

# RÉSEAUX DE DISTRIBUTION

LA LETTRE

Juin 2012

5

## Au sommaire

### Organisation du réseau

Informations précontractuelles

Contrats-Clauses

Dossier : Situation concurrentielle dans le secteur de la distribution alimentaire à Paris

PAGES 2-3

### Animation du réseau

Rapports contractuels

Marques et enseignes

Alerte

Focus : Contrat commercial ou contrat de travail ?

PAGES 4-5

### Sortie du réseau

Rupture des relations commerciales établies

En bref

International

PAGES 6-7

### Le savez-vous ?

PAGE 8



### ÉDITO

#### Dans les relations de distribution, peut-on et doit-on tout se dire ?

Dans les rapports commerciaux, comme dans les relations de personne à personne, il pourrait être tentant d'affirmer que la transparence est le fondement d'une relation qui dure. Qu'en est-il vraiment dans le cadre des réseaux de distribution ? La présente lettre vous apporte quelques éléments de réponse.

**Communiquer avec rigueur...** En matière d'information précontractuelle, la Cour de cassation réaffirme que le franchiseur n'est contraint de communiquer que les documents exigés par les textes.

Mais s'il transmet des informations supplémentaires, de sa propre initiative, il doit le faire de manière sérieuse et complète. C'est a fortiori le cas lorsqu'un texte régit en détail les modalités et composantes de l'information, en matière de signalement des risques présentés par des produits destinés aux consommateurs.

**Toujours communiquer en cas d'opposition...** Lorsque des relations commerciales sont installées de longue date, certaines règles peuvent être considérées comme tacitement acceptées. C'est alors au cas d'espèce que l'on jugera si un partenaire commercial a accepté les pratiques de son cocontractant, même si celles-ci lui sont défavorables. Il peut en être ainsi d'une clause de réserve de propriété mentionnée sur un bon de livraison, lorsqu'il y a eu des ventes successives sans que le débiteur de l'obligation émette des protestations.

**Communiquer ou ne pas communiquer sur les pratiques interférant avec le contrat, mais extérieures à lui...** Aucune situation n'est gravée dans le marbre, les rapports des parties peuvent – dans une certaine mesure – évoluer selon les choix stratégiques des cocontractants. Ainsi, un franchiseur peut, à côté d'un réseau de franchise établi, développer un réseau de « soft-discount », tant qu'il ne manque pas à ses obligations contractuelles initiales vis-à-vis des membres du réseau. Il peut même être envisagé qu'une relation commerciale perdure lorsque l'un des protagonistes a souhaité nouer de nouvelles relations, par exemple en lançant un appel d'offres. En pareilles situations, les relations antérieures ne se trouvent pas nécessairement remises en cause.

Et que dire des informations transmises par un franchiseur et utilisées à son détriment par son franchisé ? Au cas particulier, le dépôt précipité d'une marque par l'époux d'une titulaire de franchise caractérise la mauvaise foi du déposant. Le franchiseur délaissé sera de plus indemnisé du fait du développement d'un réseau concurrent au sien, qui copie ses méthodes mais aussi utilise des signes distinctifs de sa franchise, créant un risque de confusion chez les habitués.

Libre à chacun de se faire une opinion sur le bien-fondé des positions jurisprudentielles récentes. Bonne lecture !

# Organisation du réseau

---

## INFORMATIONS PRÉCONTRACTUELLES

### MÊME SPONTANÉE, L'INFORMATION DONNÉE DOIT ÊTRE SÉRIEUSE

Le franchiseur est tenu d'une obligation d'information précontractuelle dont le contenu est précisé par l'article R 330-1 du code de commerce. Il peut toutefois communiquer à son futur cocontractant d'autres informations précontractuelles mais, que les informations données soient imposées par la loi ou non, elles doivent toujours être sérieuses et non dolosives (CA Douai 25 novembre 2010 ; CA Paris 19 janvier 2011).

