

Récentes décisions d'intérêt en droit de la franchise (2022)

Frédéric Gilbert et Xin Jia Wang*

RÉSUMÉ	411
I- INTRODUCTION	413
II- RÉCENTES DÉCISIONS D'INTÉRÊT EN DROIT DE LA FRANCHISE.	415
A- L'affaire <i>11078526 Canada inc. c. 8455716 Canada inc.</i> (<i>Casa Grecque Granby</i>)	415
1. Faits en litige	415
2. Analyse	419
3. Conclusion partielle	424
B- L'affaire <i>Groupe Daoust / Forget inc. c. Nettoyeurs 888</i> <i>Décarie inc.</i>	424
1. Faits en litige	424
2. Analyse	426
3. Conclusion partielle	430
III- CONCLUSION	431

© CIPS 2023.

* M^e Frédéric Gilbert est avocat associé au bureau de Montréal de Fasken. M^e Xin Jia Wang est avocate au sein du groupe Litiges et résolution de conflits de ce même bureau.

[Note : cet article a été soumis à une évaluation à double anonymat.]

RÉSUMÉ

Le franchiseur est responsable d'assurer le respect de l'intégrité et de la promotion de son réseau, au bénéfice de tous les franchisés. L'inaction du franchiseur peut l'exposer à des réclamations des autres franchisés.

Dans le cadre de la présente revue jurisprudentielle, deux décisions récentes sont discutées concernant l'importance de l'uniformité des modes d'exploitation et le respect d'un concept et de l'image par les franchisés. Il s'agit des caractéristiques fondamentales d'un réseau de franchise. Les auteurs traitent notamment d'une décision d'intérêt qui confirme qu'un tribunal peut tenir compte de l'effet collectif des franchisés et du potentiel effet domino qui peut résulter en l'absence de l'émission d'une injonction enjoignant des franchisés à respecter le concept.

MOTS-CLÉS

Franchise – Injonction – Recours – Concept – Uniformité – Préjudice irréparable – Contrats – Obligations du franchiseur – Obligations du franchisé – Image – Marques de commerce – Cession

I- INTRODUCTION

Le poids économique de la franchise et son importance comme modèle d'affaires dans le paysage économique québécois et canadien n'est plus à démontrer. Aussi, une étude récente¹ commandée par le Conseil québécois de la franchise révèle ceci :

- a) La franchise au Québec regroupe un total de 755 enseignes ou bannières² ;
- b) Cette industrie compte maintenant 23 701 commerces, points de vente ou points de service³ ;
- c) La franchise au Québec procure un total de 325 010 emplois, lesquels représentent aujourd'hui 8,49 % de l'ensemble des emplois répertoriés au Québec⁴ ;
- d) Le domaine de la franchise au Québec génère aujourd'hui un chiffre d'affaires de l'ordre de 32,7 milliards de dollars⁵ ;
- e) Enfin, toujours d'après cette étude, le domaine de la franchise correspond à un « moteur de développement économique », lequel aurait mieux performé, et ce, de façon marquée dans l'économie québécoise dans son ensemble, en dépit de la crise sanitaire mondiale liée à la pandémie de COVID-19⁶.

L'importance de cette industrie ainsi que le nombre d'intervenants (représentant parfois des intérêts opposés) qu'elle fait interagir, créent nécessairement un terrain propice, de temps à autre, à des conflits juridiques.

1. CONSEIL QUÉBÉCOIS DE LA FRANCHISE, *L'étude sur le poids relatif de la franchise dans l'économie québécoise*, Synthèse, mise à jour 2022.

2. *Id.*

3. *Id.*

4. *Id.*

5. *Id.*

6. *Id.*

Toutes les années ne sont pas toujours aussi fastes en termes de décisions marquantes d'intérêt en matière de droit de la franchise au Québec. En effet, la Cour d'appel du Québec et la Cour suprême du Canada ont maintenant bien campé les droits et obligations générales des franchiseurs et des franchisés⁷. Or, très peu de décisions majeures ont été rendues dans le domaine, plus particulièrement en 2021 et 2022⁸.

Cela dit, deux décisions récentes se démarquent et viennent réaffirmer l'importance du respect, par les franchisés, du concept d'un réseau de franchises et le respect des obligations inhérentes au droit d'utiliser une bannière. En effet, il arrive que des franchisés, dans diverses circonstances (volonté unilatérale de résiliation anticipée du contrat de franchise, pandémie de COVID-19 et plusieurs autres), compromettent le concept d'un réseau.

Ceci peut prendre plusieurs formes, dont notamment l'exploitation d'un commerce en violation des normes établies par le franchiseur, normes que sont censés respecter tous les franchisés. Les deux cas de figure que nous étudions ci-après rappellent également les leçons à tirer de l'affaire *Dunkin' Brands*⁹, à savoir :

- a) Seul le franchiseur peut rappeler à l'ordre les franchisés « délinquants », c'est-à-dire non respectueux des normes et standards contractuels ;
- b) Si le franchiseur omet d'agir en temps opportun pour « discipliner » les franchisés qui ne se conforment pas aux normes et standards et que cela a pour effet d'affecter le réseau, le concept et, par voie de conséquence, les autres franchisés respectueux des normes, ces derniers pourraient s'adresser directement au franchiseur pour lui réclamer des comptes.

7. *Provigo Distribution inc. c. Supermarchés A.R.G. inc.*, J.E. 98-39 (C.A.) ; *Bertico inc. c. Dunkin' Brands Canada Ltd.*, 2015 QCCA 624 ; *Modern Concept d'entretien inc. c. Comité paritaire de l'entretien d'édifices publics de la région de Québec*, 2019 CSC 28.

8. Certaines décisions ont été rendues dans des matières qui relèvent davantage du droit immobilier que du droit de la franchise.

9. *Bertico inc. c. Dunkin' Brands Canada Ltd.*, *supra*, note 7.

