

Lettre Vitivinicole

Octobre 2017

1. RESEAU DE DISTRIBUTION

1.1 Agence commerciale

Pas de pouvoir de négocier pour l'agent : pas d'indemnité !

(CA Paris, 28 septembre 2017, n°15/17734)

En fin de relation avec une société de négoce de vins, une agence de représentation se prévaut du statut d'agent commercial pour obtenir une indemnité compensatrice de fin de contrat.

Pour ce faire, et en l'absence de contrat écrit, elle produit un récapitulatif de commissions ainsi que différents courriers portant mise en demeure de payer lesdites commissions ; ces preuves ne concernent qu'un seul client.

Rappelons qu'en principe le fait que l'intermédiaire ne prospecte et ne négocie qu'avec un seul client n'exclut pas a priori le statut d'agent commercial.

Il lui appartient néanmoins de prouver qu'il était « *chargé, de façon permanente, de négocier et, éventuellement, de conclure des contrats de vente (...) au nom et pour le compte de producteurs, d'industriels, de commerçants ou d'autres agents commerciaux* ».

En l'espèce, la Cour considère que ces conditions ne sont pas justifiées. Au contraire, le mandant démontre qu'il s'agissait de l'un de ses clients historiques et qu'il avait fait appel à l'agence uniquement parce qu'elle venait d'être créée par l'ancien directeur général dudit client ; l'objectif étant de

maintenir les relations commerciales privilégiées préexistantes.

Ainsi, pour la Cour l'agence ne faisait qu'intervenir aux côtés du mandant et de ses salariés et ne disposait d'aucune « *capacité à négocier librement les contrats au nom et pour le compte de son mandant* ».

En l'absence de preuve de négociation, cet intermédiaire ne peut donc bénéficier du statut spécifique d'agent commercial dès lors qu'il a pu intervenir aussi bien « *en qualité de courtier ou d'apporteur d'affaires* » (lequel se contente de mettre en rapport vendeur et acheteur pour faciliter les transactions sans pouvoir de représentation).

L'indemnité n'est en conséquence pas due par le mandant.

→ *En pratique : il appartient à toute entreprise faisant appel à un intermédiaire de conclure un contrat écrit qui, outre, la clarification des obligations de chacun, correspondra à la réalité des relations et des pouvoirs confiés. La qualification de « contrat d'agent commercial », souvent retenue de façon hâtive par la pratique, peut s'avérer en effet pénalisante lorsque le mandant conserve les pouvoirs de négociation et de conclusion des contrats.*

Rupture fautive du contrat par le mandant en l'absence de respect des stipulations contractuelles

(CA Bordeaux, 13 septembre 2017, n°16/03350)

Un prestigieux producteur de vins d'appellation Médoc met un terme au contrat conclu avec un agent commercial qui

Lettre Vitivinicole

prospectait pour lui au Royaume Unis et qui lui avait permis de développer ses ventes auprès d'un importateur important.

Cette rupture était justifiée par l'absence de prospection d'autres clients que l'importateur, la baisse des commandes, le défaut de réédition de compte et donc par les fautes de l'agent.

Cette rupture est contestée par l'agent qui assigne son ancien mandant en réparation du préjudice subi considérant que le contrat l'obligeait, avant toute rupture, à lui notifier une mise en demeure de s'exécuter et à lui permettre de « réparer » la violation du contrat dans les 60 jours.

Cet argument est retenu par les premiers juges qui condamnent le mandant au paiement des indemnités compensatrices de fin de contrat et de préavis.

Devant la Cour d'Appel, le mandant prétend au contraire que les fautes reprochées (le fait de désertier la relation avec le seul client démarché notamment) ne pouvaient être réparées rétroactivement ; elles étaient en réalité trop graves.

La Cour ne retient pas cette analyse et confirme le jugement de première instance en considérant que l'agent pouvait remédier à cette violation dans les 60 jours après avoir été mis en demeure conformément au contrat.

