemption ne vaut en effet que pour autant que soient respectées certaines conditions. Ensuite, certaines restrictions graves à la libre concurrence sont d'office frappées d'interdiction, et privent l'accord dans son ensemble du bénéfice de l'exemption. Le règlement contient à cet égard une liste noire des clauses interdites, comme par exemple l'interdiction d'imposer les prix de vente, ou de restreindre outre mesure le territoire ou la clientèle du franchisé.

Depuis l'instauration du régime européen dit « d'exemption légale », une application décentralisée du droit communautaire de la concurrence est garantie au travers des autorités nationales de la concurrence.

Les autorités de concurrence luxembourgeoises sont donc compétentes pour veiller au respect des règles communautaires de la concurrence dans des cas particuliers.

**La loi luxembourgeoise du 17 mai 2004 relative à la concurrence** a créée d'une part un Conseil de la concurrence, autorité administrative indépendante, chargée de veiller au respect des dispositions nationales portant sur l'interdiction des ententes et des abus de position dominante, d'autre part une Inspection de la concurrence, service créé auprès du Ministre de l'Economie et du Commerce Extérieur, et qui constitue l'organe d'instruction.

Les dispositions nationales en question sont celles des articles 3 à 5 de la loi du 17 mai 2004 susmentionnée. Elles sont la transcription au plan national des articles 81 et 82 du Traité CE, adaptés toutefois au marché national.

L'article 3 de la loi dispose notamment que « *sont interdits tous accords entre entreprises, toutes décisions d'associations d'entreprises et toutes pratiques concertées qui ont pour objet ou pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence sur un marché* ». L'article 4 énumère quant à lui les exceptions à ce principe en précisant que l'interdiction ne s'applique pas « *aux accords ou catégories d'accords entre entreprises qui contribuent à améliorer la production ou la distribution des produits ou à promouvoir le progrès technique ou économique, tout en réservant aux utilisateurs une partie équitable du profit qui en résulte* ».

A défaut de réglementation luxembourgeoise spéciale en matière de franchise, les rapports entre parties seront donc régis par les grands principes du droit des contrats, et seront encadrés par les règles de la libre concurrence. L'objectif pour les parties sera donc avant tout de chercher à établir et à conserver un équilibre contractuel, tout en restant vigilant à ne pas enfreindre la législation en matière de concurrence ■

## POUR ALLER PLUS LOIN SUR LA FRANCHISE

### Franchise et nouvelles technologies

Gérard Haas - GESICA PARIS ETOILE

### Franchise et droit des successions

Jean Leclerc - GESICA AIX EN PROVENCE

### Franchise et responsabilité pénale du dirigeant

Jean Marc Florand - GESICA PARIS SAINT AUGUSTIN  
et Jean Pierre Cabannes - GESICA NIMES

### Franchise et procédure collective

M<sup>o</sup> Christian Girard - GESICA TOULON  
et Thierry Dorléac - GESICA PARIS VICTOR HUGO

### Franchise et droit du travail

François Taquet et Michèle Amante - GESICA LYON  
et Martine Guerini - GESICA MARSEILLE

### Franchise et recouvrement de créances

Philippe Dutertre - GESICA NICE et Pierre Gugliemi - GESICA GRASSE



## LE DROIT DE LA FRANCHISE AUX ETATS-UNIS

William B. Bierce - GESICA New York

Le régime de la franchise permet aux franchiseurs d'étendre leurs réseaux vite et facilement. Le même régime permet aux franchisés d'apprendre les leçons du commerce de l'expert. Le droit de la franchise aux Etats-Unis est un reflet de deux environnements juridiques coexistants : la réglementation des états de l'activité commerciale locale et la réglementation fédérale du commerce interétatique et international. Ces deux sources du droit visent la protection de l'investisseur (le franchisé).

### I. LA RÉGLEMENTATION

#### A. Circulaire Uniforme d'Offre de Franchise

Chaque franchiseur souhaitant vendre des franchises dans un état doit soumettre aux autorités compétentes une circulaire selon une formule uniforme. Les candidats franchisés et leurs avocats auront donc des points de repère pour comparer les « solutions » de plusieurs franchiseurs potentiels. Ce document facilite ainsi l'investigation d'opportunités de devenir franchisé, de mieux connaître le marché parmi plusieurs franchises en offre, et généralement les conditions de financement et les conditions des contrats du franchiseur.

Ce document regroupe plusieurs éléments obligatoires. Le document-type et les instructions comprennent 74 pages et assurent au candidat franchisé la divulgation de renseignements nécessaires à connaître le franchiseur, ses compétences, ses expériences, l'historique de ses contentieux, l'offre, les investissements et les conditions essentielles de la vie des rapports entre le franchiseur et le franchisé. Pourtant ce n'est qu'un point de départ pour le franchisé, car il faut examiner le système franchisé, les documents, les budgets, comprendre les aléas et prévoir des stratégies commerciales et juridiques pour bien apprécier les risques.