Il résulte de ces principes que si les comptes prévisionnels, qui ne figurent pas parmi les éléments imposés dans le document d'information précontractuel visé par l'article précité du code de commerce, sont communiqués, ils doivent présenter un caractère sérieux (Cass. com. 31 janvier 2012, n° 11-10834). La Cour de cassation rappelle ainsi opportunément que la communication des comptes prévisionnels n'entre pas dans le champ de l'obligation d'information précontractuelle (dans le même sens : Cass. com. 27 avril 2011, n° 10-15436). Elle rappelle également de manière incidente que l'obligation d'information précontractuelle n'est pas une obligation de résultat pour le franchiseur. Pour autant, en l'espèce, la responsabilité du franchiseur a été retenue car il existait des écarts non négligeables entre les chiffres d'affaires prévus et ceux réalisés, sans que le franchiseur ait pu expliquer les bases d'élaboration des comptes prévisionnels lui ayant permis d'avancer de tels chiffres. Le franchiseur a donc été condamné à la réparation du préjudice subi résultant d'un manquement à son obligation précontractuelle d'information.

A cet égard, l'arrêt précise que le préjudice résultant du manquement à une obligation précontractuelle d'information est constitué par une perte de chance de ne pas contracter ou de contracter à des conditions plus avantageuses et non par une perte d'une chance d'obtenir les gains attendus.

## CONTRATS-CLAUSES

### CLAUSE DE RÉSERVE DE PROPRIÉTÉ : SON ACCEPTATION PEUT ÊTRE DÉDUITE DES CIRCONSTANCES

L'article 1583 du code civil enseigne que la vente est parfaite entre les parties, et la propriété est acquise de droit à l'acheteur à l'égard du vendeur, dès qu'on est convenu de la chose et du prix, quoique la chose n'ait pas encore été livrée ni le prix payé. Ce principe n'est cependant pas d'ordre public et les parties au contrat de vente peuvent notamment convenir de différer le transfert de propriété au paiement du prix : tel est l'objet de la clause de réserve de propriété dont l'opposabilité à l'acheteur repose sur la connaissance qu'en aura eu ce dernier préalablement à la formation de la vente et sur son acceptation. L'acceptation de la clause de réserve de propriété peut résulter de ventes successives donnant lieu à chaque fois à l'établissement d'un bon de livraison remis à l'acheteur comportant au verso la mention intégrale de la clause, la signature de l'acheteur n'étant pas nécessaire pour caractériser son acceptation (Cass. com. 17 mars 1998 : RJDA 7/98 n° 898 ; Cass. com. 13 octobre 1998 : RJDA 12/98 n° 1391).

Le code civil, qui organise la propriété retenue à titre de garantie (articles 2367 et suivants), prévoit que la réserve de propriété doit être convenue par écrit (article 2368).

En matière de procédure collective, l'article L.624-16 alinéa 2 du code de commerce impose en outre que la clause de réserve de propriété ait été convenue entre les parties dans un écrit au plus tard au moment de la livraison. Il précise que la clause peut être dans un écrit régissant un ensemble d'opérations commerciales convenues entre les parties.

La Cour de cassation vient de rappeler qu'il résulte de ces dispositions, rendues applicables à la liquidation judiciaire par l'article L641-14 alinéa 1<sup>er</sup> du même Code, qu'à défaut d'écrit régissant un ensemble d'opérations commerciales convenues entre les parties, l'acceptation par le débiteur de la clause de réserve de propriété s'apprécie pour chaque vente objet de celle-ci au plus tard à la date de livraison, cette acceptation pouvant, suivant les circonstances, être déduite de l'existence de relations d'affaires et de la réception par le débiteur, dans le courant de ces relations, de factures antérieures comportant la clause litigieuse, sans protestation de sa part (Cass. com. 31 janvier 2012, n° 10-28407).

# DOSSIER

## Situation concurrentielle dans le secteur de la distribution alimentaire à Paris

En février 2011, l'Autorité de la concurrence (ADLC) était saisie par le Conseil municipal de la Ville de Paris de la situation concurrentielle dans le secteur de la distribution à dominante alimentaire à Paris, pour laquelle la Ville estimait que la position globale du groupe Casino dans Paris intra muros posait des problèmes de concurrence.

