

# 11 Entreprises, concurrence et partenariats

## SYNTHÈSE

---

### 1. La concurrence

#### A. Le principe de la liberté du commerce et de l'industrie

Le principe de liberté du commerce et de l'industrie est issu du décret d'Allarde de 1791 d'après lequel « il sera libre à toute personne d'exercer telle profession, art, ou métier qu'il trouvera bon ».

Le principe de liberté du commerce et de l'industrie regroupe trois domaines :

- **la liberté d'entreprendre** : on autorise l'entrepreneur à faire le commerce qu'il souhaite et à s'établir où il veut ;
- **la liberté d'exploitation** : l'entrepreneur décide seul des moyens à employer (à condition que ce soit licite) pour assurer le succès de son activité. En pratique, cette liberté permet de signer des contrats d'achat, de vente, un bail commercial, etc. ;
- **la liberté de la concurrence** : l'entrepreneur a le droit de faire concurrence aux autres et de leur prendre leur clientèle (par des moyens licites toujours). En pratique, cette liberté permet aux entrepreneurs de produire des biens et des services de leur choix et de commercer librement.

#### B. La concurrence déloyale

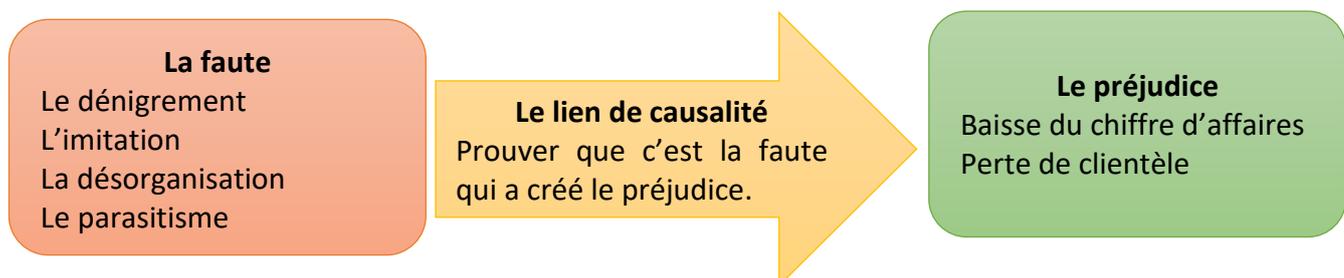
La concurrence déloyale consiste à mettre en œuvre des pratiques commerciales abusives vis-à-vis de ses concurrents. Ainsi, pour comprendre ce qu'est la concurrence déloyale, il faut savoir quelles sont les pratiques commerciales dites « abusives ».

Il y a principalement quatre pratiques jugées « abusives » et assimilées à de la concurrence déloyale :

- **le dénigrement** : il consiste à jeter le discrédit sur une entreprise ou ses produits. C'est le cas de propos relatifs à l'incompétence professionnelle de quelqu'un ou de l'affirmation qu'il est au bord de la faillite ;
- **l'imitation** : elle consiste à imiter certains signes distinctifs d'un concurrent (logo, nom commercial, dénomination sociale...) ou à imiter ses produits ou services. L'imitation est abusive si elle a pour conséquence de créer un risque de confusion chez le consommateur ;
- **la désorganisation** : elle englobe toutes les pratiques visant à désorganiser en interne un concurrent. Le débauchage avec divulgation de secrets de l'entreprise est un exemple de désorganisation.
- **le parasitisme** : il consiste à profiter indument des efforts investis par une autre entreprise. Par exemple, le fait d'utiliser un personnage publicitaire ressemblant trop fortement à un personnage d'un film afin de profiter de la notoriété de celui-ci.

#### C. L'action en concurrence déloyale

Le fondement de l'action en concurrence déloyale repose sur les principes de la responsabilité civile extracontractuelle. Il faudra donc prouver l'existence d'une faute, d'un préjudice et d'un lien de causalité entre les deux afin de pouvoir demander en justice des dommages-intérêts notamment.



## 2 Les différentes formes de partenariats

### A. La franchise

Les entreprises peuvent conclure des partenariats avec d'autres entreprises. Une des formes que peut prendre ces partenariats est le contrat de franchise.

La franchise est un accord passé entre deux parties :

- **le franchiseur**, qui dispose d'une marque/enseigne et d'un réel savoir-faire transmissible ;
- **le franchisé**, commerçant indépendant, qui devra posséder des qualités de chef d'entreprise.

Le franchisé, en échange d'un droit d'entrée et de redevances, aura le droit d'exploiter une franchise dans le but de commercialiser certains types de produits et/ou des services spécifiques.

