

## **Loyauté et liberté : une combinaison bien complexe au sein des relations commerciales !**

**Céline Moille**

Docteur en droit et attachée temporaire d'enseignement et de recherche à l'Université Lumière Lyon 2

03-07-2013

**Des partenaires commerciaux aux besoins antagonistes !** Un réseau de distribution de pneumatiques s'est retrouvé confronté à sa détermination de doter le territoire national de multiples revendeurs et de faire ainsi un maximum de profit. Cependant, la volonté et les attentes du franchiseur ne sont pas nécessairement celles de ses franchisés. La concurrence est rude et l'Union européenne est vigilante !

En l'espèce, courant 2007, la SA *Point S France* a conclu un contrat de réseau avec un partenaire local, la société *Lorraine Pièces Autos*, prise en la personne de son représentant légal, M. Jean-Pierre Oriol. Dans ce contrat, était notamment stipulée une clause d'exclusivité territoriale au profit du franchisé, qui couvrait un secteur de 4,5 km autour de son local commercial.

Dans un courrier en date du 3 décembre 2008, le franchisé informa la SA *Point S France* qu'un autre adhérent de son réseau, l'entreprise *Legros*, entretenait des relations avec un supermarché depuis mai 2000 et réalisait des opérations promotionnelles, sous l'enseigne *Point S*, sur le parking de la grande surface attenante à son local commercial.

Une nouvelle alerte faisant état de cette concurrence à proximité du commerce de M. Oriol a été renouvelée courant août 2009.

À la fin de cette même année, après une détérioration des relations commerciales entre les deux parties, la SA *Point S France* décida de résilier le contrat qui la liait à son franchisé en arguant d'un non-respect de ses obligations contractuelles. La SA *Point S* fixa la date de résiliation de manière unilatérale au 30 décembre 2009, après avoir adressé, le 6 novembre, un premier courrier relatif aux retards de paiement pour un montant 28 813,55 euros.

La clause compromissoire contenue dans le contrat a été mise en œuvre pour dénouer ce conflit et une sentence arbitrale a ainsi été rendue le 21 janvier 2011.

Pour les arbitres saisis du litige, la SA *Point S France* n'aurait pas respecté la clause d'exclusivité prévue dans le contrat de franchise et serait également responsable d'un abus dans la rupture des relations commerciales établies avec son franchisé. La loyauté semble ici faire défaut au franchisé aussi bien aux stades de la formation et de l'exécution du contrat, qu'au stade de la rupture !

**Bacaly n° 3 - Janvier-Juin 2013**

Ainsi, condamnée par les arbitres à verser diverses sommes en réparation à son franchisé, la SA *Point S France* décida d'interjeter appel de la sentence et fonda une grande partie de son argumentation sur le droit de l'Union.

Pour les juges de la cour d'appel, faisant application du droit de l'Union, il s'avère que la SA *Point S France* n'a commis aucune faute contractuelle. Elle n'aurait seulement pas dû rompre de manière aussi brutale le contrat qui la liait avec son franchisé.

Il ressort donc de cette affaire que la loyauté ne se conçoit pas exactement de la même manière, selon que l'on soit devant une juridiction arbitrale ou judiciaire. Pour les juges, cette exigence de loyauté devient beaucoup plus importante au stade de la rupture qu'au stade de la formation et de l'exécution du contrat.

**Des règles européennes tournées vers la liberté des partenaires.** Tout au long de la relation commerciale, *business is business* ! Le franchiseur n'a ainsi aucune obligation d'informer pré-contractuellement son franchisé sur l'existence d'accords passés par d'autres franchisés. En présence d'une prestation occasionnelle, la liberté contractuelle s'avère totale. La cour rappelle alors « que la SA *Point S France* n'avait pas l'obligation contractuelle d'informer Jean-Pierre Oriol préalablement à la signature de son adhésion dans la mesure où les adhérents conservent la liberté de conclure des accords avec d'autres commerçants et où la SA *Point S France* n'a aucun moyen d'empêcher ces accords de fourniture de prestations sauf dans le cas où il s'agirait d'un établissement se livrant à la vente habituelle sous les couleurs de la SA *Point S France* ».

Au regard du droit de l'Union européenne (règlements CE n° 2790/1999 du 22 décembre 1999 et CE n° 1400/2002 du 31 juillet 2002 ; règlements UE n° 330/2010 du 20 avril 2010 et n° 330/2010), un franchiseur n'a normalement pas la possibilité d'organiser son réseau de distribution en répartissant différents territoires pour chacun de ses franchisés car, qui dit exclusivité pour l'un, dit nécessairement restriction pour les autres. En réalité, il s'avère que ces limitations ne sont pas traitées de la même manière, selon qu'il s'agit de ventes dites « actives » ou de ventes dites « passives ».

En effet, par exception, les clauses qui prévoient une exclusivité territoriale sont admises, lorsqu'elles ont pour unique objet de restreindre les ventes « actives » de l'acheteur sur le territoire exclusif. En suivant une analyse *a contrario*, il n'apparaît donc pas possible d'interdire à un distributeur de pratiquer des ventes dites « passives », c'est-à-dire des ventes qu'il n'a pas lui-même provoquées, des demandes non sollicitées, émanant de clients individuels, auxquels les prestations ou la livraison des biens sont cependant offertes.

Ainsi le droit de l'Union, en limitant le champ des exclusivités territoriales et en autorisant les ventes passives pour lesquelles les clients situés hors zone ne sont pas activement sollicités, joue dans ce type de relations commerciales un rôle majeur, en n'encourageant pas les partenaires économiques à agir loyalement entre eux sur un secteur défini. Le droit de l'Union empêche alors un

autre franchisé du même réseau, de s'opposer à cette relation commerciale concurrente et quelque peu déloyale tout de même !

**Un droit interne en attente de loyauté entre les partenaires.** Alors qu'un franchisé peut « impunément » vendre les mêmes produits qu'un autre franchisé de la même enseigne, sur son propre territoire, l'article L. 442-6-I.5° du Code de commerce, en sanctionnant la rupture brutale réalisée sans préavis écrit d'une durée suffisante, semble imposer un minimum de loyauté en fin de relation commerciale. Pour mettre fin à une relation bien établie et se détacher d'un partenaire un peu trop gênant pour les affaires, les choses ne sont pas aussi simples pour le franchiseur. En prenant appui cette fois sur le droit national et non plus uniquement sur le droit de l'Union, la loyauté retrouve tout de même une certaine prestance.

Il ressort finalement de cet arrêt que les contrats peuvent être conclus beaucoup plus facilement qu'ils ne peuvent être défaits. Alors que le droit de l'Union raisonne, semble-t-il, essentiellement en termes économiques, monétaires et sur une échelle territoriale beaucoup plus grande, le droit interne, quant à lui, refuse qu'un partenaire économique sacrifie un de ses contractants afin de ménager sa propre position économique et impose des comportements loyaux.

Arrêt commenté :

CA Lyon, 7 Février 2013, n° 11/00774, JurisData n° 2013-002039