II- RÉCENTES DÉCISIONS D'INTÉRÊT EN DROIT DE LA FRANCHISE

A- L'affaire *11078526 Canada inc. c. 8455716 Canada inc. (Casa Grecque Granby)*¹⁰

1. *Faits en litige*

Cette affaire met aux prises le franchiseur MTY, lequel détient la franchise « Casa Grecque » (ci-après le « franchiseur » ou « Casa Grecque »). Casa Grecque est bien connue pour son concept de restauration de type « Apportez votre vin ». D'autre part, ce dossier met en cause le franchisé « Casa Grecque » de la région de Granby, 8455716 Canada inc. (ci-après le « franchisé » ou « Casa Grecque Granby »).

Le franchiseur présente une demande pour l'émission d'une ordonnance d'injonction au stade interlocutoire. Essentiellement, il reproche au franchisé de Granby de ne pas respecter un nombre important de clauses contractuelles, et notamment :

- a) De ne pas contribuer au fonds de publicité du réseau « Casa Grecque » ;
- b) De « violer » les éléments essentiels du concept « Casa Grecque », lequel consiste à permettre aux clients d'apporter leurs propres boissons alcoolisées pour consommer sur place avec le repas. Or, depuis juin 2020, le franchisé interdit à ses clients d'apporter leurs propres boissons alcoolisées.

La question centrale que pose cette affaire consiste à déterminer si le franchiseur remplit les conditions pour l'émission d'une ordonnance d'injonction interlocutoire.

La chaîne de restaurants Casa Grecque a été fondée en 1980 par les frères Peter et Louis Berlemis.

Ce réseau connaît rapidement un franc succès et son concept consiste à offrir au public des menus de cuisine de type méditerranéen ainsi que de la cuisine grecque, présentant au surplus un excellent rapport qualité-prix. Afin de garder les coûts peu élevés pour la

10. 2021 QCCS 2896. Requête pour permission d'appeler et requête pour suspension d'instance rejetées (*8455716 Canada inc. c. 11078526 Canada inc.*, 2021 QCCA 1336).

clientèle visée, essentiellement des familles, le concept prévoit que les clients peuvent apporter leurs propres consommations alcoolisées pour consommer sur place.

En décembre 2018, les frères Berlemis cèdent leurs droits dans le réseau au profit du groupe MTY¹¹. Le réseau « Casa Grecque » compte alors une trentaine d'établissements franchisés.

Nikolaos Rothos (ci-après « M. Rothos ») est un homme d'affaires ayant exploité plusieurs types de commerces durant sa carrière. Il est le principal représentant et actionnaire de la Casa Grecque Granby.

En 2005, le franchisé procède à une restructuration et ajoute deux nouveaux propriétaires à l'entreprise. En 2012, le franchisé connaît des difficultés financières importantes et, selon M. Rothos, ces difficultés sont en partie attribuables à des locaux peu avantageux ainsi qu'à une mauvaise administration des deux nouveaux actionnaires.

Par ailleurs, selon M^e Mardakis, l'avocat interne du franchiseur, une partie du problème serait plutôt attribuable aux changements dans les politiques de l'Agence du revenu du Québec qui avait alors imposé l'usage obligatoire d'un logiciel comptable pour les restaurants. Ce programme facilitait l'audit des ventes du restaurant. En 2013, M. Rothos procède à une nouvelle restructuration et crée une nouvelle entité pour opérer la Casa Grecque Granby. Cette fois-ci, M. Rothos redevient le seul propriétaire.

Par la suite, le franchisé trouve un nouvel emplacement, plus spacieux, pour opérer sa franchise au centre commercial Place Trianon¹².

M. Rothos a beaucoup d'idées. Bien que franchisé, il souhaite améliorer le modèle standard de son établissement « Casa Grecque », à l'occasion de son déménagement vers de nouveaux locaux. Il parle même de la création d'une franchise Casa Grecque « 2.0 ». Il souhaite notamment apporter des améliorations esthétiques. L'un de ses interlocuteurs chez le franchiseur, M. Berlemis, se dit ouvert à l'amélioration de toute Casa Grecque. Aussi, il approuve les propositions de rénovations soumises par le franchisé.

11. *Id.*, par. 8.

12. *Id.*, par. 16.

Compte tenu des coûts élevés des rénovations, M. Berlemis accepte de réduire de 2 % les frais de redevances standards. Cependant, il est convenu que le franchisé paiera sa contribution de 2 % de ses ventes au fonds de publicité.

De janvier 2014 jusqu'à août 2018, le franchisé effectue ses contributions de 2 % des ventes au fonds de publicité¹³.

La preuve révèle par ailleurs qu'aucune convention de franchise écrite entre les parties n'a été retrouvée¹⁴. Les parties s'en sont rendu compte en 2015.

En 2018, sachant qu'aucune convention de franchise écrite n'avait été retrouvée, le franchisé choisit unilatéralement de cesser le versement de 2 % des ventes comme contribution au fonds de publicité, malgré le désaccord du franchiseur¹⁵. De façon concomitante, le réseau « Casa Grecque », qui est sur le point d'être acquis par MTY, informe cette dernière du fait que le franchisé de Granby n'est lié au franchiseur que par une franchise verbale¹⁶.

Le franchisé prétend que même en l'absence de convention de franchise écrite, dans ses discussions passées avec le franchiseur, une entente verbale de convention de franchise avait été conclue, prévoyant des conditions distinctes de la convention de franchise standard « Casa Grecque ».

Néanmoins, le 10 décembre 2018, la vente entre la société 168706 Canada inc. (alors propriétaire du réseau « Casa Grecque ») et MTY est conclue¹⁷. En 2019, MTY poursuit les demandes auprès du franchisé afin que celui-ci confirme, selon lui, le contenu de l'entente de franchise verbale, mais également pour qu'il effectue les paiements dus au franchiseur, notamment en termes de fonds de publicité promotionnelle.

