

Contrats de distribution

Les principaux contrats pouvant être conclus avec un intermédiaire commercial indépendant sont :

- le contrat de concession ;
- le contrat de franchise ;
- le contrat d'agence ;
- le contrat de commission ;
- le contrat de courtage.

1. L'information précontractuelle

La personne qui octroie le droit d'utiliser une enseigne commune, un nom commercial commun, un transfert de savoir-faire ou encore une assistance commerciale ou technique dans le cadre d'un partenariat commercial doit fournir à la personne qui le reçoit un document particulier.

Ce document particulier reprend les **dispositions contractuelles importantes** (obligations, exclusivités, mode de calcul de la rémunération, clauses de non concurrence...) ainsi que les **données pour l'appréciation correcte de l'accord de partenariat commercial** (informations complètes sur la personne qui octroie le droit, expérience de partenariat commercial, l'historique et l'état des perspectives du marché, les charges et investissements auxquels s'engage la personne qui reçoit le droit).

En cas de non respect de l'obligation de fournir le document particulier, la personne qui obtient le droit d'exploiter peut invoquer la nullité de l'accord de partenariat commercial dans les 2 ans qui suivent la conclusion de l'accord.

2. Contrat de concession

La concession de vente est un contrat-cadre par lequel une personne (le **concedant**) réserve à une autre (le **concessionnaire**) le droit de vendre, en son propre nom et pour son propre compte, les produits que la première fabrique ou distribue.

Une loi du 27 juillet 1961 régit la **résiliation unilatérale** de certaines concessions de vente à durée indéterminée, à savoir : les concessions exclusives, quasi-exclusives ou qui imposent des obligations importantes au concessionnaire.

En cas de résiliation du contrat à durée indéterminée par le concedant, la loi accorde au concessionnaire un **préavis** raisonnable ou une juste indemnité. C'est la jurisprudence qui a progressivement fixé les paramètres à prendre en considération pour le calcul de ce préavis ou de ces **indemnités**.

La loi accorde également au concessionnaire, à certaines **conditions**, une indemnité complémentaire. Cette indemnité complémentaire se calcule en tenant compte de la plus-value de clientèle apportée, des frais exposés par le concessionnaire en vue de l'exploitation de la concession ou encore les dédits que le concessionnaire doit au personnel qu'il est dans l'obligation de licencier.

La loi est impérative. Ces dispositions sont applicables nonobstant toute **convention contraire** conclue avant la fin du contrat.

Tout ce qui n'est pas réglé par la loi du 27 juillet 1961 l'est par l'application des règles de **droit commun**.

Les contrats à durée déterminée sont soumis au droit commun. Il faut cependant savoir que, lorsqu'une concession de vente à durée déterminée a été **renouvelée à deux reprises**, toute prolongation ultérieure est censée consentie **pour une durée indéterminée**.

Pour le reste, le contrat de concession de vente est, dans certaines conditions, soumis aux règles du **droit européen de la concurrence** (l'article 81 du Traité, le règlement général sur les accords verticaux, le règlement sur la distribution automobile) ou au **droit belge de la concurrence** (la loi du 5 août 1991 sur la protection de la concurrence économique).

Ces règles de concurrence interdisent notamment les accords de distribution ayant pour objet ou pour effet d'imposer un prix de revente ou de cloisonner les marchés.

3. Contrat de franchise

La franchise est le contrat qui lie une entreprise (le **franchiseur**) propriétaire d'une marque ou d'une enseigne, à un ou plusieurs commerçants indépendants (les **franchisés**). En contrepartie d'une rémunération, le franchiseur met à la disposition du franchisé cette marque ou cette enseigne, ses produits, son savoir-faire et une assistance technique.

La franchise peut porter sur la distribution de produits : le franchiseur est alors soit un producteur qui écoule ses produits par l'intermédiaire d'un franchisé, soit une centrale d'achat qui revend des produits sous sa marque à un franchisé. **La franchise peut également porter sur des services** : dans ce second cas, le franchiseur met au point une méthode ou une technique spécifique de prestation de services et il autorise le franchisé à utiliser celle-ci.

