

OCCASIONS D'AFFAIRES ET FRANCHISAGE : LE POINT

Régulièrement, on demande au CQF s'il y a des différences entre les notions de franchisage et d'occasions d'affaires. Certes, il y a des similitudes, mais aussi de grands contrastes entre ces deux approches commerciales. Avec l'aide Me Jean H. Gagnon, apprenons à « lire » ces ressemblances et ces différences.

Sur le plan juridique

- Sur le plan juridique, au Québec, **il n'y a pas** de différence entre le franchisage et les occasions d'affaires;
- Les deux types de contrat, qu'il s'agisse d'une franchise ou d'une occasion d'affaires, ne sont pas définis comme tel dans la loi;
- C'est donc le **Code civil du Québec** – et la jurisprudence qui peut se développer – qui régissent ces activités commerciales;
- Par ailleurs, il est aussi possible, mais dans certains cas seulement, que la **Loi sur la protection du consommateur** s'applique à des occasions d'affaires en raison de la personnalité juridique des contractants. Ainsi, règle générale, en franchisage, le contrat lie **deux commerçants** tandis que, dans les occasions d'affaires, il peut s'agir d'un contrat **entre un commerçant et un individu** faisant ainsi en sorte que la Loi de protection du consommateur pourrait s'y appliquer;
- Au Québec, qu'il s'agisse de franchisage ou d'occasions d'affaires, **il n'est pas obligatoire** de soumettre un document de divulgation;
- Au Canada, dans certaines provinces (soit l'**Ontario**, l'**Alberta** et l'**Île-du-Prince-Édouard**), le franchisage est une formule d'affaires encadrée par des lois spécifiques et les documents de divulgation y sont obligatoires. Le **Nouveau-Brunswick** est aussi en voie de se doter d'une loi encadrant le franchisage.

- Aux **États-Unis**, où les législations régissant le franchisage ainsi que les occasions d'affaires sont fort nombreuses, il y a une distinction juridique très claire entre le franchisage et les occasions d'affaires. Ainsi, par exemple, en franchisage, il doit y avoir des documents de divulgation. Il en est de même pour les occasions d'affaires où, dans certains états, on exige aussi un document de divulgation d'un format cependant différent de celui exigé des franchiseurs.

D'autres distinctions

Même s'il n'y a pas de différences entre le franchisage et les occasions d'affaires sur le plan juridique, certains facteurs permettent de distinguer ces deux formules. Toutefois, ces facteurs ne sont pas à prendre au pied de la lettre. **Ce sont plutôt des indicateurs de la réalité des deux concepts.**

- Les occasions d'affaires offrent souvent un travail d'appoint plutôt qu'un travail à plein temps;
- Dans une occasion d'affaires, **l'essentiel du revenu** du promoteur – celui qui vend les occasions d'affaires – provient souvent de la vente de biens (par exemple des équipements, des marchandises ou des outils de formation ou de marketing) ou de services (par exemple de la formation) et n'a rien, ou peu, à voir avec le succès de l'affilié, contrairement à ce qui se produit généralement en franchisage où une partie importante des revenus du franchiseur est fonction des revenus du franchisé;
- Dans une occasion d'affaires, on impose souvent **des achats minimums de biens ou de services (initialement et périodiquement par la suite)**, par exemple une gamme de produits naturels, indépendamment du fait que l'affilié les vende ou ne les vende pas;
- Les occasions d'affaires exigent une mise de fonds généralement inférieure à celle exigée en franchisage. L'acheteur se laisse à la fois séduire par ce moindre montant et hésitera souvent à investir les deux à trois mille dollars nécessaires à une évaluation professionnelle et complète de la transaction que lui propose le promoteur;

- Les occasions d'affaires peuvent offrir à l'acheteur une rémunération attrayante (parfois même plus importante que celle découlant de la vente des produits ou services offerts par le réseau) pour l'inciter à faire du recrutement de nouveaux affiliés par référencement de personnes. Il arrive que ces formules s'apparentent à de la vente pyramidale.
- Dans les occasions d'affaires, on retrouve deux situations extrêmes : la personne fournit essentiellement et seulement son temps de travail comme par exemple, un représentant ou un livreur sur la route. À ce moment-là, la personne s'est, en quelque sorte, « acheté » un emploi. À l'autre extrémité de spectre, la personne agit principalement comme investisseur, par exemple en achetant des équipements, comme des machines distributrices ou des téléphones payants, en n'ayant (du moins selon la publicité du réseau) qu'à consacrer seulement quelques heures par semaine à son affaire;
- Dans une franchise, outre son propre travail, le franchisé est aussi gestionnaire de son entreprise;
- En franchisage, le succès du franchiseur repose sur le succès, les ventes et la rentabilité de ses franchisés. Toute formule qui fait en sorte que le promoteur peut réaliser un bon profit même si ses affiliés ne font pas (ou peu) de ventes (par exemple, par la vente d'équipements, de biens ou de services aux affiliés) se rapproche souvent plus de l'occasion d'affaires que de la franchise.

Prudence oblige

Dans un domaine comme celui des occasions d'affaires, avant de prendre une décision, **il est très fortement recommandé d'aller voir et de questionner** plusieurs personnes (au moins trois ou quatre et, si possible, encore plus) ayant déjà signé des contrats semblables avec le même promoteur et qui sont en affaires avec lui depuis au moins un an ou deux afin de mesurer leur réussite réelle. Il importe de leur demander s'ils font de l'argent, combien de temps ils travaillent dans une semaine, bref de faire avec eux le tour de la question. Il faut aussi agir prudemment puisque les conséquences d'une mauvaise affaire peuvent être beaucoup plus lourdes que la seule perte du montant initialement investi. Comme il s'agit là, comme l'indique son nom, d'une **affaire**, il est très pertinent pour le nouvel affilié de se préparer, souvent avec l'aide d'un comptable, un plan d'affaires avant de signer quelque contrat.

Essentiellement

« *Le franchisage est un mode d'exploitation d'une entreprise* », précise Jean H. Gagnon. On y retrouve une notion d'entreprise, de travail, d'effort, de gestion et de profitabilité alors que dans une occasion d'affaires, cette notion est souvent plus faible. Essentiellement, en franchisage, on bâtit une entreprise et, outre sa rémunération et son profit, l'on vise à en réaliser (lors d'une vente éventuelle) un gain en raison de l'accroissement de la valeur de cette entreprise.»

S'il ne s'agit pas d'une véritable entreprise que le franchisé pourra éventuellement revendre avec profit, il ne s'agit probablement pas non plus d'une véritable franchise.

(Collaboration spéciale de M^e Jean H. Gagnon)

© Conseil québécois de la franchise
Juin 2007