Selon le franchisé, et plus particulièrement son représentant M. Rothos, l'entente de franchise verbale consistait en une entente unilatérale en vertu de laquelle le franchiseur lui aurait consenti « carte blanche »¹⁸ pour agir à sa guise en ce qui a trait aux opérations.

13. *Id.*, par. 22.

14. *Id.*, par. 23.

15. *Id.*, par. 36.

16. *Id.*, par. 39.

17. *Id.*, par. 48.

18. *Id.*, par. 58.

Cela incluait le droit d'utiliser la marque « Casa Grecque » comme il l'entendait, sans restriction¹⁹. Toujours selon le franchisé, le franchiseur n'avait à peu près aucun droit, mais serait tenu de fournir les services requis par le franchisé²⁰. Selon cette même version, le franchisé n'était pas tenu de payer les contributions au fonds de publicité.

Bien entendu, le franchiseur ne partage pas cette position, qu'il trouve par ailleurs choquante²¹. D'après lui, la convention de franchise intervenue avec le franchisé de Granby correspond, en tout aspect, au contrat de franchise standard du groupe, lequel, par inadvertance seulement, n'aurait pas été signé²². Le franchiseur estime d'ailleurs que sa position est étayée par le comportement du franchisé depuis son ouverture en juin 2013.

Or, la toute première fois que Casa Grecque Granby communique au franchiseur qu'elle n'est pas tenue de suivre les règles intervient six ans plus tard, soit le 10 avril 2019, par le biais d'une lettre de ses procureurs. À compter de novembre 2019, le franchisé cesse de fournir ses rapports de ventes hebdomadaires. Le mois suivant, il cesse d'autoriser les inspections de ses locaux par le franchiseur.

Le 24 février 2020, le franchiseur dépose une demande pour l'émission d'une ordonnance d'injonction interlocutoire à l'encontre du franchisé, laquelle recherche notamment une ordonnance à l'effet que le franchisé dépose au Tribunal les contributions payables pour le fonds de publicité.

Par ailleurs, l'un des faits cardinaux de la présente cause réside dans la décision unilatérale du franchisé de vendre des boissons alcoolisées, ce qui va à l'encontre du concept « Casa Grecque ».

En effet, en avril 2020, Casa Grecque Granby informe le franchiseur qu'il considérerait la possibilité de vendre des boissons alcoolisées au public. En raison de la réglementation en matière de permis d'alcool, un tel changement aurait pour effet d'interdire au public d'apporter ses propres boissons alcoolisées pour consommation sur place avec son repas²³. Le franchisé invoque le fait qu'un tel changement devrait être considéré dans le contexte de la pandémie de COVID-19.

19. *Id.*, par. 58.

20. *Id.*, par. 58.

21. *Id.*, par. 58.

22. *Id.*, par. 59.

23. *Id.*, par. 68.

Casa Grecque refuse ce changement. Il rétorque que le concept « Apportez votre vin » correspond à un élément central du concept « Casa Grecque ».

Le 22 juin 2020, le franchiseur présente une demande pour l'émission d'une ordonnance d'injonction provisoire interdisant à Casa Grecque Granby de vendre des boissons alcoolisées à son public²⁴. Le 25 juin 2020, l'honorable juge Thomas M. Davis établit que, malgré le fait que le franchiseur avait établi une forte apparence de droit au soutien de sa demande, Casa Grecque n'avait pas satisfait au critère de l'urgence requis pour l'émission d'une ordonnance d'injonction provisoire²⁵.

Malgré tout, l'honorable juge Davis avait précisé qu'il ne pouvait « cautionner » la décision unilatérale de Casa Grecque Granby à l'effet d'opérer un établissement avec permis d'alcool qui dérogeait au concept « Casa Grecque »²⁶. Suivant le jugement Davis, le franchiseur présente une demande pour l'émission d'une ordonnance d'injonction interlocutoire interdisant à Casa Grecque Granby de vendre des boissons alcoolisées. Elle souhaite joindre ce recours à l'autre demande présentée concernant d'autres non-conformités du franchisé (concernant notamment le contrat de franchise verbal, l'absence de contribution au fonds de publicité, etc.)²⁷. Par la suite, le franchiseur amende ses procédures pour réclamer, en plus de ce qui précède, la résiliation du contrat de franchise verbal avec le franchisé.

2. Analyse

Le tribunal observe que les deux parties conviennent qu'elles sont tenues à un contrat de franchise verbal. Il y a cependant une divergence quant au contenu des obligations que ce contrat impose²⁸. En fait, les parties présentent des versions diamétralement opposées du contenu obligationnel du contrat. D'après le franchiseur, ce contrat verbal est conforme aux autres contrats standards du réseau. Pour ce qui est du franchisé, le contrat verbal correspond à une entente unilatérale en vertu de laquelle le franchisé aurait « carte blanche » pour ses opérations et pour la sélection des services qu'il souhaite

24. *Id.*, par. 69.

25. *11078526 Canada inc. c. 8455716 Canada inc.*, 2020 QCCS 2325.

26. *Id.*, par. 39.

27. *11078526 Canada inc. c. 8455716 Canada inc. (Casa Grecque Granby)*, *supra*, note 10, par. 71.

28. *Id.*, par. 76.

obtenir de Casa Grecque. Toujours selon cette version, Casa Grecque Granby pouvait « dévier » du concept et offrir des boissons alcoolisées à son public²⁹.

