

SUBWAY QUELS ARROGANTS, CES AMÉRICAINS!

Belle illustration de l'hégémonisme des Etats-Unis. La chaîne de sandwicheries impose à ses franchisés des contraintes démesurées qui pourraient la rendre illégale en France. Selon nos informations, l'Etat l'a assignée en justice.



500
magasins
en France

46 000
magasins
dans le monde

Le 14 novembre dernier, partout en France, les propriétaires de restaurants Subway ont reçu un étonnant courrier. La lettre, frappée du sceau du ministère de l'Economie, leur annonçait l'assignation de leur enseigne devant le tribunal de commerce de Paris. En cause : rien de moins que la légalité du contrat de franchise qu'ils ont tous signé avec la chaîne américaine de sandwicheries. Dans la foulée, craignant un vent de panique, la direction France annonçait par e-mail à ses troupes travailler à une « issue favorable », les invitant à orienter d'éventuelles « demandes de médias » sur le sujet vers la chargée de communication.

Il y a pourtant de quoi s'inquiéter. Après avoir contrôlé une douzaine d'enseignes, Bercy a en effet décidé de dénoncer en justice le contrat de franchise Subway. Capital a pu consulter le lourd réquisitoire, qui court sur 50 pages. En plus de 2 millions d'euros d'amende est réclamée l'annulation d'une dizaine de clauses dudit contrat, jugées « litigieuses », « abusives » ou « déséquilibrées », en défaveur des franchisés. Ces derniers peuvent rejoindre l'action et demander réparation. Pour l'avocat bordelais Florian de Saint-Pol, qui défend 15 restaurateurs, la plupart ayant quitté l'enseigne ruinés, l'af-

faire pourrait bouter Subway hors de France. « Ils ont 46 000 restaurants dans le monde, ils ne vont pas s'embêter à changer leur système juste pour nous. » Un cas d'école sur la prétention de nombreuses firmes américaines à imposer leur droit quel que soit le pays où elles s'implantent.

LANCÉE EN 1965 AUX ÉTATS-UNIS, l'enseigne qui a inventé le sandwich personnalisable n'a débarqué en France qu'en 2001. Après des débuts tâtonnants, elle s'est déployée de façon fulgurante, jusqu'à compter 500 adresses. Trop ? Les experts du secteur ont vite listé un nombre alarmant de faillites et de cessions. Les banques ont commencé à refuser les prêts aux aspirants franchisés. En 2013, Capital révélait qu'un tiers de ces indépendants étaient dans le rouge. Le constat reste valable. « 70% du réseau sont en positif, suivant les années », minimise Cédric Giacinti, l'actuel directeur France. Mais si l'on additionne le résultat de tous ceux qui publient leurs comptes, on arrive à une légère perte (-1 900 euros). Les fameuses clauses dénoncées par Bercy permettent de comprendre ce sombre tableau.

Le contrat Subway, selon le ministère, dénote une « immixtion excessive du franchiseur dans l'exploitation commerciale des franchisés ». En clair, il leur est laissé trop peu

d'autonomie. Pour commencer, les candidats doivent payer 10 000 euros de frais d'entrée, avant même de réaliser leur formation, et sans remboursement s'ils échouent. Un franchisé toulousain, qui a signé en 2012, a raconté aux enquêteurs : « Mon emplacement a été choisi par les franchiseurs (...), j'en ai eu connaissance après signature du contrat. » Autre exemple : chaque restaurant Subway a l'obligation d'ouvrir 98 heures par semaine, 7 jours sur 7, soit 14 heures par jour. « Cela revient à nous obliger à embaucher », résume Marc Schaufelberger, dont la boutique, qu'il a tenue à Thionville de 2009 à 2015, n'a jamais été rentable. Il compte faire requalifier en contrat de travail aux prud'hommes ces années de « constante subordination ».

