jurisprudence

— Distribution commerciale

écificités des franchises, conditions de compatibilité ec les dispositions de l'article 85, paragraphe 1er, du ité C.E.E.

ans l'arrêt reproduit ci-desous du 28 janvier 1986 de la Cour de Justice Communautés européennes, il a été admis en réponse aux questions mises à la Cour par une juridiction nationale en application de l'article du traité instituant la Communauté européenne, que notamment un ntrat de franchise de distribution peut être compatible avec les règles de oit européen de la concurrence aux conditions que détermine, dans le cas spèce, l'arrêt précité, nonobstant le fait que cette catégorie de contrat ntre pas dans le champ des dispositions du règlement n° 67/67 C.E.E. du mars 1967 (J.O.C.E., n° 57 du 25 mars 1967) prévoyant l'exemption de égories de contrats, à l'application des dispositions de l'article 85, paraphe 1er du traité C.E.E., déclarant incompatibles avec le marché commun et interdits tous accords entre entreprises, toutes décisions d'associations d'entreprises et toutes pratiques concertées qui entrant dans les conions prévues par ce texte, sont déclarés nuls de plein droit.

Affaire 161/84, Pronuptia

droit :

. Par ordonnance du 15 mai 1984, rvenue à la Cour le 25 juin suint, le Bundesgerichtshof a posé, vertu de l'article 177 du traité E.E., plusieurs questions relatives 'interprétation de l'article 85 du ité C.E.E. et du règlement 37/67 de la Commission, du 22 rs 1967, concernant l'application l'article 85, paragraphe 3, à des égories d'accords d'exclusivité O. 1967, p. 849) afin que soit exné si ces dispositions sont appliles aux contrats de franchise.

. Ces questions ont été soulevées ns le cadre d'un litige entre la Soté Pronuptia de paris GmbH de ancfort-sur-le-Main (ci-après le nchisseur), filiale d'une société nçaise du même nom, et Mme hillgalis de Hambourg qui exite un commerce sous le nom onuptia de Paris (ci-après le franisé) litige qui porte sur l'obligan du franchisé de payer au franchiseur des arriérés de redevances sur son chiffre d'affaires des années 1978 à 1980.

3. La société-mère française du franchiseur distribue sous la marque « Pronuptia de Paris » des robes de mariée et d'autres vêtements portés à l'occasion de mariages. En République fédérale d'Allemagne, la distribution de ces produits est assurée soit dans des magasins exploités directement par sa filiale, soit dans des magasins appartenant à des détaillants indépendants qui sont liés à elle par des contrats de franchise conclus en son nom par sa filiale, agissant en même temps en son nom propre.

4. Par trois contrats qui ont été signés le 24 février 1980, le franchisé a obtenu une franchise pour trois zones distinctes, celle de Hambourg, d'Oldenbourg et de Hanovre. Ces trois contrats sont rédigés en termes pratiquement identiques. Ils comportent plus précisément les dispositions suivantes.

5. Le franchiseur :

– accorde au franchisé pour un certain territoire, qui est délimité dans une carte annexée au contrat, le droit exclusif à l'utilisation du signe Pronuptia de Paris en vue de la vente de ses produits et de ses services ainsi que le droit d'effectuer de la publicité dans ce territoire ;

– s'engage à n'ouvrir aucun autre magasin Pronuptia dans le territoire en question et à ne fournir aucun produit ou service à des tiers dans ce territoire ;

– s'engage à assister le franchisé en ce qui concerne les aspects commerciaux et publicitaires de son commerce, l'aménagement et la décoration du magasin, la formation du personnel, des techniques de vente, la mode et les produits, l'achat, le marketing et, de manière générale, pour tout ce qui, d'après son expérience, pourrait contribuer à améliorer le chiffre d'affaires et la rentabilité du commerce du franchisé.

6. Le franchisé, qui reste seul propriétaire de son commerce et en assume les risques est tenu :

– de ne vendre les marchandises en utilisant le nom commercial et la marque Pronuptia de Paris que dans le magasin spécifié dans le contrat, lequel doit avoir été aménagé et décoré principalement pour la vente d'articles de mariage, selon les indications du franchiseur, dans le but de mettre en valeur l'image de marque de la chaîne de distribution Pronuptia et ne peut être transféré à un autre emplacement ou transformé qu'avec l'accord du franchiseur ;

– d'acheter auprès du franchiseur 80 % des robes et accessoires de mariée ainsi qu'une proposition à déterminer par le franchiseur lui-même de tenues de cocktail et de réception et à ne s'approvisionner pour le reste qu'auprès de fournisseurs agréés par le franchiseur ;

13.

– de payer au franchiseur, en contrepartie des avantages consentis, un droit d'entrée unique pour le territoire contractuel de 15 000 DM et, pendant toute la durée du contrat, une redevance égale à 10 % de l'ensemble du chiffre d'affaires réalisé par la vente de produits Pronuptia ou de toutes autres marchandises, les tenues de soirée achetées auprès d'autres fournisseurs que Pronuptia n'étant cependant pas soumises à cette redevance ;

– de considérer, sans préjudice de sa liberté de fixer lui-même ses prix de revente, les prix proposés par le franchiseur comme des recommandations pour la revente ;

– de ne mener de publicité dans le territoire concédé qu'avec l'accord du franchiseur, et, en toute hypothèse, d'aligner cette publicité sur celle effectuée au plan international et national par le franchiseur, de diffuser de la façon la plus consciencieuse possible les catalogues et autres supports publicitaires fournis par le franchiseur, et de manière générale, d'appliquer les méthodes commerciales qui lui sont communiquées par le franchiseur ;

– de s'assigner pour objectif principal la vente d'articles de mariage ;

– de s'abstenir de tout acte de concurrence avec un commerce Pronuptia, et en particulier de ne pas ouvrir un commerce ayant un objet identique ou similaire à celui exercé dans le cadre du contrat ni de participer, directement ou indirectement, à un tel commerce, dans le territoire de la République fédérale d'Allemagne, y compris Berlin (Ouest) ou dans un territoire où Pronuptia est représentée d'une manière quelconque, et ce tant pendant la durée du contrat que pendant une période d'un an après la fin de celui-ci ;

– de ne céder à des tiers ni les droits et obligations résultant du contrat ni son commerce sans accord préalable du franchiseur, étant entendu que celui-ci marquera son accord si la cession intervient pour des raisons de santé et si le nouveau contractant établit sa solvabilité et prouve qu'il n'est pas, sous quelque forme que ce soit, un concurrent du franchiseur.

7. Condamné en première instance au paiement de 158 502 DM au titre d'arriérés de redevances sur son chiffre d'affaires des années 1978 à 1980, le franchisé a interjeté appel de ce jugement devant l'Oberlandesgericht de Francfort-sur-le-Main, en faisant valoir, pour échapper au paiement de ces arriérés, que les contrats en cause violaient l'article 85, paragraphe 1er, du traité et ne bénéficiaient pas de l'exemption par catégorie accordée aux accords d'exclusivité par le règlement n° 67/67 précité de la Commission. Par arrêt du 2 décembre 1982, l'Oberlandesgericht a fait droit à l'argumentation du franchisé. Il a jugé que les engagements d'exclusivité réciproque constituaient des restrictions de la concurrence à l'intérieur du marché commun, le franchiseur ne pouvant approvisionner aucun autre commerçant dans le territoire sous contrat et le franchisé ne pouvant acheter et revendre d'autres marchandises en provenance d'autres Etats membres que de manière limitée. Ne bénéficiant pas d'une exemption au titre de l'article 85, paragraphe 3, ces contrats devaient, selon lui, être considérés comme nuls en vertu de l'article 85, paragraphe 2. Sous le rapport de l'exemption, l'Oberlandesgericht a estimé en particulier qu'il n'était pas nécessaire pour lui de décider si les contrats de franchise sont exclus par principe du champ d'application du règlement n° 67/67, précité, de la Commission. En effet, selon l'Oberlandesgericht, les contrats en cause comportent en toute hypothèse des engagements qui vont au-delà de ceux décrits dans l'article 1er de ce règlement et qui sont constitutifs de restrictions de la concurrence non couvertes par l'article 2.

8. Le franchiseur a introduit contre cet arrêt un pourvoi en révision devant le Bundesgerichtshof en concluant au maintien du jugement rendu en première instance. Le Bundesgerichtshof a estimé que la décision à prendre sur le pourvoi en révision dépendait de l'interprétation du droit communautaire. Il a, en conséquence, demandé à la Cour de statuer à titre préjudiciel sur les questions suivantes :

« 1. L'article 85, par. 1, du traité C.E.E. est-il applicable aux contrats de franchise, tels que les contrats entre les parties au litige, ayant pour objet l'application d'un système de distribution particulier dans lequel le franchiseur cède au franchisé non seulement les marchandises, mais aussi le nom commercial, la marque, des marques non déposées sur des marchandises et d'autres prestations de service ?

2. En cas de réponse affirmative à la question n° 1, le règlement n° 67/67/ C.E.E. de la Commission du 22 mars 1967 concernant l'application de l'article 85, par. 3, du traité à des catégories d'accords d'exclusivité, est-il applicable à de tels contrats ?

