

Définissez le cadre juridique de vos opérations

Le contrat de distribution exclusive ou de « concession commerciale »



Les contrats de distribution sont des accords passés entre vous et vos distributeurs à l'étranger, qui définissent les droits et obligations de chaque partie. En général, le contrat repose sur une exclusivité de représentation confiée au distributeur, en échange de laquelle il vous accorde certaines garanties en termes de chiffre d'affaires, de service après-vente, de publicité, etc. Le distributeur exclusif est parfois nommé « concessionnaire », et le contrat qui le lie à vous s'appelle alors « contrat de concession commerciale ».

Conseil

Pour une description de la formule de la vente par importateurs, → voir la fiche La distribution non pilotée.

■ L'absence de statut du distributeur exclusif

Bien que les contrats de concession soient une forme très fréquente de réseau de vente, il n'existe pas de convention internationale en la matière.

Dans la plupart des pays, ces contrats ne sont pas non plus soumis à une législation spécifique définissant les droits et obligations des parties. Les seules prescriptions réglementaires dont ils relèvent en général concernent le droit de la concurrence : validité de l'exclusivité territoriale, validité des clauses imposant des prix de revente, etc.

Toutefois, certains pays ont édicté des règles particulières pour cette activité. Elles concernent par exemple :

- l'obligation d'enregistrement et la priorité accordée aux nationaux (Arabie Saoudite, Jordanie) ;
- un statut particulier du concessionnaire (Belgique) ;
- la protection de tous les intermédiaires commerciaux (Liban, Guatemala) ;
- la reconnaissance dans certaines circonstances par la jurisprudence, par extension du statut des agents commerciaux, d'un droit à indemnité de clientèle (Canada, Allemagne, France, Norvège) ;
- l'imposition du droit local comme droit du contrat (nombreux pays sous-développés).

Conseil

Face à cette profusion de réglementations, il importe de prendre l'avis d'experts pour adapter votre contrat, car ces dispositions particulières sont presque toutes d'ordre public.

■ L'incidence du droit communautaire de la concurrence

Les contrats de concession, du fait de leurs dispositions accordant une **exclusivité territoriale**, tombent sous le coup de la législation européenne sur la **concurrence** (art. 101 et 102 du Traité ex art. 81 et 82), à l'exception de ceux jugés « d'importance mineure » : les accords représentant moins de 10 % du marché en cause, et n'ayant pas d'effet sensible sur le commerce entre les États membres.

Ces accords d'exclusivité sont en principe **interdits**. Mais la Commission dispose en la matière d'un pouvoir d'exemption (art. 101.3 ex art. 81.3). Elle l'a utilisé pour accorder des exemptions individuelles à des entreprises définies, mais aussi pour organiser des exemptions « par catégorie » applicables à tous les contrats respectant certaines règles. C'est l'objet du règlement 330/2010 du 20 avril 2010 « concernant l'application de l'art. 101, paragraphe 3 à des catégories d'accords verticaux ». C'est ce texte qui s'applique depuis le 1^{er} juin 2010 aux contrats de distribution exclusive, mais aussi aux contrats de franchise, par exemple.

Pour bénéficier de l'exemption et être donc autorisé à constituer un système de distribution exclusif, votre contrat doit respecter un certain nombre d'exigences définies par le règlement.

Les obligations du règlement communautaire sur les accords verticaux

① Vous ne devez pas détenir une part de marché supérieure à 30 % sur le marché visé (art. 3). Si vous dépassez cette limite sur certains marchés, l'exemption ne vous sera pas accordée pour ce ou ces pays.

② Le contrat ne doit pas contenir de dispositions trop restrictives dans trois domaines : les prix de revente, la protection territoriale, et l'obligation de non-concurrence.

- Toute restriction contenue dans le contrat limitant la capacité du distributeur à fixer ses prix de revente, sauf sous la forme d'un prix maximal, fait perdre le bénéfice de l'exemption (art. 4a du règlement). L'objectif est d'empêcher que vous n'abusiez de la situation créée par l'exclusivité, comparable à un monopole local, pour supprimer toute concurrence sur les prix.

