

Les risques du web pour les réseaux par Cécile Peskine (2/3)



()

Maître Cécile Peskine du cabinet Link&A

Internet vecteur de communication et de commercialisation fantastique pour les réseaux ou risque réel pour l'image de marque et l'harmonie des enseignes du commerce associé ? Comment les franchiseurs et franchisés notamment,, mais aussi les affiliés et coopérateurs, peuvent-ils intervenir pour protéger leur enseigne sur le web ? [Maître Cécile Peskine, Avocat à la](#)

[cour d'appel de Paris](#)

(<https://franchisebusinessclub.com/membre/cecilepeskine>), nous explique les risques du web pour les réseaux et les mesures préventives et préparatrices à prendre à face au risque de dénigrement.

[Voir aussi la première partie de l'article](#)

(<https://franchisebusinessclub.com/article/les-risques-du-web-pour-les-reseaux-par-me-cecile-peskine-1-3>)

[Et la 3ème partie](#) (<https://franchisebusinessclub.com/article/les-risques-du-web-pour-les-franchises-par-cecile-peskine-3-3>)

[Cécile Peskine](#)

(<https://franchisebusinessclub.com/membre/cecilepeskine>) : « Comment pouvons-nous essayer de prévenir ces risques ? Il faut d'abord essayer de les anticiper et recommander aux franchiseurs dans leur intérêt mais aussi dans l'intérêt de leurs franchisés, de prendre le contrôle sur internet. Comment pouvons-nous prendre le contrôle sur internet ?

C'est assez difficile ! Tout d'abord nous créons notre site internet et nous enregistrons notre nom de domaine. **Nous n'enregistrons pas un seul nom de domaine**, pas forcément le « .fr », nous essayons d'enregistrer le « .com » et peut être le « .eu » pour éviter que des tiers l'enregistrent avant nous, et que nous ayons besoin après, d'aller tenter de le récupérer.

Ensuite, une fois que nous avons créé le site internet, il faut aussi anticiper cela en **accaparant les réseaux sociaux** actuellement en vogue, qui sont notamment Twitter, Instagram et Facebook. Au départ, le franchiseur, la tête de réseau, peut être un peu réticent en se disant que ce n'est pas conforme à son image de marque d'être sur un réseau social. Cependant, il est indispensable de prendre les devants et de réserver ses pages sur les réseaux sociaux de manière « officielle » pour que le consommateur, l'internaute qui se promène soit en mesure de constater qu'officiellement, le réseau c'est cette page là - et ce n'est pas une autre page qui utilise déjà la marque du franchiseur.

En vous promenant sur Facebook, si vous tapez le nom d'une enseigne que vous aimez bien, vous verrez peut-être une vingtaine de pages qui sortent en français, en anglais, en russe, dans d'autres langues, et il sera impossible de savoir qui est vraiment le titulaire de la marque, qui est vraiment la tête de



réseau. Et dès lors n'importe quoi peut être dit sur la marque ou sur le réseau, sans que l'internaute n'ait les moyens de savoir si c'est le titulaire de la marque qui s'exprime ou une personne sans lien avec celle-ci.

C'est pour cela qu'il faut vraiment, même si on est réticent au départ, prendre les devants et s'accaparer les réseaux sociaux. Le franchiseur doit donc anticiper cela en créant une page officielle et au besoin récupérer la qualité d'administrateur des autres pages créées sur les réseaux sociaux. En sa qualité de titulaire exclusif de la marque, il est en effet légitime à demander à Facebook, Twitter et consorts à devenir l'administrateur de toutes les pages utilisant sa marque, et à demander la suppression de celles créées par des tiers au réseau.

Il y a aussi une anticipation qui peut être faite, qui est beaucoup plus difficile à faire mais aussi nécessaire, c'est de **prendre les devants en allant sur les sites d'avis, forums, et sur les blogs** pour présenter soit même son activité, son réseau et ses franchisés pour essayer d'éviter que des consommateurs malveillants qui prennent les devants, créent une page qui contienne des propos dénigrants sur le réseau et sur les franchisés. Enfin, dans la prévention toujours, il faut imposer aux franchisés de respecter une charte graphique et de ne pas utiliser la marque comme ils le souhaitent sur Internet.

Exemple si pour mon réseau, les couleurs phares c'est le vert et le rouge, vous n'allez pas créer une page qui sera dans le bleu ou dans le violet, ou en tout état de cause, vous n'utiliserez pas une page bleue et violet avec ma marque. Et quoi qu'il arrive, si vous utilisez ma marque c'est que vous avez demandé mon accord préalable et écrit. **Donc tout ceci s'anticipe aussi dans le contrat de franchise entre le franchiseur et le franchisé**, l'idée est de ne pas brider le franchisé, c'est vraiment de lui permettre de bénéficier de l'harmonie de l'image de marque du réseau et donc d'en faire bénéficier tout le réseau.»

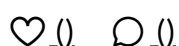
[#web \(/recherche?terms=web\)](#)

[#franchise et internet \(/recherche?terms=franchise%20et%20internet\)](#)

[#internet \(/recherche?terms=internet\)](#) [#franchiseur \(/recherche?terms=franchiseur\)](#)

[#franchise \(/recherche?terms=franchise\)](#)

[#cecile peskine \(/recherche?terms=cecile%20peskine\)](#)



Vous devez être connecté pour pouvoir commenter


Connexion ()



Commenter



Recommandations d'article

[\(/article/italie-du-19-au-21-octobre-2023-le-salon-de-la-franchise-renaît-a-milan\)](/article/italie-du-19-au-21-octobre-2023-le-salon-de-la-franchise-renaît-a-milan)
 (membre/jeansamper)

Article


Italie : Du 19 au 21 octobre 2023, le salon de la franchise renaît à Milan

...

♡

🗨

[\(/article/italie-du-19-au-21-octobre-2023-le-salon-de-la-franchise-renaît-a-milan\)](/article/italie-du-19-au-21-octobre-2023-le-salon-de-la-franchise-renaît-a-milan)

[\(/article/la-transmission-du-savoir-faire-en-franchise\)](/article/la-transmission-du-savoir-faire-en-franchise)
 (membre/businessclub)

06 avril 2023


Article

La transmission du savoir-faire en franchise

[\(/article/la-transmission-du-savoir-faire-en-franchise\)](/article/la-transmission-du-savoir-faire-en-franchise)

5 ♡

1 🗨 [\(/article/la-transmission-du-savoir-faire-en-franchise\)](/article/la-transmission-du-savoir-faire-en-franchise)

[\(/article/30454-visiteurs-en-mars-2023-a-franchise-expo-paris\)](/article/30454-visiteurs-en-mars-2023-a-franchise-expo-paris)
 (membre/businessclub)

28 mars 2023

Document

30454 visiteurs en mars 2023 à Franchise Expo Paris

[\(/article/30454-visiteurs-en-mars-2023-a-franchise-expo-paris\)](/article/30454-visiteurs-en-mars-2023-a-franchise-expo-paris)

♡

🗨 [\(/article/30454-visiteurs-en-mars-2023-a-franchise-expo-paris\)](/article/30454-visiteurs-en-mars-2023-a-franchise-expo-paris)





[Mentions légales](#) • [Conditions générales d'utilisation](#) • [Politique de confidentialité \(/confidentialite\)](#)