OBLIGATIONS	
Le franchisé doit	Le franchiseur doit
<ul style="list-style-type: none"><li>• En principe, rechercher et négocier l'emplacement de son point de vente (souvent avec l'aide du franchiseur lorsque la tâche est complexe et les locaux rares et chers).</li><li>• Constituer sa société et se charger des démarches administratives.</li><li>• Appliquer la stratégie commerciale du franchiseur.</li><li>• Rétribuer son franchiseur en contrepartie de ses apports (droit d'entrée, royalties...).</li><li>• Participer à la formation.</li><li>• Recruter et former son personnel.</li><li>• S'approvisionner auprès de son franchiseur ou de fournisseurs référencés.</li><li>• Respecter les normes d'un concept et les standards de qualité.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• S'efforcer de sélectionner des candidats capables de réussir en tant que franchisés au sein de son réseau.</li><li>• Leur confier les signes de ralliement de la clientèle : enseigne, marque, logo et en garantir la jouissance en les protégeant contre des usurpations de marque ou des copies illégales.</li><li>• Faire bénéficier le franchisé d'un savoir-faire testé et qui a démontré sa rentabilité.</li><li>• Faire évoluer le concept et le savoir-faire.</li><li>• Remettre un document d'information précontractuel (DIP) à ses franchisés et, plus généralement, veiller à ce qu'ils s'engagent en connaissance de cause.</li><li>• Proposer un contrat d'une durée suffisamment longue afin que le franchisé puisse amortir complètement ses investissements et que les banques acceptent en conséquence de le financer.</li><li>• Offrir une formation initiale à ses franchisés et leur transmettre un manuel opératoire commun et à jour.</li><li>• Fournir en permanence une assistance commerciale et technique au franchisé.</li><li>• Accompagner son franchisé avant, pendant et après l'ouverture.</li><li>• Se charger des plans publicitaires et des actions marketing.</li><li>• Organiser des réunions, séminaires, commissions.</li></ul>

### B. Le contrat d'entreprise (sous-traitance)

La sous-traitance est une opération par laquelle une entreprise (**le donneur d'ordre**) confie à une autre entreprise (**le sous-traitant**) la tâche de réaliser pour elle une partie des actes de production et/ou de services dont elle demeure responsable.

OBLIGATIONS	
Le sous-traitant doit :	Le donneur d'ordre doit :
<ul style="list-style-type: none"><li>• Réaliser les travaux confiés en respectant les</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Payer le sous-traitant selon les modalités</li></ul>

délais convenus. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informer le donneur d'ordre des difficultés rencontrées pour réaliser ses missions.</li> <li>• Obligation de conseil envers le donneur d'ordre.</li> </ul>	convenues. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tout mettre en œuvre pour que le sous-traitant puisse réaliser ses missions de façon satisfaisante.</li> <li>• Obligation de vigilance pour les contrats de plus de 5 000 euros hors taxe (il doit vérifier que les obligations salariales et fiscales du sous-traitant sont respectées par ce dernier). Par exemple, le donneur d'ordre peut insérer une clause pour se prémunir contre l'embauche illégale de salarié.</li> </ul>
--	---

### 3 Les limites aux actions partenariales

#### A. L'interdiction des ententes illicites

Si les partenariats entre les entreprises sont possibles, la loi interdit les ententes.

L'entente illicite est une pratique anticoncurrentielle réprimée par les autorités de la concurrence et – en Europe – par la Commission européenne. Les affaires d'ententes illicites peuvent donner lieu à des amendes de plusieurs dizaines, voire centaines de millions d'euros.

Il y a entente illicite lorsque plusieurs entreprises s'associent à travers une décision, un accord ou toute autre pratique concertée ayant pour objet ou pour effet de fausser le libre jeu de la concurrence sur un marché.

Les ententes illicites sont souvent des ententes sur les prix. En mars 2006 par exemple, plusieurs entreprises du secteur du luxe (Chanel, Dior, Kenzo, Givenchy, etc.) et trois distributeurs (Marionnaud, Sephora et Nocibé) ont été condamnés à plusieurs dizaines de millions d'euros d'amende. Ils ont été accusés d'une entente sur les prix entre 1997 et 2003.

#### B. L'interdiction des abus de position dominantes

L'abus de position dominante consiste, pour une entreprise présente sur un marché, ou un groupe d'entreprises, à adopter un comportement visant à éliminer, à contraindre ou encore à dissuader tout nouveau concurrent d'entrer sur ce marché, faussant ainsi la concurrence.

Pour qu'il y ait abus de position dominante, plusieurs conditions doivent être réunies :

- **l'existence d'une position dominante.** La position dominante est définie par la jurisprudence comme « une position de puissance économique détenue par une société qui lui donne le pouvoir de faire obstacle au maintien d'une concurrence effective sur le marché en question en lui fournissant la possibilité de comportements indépendants dans une mesure appréciable vis-à-vis de ses concurrents, de ses clients et, finalement, des consommateurs » ;
- **une exploitation abusive de cette position.** Certaines pratiques sont susceptibles de constituer un abus de position dominante : le refus de vente, les ventes liées, des conditions de vente discriminatoires ou bien la rupture des relations commerciales à la raison que le partenaire refuse de se soumettre à des conditions commerciales injustifiées par exemple ;
- **et qui a pour objet ou pour effet de restreindre la concurrence sur un marché.**