Tout d'abord, au chapitre de « l'apparence de droit », le tribunal estime qu'*a priori*, le franchiseur remplit ce critère notamment pour les motifs suivants :

- a) La preuve rend vraisemblable que c'est par inadvertance seulement que le contrat de franchise pour le franchisé de Granby n'aurait pas été signé ;
- b) Les 29 autres établissements du réseau sont tous sujets à une convention de franchise « Casa Grecque » écrite ;
- c) Le comportement des parties allant de la période de juin 2013 jusqu'à août 2018 suggère que le franchisé se serait comporté de façon très conforme au contrat de franchise standard de Casa Grecque³⁰.

En outre, de façon ininterrompue jusqu'en 2018, Casa Grecque Granby faisait ses contributions au fonds de publicité³¹ et fournissait ses rapports de ventes hebdomadaires, tout en respectant le concept « Apportez votre vin ». Enfin, jusqu'à novembre 2019, Casa Grecque Granby permettait également les inspections de son établissement par le franchiseur³².

En termes de crédibilité, la Cour supérieure accorde plus de poids à la version du franchiseur qu'à celle du franchisé. En outre, l'honorable juge Edwards estime que le témoignage de M. Rothos (représentant du franchisé) « évolue » avec le temps. Entre 2013 et 2018, Casa Grecque Granby respecte les exigences liées à l'exploitation d'une franchise « Casa Grecque » standard et ce n'est que lorsque le franchisé apprend qu'il n'y avait pas de contrat de franchise écrit signé entre les parties qu'il change unilatéralement sa position à titre de franchisé et cesse ses contributions au fonds de publicité³³.

Plus spécifiquement, le tribunal considère que le franchiseur dispose d'une apparence de droit forte à réclamer que le franchisé

29. *Id.*, par. 78.

30. *Id.*, par. 79 et 80.

31. *Id.*, par. 80.

32. *Id.*, par. 80.

33. *Id.*, par. 87.

verse au tribunal la contribution de 2 % des ventes pour le fonds de publicité en conformité avec le contenu du contrat verbal qui doit être conforme aux autres contrats de franchise standards de Casa Grecque³⁴.

Les extraits suivants du jugement méritent mention :

[116] In the same way that a tenant is required to pay the landlord for the monthly rent to use commercial space during legal proceedings and pending adjudication on the merits of a Court application, Casa Grecque Granby is benefiting from its franchise agreement with MTY but is not paying its share of the costs to promote the Casa Grecque brand. Casa Grecque Granby benefits from the established reputation of the Casa Grecque Chain and the good will of restaurant patrons familiar with and loyal to the Casa Grecque brand and from the Quebec-wide publicity campaigns of the Casa Grecque brand by the franchisor. MTY is not asking to receive the contribution amount at this time but that the amount be deposited into the Court Registry pending the hearing on the merits.

[117] MTY as the franchisor is responsible for the respect of the integrity of and promotion of the Casa Grecque brand for which franchisees are paying royalties. An omission and default to do so may expose MTY to claims of breach of franchisor obligations from the other franchisees of the Casa Grecque Chain.³⁵ (Nous soulignons)

Pour ce qui est du critère de la « balance des inconvénients » le tribunal donne également raison au franchiseur : si le tribunal, au mérite, donne raison au franchiseur, Casa Grecque Granby n'aura souffert aucun préjudice. Si, au contraire, le tribunal, suivant le procès au fond, donne plutôt raison au franchisé, alors le franchisé pourra récupérer les contributions publicitaires versées au tribunal ou encore, le tribunal pourra en disposer autrement. La balance des inconvénients milite d'autant plus en faveur du franchiseur, que le franchisé, malgré qu'il ne contribue pas au fonds de publicité, continue néanmoins de bénéficier de la promotion publicitaire que fait le franchiseur à travers la province de Québec³⁶.

34. *Id.*, par. 101-111.

35. *Id.*, par. 116-117.

36. *Id.*, par. 119.

Pour ce qui est de la remise des rapports hebdomadaires de ventes, le franchisé finit par y consentir à l'audience, ce qu'avalisera le Tribunal, en accordant l'ordonnance d'injonction à cet effet.

Pour ce qui est de la question de la vente d'alcool dans l'établissement Casa Grecque Granby, le tribunal estime que le franchiseur dispose d'une apparence de droit forte. En effet, la notion « Apportez votre vin » est au cœur du concept « Casa Grecque » depuis sa fondation en 1980 et le franchisé lui-même en a fait la promotion durant de nombreuses années³⁷. Les extraits suivants du jugement sont dignes de mention :

[129] MTY has established that it is a fundamental and core element of the Casa Grecque brand, from its inception in 1980, that patrons of the Casa Grecque Chain can bring to its restaurants their own wine, beer or other alcoholic beverages. The Casa Grecque brand and concept were built on this core element. The Casa Grecque menu is designed around this element. Casa Grecque advertising is designed to target a specific demographic of the population that finds that core element attractive. From 1994 to 2005, the Casa Grecque Granby (1994) at which Mr. Rothos worked complied with that core element of the Casa Grecque brand. From 2005 to June 2020, Casa Grecque Granby (2005), Casa Grecque Granby and Mr. Rothos (first as co-owner of Casa Grecque Granby (2005) and then as the sole owner of Casa Grecque Granby) always complied with that core element. Even Casa Grecque Granby's own menu prior to 2020 promotes the feature of "Bring Your Own Wine" by the inclusion of those words⁸¹. On a preliminary evaluation of the evidence, MTY has established that it has a strong appearance of right that the "Bring Your Own Wine" policy was a core element and part of the verbal franchise agreement in force between Casa Grecque Granby and 168706 Canada (the former franchisor).