3. En cas de réponse affirmative à la question n° 2 :

a) Le règlement d'exemption par catégorie est-il également applicable dans le cas où participent d'un côté au contrat plusieurs entreprises juridiquement autonomes mais économiquement liées entre elles, qui forment au regard du contrat une entité économique ?

b) Le règlement d'exemption par catégorie, et notamment son article 2, par. 1, c), recouvre-t-il l'obligation incombant au franchisé de ne faire de la publicité qu'après approbation du franchiseur, en accord avec la publicité de celui-ci et en utilisant le matériel publicitaire mis à sa disposition par le franchiseur, et en général d'appliquer les méthodes commerciales du franchiseur ? Le fait que le matériel publicitaire du franchiseur mentionne des prix indicatifs est-il important dans ce contexte ?

c) Le règlement d'exemption par catégorie, et notamment ses article 1, par. 1, b), 2, par. 1, a) et 2, par. 2, b), recouvre-t-il l'obligation incombant au franchisé de distribuer les produits visés au contrat exclusivement ou au moins en majeure partie dans un local commercial précis, spécialement aménagé à cet effet ?

d) Le règlement d'exemption par catégorie, et notamment son article 1, par. 1, b), recouvre-t-il l'obligation incombant au franchisé, tenu principalement de s'approvisionner exclusivement auprès du franchiseur, de ne s'approvisionner, pour la part « libre » des produits visés au contrat, qu'auprès de fournisseurs agréés par le franchiseur ?

e) Le règlement d'exemption par catégorie admet-il l'obligation incombant au franchiseur de soutenir le franchisé en matière commerciale, publicitaire et professionnelle ? »

Sur la première question

9. La société Pronuptia de Paris GmbH de Francfort-sur-le-Main, le franchiseur, a fait valoir qu'un sys-

tème de contrats de franchise permet de combiner les avantages d'une forme de distribution qui se présente de façon homogène vis-à-vis de l'extérieur (telle que les filiales) avec la distribution par des revendeurs indépendants assumant eux-mêmes le risque de la vente. Constitué d'un réseau d'accords verticaux qui visent à garantir la présentation uniforme vis-à-vis de l'extérieur, ce système de contrats renforcerait la capacité concurrentielle du franchiseur au plan horizontal, c'est-à-dire à l'égard d'autres formes de distribution. Il rendrait possible pour une entreprise qui ne disposerait pas autrement des moyens financiers nécessaires, la mise en place d'un réseau de distribution supra-régional, réseau auquel participeraient, en qualité de franchisées, de petites entreprises dont l'autonomie serait préservée. Au vu de ces avantages, l'article 85, paragraphe 1er, ne s'appliquerait pas lorsque les contrats de franchise ne comportent pas de restrictions à la liberté des parties contractantes dépassant celles qui découlent de la nature d'un système de franchise. Des obligations exclusives de livraison et d'approvisionnement, dans la mesure où elles visent à assurer des assortiments uniformes, des obligations de publicité homogène et d'aménagement uniforme des locaux commerciaux et l'interdiction de vendre dans d'autres magasins les marchandises livrées dans le cadre du contrat, seraient inhérentes à la nature même du contrat de franchise et échapperaient à l'application de l'article 85, paragraphe 1er.

10. Mme Schillgalis, le franchisé, suggère de répondre par l'affirmative à la question posée. Les contrats litigieux se caractériseraient par la protection territoriale accordée au franchisé. Ils ne sauraient être assimilés à des contrats avec des représentants de commerce, étant donné qu'à la différence de ces derniers, les franchisés agissent en leur nom et pour leur propre compte et assument les risques de la vente. Le système du contrat de franchise en cause entraînerait des restrictions sensibles de la concurrence, eu égard au fait que Pronuptia est, comme elle le proclame elle-même, le leader mondial français des robes et accessoires de mariée.

11. Le gouvernement français expose, pour sa part, que l'article 85, paragraphe 1er, est susceptible de s'appliquer aux contrats de franchise qui sont des accords portant sur la distribution d'un produit conclus avec des négociants indépendants, mais ne s'y applique pas nécessairement, eu égard aux aspects positifs de ces contrats.

12. La Commission souligne que le champ d'application de l'article 85, paragraphe 1er, n'est pas limité à certains types de contrats, ce dont elle déduit que lorsque ses conditions sont réunies, l'article 85, paragraphe 1er, s'applique également à des contrats qui, outre la livraison de marchandises, ont pour objet la cession d'un nom commercial et d'une marque, déposée ou non, de produits ainsi que la prestation de services.

13. Il y a lieu de noter d'abord que les contrats de franchise, dont la légalité n'a pas été jusqu'à présent soumise à l'examen de la Cour, sont d'une grande diversité. Il ressort des débats devant la Cour qu'il faut distinguer différentes espèces de contrats de franchise et notamment, les contrats de franchise de service en vertu desquels le franchisé offre un service sous l'enseigne et le nom commercial, voire la marque, du franchiseur et en se conformant aux directives de ce dernier ; les contrats de franchise de production en vertu desquels le franchisé fabrique lui-même, selon les indications du franchiseur, des produits qu'il vend sous la marque de celui-ci ; et enfin, les contrats de franchise de distribution en vertu desquels le franchisé se borne à vendre certains produits dans un magasin qui porte l'enseigne du franchiseur. La Cour ne se prononcera que sur cette troisième espèce de contrats à laquelle se rapporte expressément la question de la juridiction nationale.

14. Il importe d'observer ensuite que la compatibilité des contrats de franchise de distribution avec l'article 85, paragraphe 1er, ne peut être appréciée de façon abstraite mais qu'elle est fonction des clauses contenues dans ces contrats. Pour rendre sa réponse pleinement utile à la juridiction nationale, la Cour envisagera des contrats qui ont un contenu tel que celui qui a été décrit ci-avant.

15. Dans un système de franchises de distribution tel que celui-là, une entreprise, qui s'est installée dans un marché comme distributeur et qui a ainsi pu mettre au point un ensemble de méthodes commerciales, accorde, moyennant rémunération, à des commerçants indépendants, la possibilité de s'établir dans d'autres marchés en utilisant son enseigne et les méthodes commerciales qui ont fait son succès. Plutôt que d'un mode de distribution, il s'agit d'une manière d'exploiter financièrement, sans engager de capitaux propres, un ensemble de connaissances. Ce système ouvre par ailleurs à des commerçants, dépourvus de l'expérience nécessaire, l'accès à des méthodes qu'ils n'auraient pu acquérir qu'après de longs efforts de recherche et les fait profiter de la réputation du signe. Les contrats de franchise de distribution se différencient en cela des contrats de concession de vente ou de ceux liant des revendeurs agréés dans un système de distribution sélective qui ne comportent ni utilisation d'une même enseigne, ni application de méthodes commerciales uniformes, ni paiement de redevances en contrepartie des avantages consentis. Un tel système, qui permet au franchiseur de tirer parti de sa réussite, ne porte pas atteinte en soi à la concurrence. Pour qu'il puisse fonctionner, une double condition doit être remplie.

16. Premièrement, le franchiseur doit pouvoir communiquer aux franchisés son savoir-faire et leur apporter l'assistance voulue pour les mettre en mesure d'appliquer ses méthodes, sans risquer que ce savoir-faire et cette assistance profitent, ne serait-ce qu'indirectement, à des concurrents. Il en résulte que les clauses qui sont indispensables pour prévenir ce risque ne constituent pas des restrictions de la concurrence au sens de l'article 85, paragraphe 1er. Il en va ainsi de l'interdiction faite au franchisé d'ouvrir, pendant la durée du contrat ou pendant une période raisonnable après l'expiration de celui-ci, un magasin ayant un objet identique ou similaire, dans une zone où il pourrait entrer en concurrence avec un des membres du réseau. Il en va de même de l'obligation imposée au franchisé de ne pas céder son magasin sans l'accord préalable du franchiseur : cette clause tend à éviter que le bénéfice du savoir-faire transmis et de l'assistance apportée aille indirectement à un concurrent.

17. Deuxièmement, le franchiseur doit pouvoir prendre les mesures propres à préserver l'identité et la réputation du réseau qui est symbo-

15.

lisé par l'enseigne. Il en résulte que les clauses qui organisent le contrôle indispensable à cette fin ne constituent pas non plus des restrictions à la concurrence au sens de l'article 85, paragraphe 1er.

18. Il en va ainsi d'abord de l'obligation pour le franchisé d'appliquer les méthodes commerciales mises au point par le franchiseur et d'utiliser le savoir-faire transmis.

19. Tel est le cas encore de l'obligation du franchisé de ne vendre les marchandises visées au contrat que dans un local aménagé et décoré selon les instructions du franchiseur, laquelle a pour objet de garantir une présentation uniforme répondant à certaines exigences. Les mêmes exigences s'appliquent à l'emplacement du magasin dont le choix est également de nature à influencer la réputation du réseau. Ainsi s'explique que le franchisé ne puisse pas transférer son magasin dans un autre emplacement sans l'assentiment du franchiseur.

20. L'interdiction pour le franchisé de céder les droits et obligations résultant du contrat sans l'accord du franchiseur sauvegarde le droit pour celui-ci de choisir librement les franchisés dont les qualifications professionnelles sont une condition pour établir et préserver la réputation du réseau.

21. Grâce au contrôle exercé par le franchiseur sur l'assortiment offert par le franchisé, le public pourra trouver auprès de chaque franchisé des marchandises de même qualité. Il peut être impraticable dans certains cas, comme dans le domaine des articles de mode, de formuler des spécifications de qualité objectives. Veiller au respect de ces spécifications peut également, en raison du grand nombre de franchisés, entraîner un coût trop élevé. Une clause prescrivant au franchisé de ne vendre que des produits provenant du franchiseur ou de fournisseurs sélectionnés par lui doit, dans de telles conditions, être considérée comme nécessaire à la protection de la réputation du réseau. Elle ne peut toutefois aboutir à empêcher le franchisé de se procurer ces produits auprès d'autres franchisés.

22. Enfin, comme la publicité contribue à déterminer l'image qu'a le public du signe symbolisant le réseau, la clause qui subordonne toute publicité du franchisé à l'assentiment du franchiseur est également indispensable à la préservation de l'identité du réseau, pourvu qu'elle ne concerne que la nature de la publicité.