1.2 Rupture brutale des relations commerciales établies

RAPPEL : Sauf à démontrer une faute, la responsabilité d'un partenaire commercial

peut être engagée dès lors qu'il rompt brutalement, même partiellement, une relation commerciale établie, sans octroyer à son partenaire un préavis écrit tenant compte, notamment, de la durée de la relation commerciale.

Modification substantielle de la relation commerciale et rupture brutale

(CA Paris, 13 septembre 2017, n°14/13828)

Une société de production et de commercialisation de vins confie le développement de ses ventes auprès de la grande distribution à un agent commercial personne physique.

Au fil du temps celui-ci va exercer son action via une société créée à cet effet puis devenir acheteur/revendeur des vins (distributeur) se rémunérant sur la marge qu'il fixe librement et non plus via des commissions.

Constatant une baisse drastique des commandes, le producteur informe son partenaire avoir embauché une attachée commerciale pour démarcher les clients de la grande distribution.

Le distributeur considère de son côté qu'il s'agit d'une rupture brutale des relations commerciales et assigne la société pour qu'elle l'indemnisse à hauteur de dix-huit mois de perte de marge brute.

La Cour accueille cette demande considérant que l'embauche de ce commercial représente une modification substantielle des relations, ce d'autant que même en l'absence de contrat écrit, des courriers échangés faisaient apparaître une exclusivité au bénéfice de l'agent sur ces clients.

Lettre Vitivinicole

En conséquence, la rupture brutale était imputable au producteur.

Afin de fixer la durée du préavis, la Cour va prendre en compte l'entièreté de la relation incluant donc les relations d'agence commerciale (ce qui est pour le moins critiquable) et celle au titre de l'achat/revente.

En l'absence de démonstration d'un état de dépendance économique de la victime, le juste préavis qui aurait dû être accordé est évalué à 10 mois, soit un préjudice de 40 894 euros correspondant à la perte de la marge brute pendant cette durée.

Tribunal compétent

(Cass., Com., 20 septembre 2017, n°16-14.812)

Une société belge qui conçoit et fabrique du matériel agricole était en relation avec un distributeur français pendant sept ans. Les parties n'avaient pas conclu de contrat et n'avaient donc pas choisi le droit applicable et le tribunal compétent en cas de litige.

Le fournisseur met fin aux relations commerciales sans préavis.

Le distributeur l'assigne devant le Tribunal de Commerce de Paris en réparation du préjudice subi considérant que la rupture brutale d'une relation commerciale établie, sans préavis écrit, engage la responsabilité délictuelle de son auteur.

Le distributeur soutient en effet que le Tribunal compétent est celui du lieu où le fait dommageable s'est produit ou risque de se produire (règle applicable en matière délictuelle); en l'espèce Paris où le distributeur évincé est établi.

Avant de se défendre sur le fond, le fabricant va soulever l'incompétence des juridictions françaises.

Cette incompétence est retenue aussi bien par le Tribunal de Commerce que la Cour d'Appel de Paris dès lors qu'il s'agit d'un litige international ayant trait au contrat de vente; le Tribunal compétent est celui du lieu de livraison des marchandises (Article 7, Règlement UE 1215/2012 du Parlement Européen et du Conseil du 12 Décembre 2012).

Le distributeur français forme un pourvoi en cassation considérant qu'en l'absence de contrat cadre, son action était fondée sur la rupture brutale des relations commerciales et non sur « une rupture des relations contractuelles ».

En conséquence, le tribunal compétent ne dépendrait pas du lieu de la livraison des marchandises (règle applicable en matière de contrat de vente) mais bien du lieu où le fait dommageable s'est produit (règle applicable en matière délictuelle). Ce raisonnement bien que conforme à la jurisprudence française ne convainc plus la Cour de Cassation.