[130] The Court has already referred to the jurisprudence and doctrine which emphasizes the importance of uniformity under the contract of franchise and the obligation of the franchisor to take measures to enforce that uniformity amongst its franchisees. 168706 Canada (the former franchisor) never authorized Casa Grecque Granby to modify or depart from the

37. *Id.*, par. 129.

core element of “Bring Your Own Wine” of the Casa Grecque brand⁸². Mr. Rothos does not deny that. As that element is key to the Casa Grecque brand, its violation gives rise to a strong appearance of right of MTY to request interlocutory injunctive relief requiring Casa Grecque Granby to cease that violation.³⁸
(Nous soulignons)

81. Exhibit P-18, p. 2 « Apportez votre vin ou bière ».

82. See Affidavit of Louis Berlemis, par. 10 and 11.

La Cour estime également que la violation, par le franchisé, du concept « Apportez votre vin » cause au franchiseur un préjudice irréparable, puisqu'il porte atteinte à l'élément clé du concept de celui-ci. Cette violation interdit à la clientèle du réseau de consommer ses propres boissons alcoolisées avec son repas, ce qui, encore une fois, constitue une entrave majeure au concept.

Par ailleurs, le franchiseur a mis en preuve la confusion générée par Casa Grecque Granby au sein du public ainsi que des plaintes soulevées par d'autres franchisés « Casa Grecque », découlant également de cette même confusion. Le préjudice sérieux ou irréparable a donc été établi³⁹. Le tribunal note que le franchisé prétendrait que le fait de lui interdire de vendre de l'alcool dans ses établissements lui causerait préjudice. Le tribunal rejette cette prétention, ajoutant qu'une partie contractante ne peut alléguer le respect de ses propres obligations contractuelles comme constituant un « inconvénient »⁴⁰. Après tout, le franchiseur ne fait qu'exiger que Casa Grecque Granby se conforme aux mêmes normes et obligations contractuelles auxquelles elle a déjà souscrites en vertu du contrat verbal et qui sont uniformes dans le réseau⁴¹.

Dans ces circonstances, le tribunal rejette donc la prétention du franchisé voulant que les frais encourus pour se porter acquéreur de bouteilles de vin, de bières et autres boissons alcoolisées aux fins de vente au public constituent un « inconvénient »⁴². Le franchisé a engagé ces frais en sachant pertinemment qu'il violait ses obligations aux termes du contrat verbal et en allant même à l'encontre de ses propres pratiques ininterrompues durant sept années⁴³, tout en allant

38. *Id.*, par. 129-130.

39. *Id.*, par. 138.

40. *Id.*, par. 139.

41. *Id.*, par. 139.

42. *Id.*, par. 142.

43. *Id.*, par. 143.

à l'encontre, bien entendu, du concept clé du réseau « Casa Grecque », lequel concept est suivi par tous les autres franchisés⁴⁴. Le franchisé a commis cette violation tout en continuant à s'afficher comme franchisé « Casa Grecque ».

3. Conclusion partielle

Cette affaire, quoiqu'au stade de l'injonction interlocutoire, met en exergue de façon forte et élaborée toute l'importance et la reconnaissance, par les tribunaux, de l'uniformité des modes d'exploitation, ainsi que le respect d'un concept de réseau, comme étant l'un des jalons fondamentaux d'un réseau de franchises. En s'inspirant de l'affaire *Dunkin' Brands*⁴⁵, l'honorable juge Edwards réitère que c'est le franchiseur qui est responsable d'assurer le respect de l'intégrité ainsi que la promotion de son réseau, au bénéfice de l'ensemble des franchisés qui respectent leurs obligations contractuelles et paient leurs redevances et contributions publicitaires. Toujours selon le tribunal, un manquement du franchiseur à cet égard pourrait l'exposer à des réclamations des autres franchisés de son réseau.

Nous avons déjà évoqué dans une publication antérieure⁴⁶ toute l'importance pour le franchiseur d'agir à l'encontre des franchisés « délinquants » en semblables matières⁴⁷.

B- L'affaire *Groupe Daoust/Forget inc. c. Nettoyeurs 888 Décarie inc.*⁴⁸

1. Faits en litige

Cette affaire met aux prises, d'une part, le franchiseur Groupe Daoust/Forget inc. (ci-après le « franchiseur » ou « Daoust »), soit le plus important franchiseur d'établissements de nettoyage éco performants en Amérique du Nord, et sept de ses franchisés (ci-après les « franchisés »), d'autre part.

44. *Id.*, par. 143.

45. *Bertico inc. c. Dunkin' Brands Canada Ltd.*, *supra*, note 7, par. 82-85.

46. Frédéric P. GILBERT, « Développements jurisprudentiels en droit de la franchise (2020) », dans Service de formation continue du Barreau du Québec, vol. 479, *Développements récents en droit de la franchise (2020)*, Montréal, Éditions Yvon Blais, p. 240-243.

47. *Id.*, p. 240-243.

48. 2022 QCCS 3589.

En effet, le 22 septembre 2022, le franchiseur présente devant la Cour supérieure une demande visant l'émission d'une ordonnance en injonction, essentiellement aux motifs suivants :

- a) Les franchisés ont unilatéralement cessé de reconnaître la validité des contrats de franchise en cours (ce que ne nient pas ces derniers d'ailleurs) ;
- b) Ils auraient, par conséquent, cessé de respecter plusieurs obligations en lien avec le bon fonctionnement du réseau, ainsi qu'à la protection et au rayonnement de la marque de commerce de la bannière « Daoust/Forget » ;
- c) En outre, ils auraient cessé de payer leurs redevances ainsi que d'autres obligations financières prévues aux contrats.

La position des franchisés justifiant, selon eux, le fait que les contrats ne seraient plus en vigueur repose sur la prétention que le franchiseur aurait été acheté, en 2015, par des entrepreneurs européens, par le biais d'une entité distincte de celle qui détenait auparavant le franchiseur et que la cession des droits du franchiseur en 2015 ne leur aurait jamais été notifiée, ce qui ferait en sorte que les contrats pertinents de franchise ne seraient plus valides.

En effet, à l'origine, les franchisés avaient contracté avec la société 2950-9510 Québec inc. (ci-après « 2950 »), laquelle aurait été dissoute le 15 février 2022⁴⁹.