23. Il convient, en revanche, de souligner que loin d'être nécessaires à la protection du savoir-faire transmis ou à la préservation de l'identité et de la réputation du réseau, certaines clauses restreignent la concurrence entre les membres de celui-ci. Tel est le cas des clauses qui réalisent un partage des marchés entre franchiseur et franchisés et qui empêchent ceux-ci de se livrer à une concurrence de prix entre eux.

24. Il importe, à cet égard, d'attirer l'attention de la juridiction nationale sur la clause qui oblige le franchisé à ne vendre les marchandises visées au contrat qu'à partir du local désigné dans celui-ci. Cette clause interdit au franchisé d'ouvrir un second magasin. Sa portée réelle apparaît si on la met en relation avec l'engagement que prend le franchiseur à l'égard du franchisé d'assurer à celui-ci, dans un certain territoire, l'exclusivité de l'utilisation du signe concédé. Pour respecter la promesse faite ainsi à un franchisé, le franchiseur doit non seulement s'obliger à ne pas s'établir lui-même dans ce territoire mais encore exiger des autres franchisés l'engagement de ne pas ouvrir un autre magasin en dehors du leur. La juxtaposition de clauses de ce type aboutit à un certain partage de marchés entre le franchiseur et les franchisés et restreint ainsi la concurrence à l'intérieur du réseau. Ainsi qu'il résulte de l'arrêt du 13 juillet 1966 *(Consten et Grundig C. - Commission,* 56 et 58/64, Rec. p. 429), ce type de restriction constitue une limitation de concurrence au sens de l'article 85, paragraphe 1er, dès lors qu'il concerne un signe déjà très répandu. Il est certes possible qu'un candidat franchisé ne prendrait pas le risque de s'intégrer à la chaîne en procédant à un investissement propre, en payant un droit d'entrée relativement élevé et en s'engageant à acquitter une redevance annuelle importante, s'il ne pouvait, grâce à une certaine protection contre la concurrence du franchiseur et d'autres franchisés, espérer que son commerce puisse être rentable. Cette considération ne peut toutefois jouer que dans le cadre de l'examen éventuel de l'accord au regard des conditions de l'article 85, paragraphe 3.

25. Si des clauses qui portent atteinte à la faculté du franchisé de déterminer ses prix en toute liberté sont restrictives à la concurrence, il n'en est pas de même du fait pour le franchiseur de communiquer aux franchisés des prix indicatifs, à la condition toutefois qu'il n'y ait pas entre le franchiseur et les franchisés ou entre les franchisés, de pratique concertée en vue de l'application effective de ces prix. Il appartient à la juridiction nationale de vérifier la réalisation de cette condition.

26. Il importe de préciser enfin que les contrats de franchise de distribution qui contiennent des clauses réalisant un partage des marchés entre franchiseur et franchisés ou entre franchisés sont en tout état de cause susceptibles d'affecter le commerce entre Etats membres, même s'ils sont conclus entre entreprises établies dans le même Etat membre, dans la mesure où ils empêchent les franchisés de s'établir dans un autre Etat membre.

27. Au vu des considérations qui précèdent, il y a lieu de répondre à la première question que :

1. la compatibilité des contrats de franchise de distribution avec l'article 85, paragraphe 1er, est fonction des clauses que contiennent ces contrats et du contexte économique dans lequel ils s'insèrent ;

2. les clauses qui sont indispensables pour empêcher que le savoir-faire transmis et l'assistance apportée par le franchiseur profitent à des concurrents, ne constituent pas des restrictions de la concurrence au sens de l'article 85, paragraphe 1er ;

3. les clauses qui organisent le contrôle indispensable à la préservation de l'identité et de la réputation du réseau qui est symbolisé par l'enseigne, ne constituent pas non plus des restrictions de la concurrence au sens de l'article 85, paragraphe 1er ;

4. les clauses qui réalisent un partage des marchés entre franchiseur et franchisés ou entre franchisés, constituent des restrictions de la concurrence au sens de l'article 85, paragraphe 1er ;

5. le fait pour le franchiseur de communiquer au franchisé des prix indicatifs n'est pas constitutif d'une restriction de la concurrence, à la condition qu'il n'y ait pas, entre le franchiseur et les franchisés ou en-

re les franchisés, une pratique concertée en vue de l'application effective de ces prix ;

6. les contrats de franchise de distribution qui contiennent des clauses réalisant un partage des marchés entre franchiseur et franchisé ou entre franchisés, sont susceptibles d'affecter le commerce entre États membres.

Sur la deuxième question

28. La deuxième question, qui n'a été posée que pour le cas où une réponse affirmative serait apportée à la première, a trait au point de savoir si le règlement n° 67/67 de la Commission du 22 mars 1967, concernant l'application de l'article 85, paragraphe 3, du traité à des catégories d'accords d'exclusivité joue dans le cas de contrats de franchise de distribution. Eu égard aux considérations qui précèdent relatives aux clauses qui réalisent un partage de marché entre franchiseur et franchisés et entre franchisés, elle conserve une partie de son intérêt et il convient dès lors de l'examiner.

29. La société Pronuptia de Paris, franchiseur suggère à la Cour d'apporter une réponse positive à cette deuxième question. Le règlement n° 67/67 s'appliquerait aux engagements exclusifs d'approvisionnement et de livraison alors même que ces engagements seraient contenus dans des accords comportant, en outre, concession d'une licence de marque ou d'autres signes distinctifs de l'entreprise. Dans un contrat de franchise, les obligations exclusives de livraison et d'approvisionnement présenteraient aussi les avantages qui sont énoncés au sixième considérant du règlement n° 67/67. Les clauses autres que celles visées à l'article 2 du règlement n° 67/67 ne feraient pas obstacle au jeu de l'exemption, dès lors qu'elles ne restreindraient pas la concurrence au sens de l'article 85, paragraphe 1er.

30. Mme Schillgalis, franchisée, conclut à l'inapplicabilité du règlement n° 67/67 aux contrats de franchise. En premier lieu, ce règlement aurait été élaboré sur la base de l'expérience acquise à l'époque par la Commission, expérience qui ne concernerait que les accords de concession de vente. En deuxième lieu, le franchiseur aurait nettement plus de pouvoirs sur le franchisé que le concédant sur son concessionnaire. En troisième lieu, la restriction de concurrence inhérente aux contrats de franchise se produirait également sur le plan horizontal, le franchiseur exploitant généralement lui-même des filiales qui interviennent au même stade du processus économique que les franchisés.

31. Le gouvernement français se borne à dire que le règlement n° 67/67 ne semble pas applicable à ce type de contrat.

32. La Commission admet d'abord qu'elle ne dispose pas d'une expérience suffisante pour délimiter la notion de contrat de franchise. Elle ajoute que le règlement n° 67/67 n'a pas pour but d'exempter les restrictions de concurrence contenues dans des accords portant concession d'une enseigne, d'un nom commercial ou d'une marque, concession qui, avec la communication d'un savoir-faire et l'assistance commerciale, lui paraît être l'élément essentiel des contrats de franchise. Toutefois, si des accords de licence de ce type comportaient des accords sur la livraison de marchandises en vue de la revente et si ces accords de livraison pouvaient être dissociés des accords de licence, le règlement n° 67/67 pourrait alors s'appliquer aux accords de livraison, pour autant que ses conditions fussent remplies. A cet égard, le concessionnaire exclusif ne devrait pas se voir imposer, en sa qualité de concessionnaire exclusif, des restrictions de concurrence autres que celles visées à l'article 1er, paragraphe 1er et à l'article 2, paragraphe 1er. Dans les contrats qui font l'objet des questions du Bundesgerichtshof, la clause de localisation contenue dans le contrat de franchise établirait entre les éléments de distribution exclusive et les éléments de licence du contrat de franchise un lien tellement étroit que ces éléments constitueraient un tout indivisible, ce qui rendrait l'exemption par catégorie inapplicable même à la partie du contrat relative à la concession de vente exclusive.

33. Il convient à cet égard de relever plusieurs éléments dans le texte du règlement n° 67/67. En premier lieu, la catégorie de contrats bénéficiant de l'exemption par catégorie est définie par référence à des engagements réciproques (ou non) de livraison et d'achat, et non par rapport à des éléments tels que l'utilisation d'une même enseigne, l'application de méthodes commerciales uniformes et le paiement de redevances en contrepartie des avantages consentis qui sont caractéristiques des contrats de franchise de distribution. En deuxième lieu, les termes mêmes de l'article 2 ne visent expressément que les contrats de concession de vente exclusive qui ont, ainsi que cela a été relevé ci dessus, une nature différente des contrats de franchise de distribution. En troisième lieu, ce même article énumère les restrictions et obligations qui peuvent être imposées au concessionnaire exclusif, sans faire état de celles qui peuvent être stipulées à la charge de l'autre partie au contrat, alors que, dans le cas du contrat de franchise de distribution, les obligations assumées par le franchiseur, et spécialement celles de communiquer son savoir-faire et d'assister le franchiseur, revêtent une importance toute particulière. En quatrième lieu, la liste des obligations à charge du concessionnaire dressée par l'article 2, paragraphe 2, ne permet d'inclure ni obligations de payer des redevances ni les clauses qui organisent le contrôle indispensable pour préserver l'identité et la réputation du réseau.

34. Il y a lieu de conclure pour ces raisons que le règlement n° 67/67 n'est pas applicable à des contrats de franchise de distribution tels que ceux qui ont été examinés dans le cadre de la présente procédure.

Sur la troisième question

35. Compte tenu des réponses apportées à la deuxième question de la juridiction nationale, la troisième question devient sans objet.

Sur les dépens...

