

LES FONDAMENTAUX Distribution

LES FONDAMENTAUX DU DROIT DE LA DISTRIBUTION

Louis Vogel
Joseph Vogel



TABLE ANALYTIQUE

Les chiffres renvoient aux numéros de pages

INTRODUCTION			
I. Qu'est ce que le droit de la distribution ?	5	6. Cumul de la distribution exclusive et sélective	36
II. Le double dualisme du droit de la distribution	6	B. Exonération	36
III. Droit international de la distribution	6	1. Règle de raison	37
A. Conflits de lois	7	a. Libre choix du système de distribution	37
B. Lois de police	7	b. Libre choix des distributeurs	38
C. Conflits de juridictions	8	2. Exemption par catégorie	38
IV. Distinction économique des restrictions horizontales et verticales	10	3. Exemption individuelle	39
A. Effets positifs des restrictions verticales	11	a. Exemption individuelle sur le fondement de l'article L. 420-4, I, 2° du Code de commerce	39
1. Internalisation des externalités générées par la double marginalisation	11	b. Exemption individuelle sur le fondement de l'article 101, paragraphe 3, TFUE	40
2. Réduction des inefficiences liées aux phénomènes de passager clandestin	12	III. Abus de domination	41
B. Effets anticoncurrentiels potentiels des restrictions verticales et analyse d'impact	12	A. Abus de position dominante	41
V. Les règlements d'exemption	13	B. Abus de dépendance économique	42
A. Contenu	14	SECTION 2	
B. Appréciation	16	Revente hors réseau	43
		I. Approvisionnement irrégulier	44
		A. Éléments constitutifs	44
		B. Preuve	45
		II. Moyens de protection du réseau	45
		A. Action en concurrence déloyale	46
		B. Pratiques commerciales déloyales	46
		C. Publicité comparative	47
		D. Usage illicite de la marque	48
		CHAPITRE II Droit des contrats	53
		SECTION 1	
		Formation du contrat	53
		I. Information précontractuelle	54
		A. Champ d'application	54
		B. Objet	55
		C. Date de remise de l'information	55
		D. Sanction	56
		II. Vices du consentement	56
		III. Détermination du prix	57
		SECTION 2	
		Exécution du contrat	58
		A. Droits du fournisseur	58
		1. Fixation unilatérale du prix	59
		2. Modification unilatérale des conditions contractuelles	60
		3. Détermination des objectifs	62
		B. Obligations du fournisseur	63
		1. Obligation d'exclusivité	63

TITRE I

Distribution exclusive

CHAPITRE I Droit de la concurrence

SECTION 1

Licéité du réseau

I. Pratiques restrictives et abusives

- A. Prix imposés 24
- B. Pratiques abusives 25
- C. Articles L. 341-1 et L. 341-2 du Code de commerce 26

II. Ententes

- A. Prohibition 29
 - 1. Prix imposés 29
 - a. Droit français 29
 - b. Droit européen 31
 - 2. Interdiction des importations parallèles/rétrocessions 32
 - a. Importations parallèles 32
 - b. Rétrocessions 33
 - 3. Interdiction des ventes passives 34
 - 4. Clause de non-concurrence contractuelle 35
 - 5. Interdiction des ventes sur internet 35