- De même, vous ne pouvez interdire au distributeur toute vente à d'autres clientèles que celles qui lui ont été concédées contractuellement. Le contrat ne peut proscrire que les ventes « actives » hors du territoire (prospection, publicité vers des clientèles d'un autre distributeur), les ventes directes au consommateur pour les grossistes, les ventes à des détaillants non agréés, et les ventes de composants à des assembleurs risquant de vous concurrencer (art. 4b). En dehors de ces cas particuliers, toute protection territoriale absolue inscrite au contrat, interdisant par exemple au distributeur allemand de vendre à un client italien, vous ferait perdre le bénéfice de l'exemption par catégorie. Vous n'auriez plus alors qu'à tenter de prouver l'intérêt de ces mesures pour le consommateur, afin d'obtenir une exemption individuelle.

- Enfin, le contrat ne doit pas contenir de dispositions de non-concurrence au terme du contrat dont la durée soit illimitée ou dépasse cinq ans, ni de clause interdisant à des distributeurs de vendre des marques de fournisseurs concurrents déterminés.

Conseil

Tous ces éléments font clairement apparaître qu'en application du principe du marché unique, les contrats de concession signés dans l'Union européenne sont beaucoup plus encadrés que dans la plupart des autres pays. Cela doit vous conduire à une grande prudence dans leur rédaction.

La rédaction du contrat

Plusieurs modèles ont été élaborés par divers organismes pour faciliter la négociation et la conclusion des contrats. On trouvera ci-dessous des conseils pour la rédaction des clauses principales. La structure est celle proposée par la Chambre de commerce internationale (ICC) dans sa brochure n° 646 « *Contrat modèle ICC de concession commerciale* ». Ce modèle est conçu pour les situations où il n'existe pas de statut spécifique pour les distributeurs exclusifs dans le pays d'implantation du concessionnaire. Il prévoit parfois des clauses différentes selon que le contrat est conclu avec un distributeur dans l'Union européenne ou au-delà. Les intertitres et commentaires sont des auteurs.

| I. Parties au contrat | |
|--|--|
| II. Objet | |
| art 1. Territoire et produits concédés | Préciser, dans des annexes si nécessaire, la définition précise du territoire (zone géographique et éventuellement types de clientèle et liste des produits concédés). Déterminer les conditions de révision de cette liste lors des modifications de la gamme du fabricant. |
| III. Obligations du concessionnaire | |
| art. 2. Bonne foi et équité | Formule générale |
| art. 3. Obligations du concessionnaire | Mentionner qu'il est chargé de la vente des produits en son propre nom et pour son propre compte. Fixer un droit éventuel à commissions sur des ventes directes. |
| art. 4. Obligation de non-concurrence | Préciser l'interdiction de vente de produits concurrents, et la nécessité d'information préalable du concédant pour les autres produits. |
| art. 5. Organisation des ventes | Définir les obligations concernant le personnel de vente, l'organisation du service après-vente, etc. |
| art. 6. Publicité, foires | Mentionner la nécessité d'accord préalable sur les budgets, et la répartition des frais. Préciser l'engagement du distributeur de veiller à la conformité des messages publicitaires avec l'image des produits. |
| art. 7. Conditions d'approvisionnement, prix | Rappeler l'engagement de livraison de la part du concédant, les conditions générales de vente et les prix pratiqués (par référence à un tarif en général). |
| art. 8. Objectifs de vente CA minimum | Indiquer les modalités d'une éventuelle fixation d'objectifs, et la sanction du non-respect si un CA minimum a été convenu. |
| art. 9. Sous-concessionnaires | Préciser la nécessité d'information du concédant préalablement à leur recrutement. L'interdiction de tout recrutement est illégale dans l'Union européenne (liberté d'organisation du concessionnaire). |