Par ces motifs, la cour statuant sur les questions à elle soumises par le Bundesgerichtshof, par ordonnance du 15 mai 1984, dit pour droit :

1. a) la compatibilité des contrats de franchise de distribution avec l'article 85, paragraphe 1er, est fonction des clauses que contiennent ces contrats et du contexte économique dans lequel ils s'insèrent ;

b) les clauses qui sont indispensables pour empêcher que le savoir-faire transmis et l'assistance apportée par le franchiseur profitent à des concurrents, ne constituent pas des restrictions de la concurrence au sens de l'article 85, paragraphe 1er ;

17.

c) les clauses qui organisent le contrôle indispensable à la préservation de l'identité et de la réputation du réseau qui est symbolisé par l'enseigne, ne constituent pas non plus des restrictions de la concurrence au sens de l'article 85, paragraphe 1er ;

d) les clauses qui réalisent un partage des marchés entre franchiseur et franchisés ou entre franchisés, constituent des restrictions de la concurrence au sens de l'article 85, paragraphe 1er ;

e) le fait pour le franchiseur de communiquer au franchisé des prix indicatifs n'est pas constitutif d'une restriction de la concurrence, à la condition qu'il n'y ait pas entre le franchiseur et les franchisés une pratique concertée en vue de l'application effective de ces prix ;

f) les contrats de franchise de distribution qui contiennent des clauses réalisant un partage des marchés entre franchiseur et franchisé ou entre franchisés, sont susceptibles d'affecter le commerce entre Etats membres.

2. le règlement n° 67/67 n'est pas applicable à des contrats de franchise de distribution tels que ceux qui ont été examinés dans le cadre de la présente procédure.

M. Mackenzie Stuart, président ; MM. U. Everling, K. Bahlmann et R. Jolier, présidents de chambre ; MM. T. Koopmans, O. Due et Y. Galmot, juges ; M. Verloren van Themaat, avocat général ; Mlle D. Louterman, administrateur, greffier.

Note : Pour la première fois, la Cour de Justice des Communautés européennes se prononce par l'arrêt rendu dans l'affaire Pronuptia sur la compatibilité de principe d'un contrat de franchise de distribution avec les règles de droit européen de la concurrence, en décidant que le contrat à propos duquel elle avait à se prononcer, n'entre pas par le champ des dispositions de l'article 85, paragraphe 1er, du traité C.E.E. Mais dans les motifs de sa décision, la Cour prend soin d'assortir la solution qu'elle fait prévaloir d'un ensemble de précisions, par lesquelles elle tempère le principe qu'elle admet, en faisant savoir notamment qu'un tel contrat pourrait cependant être de nature à constituer des restrictions de la concurrence et affecter le commerce entre les Etats membres au sens de l'article 85, paragraphe 1er, précité, et par suite, être nul de plein droit en application de l'article 85, paragraphe 2.

En décidant que le système de distribution par franchise commerciale, à l'analyse duquel elle a procédé pour répondre aux questions qui lui étaient soumises par une juridiction nationale en conformité de la procédure instaurée par l'article 177 du traité C.E.E., n'est pas restrictif de la concurrence au sens de l'article 85, paragraphe 1er, la Cour de Justice inaugure une méthode d'analyse d'un système de distribution qui peut paraître nouvelle (1), tout au moins par rapport à la démarche qu'elle avait suivie dans l'affaire Grundig, à propos d'un système de concession commerciale internationale, assortie d'une protection territoriale du concessionnaire, qu'elle avait déclarée incompatible avec l'article 85, paragraphe 1er, sans pouvoir bénéficier des dispositions de l'article 85, paragraphe 3 (cf. Cour de Justice, C.J.C.E., 13 juillet 1966, 56 et 58/64, Rec. 1966-429 ; voir, notamment, l'ouvrage « Droit Antitrust européen » ; Economica, 1978).

En décidant, aux conditions qu'elle énonce, qu'un contrat de franchise internationale de distribution « ne porte pas atteinte en soi à la concurrence », la Cour de Justice énonce une règle qui prend valeur de principe. Dès lors que cette règle est énoncée, la Cour de Justice n'a pas à procéder à une analyse ponctuelle du système de franchise commerciale au regard des dispositions de l'article 85, paragraphe 3, du traité de manière à asseoir sa licéité sur un bilan économique lui permettant de déclarer que l'article 85, paragraphe 1er, est inapplicable au contrat en cause pour les motifs énoncés audit article 85, paragraphe 3, se voir notamment qu'il « contribue à améliorer la production ou la distribution des produits ou à promouvoir le progrès technique ou économique ». Ne tombant pas sous le coup des dispositions de l'article 85, paragraphe 1er, le contrat ne peut être considéré comme nul de plein droit en application de l'article 85, paragraphe 2, comme le soutenait en l'espèce, le franchisé pour se soustraire à des obligations financières convenues par ledit contrat de franchise.

En d'autres termes, par l'arrêt rapporté du 28 janvier 1986, la Cour de Justice des Communautés européennes admet à titre de principe qu'un contrat de franchise est *a priori* compatible avec les règles du droit européen de la concurrence. Mais la Cour tempère l'énoncé du principe par une règle qui limite sa portée dans l'application pratique, en décidant que la compatibilité des contrats de franchise au regard de l'article 85, paragraphe 1er, ne peut être appréciée de façon abstraite, sans prise en considération des clauses qu'ils contiennent et du contexte économique dans lesquels il s'insèrent en étant mises en œuvre. En formulant cette règle, la Cour de Justice élabore un système de droit, comparable à celui que les juridictions nord-américaines font prévaloir sur le fondement de la règle dite de raison qu'elles ont dégagée, en vue de pouvoir apprécier, cas par cas, *in concreto* la licéité ou l'incompatibilité d'accords entre des entreprises au regard du droit de la concurrence (voir notamment, « Régime juridique des ententes économiques et des concentrations d'entreprises dans le marché commun », par J.G., *Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence*, Paris, 1970, et plus spécialement par J.G., « Droit Antitrust Européen », préface de M. André Tunc, Economica, Paris, 1978, précité).

Ces observations liminaires étant faites *ab jove principium* — la Cour de Justice Européenne se détermine en application des prin-

(1) En matière de propriété industrielle, notamment dans l'affaire 258-78, Nungesser concernant des obtentions végétales, la cour de Justice avait eu une démarche similaire que se trouve confortée par l'arrêt rendu dans l'affaire Pronuptia dans un nouveau domaine.

dipes qui viennent d'être rappelés. Dans la formulation qu'elle en donne par l'arrêt rapporté du 28 janvier 1986, la Cour fait réponses aux questions préjudicielles portant sur les contrats de franchise Pronuptia, qui lui ont été soumises en vertu de l'article 177 du traité par la Cour Fédérale suprême de la République Fédérale d'Allemagne. Les questions et réponses étant substantielles et clairement exposées par l'arrêt, il est préférable, pour éviter des longueurs par paragraphes de l'arrêt on le démarquant, de recommander plutôt une nouvelle lecture attentive qui peut aussi bien instruire à cette date qu'un nouveau commentaire, d'autant que des analyses substantielles et excellentes lui ont été consacrées notamment en France, alors que l'arrêt venait d'être rendu (2). Avec quelque recul, plusieurs remarques peuvent cependant être faites à propos de l'analyse des contrats de franchise par la Cour de Justice, tant en raison des causes qui la sous-tendent que des effets qu'elle lui fait produire.

En premier lieu, on observera que la Cour de Justice opère une distinction ferme entre plusieurs catégories de franchise commerciale : en les qualifiant à partir des contrats qui les engendrent : contrats de franchise de service, contrats de franchise de production et contrats de franchise de distribution, comme si dans la pratique, chaque catégorie qu'elle distingue, constitue une espèce autonome, spécifique, sans qu'elle ne puisse s'interpénétrer par des éléments communs, voire réunir des éléments empruntés à une catégorie qui la cotoie, avec une atténuation de dominances possibles que la Cour ne caractérise pas, sans doute opportunément, par dessein de ne pas se lier par quelques définitions abstraites, en l'absence d'un support procédant d'un cas concret à elle soumis. D'ailleurs, la Cour n'entend se prononcer qu'à propos d'une catégorie de franchise qu'elle qualifie au regard des clauses contenues dans le contrat en cause, franchise de distribution (3).

En d'autres termes, par la distinction qu'elle fait prévaloir, la Cour de Justice confère un domaine limité à l'arrêt qu'elle a rendu, en faisant savoir que les règles qu'elle a fait prévaloir ne peuvent concerner qu'une forme de franchise, la franchise de distribution, qu'elle s'emploie à caractériser par des éléments significatifs. Abandonnant la comparaison avec les autres formes de franchise, la Cour de Justice opère une distinction avec d'autres modes de distribution organisée, procédant des contrats de concession commerciale.

En second lieu, l'analyse comparative entre les deux formes de distribution, l'une par la franchise, l'autre par la concession commerciale auquelle procède l'arrêt rapporté, suscite une seconde remarque. En opposant l'une et l'autre forme, sans rechercher leurs analogies, la Cour poursuit un objectif particulier de nature procédurale, en vue de pouvoir décider que le règlement n° 67/67 C.E.E. du 22 mars 1967 d'exemption n'est pas applicable aux contrats de franchise, alors qu'il s'applique aux conditions que prévoit ce texte, aux contrats de concession commerciale. L'arrêt rapporté motive cette solution par des arguments textuels, en décidant notamment que l'article 2 du règlement n° 67/67 ne vise expressément les contrats de concession de vente exclusive qui, affirme l'arrêt, sans le démontrer, ont une nature différente des contrats de franchise de distribution. En prolongement de cet argument, et par affirmation, l'arrêt ajoute que l'article 2 du règlement n° 67/67, énumère des obligations qui peuvent être imposées au concessionnaire exclusif, sans faire référence à celles qui peuvent être convenues à la charge du concédant, alors que dans les contrats de franchise de distribution, les obligations assumées par le franchiseur, notamment l'assistance technique et la communication d'un savoir-faire, ont une importance particulière.

