

N° 246

# SÉNAT

SECONDE SESSION ORDINAIRE DE 1978-1979

Annexe au procès-verbal de la séance du 2 avril 1979.

## PROPOSITION DE LOI

*tendant à définir un statut juridique des concessionnaires  
assurant la distribution et la maintenance de produits de marque,*

PRÉSENTÉE

Par M. Roger BOILEAU,

Sénateur.

(Renvoyée à la Commission des Lois constitutionnelles, de Législation, du Suffrage universel, du Règlement et d'Administration générale sous réserve de la constitution éventuelle d'une commission spéciale dans les conditions prévues par le Règlement.)

## EXPOSE DES MOTIFS

Mesdames, Messieurs,

La concentration des moyens de production, la nécessaire concurrence des produits de marque conduisent inéluctablement au contrôle de la distribution par les producteurs qui recherchent le contact direct du consommateur pour mieux connaître ses besoins, améliorer les produits et les services qui lui sont offerts.

Cette approche du consommateur par le fabricant peut s'exercer de diverses façons : par la création de succursales gérées par des salariés, des gérants libres ou des gérants mandataires.

Cette formule oblige le producteur à investir dans la distribution des sommes importantes dont il a besoin pour améliorer son outil de production et ses bureaux de recherche, voire la publicité qui fera connaître le produit.

Le producteur avisé se tournera naturellement vers le commerçant indépendant dont c'est précisément la vocation d'être son intermédiaire privilégié auprès du client.

Le commerçant acceptera de signer avec son fournisseur un contrat d'exclusivité de vente ; il renoncera à toute diversification pour se consacrer à la distribution du seul produit dont il deviendra le concessionnaire, son rôle restant essentiellement de faire connaître le produit qu'il distribue et de conserver le client à la marque qu'il représente, grâce au service après-vente qu'il s'engage à accorder à tout client itinérant de la marque comme à sa propre clientèle.

Ce contrat est écrit. Il est le même pour tous les concessionnaires du réseau ; établi par les juristes d'entreprise du concédant, il reste le contrat d'adhésion par excellence.

Il n'est pas d'exemple qu'il soit réellement négocié dans la mesure même où la personnalité juridique du réseau de distribution n'existe pas en notre droit et qu'il ne peut y avoir d'exception aux règles de la vente à peine de discrimination.

Ce caractère d'adhésion du contrat ne saurait pour autant lui retirer sa valeur contractuelle, mais force est de reconnaître que tous les abus sont possibles si les promesses qui ont été faites au

concessionnaire pour l'amener à signer son premier contrat ne sont par la suite tenues par le concédant, si le comportement de celui-ci n'est pas conforme à la finalité économique de la convention qu'il a proposée.

La rentabilité de l'entreprise concessionnaire doit être assurée dans le cadre de l'exclusivité de représentation qui est exigée d'elle.

En acceptant de s'intégrer dans le réseau du concédant, le concessionnaire accepte d'engager des investissements mobiliers, immobiliers importants pour mettre son entreprise aux normes décidées par son fournisseur. Il accepte de se munir en matériel, en pièces de rechange, faire suivre par son personnel des stages de formation spécifique dont il assure lui-même la charge. Il donne à l'entreprise de distribution dont il est responsable les structures nécessaires pour remplir l'objectif convenu.

Tous ces efforts peuvent être ruinés si la marque qu'il représente connaît la désaffection du public, si le territoire de la concession est amputé par le concédant, si par suite de regroupement entre les marques de nouveaux concessionnaires sont désignés sur son territoire et si enfin, sans motif légitime, son contrat n'est pas renouvelé ou est résilié.

Les abus sont toujours possibles de la part de ceux qui imposent les contrats d'adhésion. Ils ont été mis en évidence quand il s'est agi de protéger le consommateur.

La loi n° 78-23 du 10 janvier 1978 sur la protection et l'information des consommateurs de produits et de services a créé une commission spécifique chargée de vérifier les contrats d'adhésion quand ils intéressent l'utilisateur et de donner son avis sur les abus qu'ils pourraient comporter.

Rien ne protège le concessionnaire. Certes, le concessionnaire est un industriel ou un commerçant réputé évolué ; à ce titre, c'est beaucoup moins une protection à l'occasion de la signature de son premier contrat dont il a besoin que d'être assuré que celui-ci sera exécuté de bonne foi et en fonction de sa finalité.