| | |
|---|--|
| art. 10. Information du concédant | Sur le marché local, la réglementation, la concurrence, etc. |
| art. 11. Prix de revente | Rappeler la liberté de fixation des prix pour le concessionnaire, mais son obligation de respecter l'image des produits. Hors UE, on peut parfois imposer une marge, ou même des prix. |
| art. 12. Ventes hors du territoire | Pour un concessionnaire dans l'UE, préciser que celui-ci ne doit pas faire de publicité ni entretenir d'implantation hors de son territoire. On ne peut en revanche lui interdire d'y vendre. Hors UE, on peut parfois mettre en place un partage des marchés plus rigide. |
| art. 13. Propriété industrielle | Fixer les limites du droit pour le distributeur d'utiliser les marques et signes distinctifs du concédant. Préciser l'absence de cession. |
| art. 14. Stocks | Rappeler l'obligation pour le concessionnaire de maintenir un stock suffisant de produits (et de pièces détachées éventuellement), ainsi que ses obligations en matière d'après-vente. |
| IV. Obligations du concédant | |
| art. 15. Exclusivité de distribution | Mentionner l'engagement du concédant de garantir l'exclusivité accordée au distributeur. |
| art. 16. Vente directe | Préciser le droit du fabricant à traiter en direct avec certains clients (joindre une liste), en échange d'une commission versée au concessionnaire sur ces ventes. |
| art. 17. Obligation d'informer le concessionnaire | Préciser les engagements en matière de documentation, d'information sur les produits, les délais de livraison, les prospectus, etc. |
| V. Fin du contrat | |
| art. 18. Terme du contrat | Mentionner si le contrat est à durée déterminée ou indéterminée, fixer le préavis dans le second cas. |
| art. 19. Résiliation anticipée | Préciser les conditions justifiant une rupture sans préavis et la forme de celle-ci. Lister les cas de non-respect pouvant être considérés comme une « violation substantielle » des engagements. |
| art. 20. Indemnités de rupture | Déterminer le droit éventuel à une indemnité de clientèle en cas de résiliation (autre que celle de l'art. 19). Attention : cette indemnité peut être imposée par la loi dans certains pays. |
| art. 21. Restitution des échantillons et de la documentation | Prévoir le retour des documents non utilisés par le concessionnaire, ainsi que le rachat éventuel par le concédant des produits en stock. |
| VI. Habillage juridique | |
| art. 22. Arbitrage Loi applicable | Un renvoi à l'arbitrage est conseillé. Opter pour les « principes généraux du droit », plutôt que pour un droit national. |
| art. 23. Application automatique | Dans le modèle proposé par ICC, cet article définit quelle solution s'applique automatiquement si les parties, lorsqu'elles y étaient invitées par le texte, n'ont pas opté pour une des deux solutions proposées. |
| art. 24. Conventions antérieures Modifications Nullité Cession | Préciser l'annulation des accords antérieurs, les conditions de modification éventuelle du contrat, etc. Prévoir que l'annulation d'une clause par les tribunaux ou arbitres n'entraîne pas l'annulation du contrat. Interdire la cession de l'exclusivité sans accord du concédant. |
| art. 25. Texte authentique | Indiquer la langue faisant foi, en cas de traduction. |
| VII. Date et signatures | |

■ UBIFRANCE vous accompagne

Le type de contrat de distribution fixe le cadre des relations entre les deux partenaires.

F **FORMATEX, partenaire d'UBIFRANCE**, conçoit et anime depuis plus de 15 ans des actions de formation à objectifs clairement opérationnels dans le but de vous aider à maîtriser diverses techniques commerciales, juridiques, financières, logistiques, administratives, douanières et fiscales et plus largement dans vos projets à l'export. Pour plus d'informations : www.ubifrance.fr

La Librairie du commerce international, située dans les locaux d'UBIFRANCE ou accessible en ligne (www.ubifrance.fr) vous propose des ouvrages classés par pays ou par thème vous permettant de vous informer sur la réglementation, le droit, la fiscalité et les techniques de l'export.