A cet égard, l'opposition qui est faite entre la franchise et la concession commerciale est beaucoup trop radicale, car elle réduit la concession à un système primaire de distribution, alors que le contrat qui la sous-tend est aussi élaboré à l'égard des parties qui l'assument, qu'un contrat de franchise, en comportant des éléments qui sont communs à l'un et à l'autre système, ce qui vient d'être rappelé par des études remarquées (4). Mais si la Cour de Justice C.E.E. opère une distinction aussi tranchée, c'est moins pour opposer les deux systèmes que faire "sortir" la franchise, de la catégorie des contrats bénéficiant de l'exemption.

Enfin, en ultime remarque, non sans rapport avec la précédente, la Cour de Justice examinant les conditions de fonctionnement de la franchise, déclare que celle-ci doit au moins remplir deux conditions, en rattachant à chacune d'elles, des clauses contractuelles qu'elle déclare soit autorisées, soit interdites. En première condition, la clause de non-concurrence (5) et la clause dite de cession de magasin serait licite, dès lors que le franchiseur doit pouvoir communiquer un savoir-faire et une assistance technique pour mettre le franchisé en mesure d'appliquer ses méthodes, sans courir le risque que le savoir-faire et l'assistance

(2) *Voir notamment, Olivier Gast, « L'affaire Pronuptia ou le monde de la franchise soulagé », Les Petites Affiches, n° 52, 30 avril 1986 ; Ch. Bouard-Labarde, note sous l'arrêt du 28 janvier 1986, J.C.P., Rev. tr. dr europ., 1986-296 ; Affaire 161-84 Pronuptia, Rev. concurr. et consomm., p. 42, n° 34, 1986.*

(3) *Cf., J.G., « Les contrats de concession commerciale », Sirey, 1968 ; « Concessionnaires et commercialisation des marques, la distribution intégrée », Librairie Journ. Notaires et Avocats, 1978 ; « Franchisage et concession commerciale », préface de M. Pierre-Bernard Cousté, collect. Vie de l'Entreprise, Dunod, 1971.*

(4) *Cf. Jorge Marcelo Bekarman et Ernesto Eduardo Martorel, « Er franchising : una nueva modalidad contractual », La Ley (Buenos Aires), 3 juillet 1986 ; Osvaldo J. Marzorati, « El sistema de franquicia commercial », La Ley, 3 juillet 1986 ; S. Julio Rotman, J.G., « Que es el franchising ? », Ed. E.J.E.A., (Buenos Aires), 1977 ; J.G., « The french law of Agency and Distributorship Agreements », Ed. Otjes Longman (Londres), 1978.*

(5) *Cf. Colmar, 9 juin 1982, D, 1982.553, note J.J. Burst ; Paris, 13 novembre 1984, Gaz. Pal., 17 juillet 1985 ; pl., A. Kleidermacher et Jean Guyénot, « Los agrumientos empresarios y de colaboration », Editorial Abaco de Rodolfo Depalma (Buenos Aires) 1986 ; cf., Cass. soc., 9 octobre 1985, A. Crosio, « Revue de décisions récentes en matière de droit commercial », Les Petites Affiches, n° 54, 5 mai 1988.*

(6) *Cf., J.G., « La franchise commerciale, étude comparée des systèmes de distributions constitutifs de réseaux », Rev. tr. dr. com., 1973-161 ; « les ventes avec clauses d'exclusivité et les groupements commerciaux de concessionnaires », Gaz. Pal., 30 août, 1er et 6 septembre 1972 ; v. également, Luis O Ba Ysta et P. Durand-Barthez, « Les associations d'entreprises, joint ventures, dans le commerce international », Collection Feduci, Librairie générale de Droit et de Jurisprudence, 1968.*

19.

technique puissent directement ou indirectement profiter à d'éventuels concurrents.

De même, sont licites, notamment les clauses sur les méthodes commerciales, relatives au local et à son emplacement, à l'approvisionnement et à la publicité, dès lors, – seconde condition de fonctionnement de la franchise –, que le franchiseur doit pouvoir prendre toutes mesures lui permettant dans les rapports avec le franchisé, de préserver à l'égard de la clientèle la réputation et l'identité de la marque symbolisée par l'enseigne sur l'ensemble du réseau. En revanche, sont incompatibles avec l'article 85, paragraphe 1er du traité, les clauses de partages des marchés, celles qui sont relatives au prix de revente ou qui affectent le commerce entre les Etats membres (6).

Par cette méthode d'analyse de la franchise, la Cour de Justice a réalisé une parfaite étude du contrat de franchise. Elle aurait pu aussi bien s'employer à démontrer, aux conditions qu'elle aurait précisées, que le contrat de franchise peut entrer dans la catégorie des conventions exemptées à l'instar des contrats de concession commerciales. Les contraintes imposées aux franchisés par le contrat s'ajoutant au déploiement d'une stratégie des franchiseurs internationaux, de nature à restreindre plus que de raison la concurrence à l'intérieur d'un réseau et d'affecter le commerce entre Etats membres dans un marché considéré, ont pu légitimement conduire la Cour de Justice C.E.E. à préférer la première voie à la seconde qu'elle aurait pu prendre.

II. - Concessions commerciales : nature juridique et éléments constitutifs

Même s'il peut paraître audacieux de commenter un arrêt relativement ancien, reproduit ci-dessous, il peut y avoir excuses, au motif que l'arrêt rendu par la 25e chambre B de la Cour d'appel de Paris, reste non seulement d'actualité, mais prend un relief nouveau, en regard de l'arrêt rendu par la Cour de Justice des Communautés dans l'affaire Pronuptia, puisque l'une et l'autre juridiction proposent une définition de systèmes de distribution organisée, ayant une parenté indéniable, même si elle tend à s'éloigner l'une et l'autre. Ainsi, dans l'arrêt rapporté ci-dessous de la Cour d'appel de Paris (27 septembre 1977) rendu sous la présidence de Monsieur le Président Albou, il a été jugé que le contrat de concession commerciale, même s'il n'est pas d'intérêt commun est une convention complexe réglant les modalités d'une collaboration économique entre le concédant et le concessionnaire, exigeant notamment de ce dernier des investissements mobiliers et immobiliers importants. Par suite d'une inégalité de fait entre les partenaires, un concessionnaire peut être contraint d'accepter une modification du contrat. La contrainte viciant son consentement, le préjudice que lui cause une modification des conditions d'exploitation de la marque dans le territoire concédé en partage peut motiver répartition à la charge du concédant qui a abusé de sa force contractuelle.

Société anonyme Audi NSU France c. Société anonyme Estange.

La cour, statuant sur l'appel interjeté par la Société Audi NSU France d'un jugement rendu le 17 décembre 1975 par le Tribunal de Commerce de Paris dans un litige l'opposant à la Société Estagence. Considérant que la Société Estagence était concessionnaire pour Marseille et sa région du réseau Volkswagen distribuant les produits Volkswagen et Audi, que dans le courant de l'année 1971 la Société Volkswagen qui avait pris le contrôle de la Société Audi NSU Allemagne confirmait à tous ses concessionnaires la décision arrêtée au mois de novembre 1970 de séparer totalement les activités de vente, de service après vente et de gestion de pièces détachées des marques Volkswagen et Audi et les informait de son entrée en vigueur à compter du 1er septembre 1971, qu'il était cependant permis aux concessions de conserver l'intégralité de leur activité antérieure, mais ils devraient alors disposer de « deux affaires nettement séparées l'une consacrée à Volkswagen, la seconde à Audi... » sous réserve de réaliser les objectifs contractuels Volkswagen. Considérant que pour se conformer à ces directives, Estagence décida de créer de nouvelles structures lui permettant de séparer les réseaux Volkswagen et Audi NSU. Qu'à cette fin elle acheta un fonds de commerce avec hall d'exposition, 119, Cours Lieutaud à Marseille et prit à bail à partir du 1er novembre 1972 au prix initial de 120.000 francs hors taxes, des locaux sis 5 Impasse des Peupliers d'une superficie de 2.000 mètres carrés sur trois niveaux et embaucha le personnel nécessaire à la réalisation de l'objectif envisagé tant en ce qui concerne la vente que les services après vente. Considérant que pour l'année 1973 fut signé entre Audi NSU et Estagence un contrat de concession dont l'article 1er est ainsi libellé « Article I – Objet et Territoire (v. annexe C) ANF donne au concessionnaire qui accepte le droit de revente, sans exclusivité pour les véhicules neufs de marque Audi et NSU dans le territoire ci-dessous délimité :

Z.I. 13 : secteur banalisé : les douze cantons de Marseille,

Z.I. 13 : Estagence : cantons d'Aubagne, de la Ciotat et de Roquevaire, dans l'arrondissement d'Aix en Provence, le canton de Martigues avec contrat d'agent à Marignane »,

