Image not found or type unknown

Franchise vs. Licence de marque

Fiche pratique publié le **07/04/2021**, vu **978 fois**, Auteur : Me Mike BORNICAT, Avocat

Un petit point de comparaison entre deux contrats courants de la vie des affaires s'imposent car s'ils présentent des points communs ces deux contrats de distribution se distinguent l'un de l'autre.

Un petit point de comparaison entre deux contrats courants de la vie des affaires s'imposent car s'ils présentent des points communs ces deux contrats de distribution se distinguent l'un de l'autre.

Définition :

La licence de marque est le contrat par lequel le concédant autorise le licencié à utiliser la marque , selon les modalités définies dans le contrat, moyennant une redevance, parfois appelée *Royalties* .

Dit autrement, c'est un contrat de louage de la marque.

Le contrat de franchise est plus large puisqu'il s'agit pour un franchiseur de transmettre à un franchisé, également contre redevance :

- un droit d'usage du signe/marque du réseau,
- un savoir-faire qui doit être identifié, secret et substantiel ;
- une aide et assistance pour la mise en œuvre du savoir-faire transmis.

Dit autrement, il s'agit de la transmission des outils d'une réussite économique pour permettre au franchisé de la reproduire.

Point commun : le licencié et le franchisé peuvent utiliser la marque du Concédant ou Franchiseur.

Différences : La licence de marque ne comprend aucune convention d'assistance et, surtout, aucun de transfert de savoir-faire élément essentiel du contrat de franchise à défaut duquel cette qualification sera exclue.

En toute hypothèse, les deux modèles peuvent être utilisés pour développer une marque dans le cadre d'une distribution au travers d'un réseau.

*

Par son savoir-faire, le cabinet est en mesure de vous assister dans le cadre de la mise en oeuvre d'une stratégie globale de distribution.

Récemment, dans le même thème.

Copyright © 2025 Légavox.fr - Tous droits réservés