



Tous droits réservés

## DROIT DES CONTRATS SPÉCIAUX

### Séance 10 - Le contrat de distribution

I.	Les conditions de formation du contrat de distribution .....	2
A)	Les conditions liées aux parties .....	2
B)	Les conditions liées au contrat .....	3
II.	Les obligations des parties .....	4
A)	Les obligations du fournisseur .....	4
B)	Les obligations du distributeur .....	5
III.	L'extinction du contrat de distribution .....	5
IV.	Les contrats de distribution spéciaux .....	6
A)	Le contrat de distribution sélective .....	6
B)	Le contrat de franchise .....	7
C)	Le contrat de concession .....	8

Il existe un droit conséquent sur le contrat de distribution, mais il existe néanmoins un socle commun à tous. Ce type de contrat est spécifique, en ce qu'il est majoritairement soumis aux règles du droit de la concurrence, et au droit européen. Néanmoins, on trouve quelques dispositions dans le Code du commerce.



**Définition :** Le contrat de distribution est celui par lequel un fournisseur ou fabricant de produits choisit un distributeur pour distribuer ses produits.

**Question :** Quelles sont les conditions tenant au contrat de distribution ? Quelles sont les obligations des parties ?

## I. Les conditions de formation du contrat de distribution

### A) Les conditions liées aux parties

Le distributeur peut être choisi librement. Néanmoins, il doit obligatoirement être un exploitant d'un commerce de détail (pour son compte, ou pour le compte d'un tiers).



**À retenir :** Le fournisseur peut cependant imposer des conditions, qui doivent être des critères objectifs (par exemple l'esthétique du magasin).



**Attention :** Le refus d'un distributeur ne doit cependant pas être discriminatoire.

Le fournisseur est une personne, physique ou morale, qui regroupe des commerçants ou dispose d'une marque commerciale.



**Attention :** Les grandes chaînes de la distribution ont plus de pouvoir que les petits acteurs. Il existe donc des dispositions spécifiques qui empêchent les pratiques déloyales (**art. L442-6 C. co**).

## B) Les conditions liées au contrat

Le contrat de distribution doit viser l'exploitation du magasin.

Il peut comporter des clauses qui limitent la liberté d'exercice de l'exploitant.

Il est tout à fait possible qu'existe une clause d'exclusivité dans le contrat de distribution. Selon **l'article L330-1 du Code de commerce**, cette clause est limitée à 10 ans, et ne peut pas être contournée par la conclusion d'un nouveau contrat à l'identique. L'irrespect de cette mesure est la nullité absolue du contrat.

Enfin, le contrat ne doit jamais porter atteinte à la libre concurrence.



**Définition :** Le principe de la libre concurrence permet à tous les opérateurs économiques d'avoir une certaine liberté sur le marché. Ainsi de nombreuses pratiques sont prohibées par **l'article L420-1 du Code de commerce**.

En théorie, les ententes sont des freins à la concurrence, et partant, pour être valable, le contrat de distribution doit répondre à certaines contraintes, comme justifier d'un progrès économique ou représenter un intérêt pour le consommateur.

**Le Code de commerce, dans son article L420-2**, interdit également l'abus de dépendance économique : ces pratiques consistent pour certains opérateurs à user de leur pouvoir pour créer des situations de déséquilibre, par exemple des refus de vente injustifiés. Ces pratiques sont sanctionnées par la nullité de la convention.

Enfin, **depuis l'ordonnance de 2016, l'article 1143 du Code civil** indique que la violence est également cause de nullité du contrat.



**Exemple :** Constitue un acte de concurrence déloyale le fait d'acheter des marchandises dont la provenance semble illicite ou lorsque cet achat a un caractère frauduleux par le refus du distributeur de justifier de leur origine (**Cassation, Com, 27 oct. 1992, n°90-15.831**).

## II. Les obligations des parties

### A) Les obligations du fournisseur

Le fournisseur doit absolument respecter la clause d'exclusivité du contrat : il ne peut pas conclure avec un autre distributeur.

Il doit évidemment fournir les marchandises qui font l'objet du contrat et assister le distributeur.



**À retenir :** Le fournisseur doit également s'assurer qu'il n'y a pas de revente illégale.

Le fournisseur est tenu d'une obligation d'information particulièrement stricte prévue par **l'article L330-3 du Code de commerce**, créé par **la loi Doubin du 31 décembre 1989**.



**Attention :** Elle ne concerne que les contrats de distribution exclusifs ou quasi-exclusifs, avec un intérêt commun, lorsqu'il y a utilisation d'une marque ou d'une enseigne, avec une clause d'exclusivité (**Cassation, Com, 4 fév. 2004, n°00-21.319**).

Cette obligation impose au fournisseur de délivrer, au moins 20 jours avant la signature, un document d'information précontractuelle complet et fiable, comprenant un certain nombre d'éléments obligatoires : identité, ancienneté de l'entreprise, état du marché, conditions essentielles. Ces éléments ont été fixés par **un décret du 4 avril 1991**.



**À retenir :** Le manquement à cette obligation relève d'une contravention de 5<sup>ème</sup> classe, et le contrat peut être nul pour dol.

Une seconde disposition, **l'article L441-6 du Code de commerce**, prévoit la communication obligatoire des conditions générales de vente, car elles vont permettre la négociation contractuelle. L'irrespect de cette obligation est puni de 15000€ d'amende pour les personnes physiques et de 75000€ pour les personnes morales.