Cette saisine s'appuyait sur l'étude « La Grande distribution alimentaire à Paris » de l'Atelier parisien d'urbanisme (Apur) publiée en janvier 2011. Cette étude avait montré que le marché parisien se composait de deux types de commerces alimentaires : les commerces spécialisés et les commerces généralistes en libre-service. Parmi ces derniers, les supérettes avaient vu leur nombre augmenter de 77 % entre 2000 et 2010 alors que, sur la même période, la part des autres commerces avait diminué. La grande distribution est également présente et c'est d'ailleurs dans ce petit format de supérettes que Casino s'est spécialisé et prédomine.

Un an plus tard, l'ADLC a rendu son avis, agrémenté de plusieurs annexes (fiches) dont les conclusions n'emportent pas toutes la conviction (avis de l'ADLC n° 12-A-01 du 11 janvier 2012).

Tout d'abord, l'Autorité confirme ce qu'elle avait établi dans son avis n° 10-A-26 (cf. Lettre Réseaux de Distribution n°1), à savoir que le marché parisien est extrêmement concentré. Puis, s'agissant de la détermination de la part de marché du groupe Casino, l'Autorité refuse de prendre pleinement en considération la situation très spécifique du profil de consommation des parisiens et de l'implantation des commerces (notamment absence totale d'hypermarchés et présence importante de commerces de bouche).

Elle constate que ce groupe détient, grâce à sa participation au capital de Monoprix, une part de marché en surface plus de trois fois supérieure à celle de Carrefour, son principal concurrent (plus de 60 % contre 20 %). Soulignons que Casino conteste aussi bien la part de marché déterminée (il avance 38,5 %) que le périmètre retenu par l'Autorité (excluant les commerces de bouche, les hypermarchés en périphérie, les magasins spécialisés et les marchés de rue).

L'ADLC reconnaît néanmoins qu'aucun reproche ne peut être formulé à l'encontre du groupe Casino, car la situation actuelle découle aussi bien de ses choix d'investissements pour agrandir son parc que du désintérêt de ses concurrents pour le marché parisien. Elle reconnaît également qu'aucun comportement relevant d'infractions aux règles de concurrence ne peut être reproché à Casino.



Face au constat d'un marché concentré, l'Autorité préconise deux types d'actions :

- D'une part, la fluidification du marché par l'abaissement des barrières à l'installation de grandes surfaces alimentaires : suppression de l'autorisation administrative d'installation pour les surfaces de plus de 1000 m<sup>2</sup>, meilleur allotissement des zones d'aménagement commercial et assouplissement des conditions d'affiliation des commerçants détaillants ;
- D'autre part, la révision du pouvoir d'injonction structurelle qui lui est reconnu par la LME mais dans des conditions strictes (quand un abus de position dominante ou de dépendance économique est constaté et que cet abus persiste malgré une décision le condamnant).

En d'autres termes, quand le marché observé lui paraît trop concentré, elle souhaiterait pouvoir disposer d'un pouvoir décisionnel équivalent à celui qu'elle détient en matière de contrôle des concentrations (injonction de cession d'actifs). Rappelons que le rôle de l'ADLC est de réguler le jeu de la concurrence en sanctionnant les pratiques anticoncurrentielles commises par les opérateurs économiques, il n'est à l'évidence pas de réguler l'activité économique des opérateurs ni la simple acquisition, par leurs propres mérites, de parts de marché élevées. Il est permis de s'étonner de cette approche et de s'en inquiéter...

# Animation du réseau

## RAPPORTS CONTRACTUELS

### CHANGEMENT DE POLITIQUE COMMERCIALE DU FRANCHISEUR

Un franchiseur peut-il faire évoluer sa politique commerciale en cours d'exécution des contrats de franchise déjà conclus ?

Réponse affirmative de la cour d'appel de Paris : « *sauf à méconnaître le principe de la liberté du commerce et de l'industrie et la liberté (de) gestionnaire propre à tout opérateur économique, il ne saurait être imposé à un franchiseur une obligation d'intangibilité de sa politique commerciale pendant toute la durée des contrats de franchise qu'il aurait signés* ».

Au cas particulier, un franchisé d'une enseigne de la grande distribution reprochait à celle-ci d'avoir manqué à ses obligations contractuelles en développant un concept parallèle de « soft-discount » au détriment du réseau de franchise existant. L'intéressé invoquait une réaffectation préjudiciable des ressources du réseau au profit de la nouvelle enseigne ainsi qu'une insuffisance d'efforts promotionnels en faveur de la marque franchisée.

