KPMG

# La Concession

Département Franchise & Réseaux

2016

# La Concession

- La concession est un contrat conclu entre deux parties, dans lequel un fournisseur (le concédant) donne à un ou plusieurs commerçants (les concessionnaires) l'exclusivité de vente d'un produit et l'exploitation de sa marque pendant une période déterminée, convenue à l'avance et dans une zone bien précise

- Le contrat de concession induit une opération d'achat et de revente : Le concessionnaire achète les produits au concédant en vue de les revendre au sein de son propre fonds de commerce

- Le concédant doit respecter l'article L330-3 du code de commerce. (Il doit mettre à disposition du concessionnaire un nom commercial, une marque ou une enseigne)

**Vocabulaire**

- Concédant
- Concessionnaire

© 2016 KPMG France, membre français du réseau KPMG International constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse. Tous droits réservés. Le nom KPMG et le logo sont des marques déposées ou des marques de KPMG International.



Document Classification: KPMG Confidential

# Les clauses inhérentes à la concession

- Clause d'exclusivité territoriale : Le concessionnaire dispose de cette clause pour distribuer les produits du concédant dans une zone géographique définie qui lui est réservée

- Clause d'exclusivité pour le concédant : Applicable uniquement si le concédant souhaite que le concessionnaire vende uniquement ses produits

- Clause de non concurrence : Interdiction pour le concessionnaire d'exercer une activité concurrente à échéance de son contrat

© 2016 KPMG France, membre français du réseau KPMG International constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse. Tous droits réservés. Le nom KPMG et le logo sont des marques déposées ou des marques de KPMG International.



Document Classification: KPMG Confidential

# Obligations en Concession

## Obligations du concédant :

- Approvisionner de manière régulière le concessionnaire et lui fournir ses produits aux conditions contractuelles
- Garantir les produits (il est soumis à la garantie des vices cachés)
- Respecter l'exclusivité du contrat de concession
- Offrir une assistance matérielle technique & commerciale (mise à disposition de signes distinctifs, de matériels ou encore de formation de personnel)
- Permettre au concessionnaire d'utiliser les signes de ralliement de la clientèle (Marque ou Enseigne)

## Obligations du concessionnaire :

- Acheter les produits du concédant
- Payer les marchandises achetées au concédant
- Restituer l'enseigne et les signes descriptifs de l'activité du concédant à ce dernier à la fin du contrat

KPMG

© 2016 KPMG France, membre français du réseau KPMG International constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse. Tous droits réservés. Le nom KPMG et le logo sont des marques déposées ou des marques de KPMG International.



Document Classification: KPMG Confidential

# Avantages / Inconvénients

Avantages :

- Exclusivité territoriale
- Notoriété de la marque
- Autonomie juridique

Inconvénients :

- Assistance et transmission du savoir-faire du concédant souvent limitées
- Risque de non renouvellement du contrat

© 2016 KPMG France, membre français du réseau KPMG International constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse. Tous droits réservés. Le nom KPMG et le logo sont des marques déposées ou des marques de KPMG International.



Document Classification: KPMG Confidential

# Contacts :


Jean-Marc Aubault
Associé, Directeur National
Département Franchise et Réseaux

Tél : 06 13 54 21 75
jmaubault@kpmg.fr

Virginie Sablé
Responsable Développement
Département Franchise et Réseaux

Tél : 06 27 21 11 86
vsable@kpmg.fr


**Kpmg.fr**


© 2016 KPMG France, membre français du réseau KPMG International constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse. Tous droits réservés. Le nom KPMG et le logo sont des marques déposées ou des marques de KPMG International.
Les informations contenues dans ce document sont d'ordre général et ne sont pas destinées à traiter les particularités d'une personne ou d'une entité. Bien que nous fassions tout notre possible pour fournir des informations exactes et appropriées, nous ne pouvons garantir que ces informations seront toujours exactes à une date ultérieure. Elles ne peuvent ni ne doivent servir de support à des décisions sans validation par les professionnels ad hoc. KPMG France est membre du réseau KPMG constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative (« KPMG International »), une entité de droit suisse. KPMG International ne propose pas de services aux clients. Aucun cabinet membre n'a le droit d'engager KPMG International ou les autres cabinets membres vis-à-vis des tiers. KPMG International n'a le droit d'engager aucun cabinet membre.



© 2016 KPMG France, membre français du réseau KPMG International constitué de cabinets indépendants adhérents de KPMG International Cooperative, une entité de droit suisse. Tous droits réservés. Le nom KPMG et le logo sont des marques déposées ou des marques de KPMG International.





Document Classification: KPMG Confidential