



[JeanHGagnon \(/membre/jeanhgagnon\)](#) > [Fasken C...](#)
01 février 2022

[\(/membre/jeanhgagnon\)](#)

La vente de produits en épicerie et en magasins de grande surface



()

Maître Jean H Gagnon du cabinet d'avocats Fasken

Depuis quelques années maintenant, l'on retrouve en épicerie et dans des magasins de grande surface divers produits (notamment des mets congelés ou réfrigérés, des repas à préparer, des sauces et des condiments) vendus sous les marques et l'identification de réseaux de franchises.

Cette tendance semble s'être accélérée au cours de la dernière année comme l'illustrent plusieurs annonces récentes d'ententes entre des franchiseurs et des fabricants de produits alimentaires pour la fabrication et la vente en épicerie de plusieurs produits.



NDLR : En France nous avons pu observer ce phénomène chez certaines marques/enseignes de crèmes glacées ou , hors alimentation, dans la coiffure. Liste non exhaustive.

Quels défis pour les franchiseurs veut vendre des produits à leur marque dans des épiceries et grandes surfaces ?

De plus en plus de franchiseurs intègrent, ou tentent d'intégrer, la vente en épicerie ou dans des magasins de grande surface comme outil additionnel de commercialisation de leurs produits afin de rejoindre un plus grand bassin de clients et, évidemment, d'en retirer une nouvelle source de revenus.

L'ajout par un franchiseur d'un tel outil de commercialisation de produits vendus sous son identification et sa marque soulève cependant **quelques défis** pour son réseau de franchises et au chapitre de **ses relations avec ses franchisés**.

Avant tout, il est **primordial que cette nouvelle activité ne soit pas faite au détriment** de l'image **du réseau** (notamment quant à la qualité de ses produits) ou de ses franchisés (notamment par la diminution de leurs ventes en raison des ventes faites en épicerie ou dans des magasins à grande surface).

Attention aux clauses du contrat de franchise

Avant de lancer une telle initiative, avec l'aide de son avocat expert en franchisage, le franchiseur devra **d'abord analyser les clauses de sa convention de franchise** (surtout en matière d'exclusivité et de non-concurrence) et aussi tenir compte de la jurisprudence en franchisage, notamment en ce qui concerne les obligations de bonne foi, de loyauté, de divulgation et de collaboration d'un franchiseur.

Heureusement, plusieurs conventions de franchise comportent déjà des clauses autorisant spécifiquement le franchiseur à vendre des produits portant ses marques de commerce par d'autres canaux de distribution, dont les épiceries et les magasins à grande surface.

D'autres conventions de franchise ne prévoient aucune exclusivité en faveur du franchisé alors que d'autres encore limitent l'exclusivité octroyée au franchisé à l'exploitation d'établissements, et non à la vente de produits.



Cependant, certaines conventions de franchise stipulent, en faveur du franchisé, une exclusivité portant sur la vente de produits ou sur l'utilisation des marques de commerce du franchiseur. Dans un tel cas, avant de pouvoir vendre des produits en épicerie ou dans des magasins à grande surface, le franchiseur pourrait devoir obtenir de ses franchisés un amendement à leurs conventions de franchise ou une autre forme de renonciation, ou d'exception, à cette exclusivité.

Un deuxième défi d'ordre légal important que le franchiseur devra se poser concerne le fonds de publicité du réseau.

Ce défi soulève deux questions tout aussi importantes l'une que l'autre :

1. Le franchiseur peut-il utiliser le fonds de publicité du réseau pour publiciser et promouvoir ses activités de vente de produits en épicerie ou dans des magasins à grande surface?
2. Le franchiseur devrait-il verser au fonds de publicité du réseau une contribution basée sur le montant de ses ventes de produits en épicerie ou dans des magasins à grande surface?

Les réponses à ces questions peuvent différer d'un réseau à un autre, autant en raison des clauses de la convention de franchise que des relations franchiseur-franchisés au sein du réseau.

Un troisième défi d'ordre légal porte sur la qualité et la consistance des produits vendus...

...en épicerie ou dans les magasins à grande surface, lorsque comparées à celles des produits similaires vendus dans les établissements franchisés du réseau.

Par exemple, dans le cas de produits alimentaires, la qualité et le goût pour le client des produits vendus en épicerie ou dans les magasins à grande surface sont-ils semblables à ceux offerts par les établissements franchisés? Les produits vendus en épicerie ou dans les magasins à grande surface procurent-ils aux clients qui les achètent une expérience pouvant les amener à fréquenter les établissements du réseau, ou, au contraire, à les éviter ?

Cela peut sembler être un enjeu de mise en marché seulement, mais, en réalité, pour le franchiseur, **il s'agit aussi d'un enjeu légal**. En effet, si la vente de produits en épicerie ou dans les magasins à grande surface s'avère nuisible à l'image ou à la réputation du réseau au point où les franchisés en subissent un préjudice, ceux-ci pourraient très bien alors avoir un recours contre leur franchiseur en réparation des dommages qui leur auraient ainsi été causés.