La Cour a considéré que le simple fait d'avoir décidé de développer un nouveau concept de vente et de réaffecter une partie de ses ressources en ce sens ne saurait à lui seul contredire les engagements contractuels que le franchiseur avait pris à l'égard des commerçants affiliés à son réseau, dès lors qu'il n'est pas établi que cette réaffectation n'eût été permise que par une remise en cause de ses engagements. De la même manière, la seule circonstance que les dépenses publicitaires en faveur de la marque du réseau aient connu une légère diminution ne saurait constituer un manquement du franchiseur à ses obligations.

Le franchiseur reste donc libre de sa stratégie commerciale pour autant que les choix qu'il opère ne portent pas directement atteinte au développement du réseau mis en place, ce qui traduirait alors un manquement à ses obligations contractuelles. C'est au franchisé qui s'estime lésé par une nouvelle approche commerciale du franchiseur d'apporter la preuve de pareil manquement. Preuve non rapportée en l'espèce (CA Paris, 2 nov. 2011, n° 09/03597).

## MARQUES ET ENSEIGNES

### CONCURRENCE DÉLOYALE EN FRANCHISE : QUAND LA MAUVAISE FOI DU DÉPOSANT DE LA MARQUE EST DÉTERMINANTE

Informé par son franchiseur de la volonté de celui-ci de développer une nouvelle marque, pour des services de salons de coiffure (Coiff'Up, déposé en 2003), l'époux de la gérante d'une franchise dépose une marque similaire, dans la même classe de services (Coif'Up, déposé dès 2002).

Le franchiseur assigne alors la société franchisée et l'époux de la gérante, déposant, afin de revendiquer la marque antérieure Coif'Up. Il réclame également des dommages et intérêts au titre d'actes de concurrence déloyale, l'ancienne franchisée ayant selon lui, d'une part, souhaité développer un réseau concurrent, et, d'autre part, continué à exploiter les signes du franchiseur après la résiliation du contrat de franchise.

La Cour de cassation accueille l'action en revendication de la marque par le franchiseur. Elle rappelle, à cette occasion, qu'une telle action ne « *suppose pas la justification d'une utilisation publique antérieure du signe litigieux (...) mais la preuve de l'existence d'intérêts sciemment méconnus par le déposant* ».

La Cour relève ainsi que le déposant de la marque Coif'Up avait connaissance, lors de son dépôt, de la préparation par le franchiseur du dépôt de la marque Coiff'Up et qu'il avait alors procédé au dépôt de « *manière rapide et non préparée, faisant ressortir sa mauvaise foi* ».

La Cour de cassation accueille également l'action en concurrence déloyale. Elle considère que les défendeurs, qui ont poursuivi l'exploitation des signes du franchiseur après la résiliation du contrat de franchise, notamment en continuant leur référencement dans les annuaires téléphoniques sous la marque du franchiseur, et qui se sont inspirés des concepts et des méthodes du franchiseur en pratiquant les mêmes tarifs et promotions, ont créé un risque de confusion « *dans l'esprit de la clientèle au travers du réseau Coif'Up et le détournement, au profit des membres de ce réseau, des investissements et du savoir faire* » du franchiseur.

L'ancienne gérante de franchise et son mari sont donc condamnés au paiement de dommages et intérêts au titre d'actes de concurrence déloyale et se voient interdire d'exploiter tout signe distinctif appartenant au franchiseur (Cass. Com, 14 février 2012, n° 10-30872).

## ALERTE

### PRODUITS DESTINÉS AUX CONSOmmATEURS : NOUVELLES MODALITÉS DE SIGNALLEMENT DES RISQUES

En application de l'article L.221-1-3 du code de la consommation, les opérateurs professionnels doivent informer les autorités compétentes des risques présentés par les produits alimentaires et non alimentaires qu'ils ont mis sur le marché à destination des consommateurs ainsi que des mesures prises pour écarter ces risques.

Les modalités de signalement d'un tel risque ont été modifiées par un avis publié au Journal officiel le 11 février 2012.