Cette dernière se réfère désormais à la position récemment adoptée par la Cour de Justice de l'Union Européenne (CJUE 14 juillet 2016 aff. C-196/15 Granolo SpA c. Ambroisi Emmi France SA) selon laquelle « une action indemnitaire fondée sur une rupture brutale de relations commerciales établies de longue date ne relève pas de la matière délictuelle ou quasi délictuelle, au sens de ce règlement, s'il existait, entre les parties, une relation contractuelle tacite reposant sur un faisceau d'éléments concordants, parmi lesquels sont

Lettre Vitivinicole

susceptibles de figurer, notamment, l'existence de relations commerciales établies de longue date, la bonne foi entre les parties, la régularité des transactions et leur évolution dans le temps exprimée en quantité et en valeur, les éventuels accords sur les prix facturés et/ou sur les rabais accordés, ainsi que la correspondance échangée ».

Tel est le cas en l'espèce, la correspondance échangée démontrant que pendant sept années le fournisseur a livré du matériel agricole à son distributeur; la relation contractuelle tacite ainsi caractérisée justifie la compétence des Tribunaux Belges, lieu de livraison de la marchandise.

→ *En pratique* : Cette « contractualisation » nouvelle de l'action en rupture brutale des relations commerciales établies devrait inciter les parties à envisager à l'international et dès le stade des négociations, outre le droit applicable, les Tribunaux compétents en cas de litige. En l'absence de contrat cadre, une clause attributive de compétence pourrait figurer sur les conditions générales de vente, factures, devis, bons de commande, de livraison afin de la rendre opposable.

2. MARQUES

RAPPEL : Le titulaire d'une marque peut s'opposer à l'enregistrement d'une marque qui reproduirait ou imiterait sa marque, pour des produits identiques ou similaires, dans les deux mois à compter de la publication à l'INPI de cette dernière.

CLICK UP / UP ! : Pour le Directeur de l'INPI, le signe contesté « UP ! » peut être adopté pour des véhicules et des tracteurs sans porter atteinte à la marque antérieure « CLICK UP » déposée par un grand fabricant allemand pour désigner, notamment, des tracteurs et des véhicules. En effet, nonobstant le fait que les signes aient en commun le terme « UP », les signes différents par leurs longueurs (un terme et deux termes), leurs structures, leurs rythmes, leurs sonorités d'attaque. En outre, le terme « Click », distinctif s'agissant de véhicule, apparaît tout autant perceptible que le terme « up » ce qui écarte le risque de confusion sur l'origine des marques malgré l'identité des produits et services en cause (OPP 17-1593, 11 octobre 2017).

VIGNOLE ABEILLE / L'ABEILLE : la marque complexe contestée « L'ABEILLE » ne peut être déposée pour des vins d'appellation d'origine protégée eu égard à la marque « VIGNOLE ABEILLE » déposée pour des vins dès lors qu'il existe entre les deux signes des ressemblances visuelles, phonétiques et intellectuelles de par la référence à une abeille sous une forme verbale et figurative; abeille parfaitement distinctive au regard des produits en cause. Enfin, la présence d'éléments figuratifs ornementaux (dessin de trois abeilles dans la marque en cause), n'altère en rien les éléments de ressemblances immédiatement perceptibles par le consommateur (OPP 17-1136, 20 septembre 2017).



/ : La marque première complexe « CHIANTI CLASSICO DAL 1716 »

Lettre Vitivinicole

1716 » appartenant à une maison italienne de vins CHIANTI ne fait pas échec à l'enregistrement de la marque figurative seconde pour du vin et les activités de distribution et de négoce y afférents. En effet, les points communs entre les deux présentations de coqs (tournure vers la gauche, bec, crête, pattes, barbillons visibles, queue imposante avec le détail des plumes) ne sont pas suffisants à créer un risque de confusion en ce que ces éléments ne sont que de simples caractéristiques du coq. Au contraire, les éléments de différence (*coq représenté bec fermé, tête droite, pattes posées à plat sur le sol et en couleur dorée, les plumes représentées de façon contrastée, très stylisée et très détaillée, alors que le coq de la marque antérieure est de couleur noire unie, possède une tête inclinée vers le haut, un bec ouvert, un barbillon très marqué, une longue crête comportant de nombreuses dentelures et des ergots très visibles et pointant vers le bas, le tout présenté sur un fond blanc et entouré d'un épais cercle rouge*) confèrent aux signes en présence une physionomie bien distincte et la marque seconde peut donc être adoptée (OPP 17-1477, 04 aout 2017).

