

Qu'apporte la licence de marque ?

Pour les résidences Senioriales « village » de nombreuses obligations à respecter et coûteuses. Pour le promoteur, la possibilité de faire des reportages sur le site, d'avoir une « maison témoin » (ou appartement)... En compensation, il organise quelques soirées et arrose la fin d'année ! Egalement, des vacances à prix « exceptionnels » qui, en définitive, sont les mêmes que ceux proposés sur internet pour tout le monde

Ce qui est plus préoccupant, c'est la manière dont, dans un premier temps, cette licence de marque a été approuvée par les assemblées générales. Le vote devait se faire à 'l'unanimité » ! Jamais elle n'a été votée de cette manière ! Nous y reviendrons.

Un copropriétaire de Salies du Salat remarqua un vice de forme dans la présentation des résolutions et des votes. Il exerça un recours en justice qu'il gagnera (voir pages suivantes).

Des copropriétaires de Hinx saisiront également la justice et la licence de marque ne fut pas adoptée pour leur résidence. A Meursac, également, cette licence de marque ne fut pas approuvée.

Bien sûr, le promoteur punit alors ces résidences en annulant les « soirées » et les quelques friandises apportées à certaines périodes.

Ce que nous croyons aujourd'hui à la lumière de ces expériences c'est que, la licence de marque n'ayant pas été validée, le « concept » en lui-même peut être remis en cause. Notamment l'obligation d'avoir un « gardien » (si cela n'est plus justifié) et une animatrice (si cette fonction peut être discutée, aménagée voire supprimée).

Pour contourner ce risque, le promoteur a fait intégrer la licence de marque dans les règlements de copropriété où il est beaucoup plus difficile de la contester. C'est ce qu'il avait déjà fait avec certaines dispositions devenues aujourd'hui contestables voire contraires à l'évolution de la réglementation sur la copropriété.