Les autorités compétentes sont désormais la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF), la Direction générale de l'alimentation (DGAL) ou la Direction générale de l'énergie et du climat (DGEC), cette dernière n'étant habilitée qu'à recevoir les signalements émis par les constructeurs automobiles.

Tout signalement relatif à un produit non alimentaire doit se faire auprès de la DGCCRF ou de la DGAL via une application informatique dénommée « Business application » (ou directement auprès de l'autorité administrative compétente en cas d'impossibilité matérielle d'utiliser cette application).

Tout signalement relatif à un produit alimentaire doit se faire directement auprès de la Direction Départementale de la Protection des Populations (DDPP) du département de l'exploitant chez qui le danger a été identifié.

En toute hypothèse, la DDPP adresse un accusé de réception à l'opérateur ayant notifié mais celui-ci ne vaut validation ni des informations transmises ni de la pertinence des mesures correctives indiquées.



## FOCUS CONTRAT COMMERCIAL OU CONTRAT DE TRAVAIL ?

Deux arrêts récents de la Cour de cassation illustrent le risque, à ne pas négliger, d'une requalification des contrats commerciaux conclus en contrats de travail.

Dans le premier cas, il s'agissait d'un contrat d'agence commerciale conclu entre une société immobilière et un réseau de franchise connu. A la suite de la rupture du contrat, l'agent réclamait la requalification en contrat de travail. La Cour de cassation a rejeté cette demande considérant que si une série d'éléments attestait que son activité s'inscrivait dans le cadre d'un service organisé de l'agence, selon la méthodologie de travail propre au réseau, il n'était pas établi que l'agent ait reçu des directives précises relatives aux dossiers, aux horaires de présence, ni qu'il ait été soumis à des permanences ou tenu de rendre compte du nombre de clients démarchés ou de mandats apportés ou encore qu'il ait été sanctionné.

Au-delà du cas d'espèce, la décision souligne que l'intégration d'une personne à un service organisé n'est qu'un indice, non-déterminant à lui seul, du lien de subordination propre au contrat de travail. (Cass. soc. 19 janvier 2012, n°10-23.653).

Dans la seconde affaire, c'est la solution inverse qui est retenue, la Cour de cassation confirmant la requalification en contrat de travail d'un contrat de franchise conclu entre une société commercialisant des produits d'épargne défiscalisée et une personne physique agissant pour le compte de deux sociétés en cours de constitution.

L'arrêt confirme qu'en pareil cas la fictivité de la société n'est pas une condition préalable au constat de la subordination de son dirigeant. La requalification est validée au motif que le contrat imposait à la personne physique des obligations et des instructions détaillées dans ses relations avec ses clients, qui en faisaient un simple agent d'exécution, sans aucune autonomie.

La Cour relève enfin, de manière à notre sens critiquable, qu'en résiliant le contrat pour violation de la clause d'exclusivité, la société avait fait usage d'un pouvoir de sanction (Cass. soc. 18 janvier 2012, n° 10-16.342).

# Sortie du réseau

## RUPTURE DES RELATIONS COMMERCIALES ÉTABLIES

### NOTION DE RELATION COMMERCIALE : EXTENSION DU CONCEPT

Nous savions que la succession de contrats à durée déterminée entre les mêmes parties pouvait caractériser une relation commerciale établie. Dans ces hypothèses toutefois, les contrats étaient conclus entre les mêmes personnes ou entre personnes dont une était venue aux droits d'un des cocontractants originaires à la suite d'une opération entraînant une transmission universelle de patrimoine (fusion, apport partiel d'actifs, etc.).

Nous avons la confirmation aujourd'hui qu'une succession de cocontractants différents dans une qualification contractuelle identique peut matérialiser une relation commerciale établie.

La Cour de cassation a en effet réaffirmé cette approche réaliste et économique de la relation commerciale établie, retenue dans un précédent arrêt du 29 janvier 2008 (Cass. Com, 2 novembre 2011, n° 10-25323). Elle a admis qu'une société peut poursuivre la relation commerciale conclue par une autre société avec le partenaire d'origine et se rendre responsable d'une rupture brutale de cette relation si elle ne respecte pas un préavis suffisant tenant compte de la durée totale de la relation commerciale établie depuis l'origine, alors même qu'un nouveau contrat a été conclu.