Que le quota de vente pour l'année est alors fixé à trois cents. Qu'aux termes de l'article 14, le contrat conclu pour un an pouvait être renouvelé pour des périodes successives de douze mois devant faire l'objet d'une nouvelle négociation, étant expressément stipulé qu'au cas « où l'une des parties ne désirerait pas renouveler ce contrat, elle s'engage à en informer par écrit son partenaire, avec un préavis de trois mois », que l'annexe C intitulée « Secteurs de vente et zones d'influence » interdit à tout concessionnaire autre que le titulaire de prospecter systématiquement ou sporadiquement dans la zone d'influence du titulaire ou d'y faire de la publi-

cité sous quelque forme que ce soit, qu'aux termes de l'article trois, le concédant s'interdit d'y implanter une autre concession, sauf dans le cas où le titulaire est en état de résiliation de contrat ou bien en état de retrait de la zone d'influence pour quelque raison que ce soit, considérant que le 13 décembre 1973 dans une lettre adressée à Estagence, Audi propose que le contrat devant entrer en vigueur le 1er janvier prochain soit établi sur les bases suivantes : en ce qui concerne le secteur et la zone d'influence ; Z.I. 13 secteur banalisé : les douze cantons de Marseille, cantons de La Ciotat et de Roquevaire avec nomination d'un agent à Aubagne, quota porté à 450 ; qu'elle précise alors que la proposition ainsi formulée ne constituant pas un engagement, ne deviendra définitive qu'après étude des différents points de détail pouvant être soulevés par l'une ou l'autre des parties et sera alors concrétisée par la signature du contrat de concession, que dans une autre lettre du même jour Audi précise que si les ventes d'automobile ne se développent pas normalement sur le plan national en raison de la conjoncture défavorable, au lieu des chiffres quotas prévus au contrat seront pris en considération, seulement la pénétration réalisée dans le secteur du concessionnaire par rapport aux I.T.M. (Immatriculation toutes marques), ainsi que par rapport aux immatriculations étrangères, mais que de toutes façons, le pourcentage minimum à réaliser en 1974 ne pourra être inférieur à celui réalisé en 1973, considérant que les propositions ainsi formulées sont acceptées par la Société Estagence le 15 décembre suivant, considérant cependant que l'année 1974 débute sans que le contrat de concession dans sa forme définitive après accord sur les points de détails réservés par la proposition de décembre 1973, soit envoyé à la Société Estagence, considérant que dans le courant du mois de janvier 1974, la Société Estagence apprend par des publicités dans la presse locale l'installation d'un concessionnaire Audi, chemin Sainte-Marthe à Marseille, Que le 24 janvier son Président Directeur Général, Charles Clollet, proteste auprès d'Audi contre une telle désignation non prévue souligne-t-il dans les accords intervenus entre les parties en décembre 1973, que sur le refus d'Audi de modifier sa position, la Société Estagence protestera à nouveau le 12 février suivant faisant alors ressortir qu'elle avait accepté sur la demande du concédant un objectif toujours croissant et pris les dispositions nécessaires pour réaliser les prévisions de 1974 et soulignant que les parties étant engagées depuis le mois de décembre 1973, il n'était pas question de créer à Marseille une nouvelle concession, considérant cependant qu'un contrat de concession devait être signé entre les parties à une date non précisée, mais certainement postérieure au 1er mars 1974, pour prendre effet au 1er janvier 1974, que ce contrat dont se prévaut actuellement Audi, diffère, d'une part de celui souscrit entre les parties en 1973 et d'autre part des propositions faites par l'une et acceptées par l'autre en décembre 1973 en ce que l'annexe C est modifiée et ne comporte plus l'article 3 ancien relatif à l'interdiction pour le concédant d'implanter une autre concession dans le secteur concédé au concessionnaire, considérant que se plaignant d'une exploitation déficitaire due selon lui à l'implantation de ce nouveau concessionnaire dans sa zone de responsabilité et reprochant à Audi « une infraction contractuelle caractérisée » la Société Estagence l'a assigné le 13 septembre 1974 devant les premiers juges en résiliation à ses torts conventions intervenues entre eux et paiement de 2.000.000 de dommages-intérêt,

Que le jugement attaqué après avoir retenu que contrairement à ce que prétendait la Société Estagence les conventions intervenues entre les parties étaient des contrats de concession et non des contrats d'intérêt commun et souligné qu'Audi SNU ne rapportait pas la preuve de fautes ou d'insuffisances commises par son co-contractant a, dans son principe accueilli la demande formulée par la Société Estagence,

Que le dispositif de la décision attaquée est ainsi libellé : dit que faute d'avoir utilisé le préavis contractuel, Audi NSU ne pouvait refuser de renouveler aux conditions antérieures, le contrat de concession qui prenait fin le 31 décembre 1973, dit qu'en désignant un nouveau concessionnaire dans la zone de responsabilité concédée à la Société Estagence sans justifier d'un motif légitime, Audi NSU France a commis une infraction contractuelle dont elle porte la responsabilité et dont elle doit réparation à la Société Estagence,

Qu'avant dire droit sur le montant du préjudice les premiers juges ont ordonné une expertise et refusé d'allouer à la Société Estagence la provision de 200.000 francs sollicitée par elle,

Considérant qu'après avoir souligné que l'exclusivité était une caractéristique essentielle du contrat de concession et que selon la loi pénale il ne pouvait y avoir de contrat de concession sans une exclusivité précise pour le produit et le territoire le jugement attaqué a estimé qu'il existait une seule exception expliquant le terme « sans exclusivité » inséré à l'article 1er de la convention d'espèce ; « un concessionnaire ne peut prospecter que le territoire qui lui est confié ; il ne peut ni nommer des agents, ni faire de la publicité, ni prospecter la clientèle en dehors de la zone qui lui est confiée ; mais il a la possibilité de vendre des voitures de la marque aux clients qui ne sont pas domiciliés dans son secteur ; inversement, il ne peut s'opposer à ce qu'un client de son secteur passe une commande à un autre concessionnaire »,

Considérant que la Société Audi NSU France critique tout d'abord une telle interprétation de l'article 1er du contrat de concession et fait grief aux premiers Juges d'avoir dénaturé la convention qui fait la loi des parties, qu'elle estime avoir été en droit de désigner un nouveau concessionnaire à Marseille d'autant qu'il s'agissait d'une zone banalisée, qu'elle fait valoir aussi et semble-t-il esentiellement que seul doit être pris en considération le contrat souscrit entre les parties en 1974, l'infraction qui lui est reprochée ayant été commise pendant cette période et souligne que lorsque ce contrat a été signé la Société Estagence avait connaissance de l'installation d'un nouveau concessionnaire à Marseille et qu'elle a donc accepté une telle création,

Considérant que la Société intimée conclut la confirmation du jugement et demande que son adversaire soit condamné à lui payer une provision de cinq cent mille francs, qu'elle fait valoir également « qu'en présence d'une force économique contraignante » elle a dû en 1974 « accepter contrainte et forcée de nouvelles conventions » ;

21.

Considérant tout d'abord que qu'il n'existe plus aucun litige sur la qualification du contrat, la Société Estagence ne soutenant plus qu'il s'agit d'un contrat d'intérêt commun dont la violation lui permettrait d'obtenir une indemnité pour perte de clientèle, que par ailleurs, pas plus devant la Cour qu'en première instance, Audi NSU ne justifie d'aucune faute à ses obligations contractuelles imputable à la Société Estagence ou d'une mauvaise exécution du contrat de concession ;

Qu'au surplus dans la lettre adressée le 28 janvier 1974 par Audi NSU à la Société Estagence le signataire assure avoir toujours apprécié la qualité de collaboration du concessionnaire,

Que la Société Audi NSU est donc mal venue à prétendre aujourd'hui, avoir été en droit d'installer un nouveau concessionnaire à Marseille parce que « elle n'était pas contente des résultats de la Société Estagence », considérant qu'elle n'est pas davantage fondée à invoquer l'article 1er de la convention et la stipulation « sans exclusivité » pour justifier la position prise par elle, considérant en effet que l'article 1er du contrat de concession souscrit entre les parties en 1973 est inséparable de l'annexe C auquel il renvoie expressément,

Or considérant qu'aux termes de cette annexe, il est stipulé non seulement que seul le concessionnaire titulaire peut prospecter sa zone d'influence et y faire de la publicité mais également qu'Audi NSU n'a pas le droit d'y implanter une autre concession, sauf – et ce n'est pas le cas d'espèce – si le titulaire est en état de résiliation de contrat ou de retrait de la zone d'influence,

Qu'en outre un concessionnaire autre que le titulaire du secteur ne peut nommer ni agent, ni informateur, ni exposer des voitures sans avoir au préalable obtenu l'accord du concessionnaire titulaire,

Considérant dès lors qu'éclairé par l'annexe n° 3, l'article 1er de la convention ne peut avoir comme l'ont à bon droit décidé les premiers juges qu'une portée restreinte et non la portée générale que prétend lui donner la Société concédante dont l'interprétation si elle était admise aurait pour effet de priver de toute efficacité la concession de vente consentie à la Société Estagence,

Considérant [illegible] la Société appelante [illegible] davantage fondée à soutenir [illegible] zone de Marseille étant [illegible] elle était en droit d'y nommer [illegible] nouveau concessionnaire,

Considérant en effet que le terme « banalisé » ne signifie pas comme elle l'affirme fort « rendu ordinaire »,

Que l'annexe C précise que dans certaines [illegible] villes où il n'a pas été [illegible] déterminer des zones d'influence [illegible] Marseille, Lyon, etc.) [illegible] est "travaillé" librement [illegible] un des concessionnaires [illegible],

Qu'ainsi une grande ville ne peut être divisée [illegible] comporter plusieurs zones d'influence ; qu'elle constitue une zone d'influence unique pouvant être "travaillée librement" par le ou les concessionnaires s'il en existe plusieurs,

Que tel était d'ailleurs la situation en 1973 à Marseille qui, aux termes de l'article 1er du contrat de concession comprenait dans la zone d'influence attribuée à la Société Estagence un secteur banalisé, où était implanté en raison de circonstances particulières exactement relatées au jugement attaqué, un deuxième concessionnaire, le garage Saint-Mitre,

Considérant que si les deux concessionnaires alors existant avaient la faculté de prospecter librement le secteur qui leur était commun, il n'en demeure pas moins qu'ils disposaient vis-à-vis de tiers d'un droit exclusif et qu'en tout état de cause il était interdit à la Société Audi NSU en vertu de l'article 3 de l'annexe C d'y implanter un autre concessionnaire,

Considérant il est vrai, que la concession dont se plaint la Société Estagence a été signée en 1974 et qu'antérieurement les parties avaient signé le contrat dont se prévaut la société appelante qui avait considérablement restreint les droits conférés à la Société Estagence, plus particulièrement par la suppression de l'article 3 de l'annexe C, que la société Audi NSU fait en outre valoir que la Société Estagence ayant signé le contrat de concession 1974, postérieurement à la désignation du 3e concessionnaire à Marseille, a ratifié une telle désignation,

