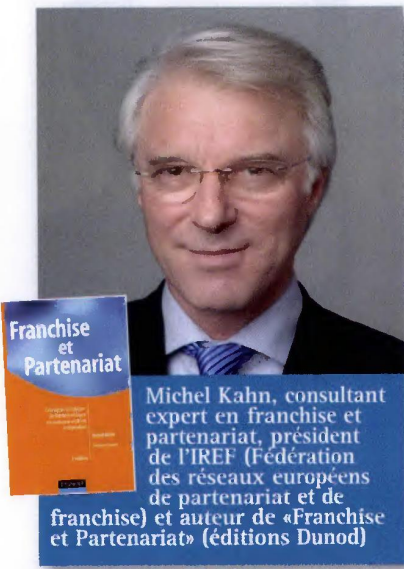




Le partenariat, un système de développement performant



Pour Michel Kahn, consultant expert en franchise et partenariat et président de l'IREF, le contrat de partenariat est une véritable alternative au contrat de franchise.

Propos recueillis par Marie Simonnetti

jurisprudences du 4 avril 2011 qui annulent, purement et simplement, les contrats de franchise pour absence de cause, au motif que le franchiseur n'a pas été en mesure de démontrer le caractère secret et substantiel et cela malgré le rapport d'expertise qui affirmait le contraire. Du coup, la force du contrat de franchise est devenue sa faiblesse en rendant cet accord vulnérable.

Le contrat de partenariat, quant à lui, est un accord qui met à disposition du partenaire une marque, une assistance, des produits et/ou services et cela dans le cadre d'un échange d'expérience et de compétence. La tête de réseau renforce la sécurité juridique de son contrat car les méthodes, les formules et l'expérimentation du concept mises au point par le(s) pilote(s) de la tête de réseau ne sont pas juridiquement qualifiées de savoir-faire au contrat.

En quoi un contrat de partenariat est-il une véritable alternative au contrat de franchise ?

La forme du partenariat est celle qui répond aux tendances avant-gardistes du commerce organisé indépendant. Plus de 300 réseaux sont organisés en partenariat. Les têtes de réseau intègrent l'organisation de dialogues avec leurs partenaires ainsi qu'avec le client final, en leur accordant une position centrale. L'alternative consiste à renforcer la sécurité juridique du contrat qui apporte alors une

plus grande sérénité au réseau, tout en renforçant sa cohésion. Le système managérial est celui qui correspond aujourd'hui aux attentes, aux exigences et aux comportements d'intégration des nouveaux candidats à l'entrée dans un réseau. Enfin, le partenariat a modernisé les techniques économico-financières, contractuelles, marketing et managériales en usage dans les réseaux. Le partenariat est devenu un modèle "sui generis" en restant plus proche de la franchise au plan financier, plus proche de la nouvelle concession au plan marketing, plus proche de la coopérative au plan managérial. Le partenariat est ainsi un contrat "gagnant-gagnant" dans un véritable esprit de partenariat, dans le respect des valeurs de conquête et de partage.

En quoi le partenariat est-il un système de développement performant ?

Il découle de la différenciation juridique du contrat de franchise avec le contrat de partenariat une différence managériale qui fait du partenariat un modèle de développement performant. En effet, le management du contrat de franchise est vertical et hiérarchique (franchiseur en haut, franchisé en bas : une relation dominant - dominé). Le partenariat est un modèle de management horizontal et participatif ; les partenaires coopèrent en échangeant leurs expériences et leurs compétences respectives, en favorisant la fertilisation croisée qui est mise à la disposition de chaque membre du réseau. Au surplus, les partenaires sont associés aux perspectives de développement du réseau lui-même, aux campagnes d'achat produits, aux campagnes de publicité et à tout ce qui intéresse la vie du réseau. L'organe ad hoc se nomme le conseil consultatif. Il en découle un management participatif mais aussi consensuel. Cette osmose est facteur de développement des entreprises partenaires qui performant tant au niveau local que national. Au niveau local : le partenaire, tout en étant respectueux du concept, a la possibilité de l'enrichir par une offre de proximité. Au niveau national : chaque partenaire est intéressé au développement global du réseau qu'il favorise par le parrainage structuré et organisé de nouveaux partenaires... c'est un véritable booster de développement.

Q u'est-ce qui différencie le partenariat du contrat de franchise ?
 Le contrat de franchise et le contrat de partenariat sont tous deux des formes voisines de la famille du commerce organisé indépendant. Le 1^{er} est un contrat d'adhésion alors que le 2nd est un contrat d'intérêt commun. Le contrat de franchise se distingue par la communication au franchisé du savoir-faire du franchiseur. Pour que le contrat de franchise soit causé, il faut que le savoir-faire soit un ensemble d'informations dont le caractère secret et substantiel doit être démontré dans un document afin que le savoir-faire soit clairement identifié, en conformité avec les dispositions définies au Règlement d'exemption communautaire. C'est le point fondamental de différenciation qui place, aujourd'hui, le contrat de franchise dans une insécurité juridique, si l'on se réfère aux dernières

Définition

Le partenariat est une technique de développement et de management qui unit des partenaires par un accord d'intérêts communs aux termes duquel ils s'engagent à coopérer durablement en partageant leurs connaissances et leurs expériences respectives.



Le partenaire principal accorde au partenaire indépendant, en échange d'une compensation financière directe ou indirecte, le droit d'exploiter ses éléments de propriété intellectuelle, son expérience et ses connaissances, dans le but de commercialiser les produits et/ou

services de la formule qu'il a conceptualisée et préalablement mise au point. Les partenaires œuvrent en commun pendant toute la durée du contrat, dans le but d'un développement réciproque et équilibré, dans un esprit de partenariat, exclusif de toute manifestation hiérarchique, tout en préservant l'identité et la réputation du réseau.