a. Octroi d'un droit de distribution exclusive	63	8. Résiliation pour délit pénal	90
b. Territoire concédé	64	9. Résiliation pour faute grave	90
c. Désignation d'un nouveau distributeur	64	B. Conditions	91
d. Exception d'inexécution	66	1. Conditions de fond	91
e. Ventes directes sur le territoire concédé	66	a. Réalisation de l'événement	92
f. Discipline du réseau	67	b. Absence de renonciation	92
g. Sanction de la violation de l'exclusivité par le fournisseur	68	c. Absence de mauvaise foi	92
2. Obligation de loyauté	69	2. Conditions de forme	93
3. Obligation d'assistance	69	a. Mise en demeure préalable et faculté de déroger aux conditions de la clause résolutoire	93
a. Contenu de l'obligation d'assistance	69	b. Intervention du juge	95
b. Limites de l'obligation d'assistance	70	II. Résiliation ordinaire	95
1) Mandat apparent et gestion de fait	70	A. Préavis	96
2) Soutien abusif	71	1. Obligation de respecter un préavis	96
3) Nullités de la période suspecte	72	2. Nature et durée du préavis	97
4. Obligations découlant du contrat de vente	73	3. Respect du préavis	98
a. Obligation de livraison	73	B. Investissements	98
b. Garantie d'éviction, vices cachés et produits défectueux	74	C. Loyauté	99
5. Mise à disposition des signes distinctifs	75	1. Absence d'obligation du fournisseur de dévoiler ses intentions	99
IV. Droits et obligations du distributeur	75	2. Obligation de ne pas donner de faux espoirs de pérennité au distributeur	99
A. Clause de non-concurrence	76	3. Délai de grâce/Avertissement	100
1. Champ d'application <i>ratione loci</i> et <i>ratione tempore</i>	77	4. Échelonnement des ruptures	100
2. Champ d'application <i>ratione personae</i>	77	5. Résiliation intervenant en cours de cession	100
3. Champ d'application <i>ratione materiae</i>	78	III. Non-renouvellement	101
B. Volume de commandes	78	A. Mise en œuvre de la rupture	102
C. Interdiction de vente à des tiers hors réseau	79	1. Préavis	102
D. Prohibition des ventes actives	79	2. Abus	103
E. Obligation de payer les marchandises livrées	80	a. Investissements	103
F. Obligation de rendre compte	81	b. Faux espoirs de reconduction	103
G. Obligation d'appliquer la politique commerciale du fournisseur	81	c. Échelonnement des ruptures	104
H. Droit d'usage de la marque	82	B. Poursuite du contrat	104
I. Propriété de la clientèle	83	IV. Rupture brutale de relations commerciales établies	106
SECTION 3		A. Conditions d'application	106
Fin du contrat	83	B. Sanction	109
SOUS-SECTION 1		SOUS-SECTION 2	
Formes de la rupture	84	Conséquences de la rupture	110
I. Résiliation extraordinaire	84	I. Rapports entre les parties	110
A. Causes	84	A. Distributeur	110
1. Procédure collective du distributeur exclusif	85	1. Utilisation de la marque	110
2. Impayés	86	2. Démarchage de la clientèle	112
3. Insuffisance des résultats	86	3. Sort des stocks	112
4. Atteinte à <i>l'intuitus personae</i>	88	4. Maintien des obligations contractuelles durant le préavis	113
5. Perte de confiance et extension de la résiliation à un autre accord	89	B. Fournisseur	114
6. Présentation de faux rapports	89	1. Agrément d'un successeur	114
7. Défaut de fourniture d'une caution	89	2. Détournement de la clientèle	115