En l'espèce, une société A fabricant de meubles avait conclu avec un distributeur un contrat de référencement, puis son fonds de commerce avait été vendu dans le cadre d'un plan de cession homologué par le tribunal à une société B exerçant la même activité. La Cour de cassation a considéré que le nouveau contrat de référencement conclu entre le distributeur et la société B n'était que « *la reprise, à quelques modifications près, du contrat conclu l'année précédente* » avec la société A, cédant du fonds de commerce à la société B, « *de sorte que ce contrat s'inscrivait dans la lignée des précédents* ». En ne tenant pas compte de la durée totale de la relation commerciale établie pour mettre fin à ce nouveau contrat, le distributeur s'est donc rendu responsable d'une rupture brutale.

Cet arrêt est l'illustration que la notion de relation commerciale établie peut transcender la succession de contractants, personnes juridiques différentes, si la relation commerciale poursuivie est fondamentalement la même.

Ce même arrêt a aussi été l'occasion pour la Cour suprême de rappeler que, même en cas de respect de la durée minimale de préavis fixée par un accord professionnel, le juge peut la contrôler pour en vérifier l'adéquation à la situation eu égard aux circonstances de l'espèce et notamment à l'état de dépendance économique de la victime de la rupture.

### LE RECOURS À UN APPEL D'OFFRES N'EST PAS EXCLUSIF DU CARACTÈRE ÉTABLI D'UNE RELATION COMMERCIALE

La connaissance de la précarité de sa situation par la victime d'une rupture de relations commerciales exclut, de facto, sa croyance légitime en leur pérennité, condition nécessaire à la mise en jeu de la réparation prévue par l'article L.442-6, I, 5° du code de commerce.

Pour la cour d'appel de Versailles, le recours à un appel d'offres ne suffit pas à exclure ni cette croyance ni l'existence d'une relation commerciale établie (CA Vers., 27 octobre 2011, n° 10/04733). En l'espèce, une relation commerciale se noue en 2002-2003 sans recours à un quelconque appel d'offres. Fin 2005, un appel d'offres est lancé et remporté par le partenaire, la relation se poursuit donc. Puis, en 2008, à la suite d'une nouvelle mise en concurrence, le partenaire initial est évincé. Il dénonce alors une rupture brutale des relations commerciales.

La Cour d'appel, pour qualifier d'établie la relation, retient que l'auteur de la rupture ne rapportait pas la preuve qu'il avait fait part de « *son intention de procéder de façon systématique et régulière à un appel d'offres pour les prestations* » confiées à son partenaire, de sorte que ce dernier n'était pas en mesure de tirer les conséquences de la précarité de sa situation. Dans ces conditions, et compte tenu du volume d'affaires important développé entre les parties, il existait bien une relation commerciale établie au sens de l'article L.442-6, I, 5°. Un délai de préavis raisonnable devait donc être respecté.

Cette décision revient également sur le point de départ du délai de préavis. Nous nous étions fait l'écho dans la précédente lettre d'un arrêt ayant retenu que la notification d'un appel d'offres qui manifeste l'intention de ne pas poursuivre les relations commerciales peut faire courir, selon les circonstances, le préavis (Cass. Com., 2 nov. 2011, 10-26656).

Dans l'arrêt commenté, la Cour d'appel estime qu'un « *simple message électronique (...) lequel informe certes [le partenaire] du recours à un appel d'offres (...) tout en lui précisant qu'il est interrogé en tant que partenaire actuel sur le dossier (...) ne formalise pas le caractère inéluctable et univoque d'une rupture des relations commerciales et ne saurait constituer un préavis écrit* ». Le délai de préavis n'a donc commencé à courir qu'au jour où le partenaire a été informé de ce qu'il n'a pas été retenu dans le cadre de l'appel d'offres.

## EN BREF

### INDEMNITÉ DUE À UN AGENT COMMERCIAL EN CAS DE CESSATION D'ACTIVITÉ EN LIEN AVEC SON ÂGE

Pour octroyer la réparation prévue à l'article L.134-12 du code de commerce à un agent commercial ayant notifié à son mandant la cessation de son activité, les juges du fond doivent rechercher si l'âge de l'agent, en l'espèce 58 ans, et les circonstances particulières de sa situation personnelle étaient susceptibles de ne plus permettre raisonnablement la poursuite de son activité, comme l'exige l'article L.134-13 (Cass. Com., 29 nov. 2011, n° 10-26759 - précédent : Cass. Com., 8 févr. 2011).