#### B. La Concurrence Déloyale

La loi fédérale autorise la Fédéral Trade Commission à réglementer le commerce international et interétatique. En matière de franchise, la FTC a émis un règlement visant la publicité, l'offre, les contrats de licences, les contrats de franchise, la vente, la promotion et les autres aspects commerciaux de la franchise. Ce règlement prévoit les problèmes typiques qui tombent dans la catégorie de la concurrence déloyale ou de pratiques injustes commerciales. Les franchiseurs restent soumis à un contrôle juridique fédéral.

### II - LE CONTRAT DE FRANCHISE

Le contrat de franchise sert de charte pour les parties. Il prévoit les droits et les obligations généralement, la sélection du site et l'acquisition ou le bail du site, les achats avant l'ouverture, le développement du site, la formation du personnel, les paiements et les finances, le respect des standards du système franchisé (un manuel opératoire), la protection et l'utilisation des marques et des secrets commerciaux, les restrictions sur l'offre par le franchiseur, les obligations visant les garanties et les prestations de services des deux cotés, le développement du territoire, les quotas minimum de ventes, les obligations d'achats de produits ou de services du franchiseur et ses fournisseurs agréés, les assurances, la publicité, les indemnités, les obligations du franchisé à participer personnellement dans les opérations et la gestion, la documentation, les inspections et les audits, les conditions de cession ou de renouvellement du contrat de franchise, et les obligations après le terme du contrat, les accords de la non-concurrence, la gouvernance des rapports commerciaux et les modalités de résoudre les différends. En générale, les contrats de franchise aux Etats-Unis sont très peu négociables. La vraie négociation arrive en cas de « master-franchise » où le

franchisé est responsable pour le développement d'un nouveau territoire impliquant un investissement important tant en infrastructure qu'en paiement des droits de franchise.

#### A. Des précautions pour le Franchiseur

Pour le franchiseur, les points clefs portent sur le contrôle du fonds de commerce et de la marque et des moyens d'exploitation du fonds de commerce. Pour garder la valeur de la marque, le franchiseur est en droit d'exiger l'achat de matières essentielles qui sont indisponibles dans le marché, soit par des fournisseurs agréés ou le franchiseur lui-même. Mais de tels exigences risquent d'être abusives (selon le même principe en droit européen que l'abus d'une position dominante), et les franchiseurs sont bien conseillés de ne pas viser à demander l'achat de composants « secret » que dans la mesure où ils sont vraiment secrets.

#### B. Des précautions pour le Franchisé

Pour le franchisé, il convient de s'assurer la pérennité du contrat et des droits d'exploitation, de limiter le conflit entre les demandes de protéger la marque et d'augmenter les paiements au franchiseur. Les conditions de fourniture d'articles, de baux commerciaux et de la terminaison du contrat doivent être examinées de très près. Ces questions restent le sujet de contentieux en cas de franchiseurs « maladroits » et franchisés inadéquatement préparés à assumer leur rôle.

#### Les Ressources Humaines

Les franchisés doivent être aptes au développement des ressources humaines, qui est au fond des possibilités de croissance et de la réussite. Chaque franchisé sélectionne ses employés pour mettre en œuvre le système franchisé. Il y a plusieurs choix pour la gestion administrative, y compris la paie, les programmes d'incitations, et les assurances. Dans le choix du franchiseur, le franchisé devra vérifier si le franchiseur offre une assistance (mais pas forcément obligatoire) pour la gestion efficace des ressources humaines.

#### Les Aspects Internationaux

L'établissement d'une franchise aux Etats-Unis, soit comme franchiseur soit comme franchisé, ressemble à tout autre investissement dans un fonds de commerce. Pour les étrangers, il faut comprendre les aspects fiscaux, de la réglementation d'affaires en générale, du droit du travail y compris le droit de l'immigration et les autres conditions applicables aux étrangers.

#### Les Autres Chemins (hors du Régime de la « Franchise »)

La réglementation du régime d'une franchise est onéreuse pour le franchiseur. Elle l'expose à des revendications et des contentieux. D'autres chemins existent pour l'exploitation commerciale d'une marque de qualité ou d'un système de vente. Les activités commerciales suivantes ne sont pas assujetties à la réglementation des franchises :

- **Licences.** Un contrat de licence ou le donneur de licence n'exerce pas et n'a pas l'autorité d'exercer un contrôle important sur la méthode d'opération du licencié, par exemple, sur l'organisme commercial, les activités promotionnelles, la gestion le plan de marketing ou les affaires commerciales. Voir 16 CFR 436.2(a).
- **La Vente.** La vente de biens ou de service par le biais d'un agent commercial ou un distributeur, moyennant un « manque » de contrôle opérationnel par le vendeur.
- **La Distribution.** La distribution de ses propres produits sous une marque.
- **La Fabrication « OEM ».** La vente de produits sans référence à une marque, tels que la fabrication de produits pour la vente sous la marque de l'acheteur-revendeur (le régime de vente dit « original equipment manufacturer »)
- **L'Acquisition.** L'acquisition d'une société ou son fonds de commerce.
- **Le Bail.** Un contrat de bail simple de l'infrastructure d'un fonds de commerce.

Quelle solution vous convient ? En cas de besoin de renseignements supplémentaires, veuillez contacter William B. Bierce à New York. [wbierce@biercekenerson.com](mailto:wbierce@biercekenerson.com) ■