De manière générale, selon la jurisprudence (du moins, celle du Québec), un franchiseur doit rechercher la meilleure façon d'harmoniser les ventes en épicerie ou dans les magasins à grande surface avec les ventes faites par les établissements franchisés afin d'éviter de causer préjudice aux franchisés ou, à tout le moins, fournir aux franchisés les outils nécessaires pour faire face à la concurrence pouvant leur être faite par la vente de produits en épicerie ou dans les magasins à grande surface.

Le cas Dunkin' Donuts

Par exemple, en 2015, le grand franchiseur international Dunkin' Donuts (aujourd'hui pratiquement disparu du paysage québécois) annonçait avoir conclu avec ses franchisés américains une entente de partage, en parts égales, des profits générés par la vente de café emballé et de capsules de type K-Cups de café identifiées à ses marques de commerce dans des épiceries, des magasins à grande surface, des boutiques spécialisées et par internet.

Dans certains cas, il est possible de structurer l'approche marketing globale du réseau de manière à ce que les ventes faites en épicerie ou dans des magasins à grande surface ne le soient pas au détriment des franchisés (puisque s'adressant à une clientèle plus large dont une partie ne fréquente pas déjà les établissements du réseau), mais, tout au contraire, accroissent la clientèle des franchisés en leur apportant de nouveaux clients attirés par la qualité et le goût des produits qu'ils ont achetés dans une épicerie ou dans un magasin à grande surface. Les franchisés peuvent aussi parfois réaliser des ventes additionnelles en vendant, dans leurs établissements, les produits disponibles en épicerie ou dans les magasins à grande surface.

Ce n'est pas nécessairement négatif pour les franchisés

Aussi, la publicité et la promotion des produits vendus en épicerie ou dans les magasins à grande surface peuvent accroître la notoriété du réseau. Ainsi, dans plusieurs cas, la vente en épicerie ou dans des magasins à grande surface peut être bénéfique à la fois aux franchisés et au franchiseur.



Dans tous les cas, comme il s'agit là d'une nouvelle activité du franchiseur qui risque de susciter certains questionnements parmi ses franchisés, le franchiseur devrait planifier son lancement et sa mise en œuvre comme s'il s'agissait d'un changement important affectant son réseau.

Maître [Jean H Gagnon](#)

(<https://franchisebusinessclub.com/membre/jeanhgagnon>)

du [cabinet d'avocats Fasken](#) (<https://franchisebusinessclub.com/p/fasken>)

[#vente en ligne](#) (/recherche?terms=vente%20en%20ligne)

[#vente de produits](#) (/recherche?terms=vente%20de%20produits)

[#relation franchiseur-franchisé](#) (/recherche?terms=relation%20franchiseur-franchis%C3%A9)

[#contrat de franchise](#) (/recherche?terms=contrat%20de%20franchise)

[#contrat de distribution](#) (/recherche?terms=contrat%20de%20distribution)

[#gestion réseau](#) (/recherche?terms=gestion%20r%C3%A9seau)

1



Vous devez être connecté pour pouvoir commenter

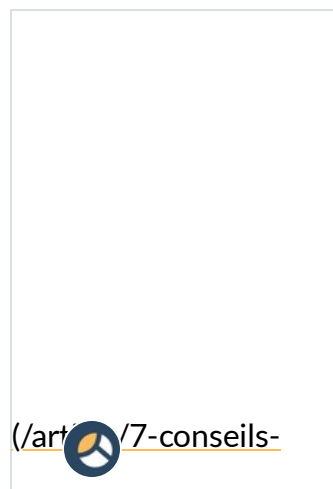
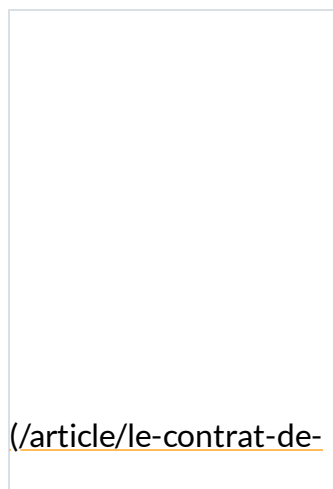
[Connexion \(\)](#)



Commenter



Recommandations d'article



| | | |
|--|---|--|
| <p>fran...e-en-droit- libanais-par-me-karim- (/membre/jeansamper) torbey)</p> <p>Document</p> <p><u>Le contrat de franchise en droit libanais par Me Karim Torbey</u></p> <p>...</p> <p>♡</p> <p>_D (/article/le-contrat-de-franchise-en-droit-libanais-par-me-karim-torbey)</p> | <p>pou...les-futurs-franchiseurs)</p> <p>Article</p> <p><u>7 conseils pour les futurs franchiseurs</u></p> <p>(/article/7-conseils-pour-les-futurs-franchiseurs)</p> <p>♡</p> <p>_D (/article/7-conseils-pour-les-futurs-franchiseurs)</p> | <p>Le droit de la franchise en Belgique)</p> <p>Document</p> <p><u>Le droit de la franchise en Belgique</u></p> <p>(/article/le-droit-de-la-franchise-en-belgique)</p> <p>♡</p> <p>_D (/article/le-droit-de-la-franchise-en-belgique)</p> |
|--|---|--|