3. Installation d'un nouveau distributeur ou d'un nouvel agent	116	pharmacies d'officine	145
4. Perturbation de la gestion du distributeur	116	4) Vente par correspondance	146
5. Transfert des contrats de travail	117	5) Vente par internet/ <i>marketplaces</i>	146
6. Absence d'obligation d'assistance à la reconversion	118	6) Vente en grande surface	148
II. Indemnisation du préjudice	120	7) Vente discount	149
A. Existence d'un préjudice	120	c. Qualité du point de vente	149
B. Évaluation du préjudice	121	1) Espace réservé et surface de vente	150
1. Rupture brutale	121	2) Vitrine et localisation du point de vente	150
2. Rupture abusive	122	3) Aménagement intérieur	151
SECTION 4		4) Enseigne	151
Cession du contrat	122	d. Qualités du distributeur	152
I. Cession ou transmission du contrat	123	1) Personnel qualifié	152
II. Cession judiciaire du contrat	124	2) Service à la clientèle	152
III. Changement au sein de la personne morale du distributeur	124	2. Critères quantitatifs	153
SECTION 5		a. Clause de chiffre d'affaires	155
Clause attributive de compétence	125	b. Clause relative aux stocks	155
I. Validité et portée	126	c. Facteurs locaux de commercialité et densité de population	157
II. Opposabilité	126	B. Conditions	157
SECTION 6		1. Application objective	157
Contrat international	129	2. Application non discriminatoire	159
I. Compétence	130	a. Application uniforme	159
II. Droit applicable	132	b. Application proportionnée	161
III. Lois de police	133	C. Procédure	162
TITRE II		1. Preuve de la licéité	162
Distribution sélective		2. Compétence du juge des référés	163
SECTION 1		II. Étanchéité	163
CHAPITRE I Droit de la concurrence	139	III. Clauses restrictives	164
SECTION 1		A. Prix imposés	165
Licéité du réseau	139	1. Droit français	165
SOUS-SECTION 1		2. Droit européen	167
Prohibition	139	B. Livraisons croisées	168
I. Sélection	141	C. Importations parallèles/Ventes passives	169
A. Critères	141	D. Ventes par internet	169
1. Critères qualitatifs	141	E. Promotions et soldes	171
a. Qualité du produit	142	F. Marques concurrentes	172
1) Produits de luxe ou haut de gamme	142	G. Contrôle du distributeur	172
2) Produits de haute technicité	143	H. Discount et prix d'appel	173
b. Qualité de la distribution	144	SOUS-SECTION 2	
1) Vente par des distributeurs exclusifs	144	Exonération	174
2) Vente par des commerçants spécialisés	145	I. Règle de raison	174
3) Vente par des pharmaciens ou des		A. Droit français	174
		B. Droit européen	176
		II. Exemption par catégorie	176
		III. Exemption individuelle	178
		A. Droit français	178
		B. Droit européen	179
		SECTION 2	
		Protection du réseau contre les tiers	181
		I. Licéité de la commercialisation hors réseau	181

C. Franchise et mandat	237	D. Obligation de non-concurrence du franchi- seur	269
SECTION 2		1. Ouverture de magasins concurrents	269
Formation du contrat	238	2. Magasins gérés directement ou par une filiale	270
I. Information précontractuelle	239	3. Commercialisation d'une marque différente	271
A. Champ d'application	240	4. Ventes directes	271
1. Engagement exclusif ou quasi-exclusif	240	5. Livraisons de tiers et discipline du réseau	272
2. Renouvellement et cession du contrat	241	E. Obligation de livraison	272
B. Objet	242	F. Fixation unilatérale du prix	273
1. Obligation légale et conventionnelle	242	1. Contrôle de l'abus	274
2. Informations à communiquer	242	2. Prix concurrentiels	274
3. Étude de marché	244	G. Modification unilatérale des conditions contractuelles	275
4. Comptes prévisionnels	244	H. Détermination des objectifs	276
C. Sanction	245	I. Obligations en cas de procédure collective du franchisé	277
1. Nullité	245	1. Gestion de fait	277
a. Nécessité d'un vice du consentement	246	2. Soutien abusif	278
b. Aptitude du candidat à être trompé	246	J. Responsabilité au titre de l'activité du franchisé	279
c. Dol	247	1. Pratiques commerciales trompeuses et clauses abusives	279
d. Erreur sur la rentabilité	248	2. Tromperie et règles d'hygiène et de sécurité	280
e. Cas particulier des comptes prévisionnels	249	3. Obligation de garantie du franchisé	281
f. Gestion du franchisé	250	II. Droits et obligations du franchisé	282
g. Action en nullité	251	A. Obligation de non-concurrence	282
2. Responsabilité civile	251	B. Clause de non-concurrence post-con- tractuelle	283
3. Résiliation du contrat	253	1. Durée ou zone géographique délimitée	284
II. Vices du consentement	253	2. Objet limité	285
III. Contenu du contrat	254	3. Intérêt légitime et proportionnalité	285
IV. Détermination du prix	255	4. Incidence de l'article L. 341-2 du Code de commerce	286
SECTION 3		C. Droit d'entrée	287
Exécution du contrat	256	D. Redevances	287
I. Droits et obligations du franchiseur	256	E. Obligation de payer les marchandises livrées	289
A. Transmission d'un savoir-faire	257	F. Intuitus personae	289
1. Notion de savoir-faire	257	G. Propriété commerciale	290
2. Caractéristiques du savoir-faire	257	SECTION 4	
a. Savoir-faire original	258	Fin du contrat	292
b. Savoir-faire expérimenté	259	I. Résiliation extraordinaire	292
c. Savoir-faire substantiel	260	A. Résiliation imputable au franchisé	292
3. Preuve de l'existence ou de la trans- mission d'un savoir-faire	261	B. Résiliation imputable au franchiseur	294
B. Obligation d'assistance du franchiseur	262	C. Préavis et procédure contractuelle	294
1. Assistance commerciale et technique	262	II. Non-renouvellement	296
2. Promotion de la marque	263		
3. Obligation de conseil	264		
4. Assistance en cas de difficultés finan- cières	265		
5. Sanction de l'inexécution	266		
a. Nullité	266		
b. Résiliation	266		
c. Responsabilité civile	267		
C. Mise à disposition d'un signe distinctif	267		
1. Titularité du signe distinctif	267		
2. Notoriété du signe distinctif	268		