La jurisprudence communautaire a rappelé que le contrat de concession devait assurer l'amélioration de la production et de la distribution et donner à l'utilisateur un meilleur service.

L'ordonnance de 1945 a toujours considéré que le contrat de concession, parce qu'il constitue une exception aux règles du refus de vente, doit répondre à certains critères dont le plus important est le meilleur service que cette forme de distribution sélective doit rendre à l'utilisateur.

Comment peut-il en être ainsi quand trop souvent le concédant refuse à son concessionnaire les moyens de rentabiliser son entreprise en lui refusant la distribution d'un produit non concurrent ou bien lui porte atteinte par l'amputation du territoire, la désignation d'un concurrent, la création d'une succursale, voire la vente directe à une certaine catégorie de clientèle.

Le vide législatif est total, la jurisprudence incertaine, voire contradictoire.

Il est urgent alors que les réseaux de concession constituent un élément de concurrence important dans une économie de marché, de leur donner un statut.

Une autre raison impérieuse résulte du phénomène de regroupement des entreprises auquel nous assistons. L'industrie automobile et celle du véhicule industriel en sont les exemples les plus récents. Le concessionnaire est présenté comme un commerçant indépendant responsable de son entreprise. Or, il a été récemment le plus souvent placé devant le fait accompli, sans avoir la possibilité de se reconvertir parce qu'il ignorait les projets de son fournisseur qui, pourtant, le concernaient au premier chef.

Il n'est pas admissible qu'à une époque où la concertation entre employeurs et salariés est non seulement commandée et encouragée par les pouvoirs publics comme constituant un remède aux conflits collectifs du travail mais aussi un élément nécessaire de coopération pour une meilleure amélioration de la production que les concessionnaires qui investissent leurs capitaux propres, qui sont au contact direct avec la clientèle, ne soient pas associés aux décisions qui les concernent directement.

C'est le vide législatif que la proposition de loi ci-après a pour but de combler.

## PROPOSITION DE LOI

### Article premier.

Sont soumis aux dispositions de la présente loi, sauf dispositions contractuelles plus favorables réservées aux concessionnaires, les contrats qui définissent les conditions de vente, de représentation et de services entre fournisseurs, fabricants ou importateurs et leurs distributeurs exclusifs.

### Art. 2.

Si la distribution est assurée par un réseau de concessionnaires, un règlement intérieur sera établi à la diligence du concédant et du réseau réuni en assemblée générale par ses soins pour définir notamment les conditions de coopération et de représentativité du réseau auprès de lui.

### Art. 3.

Les contrats types et leurs avenants éventuels, sauf clause particulière, sont soumis aux représentants qualifiés du réseau et ayant reçu qualité pour les négocier et les accepter.

### Art. 4.

Si le concessionnaire désire représenter un autre produit, il doit en faire la demande écrite préalable au concédant ; ce dernier doit justifier des raisons financières et commerciales de son refus éventuel.

### Art. 5.

Tout refus de renouvellement de contrat ou la résiliation du contrat en cours entraîne, sauf faute grave de concessionnaire, la réparation intégrale du préjudice causé à celui-ci.

### Art. 6.

L'indemnité compensatrice du préjudice subi doit être évaluée en tenant compte notamment de l'ancienneté du contrat, de la clientèle, des investissements effectués, des stocks de marchandises neuves ou d'occasion et des indemnités éventuelles à verser au personnel licencié.

**Art. 7.**

Chaque partie doit à l'autre un préavis conforme aux usages de la profession et en rapport avec la nécessaire reconversion de l'entreprise concessionnaire.

**Art. 8.**

En fin de contrat le concédant doit, si le concessionnaire lui en fait la demande, reprendre le stock en bon état de conservation ainsi que l'outillage spécialisé au prix de facturation sans aucune réfaction.

**Art. 9.**

Toute clause d'attribution de compétence insérée dans les contrats stipulés à l'article 1<sup>er</sup> est nulle de plein droit.

Les parties ont la faculté de saisir de leur différend soit le tribunal du lieu d'exécution du contrat, soit celui du domicile du défendeur.

**Art. 10.**

La présente loi s'appliquera aux contrats en cours dans les six mois de sa promulgation.