Mais considérant que l'article 14 du contrat de concession 1973 imposait au concédant l'obligation d'informer le concessionnaire avec un préavis de trois mois de son intention de ne pas renouveler,

Que le préavis devait donc être donné avant le 1er octobre, date importante s'agissant d'une concession de vente d'automobiles, le concessionnaire devant savoir avant l'ouverture de la saison, alors marquée par le salon de l'automobile, si sa situation serait ou non modifiée de façon à ce qu'il puisse prendre toutes dispositions utiles et le cas échéant rechercher un autre partenaire,

Qu'il est constant qu'aucun préavis n'a été donné à la Société Estagence antérieurement au 1er octobre 1973 ; que bien plus la correspondance échangée entre les parties en décembre 1973 révèle qu'un accord est alors intervenu entre elles, fixant les modalités de leur collaboration pour 1974, seuls restant à régler « les points de détail »,

Considérant que les lettres postérieures des 24 janvier et 12 février 1974 sont significatives de la volonté de la Société Estagence de ne pas accepter la désignation d'un troisième concessionnaire à Marseille en violation de l'accord qui selon elle était intervenu en décembre 1973 et au mépris des droits qu'un tel accord lui conférait,

Considérant dès lors que la Société Estagence est fondée à soutenir que le consentement donné par elle au contat signé en 1974 n'a pas été libre mais « qu'elle a dû accepter, contrainte et forcée de nouvelles conventions »,

Considérant en effet que les deux partenaires au contrat de concession de vente d'automobiles ne sont pas placés sur un pied d'égalité du fait de la sujétion économique vis-à-vis du concédant du concessionnaire, actuellement privé dans notre droit positif de toute protection légale,

Que les premiers juges ont à bon droit qualifié une telle convention de contrat d'adhésion entre une entreprise puissante et un concessionnaire d'un poids économique incomparablement plus faible,

Considérant qu'en mars 1974, le refus par la Société Estagence de signer le contrat tel qu'il avait été rédigé par la Société Audi NSU aurait entraîné son exclusion immédiate du réseau de distribution ; qu'aucune reconversion n'étant possible à cette période de l'année une telle dé-

cision l'eût amené à fermer son entreprise sans pouvoir utiliser son stock de pièces de rechange, ni tenir ses engagements vis-à-vis de son personnel et en subissant des pertes considérables,

Considérant que la Société Estagence après avoir insisté pour obtenir des conditions moins rigoureuses a finalement accepté de souscrire l'engagement litigieux, sans pour autant ratifier la désignation à Marseille d'un troisième concessionnaire, mais pour échapper au mal considérable que représentait pour elle la fermeture immédiate de son entreprise, qu'elle a dû subir comme une nécessité la convention que la Société Audi NSU France, abusant de sa force économique contraignante lui a imposé,

Considérant dès lors que le consentement libre exigé par l'article 1108 du Code Civil, comme condition essentielle de la validité d'une convention n'existe pas en l'espèce, du moins en ce qui concerne les stipulations du contrat de concession 1974 restreignant par rapport au contrat de 1973 les prérogatives du concessionnaire, dans des conditions non prévues au cours des négociations intervenues en décembre 1973,

Que par suite ces stipulations n'ayant pu produire effet entre les parties, la Société Audi NSU n'est pas fondée à s'en prévaloir pour justifier la nomination par elle d'un troisième concessionnaire à Marseille,

Considérant au surplus que même si le concédant peut en principe à l'arrivée du terme stipulé et en respectant le cas échéant le délai de préavis contractuellement prévu, refuser de renouveler le contrat de concession, encore faut-il que l'exercice de ce droit contractuel ne dégénère pas en abus,

Or considérant que le contrat de concession exclusif, même s'il n'est pas d'intérêt commun, est une convention complexe règlant les modalités d'une collaboration économique entre le concédant et le concessionnaire et exigeant de ce dernier des investissements mobiliers et immobiliers importants, ainsi que des dépenses de publicité et de formation de personnel, nécessitant pour être amorti une certaine stabilité des relations contractuelles entre les deux partenaires,

Considérant en l'espèce que la contrainte exercée par Audi NSU pour imposer à la Société Estagence dans les conditions qui viennent d'être précisées des modalités de renouvellement que celui-ci ne pouvait librement accepter est d'autant plus abusive, que le concessionnaire avait dû en 1972, à la demande de son co-contractant procéder à des investissements considérables pour conserver la concession Audi malgré la séparation des réseaux de vente, qu'est ainsi caractérisé, à la suite de la résiliation du contrat constatée par les premiers Juges, un élément de préjudice dont il devra être tenu compte,

Considérant par ailleurs que bien que concluant à la confirmation du jugement qui sur ce point n'a pas pris position, la Société Estagence impute à faute à Audi NSU son comportement à la fin de l'année 1974 et y voit la source d'un préjudice supplémentaire,

Considérant cependant que dès le 27 octobre 1974, c'est-à-dire dans le délai du préavis prévu à l'article 14 du contrat de 1974, dont la rédaction est identique à celle de la convention de 1973, Audi NSU a avisé la Société Estagence qu'elle ne renouvellerait pas le contrat dans sa forme actuelle,

Que cette dernière ne peut donc pas lui faire grief de lui avoir proposé ultérieurement, mais avant la fin de l'année un contrat de caractère précaire résiliable sous préavis d'un mois, d'autant que le concédant a alors souligné, sans qu'une telle position puisse être constitutive d'abus, qu'il n'était pas diposé à maintenir des relations dans le cadre d'un contrat normal de concession avec un partenaire ayant choisi d'exprimer son désaccord par la voie contentieuse, allusion étant par là faite à l'assignation introductive de la présente instance,

Que par suite la cessation par Audi NSU de son activité commerciale à partir du 1er janvier 1975 n'a pas privé la Société Estagence pour 1975 d'un contrat de concession, dont le renouvellement antérieurement à cette date lui avait été refusé,

Considérant en ce qui concerne le préjudice qu'à bon droit les premiers juges ont ordonné une expertise permettant de recueillir les éléments d'appréciation nécessaires,

Considérant que la mission confiée à l'expert n'est critiquée par aucune des deux parties en cause,

Considérant cependant que la Cour ayant statué sur ces points, il n'y a pas lieu de rechercher « si la désignation d'un nouveau concessionnaire a été annoncée d'une façon quelconque à la Société Estagence en 1973 et si cette désignation était justifiée »,

Que ce membre de phrase doit être supprimé dans le libellé de la mission donnée à l'expert,

Considérant par ailleurs que la Société Estagence sollicite une indemnité provisionnelle de 500.000 francs, mais que l'expertise ayant été ordonnée en décembre 1975 et devant par la suite être actuellement terminée ou sur le point de l'être, une décision au fond est susceptible d'intervenir dans un délai rapproché,

Que dès lors la demande de provision doit être rejetée,

Par ces motifs et ceux non contraires des premiers juges,

Dit l'appel recevable en la forme, mais mal fondé,

Confirme le jugement déféré,

Dit que la Société Estagence a été contrainte de signer le contrat de concession pour 1974 et que les stipulations de cette convention restreignant les prérogatives du concessionnaire dans des conditions contraires au contrat de concession de 1973 et de l'accord après négociations intervenu en décembre 1973 sont sans effet entre les parties,

Confirme sous la réserve ci-dessus énoncée l'expertise ordonnée,

Renvoie la cause et les parties devant les premiers juges pour être statué après expertise sur le montant du préjudice,

Déboute les parties de toutes demandes plus amples ou contraires qui sont mal fondées,

Condamne la Société Audi NSU France aux dépens d'appel qui seront recouvrés dans les conditions prescrites à l'article 699 du Nouveau Code de Procédure civile,

M.M. Poulon et Fouret, cons.; Me Georgin et J. Thréard, av.

Note : 1.– L'arrêt de la 25e Chambre B de la Cour d'Appel de Paris rapporté ci-dessus, présente, en matière de concessions commerciales, l'intérêt fondamental de conforter une jurisprudence venue de la Cour d'Appel d'Amiens (Amiens, 29 novembre 1973, *Gaz. Pal.*, 14 mars 1974 et la note),

qu'elle précise, en levant le doute, si besoin était, qu'en ce domaine, les choses ont changés. Le changement s'est opéré en quelques années, sans l'intervention du législateur, par la seule volonté des Cours et Tribunaux, d'adapter le droit aux réalités de la vie économique dans la vue qu'exprimait la Cour de cassation dans l'un de ses rapports annuels (*Gaz. Pal.*, 1973-1-419), en date proche de l'arrêt rapporté (voir également A. Honorat, J.C.P., 1980, éd. C.I., 13415 ; Buhagiar, J.C.P., 1981-I-3015).

2.– Antérieurement à l'arrêt précité de la Cour d'appel d'Amiens, la jursiprudence refusait toute indemnité réparatrice du préjudice subi par le concessionnaire évincé d'un réseau à la suite du non-renouvellement du contrat parvenu au terme, aussi bien qu'en cas de rupture d'un contrat à durée indéterminée, lorsqu'un préavis d'usage avait été respecté par le concédant (cass. Com., 5 juillet 1962, *Gaz. Pal.*, 1962-2-161, rejetant le pourvoi formé contre Paris, 14 février 1962, *D.*, 1962-514, note J. Hémard ; Paris, 22 décembre 1966, *J.C.P.*, 1967-2-15085). Cet état du droit plaçait les concessionnaires dans une situation précaire, voire unique : à la perte de la clientèle de la marque qu'ils ont contribué à développer, peuvent s'ajouter des débours importants résultant de la non-reprise des stocks de marchandises, ainsi que des investissements non amortis (voir l'ouvrage, « les concessionnaires et la commercialisation des marques, la distribution intégrée », *Librairie du Journal des Notaires et des Avocats*, Paris, 1975 ; *adde*, « Les ventes avec clauses d'exclusivité et les groupements commerciaux de concessionnaires », *Gaz. Pal.*, 31 août 1972).