CHATEAU NEUF DU PAPE CONTROLE / CHATEAU NEUF DU PAPE APPELLATION CONTROLEE : Deux syndicats de producteurs de vins d'appellation château neuf du pape s'opposent s'agissant de leurs marques figuratives « *château neuf du Pape contrôlé* » et « *Château neuf du pape appellation contrôlée* ». A l'appui de son recours contre la décision du Directeur de l'INPI le déposant de la marque seconde fait valoir, notamment, que nul ne peut se prévaloir à des droits exclusifs sur les armoiries pontificales utilisés depuis un Décret de 1937 pour de nombreux vins de l'appellation Château neuf du pape de

sorte que les clefs et tiares ne ne sont pas distinctives. Cet argument ne convainc pas la Cour d'Appel d'Aix en Provence qui estime que les signes sont constitués quasiment des mêmes mots, concernent des vins identiques le tout ornementé des mêmes armes de la papauté. Sur ce point, la Cour précise que le Décret de 1937 invoqué a été abrogé de sorte que l'appellation contrôlée Châteauneuf du pape n'intègre plus nécessairement ces éléments. L'impression visuelle d'ensemble dégagée par les deux signes entraîne en conséquence un risque de confusion entre ces derniers pour le consommateur et le public d'attention moyenne ne les ayant pas simultanément sous les yeux, et c'est donc à juste titre que le Directeur General de l'I.N.P.I. a reconnu justifiée l'opposition (CA d'Aix en Provence, 21 septembre 2017, n°16/21227).

→ *En pratique* : ces décisions rappellent la nécessité de procéder à une recherche d'antériorité préalable à tout dépôt de marque ; le choix de termes et éléments figuratifs distinctifs, si possible étrangers à l'univers du vin et originaux, devra être privilégié.

3. FORMATION ET EXECUTION DES CONTRATS : CONFORMITE ET RESPONSABILITE PRODUITS

L'incendie d'une presse à fourrage est imputable à l'acheteur qui n'a pas respecté les préconisations du cahier d'entretien
(CA Nancy, 11 septembre 2017, n°16/01118)

Un distributeur a vendu une presse à fourrage à une entreprise agricole. Cette dernière ayant été détruite par un incendie qui s'est déclaré à l'occasion de son fonctionnement, l'assureur

Lettre Vitivinicole

de l'entreprise assigne le fabricant de la machine en faisant valoir que le dommage était dû à un vice de conception non détectable par l'acheteur.

Etait en cause, plus précisément, le choix du plastique comme matériau pour fabriquer la cage dans laquelle se situe le roulement à billes qui équipe les rouleaux de la machine, le choix du métal ayant été plus judicieux.

En défense, le fabricant fait valoir que la presse litigieuse n'a pas fait l'objet d'une révision et d'un contrôle annuel contrairement aux prescriptions très claires du carnet d'entretien qui avait été remis à l'acheteur.

L'expert judiciaire, relevant que l'historique de l'entretien ne démontrait pas que les roulements avaient fait l'objet d'un contrôle régulier, en déduit que l'incendie est dû à un manquement imputable à l'acheteur.

Ce dernier aurait dû en effet respecter le carnet d'entretien.

La Cour fait sienne les conclusions de l'expert et rejette donc les demandes de l'entreprise.