Si Subway exige de tels horaires, c'est que l'enseigne perçoit une redevance calculée sur le chiffre d'affaires brut des restaurants, de 12,5% (dont 4,5% pour la publicité). Un taux corsé, la norme du secteur tournant autour de 7%. La somme est prélevée chaque mercredi, sans aménagement possible. Jean-Claude Vandekerckhof, ex-franchisé bordelais, l'a constaté quand un camion a défoncé de nuit sa vitrine, par accident. « Aucun délai n'a été possible, aucune aide. » Ces royalties mangent bien souvent la maigre marge potentielle. Le patron France reconnaît d'ailleurs qu'il est dur de

LE CONTRAT
EST TRUFFÉ
DE CLAUSES
ABUSIVES,
SELON BERCY

DÉSÉQUILIBRÉ

2. PAIEMENTS DE REDEVANCE. Vous nous verserez toutes les semaines une redevance égale à huit pour cent (8%) du chiffre d'affaires brut du Restaurant (...) et 4,5% à la caisse de financement publicitaire des franchisés Subway.

DÉLOYAL

7. DURÉE DU CONTRAT. Le présent contrat est conclu pour une durée de vingt (20) ans (...) et sera automatiquement renouvelé pour des périodes supplémentaires de vingt (20) ans, à moins que l'une des parties décide de ne pas le renouveler.

Ce contrat ne vous confère aucun droit territorial. (...) Nous disposons avec nos Affiliés du droit illimité de vous faire concurrence et d'accorder des licences à d'autres personnes susceptibles de vous faire concurrence.

EXTRATERRITORIAL

13. DROIT APPLICABLE. Le présent contrat est régi par et sera interprété conformément au droit de l'Etat du Liechtenstein sans référence à ses conflits de lois (...)

SUBWAY

PAR BENOÎT BERTHELOT

vivre avec un seul Subway. « C'est une enseigne faite pour la multi-franchise », estime-t-il... tout en admettant que 75% des franchisés actuels n'ont qu'un seul restaurant.

AUTRE MODALITÉ INJUSTE, selon le ministère : les signataires ne jouissent d'aucune exclusivité territoriale. Pierrick Nicolas, installé depuis treize ans à Rennes, parle « d'ouvertures à tort et à travers ». Il a vu, à 500 mètres du sien, s'ouvrir un Subway qui a coulé en trois ans. « En attendant, mon chiffre a chuté... » En cause, les 14 agents de développement régionaux, qui touchent leur commission à chaque ouverture et doivent tenir un rythme de croissance effréné. « L'objectif est d'obtenir plus de restaurants que notre concurrent McDonald's », a expliqué l'ancien patron France aux enquêteurs de Bercy en 2015. La nouvelle direction de Subway promet que les ambitions ont été revues à la baisse, et la sélection rendue drastique. Les candidats doivent désormais passer devant un jury comprenant un comptable ou un banquier, et financer eux-mêmes une étude de marché.

Mais le plus dur à avaler, pour les autorités françaises, reste cet acharnement à échapper au droit national. En cas de conflit avec l'enseigne, les franchisés ont obligation de régler leur litige devant un arbitre de l'Etat de New York choisi par Subway, à 425 dollars l'heure. Rincés financièrement quand ils reçoivent le pli DHL de convocation (en anglais, bien sûr), ils savent qu'ils ne peuvent pas s'offrir cette défense. Survient alors un « protocole d'accord à l'amiable », difficile à refuser. Pour s'en tirer au mieux, nombre de franchisés cherchent aujourd'hui à vendre leur affaire, quitte à banaliser le local pour ne pas faire fuir les candidats. Ceux qui s'associent à l'action de l'Etat savent que la bataille sera longue. Pour l'heure, les avocats de Subway plaident en défense l'incompétence du tribunal de commerce de Paris. Le contrat est en effet régi, selon les cas, par le droit des Pays-Bas ou celui du Liechtenstein, où les profits de l'enseigne sont exfiltrés... Ⓞ

JULIAN STRAINCHILLI/EPAPREF, DANIEL LEON/BETTY IMAGES, DAVID WIKSETT/PHOTOFEST/AGF