Or, la cession qu'aurait effectuée 2950 au profit d'une autre société à numéros en 2015 (c.-à-d. la société qui exploite aujourd'hui le franchiseur (ci-après la « société ») ne leur serait pas opposable puisqu'ils n'en ont pas eu connaissance. Les franchisés vont jusqu'à mettre en doute l'existence même de la cession à proprement parler entre 2950 et la société⁵⁰.

L'une des particularités dans ce dossier est que tous les franchisés sont représentés par le même cabinet, à savoir Larouche et Associés, lequel agit également pour 25 autres franchisés Daoust, lesquels n'ont cependant pas choisi de cesser unilatéralement de respecter leurs obligations contractuelles, contrairement aux franchisés.

49. *Id.*, par. 7.

50. *Id.*, par. 8.

Afin de statuer sur la demande du franchiseur, le tribunal doit apprécier quatre critères, à savoir : l'urgence, l'apparence de droit, le préjudice sérieux ou irréparable, ainsi que la balance des inconvénients⁵¹.

2. *Analyse*

Pour ce qui est du critère « d'apparence de droit », le tribunal estime, à première vue du moins, qu'une cession des contrats de franchise a bel et bien eu lieu. Ce n'est pas sans droit que le franchiseur exploite aujourd'hui un réseau de franchises conséquent, lequel inclut un nombre important de franchisés, en plus d'être propriétaire de toute la propriété intellectuelle liée audit système de franchisage, et ce, depuis sept ans au moment où le tribunal doit se prononcer⁵².

Le tribunal estime qu'il n'est pas plus vraisemblable non plus que la société 2950 se soit « laissée » dissoudre en ayant toujours dans son patrimoine les droits qu'avait le franchiseur à l'origine, en lien avec ses franchisés.

En analysant les différentes déclarations assermentées qui lui ont été soumises, le tribunal rejette la prétention des franchisés, au stade provisoire du moins, et considère que ceux-ci avaient connaissance de la cession, ce qui tend, de surcroît, à confirmer l'existence de celle-ci.

La preuve a également démontré qu'il était probable que le franchiseur avait fait connaître l'existence d'une transaction commerciale importante en 2015, par la transmission d'une lettre datée du 3 avril 2015 à l'ensemble des franchisés du réseau. Par ailleurs, ceux-ci ont participé à une rencontre collective (en juin 2015) au cours de laquelle ladite transaction du mois d'avril aurait été expliquée⁵³.

Enfin, le tribunal note par ailleurs que la cession de l'entreprise à la société avait même fait l'objet d'un article dans le journal *Les Affaires* du 28 novembre 2015⁵⁴. De plus, des factures mises en preuve par les franchisés eux-mêmes et émanant du franchiseur

51. Céline GERVAIS, *L'injonction*, Montréal, Éditions Yvon Blais, 2005, p. 67 et *id.*, par. 3.

52. *11078526 Canada inc. c. 8455716 Canada inc. (Casa Grecque Granby)*, *supra*, note 10, par. 9.

53. *Id.*, par. 12.

54. *Id.*, par. 13.

démontrent que l'en-tête desdites factures avait été modifié à la suite de la transaction de 2015 pour y inclure le nom de la société comme nouveau franchiseur. La société portait alors à l'époque le nom 9314-4400 Québec inc.⁵⁵.

D'autres franchisés (non-parties aux procédures) ont également reconnu par déclarations assermentées que des explications détaillées en lien avec la cession de l'entreprise avaient été données par le franchiseur en 2015. De façon plus importante encore, le tribunal note que depuis 2015, les franchisés ont, du fait de leurs agissements, acquiescé à la cession, puisqu'ils ont continué à faire affaire avec le franchiseur (propriété de la société) selon les termes et conditions des contrats de franchise en cours. Il n'aurait d'ailleurs jamais été question durant toute cette période ininterrompue de sept ans que lesdits contrats n'aient pas été valablement cédés ou que les contrats ne s'appliquent plus entre les parties⁵⁶.

En défense à l'injonction, les franchisés ont également soulevé un deuxième argument subsidiaire fondé sur le paragraphe 22.09, qui se lit en ces termes :

22.09. Dans le cas d'une terminaison du présent contrat de franchise de façon volontaire par le FRANCHISÉ, ce dernier devra respecter les conditions minimales suivantes :

22.09.1 Un avis d'au moins un mois devra être transmis au FRANCHISEUR afin de l'informer de la terminaison volontaire de franchise de son contrat de franchise ;

22.09.2 Le FRANCHISÉ devra respecter intégralement les articles 22.02 et ses sous-paragraphe 22.03, 22.04, 22.05, 22.06, 22.07 et 22.08 relativement à la terminaison de son contrat de franchise, lesdites dispositions s'appliquent mutatis mutandis ;

22.09.3 Le FRANCHISÉ devra à la date de terminaison verser au FRANCHISEUR en plus des sommes qui pourraient être dues en vertu du paragraphe 22.09.2, une somme de soixante-quinze mille dollars (75 000,00 \$) à titre de dommages et intérêts advenant que : le présent

55. *Id.*, par. 14.

56. *Id.*, par. 18.

contrat ne soit pas parvenu à son 30^e anniversaire. (Nous soulignons)

Ce paragraphe 22.09 permet aux franchisés, dans certains des contrats de franchise mis en preuve à l'audience, de résilier de façon anticipée le contrat de franchise à condition de :

- a) Transmettre un avis d'au moins un mois au franchiseur ;
- b) Verser la somme de 75 000 \$, en plus des autres sommes payables en vertu des contrats.

Or, rien dans la preuve ne démontre que les franchisés ont valablement fait valoir le droit prévu à l'article 22.09. Aucun préavis d'un mois n'a été transmis au franchiseur. Au lieu de transmettre un tel avis, ils ont plutôt avisé le franchiseur en juillet 2022 que leurs contrats n'existaient plus depuis le 18 février 2022, date à laquelle l'entité 2950 aurait été dissoute⁵⁷.