- *En pratique : le fabricant doit apporter une attention particulière à la rédaction de manuels et guides d'entretien et conserver la preuve de la remise de tels documents (en mettant par ailleurs cette obligation à la charge de ses éventuels distributeurs). De son côté, le client victime doit conserver les preuves de ce que des contrôles et entretiens ont été régulièrement effectués sur le matériel.*

4. LES ETATS GENERAUX DE L'ALIMENTATION

Les États généraux de l'alimentation s'articulent autour de deux chantiers : le premier consacré à la création et à la répartition de la valeur, le second portant sur une alimentation saine, sûre, durable et accessible à tous.

Se sont terminées fin septembre les discussions du premier chantier et plus particulièrement les débats relatifs aux ateliers 5 et 7 ayant respectivement pour objectif « *de rendre les prix d'achat des produits agricoles plus rémunérateurs pour les agriculteurs* » et « *d'améliorer les relations commerciales et contractuelles entre les producteurs, les transformateurs et les distributeurs* ».

Plusieurs propositions ont été avancées comme la revalorisation du seuil de revente à perte (prix en dessous duquel un distributeur ne peut pas vendre les produits), l'encadrement des promotions, la définition du prix abusivement bas et surtout la construction d'un prix de vente plus juste pour les agriculteurs calculé en fonction des coûts de revient et de production.

Le 12 octobre 2017, à l'occasion de son discours de « Rungis », le Président de la République, Emmanuel Macron, a mis en avant un axe d'amélioration présenté majeur : l'inversion de la reconstruction des prix en redonnant la main aux agriculteurs dans la négociation commerciale. A cet égard, le Président préconise « *la mise en place d'une contractualisation renouée avec un contrat qui serait proposé par les agriculteurs et non plus par les acheteurs* ».

Lettre Vitivinicole

A cet effet, les moyens de l'Observatoire des Prix et de la DGCCRF devraient être renforcés. Les agriculteurs sont également invités à se regrouper pour commercialiser leurs produits et peser dans les négociations auprès de la grande distribution.

Afin d'articuler les questions de concurrence et les risques d'entente (cf. par exemple : les affaires dans le secteur des vins, des endives et du fromage), l'Autorité de la Concurrence pourrait être saisie pour clarifier le cadre dans lequel les filières agricoles pourront « *organiser ces discussions, réguler les volumes, réguler davantage les prix et protéger les équilibres en présence* ».

Le Président a précisé qu'une ordonnance devrait être adoptée au premier semestre de 2018. Ces nouvelles mesures ne seraient donc pas applicables aux négociations commerciales de 2018, le Gouvernement invitant néanmoins d'ores et déjà les acteurs à entamer des négociations qui « *puissent refléter l'esprit de la loi* ».

Quant à l'encadrement des promotions et à la revalorisation du seuil de revente à perte, critiquées par Michel Edouard Leclerc et les associations de consommateurs, le Président s'estime « *favorable afin que le juste revenu aux producteurs soit garanti et qu'une qualité supérieure des produits* ».

Sur la question de l'encadrement des promotions, rappelons que les avantages promotionnels accordés par les fournisseurs de certains produits agricoles (fruits et légumes destinés à être vendus à l'état frais au consommateur, viandes fraîches, congelées, œufs, miels, lait, produits laitiers etc..) ne peuvent dépasser 30% de la valeur du barème des prix unitaires, frais de gestion

compris (Article L441-7, alinéa 9, C.Com). Un nouveau plafond pourrait ainsi être adopté.

Nous resterons donc attentifs aux avancées de ces discussions, qui peuvent être suivies via le site <https://www.egalimentation.gouv.fr/>, et qui pourraient faire évoluer les pratiques de négociation et de contractualisation.

Aymeric LOUVET

Avocat - Gérant

alouvet@klybavocats.fr

Audrey Freeman

Avocat collaborateur

afreeman@klybavocats.fr

www.klybavocats.fr

KLYB AVOCATS

1401, Av. du modial 98

Imm. Oxygène Bât. B

34 000 MONTPELLIER

Tel : 04 67 20 70 70

Port : 06 85 11 56 73