### APPRÉCIATION DE LA DURÉE DE LA RELATION COMMERCIALE EN CAS D'INTERRUPTION

L'interruption, pendant trois années, des relations commerciales entre deux sociétés, sans que celle-ci soit critiquée ou imputée à faute à l'auteur de la rupture, a pour conséquence que les relations antérieures à la reprise ne pouvaient être prises en compte pour apprécier la durée de la relation (Cass. Com., 15 nov. 2011, n° 10-25472).

## INTERNATIONAL

### DÉTERMINATION DE LA LOI APPLICABLE À LA RUPTURE BRUTALE D'UN CONTRAT INTERNATIONAL

A l'occasion d'un litige international, la Chambre commerciale de la Cour de cassation réaffirme sa jurisprudence selon laquelle la rupture brutale des relations commerciales établies constitue un manquement délictuel.

Une société française, distributeur en France de produits d'une société suisse, assigne cette dernière devant la juridiction française pour obtenir réparation du préjudice subi à la suite de la rupture brutale de leurs relations commerciales. La société suisse soulève l'incompétence des juridictions françaises pour connaître du litige au profit des juridictions suisses.

La cour d'appel de Paris accueille le contredit en rappelant la règle d'attribution de compétence de l'article 5 de la Convention de Lugano, laquelle se fonde sur la nature délictuelle, quasi-délictuelle ou contractuelle de l'action, pour énoncer que la demande qui trouve son fondement dans le non-respect d'un engagement librement assumé d'une partie envers l'autre relève de la matière contractuelle. En l'espèce, la relation de distribution exclusive liant les parties depuis plusieurs années constituait un tel engagement contractuel ; la demande de dommages

et intérêts fondée sur l'article L.442-6 I 5° du code de commerce est donc de nature contractuelle. Dès lors, la juridiction compétente pour statuer sur ce litige serait, en application des règles suisses de conflit de lois, la juridiction suisse au motif que la prestation caractéristique du contrat est la fourniture de produits, obligation dont la société suisse est la principale débitrice.

La Cour de cassation censure cette décision pour violation de l'article L.442-6 I 5° du code de commerce dont il résulte que le fait de rompre brutalement une relation commerciale établie engage la responsabilité délictuelle de son auteur.

Mais aussi pour violation de l'article 5, paragraphe 3, de la Convention de Lugano qui précise que « *le défendeur domicilié sur le territoire d'un Etat contractant peut être attiré, dans un autre Etat contractant, en matière délictuelle ou quasi-délictuelle, devant le tribunal du lieu où le fait dommageable s'est produit* ».

En retenant, dans ce contexte international, le caractère délictuel du manquement visé à l'article L.442-6-I-5°, la Cour de cassation attribue logiquement compétence à la juridiction française, lieu du préjudice subi, le distributeur ayant son siège social en France (Cass. Com., 13 décembre 2011, n°11-12024). Tout en confirmant ainsi une jurisprudence bien établie, la Haute Cour rappelle opportunément que la présence d'un élément d'extranéité ne modifie en rien son analyse.



# Le savez-vous ?

## PROCHAINE CONFÉRENCE

### SITE INTERNET, E-COMMERCE : QUELLES SONT VOS NOUVELLES CONTRAINTES ?

**Jeudi 28 juin 2012 de 8 h 30 à 10 h 30**

Intervenants : **Nathalie Pétrignet** et **Anne-Laure Villedieu**,  
avocats associés de CMS Bureau Francis Lefebvre.  
Informations et inscriptions par mail auprès  
de Johanna Korn : [johanna.korn@cms-bfl.com](mailto:johanna.korn@cms-bfl.com)

## ARTICLES RÉCENTS

« Plaidoyer pour une non-contestation des griefs partielle  
et raisonnée », par **Nathalie Pétrignet**, avocat associé  
de CMS Bureau Francis Lefebvre, Option Droit et Affaires  
du 12 décembre 2011.