Ils n'ont pas non plus versé la somme requise de 75 000 \$ prévue aux contrats pour permettre la résiliation anticipée⁵⁸. Le tribunal rappelle que les contrats de franchise sont des contrats commerciaux que le franchiseur est en droit de faire respecter. En outre, ces contrats contiennent des clauses de non-concurrence qui n'apparaissent pas illégales, étant limitées dans le temps et d'un point de vue territorial, en plus d'être limitées eu égard aux activités prohibées par celles-ci.

Sur le premier critère d'« apparence de droit », le tribunal conclut donc à la présence d'une apparence de droit « forte »⁵⁹.

Pour ce qui est du critère du « préjudice sérieux ou irréparable », il apparaît évident au tribunal que si l'injonction provisoire recherchée par le franchiseur n'était pas accordée, le préjudice subi serait à la fois sérieux et irréparable. Il suffit de penser à la perte de réputation et d'achalandage que subirait le franchiseur en raison des agissements fautifs des défendeurs. Ce préjudice serait incalculable et ne serait certainement pas modeste.

Chemin faisant, le tribunal distingue clairement la présente situation du cas qui lui a été présenté dans une autre affaire impli-

57. *Id.*, par. 19 et 20.

58. *Id.*, par. 21.

59. *Id.*, par. 28.

quant le franchiseur⁶⁰ (affaire dans laquelle le même tribunal, toujours sous la plume de l'honorable juge Patrick Buchholz, avait refusé à Daoust l'émission d'une ordonnance de sauvegarde et autres mesures de type injonctif). Ainsi, l'honorable juge Buchholz estime que les franchisés, qui ont obstrué la bannière Daoust en apposant maladroitement et de façon amateur, une simple « bande » camouflant le nom « Daoust »⁶¹ et en cessant de faire affaire « en bloc » sous l'enseigne Daoust, « dégradent » la marque de commerce et portent atteinte négativement à la réputation, à l'image et à l'achalandage de Daoust⁶². En outre, les franchisés s'approprient ainsi une clientèle qui n'est pas entièrement la leur⁶³.

Fait intéressant (et c'est une première selon nous en matière de franchise), dans l'appréciation du préjudice sérieux ou irréparable, le tribunal tient compte de l'effet collectif et concerté des franchisés dans leurs actions, mais également du potentiel effet domino qui pourrait s'en suivre si une ordonnance d'injonction provisoire n'était pas émise. En effet, la Cour tient compte du fait que les franchisés font partie d'une association de plus de 30 franchisés dont le but avoué est la terminaison anticipée de tous les contrats qui les lient au franchiseur.

À cet effet, il convient de citer le paragraphe 31 du jugement :

[31] Par ailleurs, les agissements des défendeurs semblent un prélude à une catastrophe annoncée pour la demanderesse. Les défendeurs font partie d'une association de plus de 30 franchisés dont le but avoué est la terminaison anticipée de tous leurs contrats de franchise. Le Tribunal cite la lettre de M^e Larouche du 25 novembre 2021²¹ :

Il est toujours de notre intention de négocier en bloc la terminaison de toutes les conventions de franchises des membres de notre cliente.

21. Pièce P-39, p. 2. Par ailleurs, le « mandat de négocier la terminaison des contrats » n'implique-t-il pas la reconnaissance de ceux-ci ? (Nous soulignons)

60. *Groupe Daoust / Forget inc. c. 114697 Canada Inc.*, 2022 QCCS 1157.

61. La preuve par déclarations assermentées à l'audience a démontré que la bannière « Daoust » avait été camouflée et obstruée de façon non professionnelle et de manière à porter atteinte à la bonne réputation de Daoust.

62. *11078526 Canada inc. c. 8455716 Canada inc. (Casa Grecque Granby)*, *supra*, note 10.

63. *Id.*, par. 30.

Pour ce qui est du critère de la « balance des inconvénients », l'honorable juge Buchholz conclut que celle-ci penche nettement en faveur du franchiseur⁶⁴. Par ailleurs, les franchisés n'ont ni affirmé ni démontré au stade provisoire aucun inconvénient significatif de leur côté⁶⁵. Le respect de l'ordonnance d'injonction n'ajoute pas à leurs obligations déjà souscrites au terme des contrats idoines, qu'ils ont par ailleurs respectés pendant de nombreuses années, jusqu'à une semaine avant la présentation des procédures⁶⁶.

Enfin, pour ce qui est du critère de l'urgence, le tribunal estime que tout délai pour l'émission d'une ordonnance d'injonction interlocutoire serait susceptible de préjudicier de façon irrémédiable aux droits de Daoust. Sa marque serait clairement affectée, notamment par la façon avec laquelle les défendeurs ont obstrué les enseignes. Ce critère est donc rempli en l'espèce.

3. Conclusion partielle

Ce jugement affirme de façon marquée l'importance pour toutes les parties de respecter le concept et l'image du franchiseur, *a fortiori*, pendant que les contrats de franchise sont toujours en vigueur. Le tribunal reconnaît sans détour le préjudice sérieux et irréparable qu'occasionne le fait pour des franchisés « d'obstruer » les enseignes du franchiseur, de les modifier pour camoufler la marque du franchiseur, et de cesser unilatéralement d'honorer les contrats de franchise, tout en poursuivant leurs activités commerciales. Chemin faisant, ils occasionnent un préjudice grave qu'il sera impossible de mesurer et que seule l'émission d'une ordonnance d'injonction peut atténuer.