Lorsque la franchise porte sur la distribution de produits, le franchisé se trouve dans une situation assez semblable à celle du concessionnaire : il vend également en son nom et pour son compte et assume donc les risques de la distribution. La différence avec le contrat de concession est que le franchisé fait partie du réseau de vente uniformisé du franchiseur et qu'il applique le savoir-faire ou les méthodes de vente particulières mises au point par le franchiseur.

En Belgique, le contrat de franchise ne fait l'objet d'aucune réglementation spécifique. C'est donc le **droit commun** des contrats et notamment le principe d'exécution de bonne foi des conventions qui s'applique. Il faut toutefois signaler que, pour une partie de la doctrine et de la jurisprudence, la loi du 27 juillet 1961 sur les concessions exclusives de vente de produits pourrait, le cas échéant, être d'application.

Tout comme le contrat de concession, le contrat de franchise est soumis, dans certaines conditions, aux règles du **droit communautaire de la concurrence** (l'article 81 du Traité et le règlement général sur les accords verticaux) ou au **droit belge de la concurrence** (la loi du 5 août 1991 sur la protection de la concurrence économique).

En vertu de ces règles de concurrence, sont notamment interdits les accords de distribution qui ont pour objet d'imposer un prix de revente ou de cloisonner les marchés.

4. Contrat d'agence

Le contrat d'agence commerciale est le contrat par lequel l'une des parties, l'**agent commercial**, est chargée de façon permanente et moyennant rémunération par l'autre partie,

le **commettant**, sans être soumise à l'autorité de ce dernier, de la négociation et éventuellement de la conclusion d'affaires au nom et pour le compte du commettant.

Ce type de contrat est régi par la loi du 13 avril 1995 relative aux contrats d'agence commerciale.

Cette loi vise à accorder à l'agent commercial indépendant un **statut** qui assure sa protection. La plupart de ses dispositions ont un caractère impératif, ce qui signifie que les parties liées au contrat ne peuvent y déroger.

Ce caractère impératif concerne notamment les dispositions relatives au droit à la **commission** et à son paiement, au délai de **préavis** minimum, à l'**indemnité d'éviction** ainsi qu'à la clause de **non concurrence** après la cessation du contrat.

Le droit de l'agent à une indemnité d'éviction, destinée à compenser la **perte de la clientèle**, constitue l'un des principaux acquis de cette loi.

L'agent a droit à cette indemnité lorsque le commettant met fin à son contrat (pour un motif autre qu'un manquement grave ou des circonstances exceptionnelles) et que l'agent a apporté de nouveaux clients au commettant ou a développé sensiblement les affaires avec la clientèle existante, pour autant que cette activité doive encore procurer des avantages substantiels au commettant.

5. Contrat de commission

Le contrat de commission se définit comme la convention par laquelle une personne, appelée "**commissionnaire**", s'engage, moyennant une rémunération, à accomplir en son nom, mais pour le compte d'un autre, le "**commettant**", une ou plusieurs opérations juridiques qui intéressent la circulation juridique des biens.

Ce contrat ne peut être confondu avec le contrat d'agence commerciale : alors que l'agent commercial agit exclusivement pour compte du commettant, le commissionnaire intervient en son nom, mais pour le compte d'un commettant dont l'**identité** reste en principe **ignorée** des tiers.

Un commissionnaire est notamment le commerçant qui se charge de vendre des marchandises qui lui ont été remises à titre de dépôt, moyennant le paiement d'une **commission** sur les ventes.

Le contrat de commission est seulement régi par les règles du **Code civil**. Ayant quelque peu disparu, il connaît à nouveau un certain succès auprès des entreprises qui veulent écouler leurs produits sans tomber dans le champ d'application des lois protectrices des agents commerciaux et des concessionnaires.

Ne restez pas seul avec vos questions ! Nos conseillers peuvent vous aider en cette matière. Devenir membre de l'UCM, c'est vous ouvrir l'accès à une panoplie de privilèges, dont notamment des conseils juridiques, des conseils fiscaux, un abonnement à Union & Actions... Devenir membre de l'UCM, c'est aussi se joindre à 30.000 membres qui comme vous appuient la défense et la représentation des indépendants.
Affiliez-vous. Plus d'info sur www.ucm.be/avantages

Déjà affilié ?
070/24.69.00