« Programmes de conformité concurrence : un remède  
perturbé par la clémence et l'absence de secret professionnel  
interne », par **Denis Redon**, avocat associé de CMS Bureau  
Francis Lefebvre, Option Finance du 12 mars 2012.

« Non-contestation des griefs : la procédure peu aimée ! »,  
par **Denis Redon**, avocat associé de CMS Bureau  
Francis Lefebvre, Option Finance du 19 mars 2012.

Retrouvez toutes nos lettres Réseaux de Distribution sur notre site Internet  
[www.cms-bfl.com](http://www.cms-bfl.com) rubrique Actualités & Media - Newsletters.

# Contributeurs

**Jean de la Hosseraye, Antoine Gendreau**  
et **Nathalie Pétrignet**, avocats associés,

**Prudence Cadio, Stéphanie de Giovanni,**  
**Elisabeth Flaicher-Maneval, Brigitte Gaucière,**  
**Emeric Lemoine, Francine Van Doorne – Isnel**  
et **Claire Vannini**, avocats.

**Avec la participation d'Hélène Chalmeton**, juriste et de  
**Paul-Henri Mousseron**, consultant-knowledge manager.

# Courrier des lecteurs

Faites-nous parvenir vos questions ou suggestions à l'adresse  
suivante : [distribution@cms-bfl.com](mailto:distribution@cms-bfl.com)

**CMS Bureau Francis Lefebvre, 1-3 villa Emile Bergerat, 92522 Neuilly-sur-Seine Cedex, France**  
T +33 1 47 38 55 00 - F +33 1 47 38 55 55 - [info@cms-bfl.com](mailto:info@cms-bfl.com) - [www.cms-bfl.com](http://www.cms-bfl.com)

**CMS Bureau Francis Lefebvre** est membre de CMS, regroupement de 10 grands cabinets d'avocats européens indépendants offrant aux entreprises un éventail complet de services juridiques et fiscaux en Europe et dans le reste du monde. Fort de plus de 5000 collaborateurs, dont plus de 2800 avocats et 750 associés, CMS s'appuie sur 46 implantations dans le monde.

**Cabinets membres de CMS :** CMS Adonnino Ascoli & Cavasola Scamoni (Italie); CMS Albiñana & Suárez de Lezo, S.L.P. (Espagne); CMS Bureau Francis Lefebvre S.E.L.A.F.A. (France); CMS Cameron McKenna LLP (Royaume-Uni); CMS DeBacker SCRL/CVBA (Belgique); CMS Derks Star Busmann N.V. (Pays-Bas); CMS von Erlach Henrici Ltd (Suisse); CMS Hasche Sigle, Partnerschaft von Rechtsanwälten und Steuerberatern (Allemagne); CMS Reich-Rohrwig Hainz Rechtsanwälte GmbH (Autriche) et CMS Rui Pena, Arnaut & Associados RL (Portugal).

**Implantations mondiales principales et secondaires des cabinets membres de CMS :** Amsterdam, Berlin, Bruxelles, Lisbonne, Londres, Madrid, Paris, Rome, Vienne, Zurich, Aberdeen, Alger, Anvers, Belgrade, Bratislava, Bristol, Bucarest, Budapest, Casablanca, Cologne, Dresde, Düsseldorf, Edimbourg, Francfort, Hambourg, Kiev, Leipzig, Ljubljana, Luxembourg, Lyon, Milan, Moscou, Munich, Pékin, Prague, Rio de Janeiro, Sarajevo, Séville, Shanghai, Sofia, Strasbourg, Stuttgart, Tirana, Utrecht, Varsovie et Zagreb.

Réseaux de distribution • Newsletter publiée par CMS Bureau Francis Lefebvre • Directeur de la publication : Pierre-Sébastien Thill • Directeur de la rédaction : Florence Jouffroy  
Rédacteur en Chef : Nathalie Pétrignet • Conception : Creative Room. Dépôt légal à parution. ISSN : 2119-2707.  
Cette lettre ne constitue pas une consultation d'avocat et a une vocation purement informative. Toute information concernant une problématique particulière doit faire l'objet d'une demande auprès d'un avocat.