Le précédent important et fort intéressant que soulève cette affaire relève également du fait que, pour la première fois, au Québec du moins, un tribunal tient compte, dans l'appréciation du « préjudice irréparable », qu'un même cabinet d'avocats représente d'autres franchisés non parties aux procédures et que si l'ordonnance d'injonction n'est pas émise, il est fort probable que les autres franchisés représentés par le même cabinet imiteront les franchisés parties aux procédures et qu'une « catastrophe » est ainsi à prévoir pour le franchiseur.

64. *Id.*, par. 33.

65. *Id.*, par. 34.

66. *Id.*, par. 34.

III- CONCLUSION

Bien que les années 2021 et 2022 n'aient pas été les plus fertiles en termes de décisions majeures dans le paysage de la franchise au Québec, deux décisions récentes sont cependant d'un intérêt certain.

En effet, après le questionnement qu'aurait pu soulever la décision de l'honorable juge Davis dans l'affaire *11078526 Canada inc.*⁶⁷, dans laquelle la Cour supérieure avait rejeté la demande de Casa Grecque pour l'émission d'une ordonnance d'injonction provisoire, laquelle souhaitait empêcher son franchisé d'enfreindre son concept, une décision plus récente est venue rectifier ce propos dans un contexte d'injonction interlocutoire.

En effet, sous la plume de l'honorable juge Jeffrey Edwards⁶⁸, la Cour supérieure rappelle l'importance du respect du concept du franchiseur, et ce, même en présence d'un « contrat verbal » de franchise.

Ces deux décisions réaffirment avec force l'importance de l'uniformité des modes d'exploitation, de présentations et d'opérations dans les réseaux de franchises de même que l'importance pour chaque franchisé de respecter le concept mis de l'avant par le franchiseur. Ces décisions découlent, en ligne directe, de l'affaire *Dunkin' Brands*⁶⁹, laquelle nous rappelle au passage que si le franchiseur ne prend par les mesures raisonnables pour empêcher que des franchisés « délinquants » ou non respectueux du concept soient tenus de rendre des comptes, d'autres franchisés, par ailleurs respectueux de leurs obligations contractuelles, pourraient eux réclamer des comptes du franchiseur directement. À cet égard, les extraits suivants de l'arrêt de la Cour d'appel du Québec (signé par l'honorable juge Nicholas Kasirer) méritent mention :

[82] Nowhere is the implicit obligation to the network more evident than in the unstated duty of the Franchisor to see that delinquent franchisees — those who fail to keep their stores clean, or fail to respect the rules of the system in respect to quality of product and store hours — be called to account by the Franchisor. In our case, this was an important finding of the

67. *11078526 Canada inc. c. 8455716 Canada inc.*, *supra*, note 25.

68. *11078526 Canada inc. c. 8455716 Canada inc. (Casa Grecque Granby)*, *supra*, note 10.

69. *Bertico inc. c. Dunkin' Brands Canada Ltd.*, *supra*, note 7.

judge: he recognized that there were “bad apples” in amongst the franchisees (although not, as the Franchisor had argued, amongst the respondent Franchisees). He held that the Franchisor had failed to protect the brand by taking appropriate action against these bad apples, and that this failure constituted a fault — the breach of an implied obligation to support the brand under the contracts — that the respondents could invoke in support of their cause of action.

[83] The fact that this unstated obligation reflects the intention of the parties here seems beyond doubt. Franchisees, like franchisors, abhor what economists call “freeriders” across the network. A franchisee who cuts corners in his or her own business in violation of the franchise agreement — invests less in cleaning the store, or in fresh products, or in local advertising, or in keeping the store open at unprofitable hours — may achieve some short term economy but risks damaging the whole of the network. The other franchisees who do adhere to the stringent standards of the “system” imposed by the franchise agreements — like the respondents here — are allowing the underperforming colleague to coast freely on the reputation and goodwill generated by their hard work and investments. Moreover, the Franchisor understands, as do the franchisees who respect the dictates of the system, the negative impact that a free — rider has on the group: the underperforming franchisee can spoil the Dunkin’ Donuts “experience” for a customer and, as a result, deter that customer from patronizing any other Dunkin’ Donuts store thereafter.

[84] What can a franchisee do about a free — rider who, for example, fails to adhere to the contractual standards of product quality or store cleanliness? Little or nothing.

[85] It is up to the Franchisor to police the network by taking reasonable measures to root out the free-riders. it is up to the Franchisor to enforce the authority it has given itself under the franchise agreement. The explicit contractual “right” it has to insist that the franchisee respect the uniform standards of the system brings with it a correlative obligation of means, owed collectively and individually to the complying franchisees, to see that the franchisees adhere to those standards. This is part of its obligation to protect the brand — an obligation “owed to the network” that, juridically, is a duty owed to each of the franchisees as part of the agreement, whether that duty is

explicit or not.” It is in the nature of a long — term relational contract like the ones in the present case. These powers are especially wide — ranging in the Dunkin’ Donuts’ standard-form contracts. In paragraph 5 of the 1992 agreement, for example, the Franchisor has the right to ensure that each franchisee use materials and ingredients that conform to network standard and that the franchisee keep his or her store clean and in good repair. In paragraph 6, it is accorded the right to inspect premises, examine a franchisee’s books, and even his or her personal income tax returns. At paragraph 10, the Franchisor has special powers where a franchisee seeks to sell or transfer its rights to a third party. Many of these same obligations were also imposed on franchisees in the 2002 agreement. All of these “rights” came with mirror obligations: the Franchisor had implicitly undertaken to all franchisees that it would take reasonable measures to protect and enhance the brand; that it would not sit on its rights at the expense of franchisees who relied on the undertaking made to them when they bought their franchise that the Franchisor was selling them a business opportunity that was worth the investment. It was the failure to meet this obligation that the judge found, in part, to be grounds for establishing fault in paragraphs [54] to [59] of his reasons. (Nous soulignons)

Nous espérons que le présent article a su faire œuvre utile et que vous en avez apprécié la lecture.