1. Démarchage et ventes directes	350	B. Indemnisation du mandant	388
2. Communication des informations nécessaires à l'exécution du mandat	351	C. Rapports entre les parties	389
B. Rémunération de l'agent : commission	351	1. Concurrence déloyale	389
1. Distinction entre territoire exclusif et secteur géographique	352	a. Organisation de l'activité future	389
2. Droit à rémunération sur les opérations du secteur géographique	353	b. Confusion	390
3. Droit à commission	354	c. Dénigrement	390
4. Fait générateur du droit à commission	355	d. Violation d'une clause de non-concurrence post-contractuelle	391
5. Paiement de la commission	356	2. Utilisation de la marque	391
6. Montant de la commission	357	a. Contrefaçon	392
		b. Concurrence déloyale	392
SECTION 4		SECTION 5	
Fin du contrat	358	Cession du contrat	392
I. Résiliation	358	I. Cession par le mandant	393
A. Préavis	358	II. Cession par l'agent commercial	393
1. Obligation de respecter un préavis	358	SECTION 6	
2. Indemnité de préavis	359	Contrat international	394
B. Démission de l'agent	360	I. Loi applicable : Convention de La Haye du 14 mars 1978 et règlement Rome I	395
C. Faute grave de l'agent	361	II. Clauses attributives de juridiction	396
1. Obligation de loyauté	364	III. Juridiction compétente en l'absence de clause d'élection de for	398
2. Obligation d'information	366	Table alphabétique	399
3. Actions contraires à la politique du mandant en matière tarifaire et commerciale	367	Table analytique	401
4. Atteinte à l'image du mandant	368		
5. Cession non agréée du contrat	369		
6. Absence ou baisse de chiffre d'affaires	369		
7. Non-réalisation des objectifs	370		
8. Obligation légale de non-concurrence	371		
9. Clause de non-concurrence	372		
D. Faute du mandant	372		
1. Modification de l'équilibre contractuel	373		
2. Clause d'exclusivité	374		
3. Réorganisation du réseau	375		
4. Refus d'agrément du cessionnaire	375		
5. Obligations de loyauté et d'information	376		
6. Commissions impayées ou réduites	377		
II. Non-renouvellement	378		
III. Conséquences de la rupture	379		
A. Indemnisation de l'agent	379		
1. Droit à indemnité	379		
a. Inopposabilité des stipulations contractuelles contraires	381		
b. Nature du préjudice couvert par l'indemnité compensatrice	382		
c. Assiette de l'indemnité	383		
d. Critère d'appréciation du préjudice subi	384		
e. Modalités de réparation	384		
f. Déchéance du droit à réparation	385		
2. Montant de l'indemnité	386		
a. Indemnité biennale	387		
b. Pertes subies jusqu'au terme du contrat	388		