**Exemple :** La modification délibérée des résultats commerciaux d'une entreprise constitue un élément déterminant pour le consentement du distributeur, le gain étant un élément essentiel au contrat. De fait, la mauvaise foi dans cette communication rend passible le contrat de nullité pour dol (**Cassation, Com, 12 juin 2012, n°11-19.047**).

## B) Les obligations du distributeur

Le distributeur doit :

- respecter la distribution en elle-même. Le fournisseur peut par exemple imposer un emballage particulier, une esthétique définie, un nombre de produits à vendre ensemble... S'il ne respecte pas ces obligations contractuelles, il engage sa responsabilité contractuelle.
- respecter le réseau de distribution, en ne travaillant pas avec des distributeurs non-agrérés. Il ne peut vendre ses produits qu'à des consommateurs.

## III. L'extinction du contrat de distribution

Le contrat s'éteint à l'arrivée de son terme, sans droit de renouvellement possible, ou par la résiliation.

En revanche, le droit sanctionne la rupture brutale d'une relation commerciale établie, selon **l'article L442-1 du Code de commerce**. Elle doit s'accompagner d'un écrit et d'un délai de préavis suffisant. Le cas échéant, ou si le juge estime que la rupture est brutale, il dispose des moyens de prononcer une réparation.



**À retenir :** Un préavis suffisant respecte une durée de 18 mois.



**Attention :** À la fin du contrat, le distributeur ne peut plus utiliser la marque, ni le nom, et doit restituer le matériel fourni. Les clauses de non-concurrence peuvent également figurer dans le contrat de distribution.

## IV. Les contrats de distribution spéciaux

### A) Le contrat de distribution sélective

C'est la Cour de cassation qui a défini le contrat de distribution sélective (**Cassation, Crim, 3 nov. 1982, n°82-90.522**).



**Définition :** Il s'agit d'un contrat où le fournisseur s'engage à ne vendre ses produits qu'à certains distributeurs, qui respectent par exemple une certaine esthétique.

On va imposer au distributeur de montrer une image de qualité des produits.



**Exemple :** Les contrats de distribution sélective concernent souvent les produits de luxe.

Ce contrat est basé sur des critères objectifs qui doivent être définis avant la conclusion de celui-ci. Si un distributeur remplit les critères, il doit être sélectionné, car les critères ne doivent pas être discriminatoires non plus.

C'est un contrat synallagmatique, dans lequel le fournisseur doit fournir les produits au distributeur, qui a l'obligation de les acquérir, et il peut être interdit de revendre les produits à des tiers non agréés.

Les distributeurs ont soit une exclusivité géographique, soit une exclusivité sur les produits.



**À retenir :** Même s'ils ont une exclusivité, les distributeurs peuvent s'approvisionner ailleurs.

Lorsqu'un refus de vente est manifesté, il faut toutefois qu'il soit légitime, afin de ne pas porter atteinte à la concurrence.



**Exemple :** Le refus de prendre un distributeur au motif que la commercialisation de produits de luxe dans des enseignes de grande distribution leur ferait perdre de la renommée n'est pas un critère objectif suffisant pour légitimer le refus (**Cassation, Com, 21 oct. 1997, n°95-19.419**).

## B) Le contrat de franchise

Le contrat de franchise est inspiré des contrats de grande distribution américains. C'est un contrat synallagmatique où les deux parties ont des obligations.



**Définition :** Dans le contrat de franchise, le franchiseur a l'obligation de donner son savoir-faire au franchisé, ainsi que ses signes distinctifs. Le franchisé, quant à lui, a l'obligation de respecter strictement les consignes qu'on lui a donné.

Le franchisé a souvent une obligation de collaboration. Il paye au franchiseur un droit d'entrée, une redevance sur le chiffre d'affaires.

Cependant, il a une clientèle propre, et un fonds de commerce lui est reconnu (**Cassation, Com, 27 mars 2002, n°00-20.732**).

Le franchiseur est tenu d'une obligation de conseil à l'égard de son franchisé (**Cassation, Com, 8 jan. 2002, n°98-19.526**).



**À retenir :** Il n'existe pas de régime légal de la franchise, mais il existe une fédération française qui a rédigé un code, et il existe également un code européen de la franchise. Ce sont des guides de bonne conduite.

## C) Le contrat de concession

C'est la doctrine qui a défini le contrat de concession, car la loi ne le fait pas.



**Définition :** La concession est le contrat par lequel un concédant fournit des produits en exclusivité à un commerçant, qui lui s'engage à ne s'approvisionner que chez lui-même, en devenant son concessionnaire.



**Exemple :** C'est souvent le cas pour les concessions automobiles.

Le contrat de concession est un contrat-cadre, il sera donc suivi par une multitude de contrats d'application.

Il confère un monopole de distribution, sur le territoire exclusivement délimité au contrat.

Le concessionnaire a plusieurs obligations :

- respecter le rendement, c'est-à-dire la clause qui prévoit la quantité de produits qu'il doit acheter pour s'approvisionner ;



- respecter les conditions de vente que requiert le concédant ;
- avoir un stock suffisant de produits en magasin.

Le concédant a des obligations également :

- fournir les produits prévus au contrat ;
- porter assistance au concessionnaire si besoin ;
- mettre à disposition du concessionnaire sa marque et les signes distinctifs qui en découlent ;
- ne pas outrepasser l'exclusivité géographique donnée au concessionnaire.