En raison des obligations financières mises à leur charge à l'entrée dans le réseau et en cours de concession commerciale, leur situation juridique exposant leurs entreprises à une sorte de spoliation au retrait de l'exclusivité de revente, souffrait anormalement d'une comparaison avec celle des professionnels de la représentation commerciale bénéficiant d'un statut légal protecteur de leurs intérêts au cas de rupture du contrat par le mandant ou l'employeur (voir [illegible] Agents commerciaux, *Librairie du Journal des Notaires et des Avocats*, Paris, [illegible] La représentation [illegible] *Gaz. Pal.* 29 et 31 juin [illegible] voir également, Ripert [illegible] traité, 11e ed., n° 483 [illegible] *L.G.D.J.*, 1984).

3.– [illegible] voir s'identifier à des ma[illegible] au regard du concédant, [illegible] concessionnaires demeurent [illegible] commerçants agissant [illegible] com et pour leur compte, [illegible] mirant la distribution exc[illegible] des produits du concédant, [illegible] distinguent des autres comm[illegible] leurs entreprises sont [illegible] dans un réseau qui les [illegible] à agir de concert avec [illegible] concessionnaires sous la [illegible] et le contrôle du concédant, [illegible] étant subordonnés à des norm[illegible] définies et imposées par ce dernier, en vue d'obtenir l'homogénéité de points de vente sur l'ens[illegible] du marché de ses produits.

La subordination peut être parfois si étroite que la jurisprudence a parfois [illegible] tentée de voir dans la situation du concessionnaire celle d'un préposé (Paris, 25 juin 1969, *Gaz. Pal.*, 1969-2-283 ; cf., « L'immixtion des règles du droit du travail dans les rapports entre concédant et concessionnaires », *Gaz. Pal.*, *15 juillet 1976*). La notion de préposé qui ne permet pas, même à titre d'approche, de caractériser la condition juridique du concessionnaire, présente au moins l'intérêt d'exprimer un état de fait procédant de l'intégration d'une entreprise juridiquement indépendante dans un réseau qui la place dans un état de subordination économique et financière. Par les clauses du contrat de concession commerciale, le concessionnaire renonce à sa liberté commerciale en contrepartie des avantages qu'il doit retirer de l'exploitation de la marque du concédant selon des normes convenues dans un territoire déterminé. (A rapprocher, Paul Durand, préface à l'ouvrage collectif « La tendance à la stabilité du lien contractuel », L.C.D.G., 1970 ; voir citant l'ouvrage, Jacques Mestre, chron., *Rev. tr. ar.-civ.* 1986-105).

4.– Dès lors, le contrat de concession commerciale ne peut être assimilé, ni à un monopole de revente, ni à des actes d'achat pour revendre. Il les implique avec une spécificité qu'engendre la collaboration économique que recherche le concédant en s'associant à des concessionnaires, dont l'activité soit prolonger la sienne jusqu'au stade de la commercialisation de sa marque.

Dans ces conditions, le droit commun contractuel applicable aux contrats synallagmatiques, n'est pas adopté à la nature juridique de la concession commerciale que, pour ces motifs, la Cour d'appel de Paris qualifie de « contrat complexe ». Comme dans une société, chacune des parties fait en quelque sorte des apports, de manière que la collaboration qui s'instaure entre elles devienne fructueuse en partage. Conséquemment, si l'une des parties met fin à contretemps à l'association, sans que l'autre ait pu en tirer profit, la bonne foi que postulent leurs engagements réciproques est méconnue et la confiance qu'ils exigent pour accepter l'association est trahie. En raison de cet élément caractéristique de cette association, un auteur allemand a pu qualifier la concession commerciale de contrat de confiance (P. Ulmer, « Der Vertragshandler », p. 187, *Verlag C.H.-Beck*, 1969 ; cf. B. Mercadal et Ph. Janin, « Les contrats de coopération interentreprises, p. 27, *Editions juridiques Lefebvre*, 1974). Dès lors que la confiance est trahie par rupture inopinée d'une collaboration, le préjudice peut être considérable pour l'entreprise qui s'est façonnée au style et aux méthodes d'un réseau, en se coupant de tout autre clientèle que celle de sa marque. La réparation du préjudice s'impose sur le fondement d'une faute imputable à l'autre partie qui a manqué, en vue de satisfaire à ses seuls intérêts, à la loyauté que requiert la nature particulière de leurs rapports de collaboration économique. (cf., J. Mestre, chron., « D'une exigence de bonne foi à un esprit de collaboration », Rev. tr. dr. civ., 1986-100 et 101).

5.– L'arrêt rapporté ci-dessus de la Cour d'appel de Paris n'a pas d'autre portée. Mais au plan pratique, elle est considérable, en confortant la spécificité du contrat de concession commerciale pour en tirer les conséquences juridiques qui s'imposent au regard du concessionnaire victime d'un retrait

...e d'une amputation du territoire concédé par le contrat.

6.– La volonté de la Cour de consommer la rupture avec les analyses tronquées et fausses des concessions commerciales, réduites à une espèce de contrat synallagmatique, s'exprime avec intensité dans la définition qu'elle en donne. A dessein, en vue d'éviter la paraphrase, elle a été reproduite en italiques dans le corps de l'arrêt, de manière à retenir l'attention du lecteur. Malgré la qualité de la définition, il peut être fait reproche à la Cour de ne pas avoir caractérisé tous les éléments constitutifs des concessions commerciales (cf., « Franchisage et concessions commerciales », *Collection vie de l'entreprise*, Editions Dunod, 1973). Mais la terminologie qu'elle emploie est essentielle, en procédant d'une vue exacte de l'institution (cf., J.M. Mousseron et co-auteurs, « Droit de la distribution », p. 232 et suiv., *Librairies Techniques*, 1975) qu'elle caractérise par un élément fondamental qui est la collaboration économique qu'elles postulent entre les partenaires. Dans le même dessein, a été reproduite en italiques l'analyse crue de la situation du concessionnaire dans les rapports avec un concédant abusif.

7.– Après l'arrêt rapporté de la Cour d'appel de Paris, même si le temps s'est écoulé, il n'est plus seyant de maintenir l'opinion encore parfois admise que le concessionnaire est exposé aux solutions peu protectrices du droit commun. Une mutation s'est produite dans une bonne vue de l'institution, dont le fonctionnement régulier importe aussi bien aux partenaires associés qu'au développement des affaires dans l'intérêt des consommateurs. Mais le fonctionnement des concessions commerciales ne peut être régulier que si le partenaire le plus exposé est protégé en cas de rupture des rapports conclus avec le concédant (cf., « Licensing et franchisage », *Gaz. Pal.*, 6 mars 1976 ; « Monopole de vente et protection territoriale des exclusivités de distribution », Gaz. Pal., 3 mai 1977 ; voir également « Entreprise et consumérisme », *Bull. Fédé. Entreprises de Belgique*, P. 1091, n° 13, 8-15 juillet 1986).

8.– Par l'effet d'une jurisprudence qui atteint sa plénitude en matière économique, le regret n'a plus à être formulé que l'appel lancé au législateur n'ait pas été entendu (J. Thréard, « Le concessionnaire doit-il solliciter la protection du législateur, *Rev. ir. de comm.*, 1972-537 ; « La distribution des produits de marque et le concessionnaire », *Gaz. Pal.*, 20 et 24 février 1975), à la différence de certains droits extérieurs, notamment belge (cf. Biscau de Hauteville, « Le statut des concessionnaires exclusifs », Editions Larcier, Bruxelles, 1962 ; Brichet « La résiliation unilatérale des concessions de vente », Bruxelles, 1972) et argentin (cf., Concesiones commerciales, el contracto de concesión de vento de automotores, préface de P.B. Cousté, Edicones Juridicas Europa-América, Buenos Aires, 1977). Les propositions de loi déposées successivement par M.M.P.B. Cousté et Turco n'ont cependant pas été vaines (propositions rapportées *Gaz. Pal.*, 1975-1, doctr. 30). Elles ont agi sur la doctrine et la jurisprudence comme des stimulants bénéfiques. Si les solutions préconisées n'ont pas reçu entièrement application dans les vues de leurs auteurs, les Cours et Tribunaux ont pleinement rempli leur office, en adaptant la règle juridique aux concepts neufs de l'économie contemporaine. La jurisprudence qui se forge en retour à des errements, l'arrêt rapporté de la Cour d'appel de Paris, peut permettre de constater que le contentieux s'est fortement rétréci par l'effet d'une bonne justice, dont les éléments procèdent d'une décision certes ancienne, – toute chose étant relative ! –, rendue avec sagesse et bon sens, motivant qu'elle revienne en mémoire, en prenant place à la suite d'un arrêt de la Cour de Justice qui fera également date pour 1986.

Jean GUYÉNOT
Maître de conférences à l'université de droit de Paris

Pierre Mayer
éditions Montchrestien

DROIT INTERNATIONAL PRIVE

L'ouvrage est largement ouvert aux méthodes modernes (en particulier celle des lois de police), qui sont analysées dans un chapitre particulier. On signalera également les développements substantiels consacrés à la Convention de Bruxelles du 27 septembre 1968 sur la compétence internationale et l'effet des jugements dans le Marché commun, et à la convention de Rome du 19 juin 1980 sur la loi sur le marché applicable aux obligations contractuelles.

BON DE COMMANDE à renvoyer aux Ed. Montchrestien, 26, rue Vercingétorix, 75014 PARIS
Veuillez trouver ci-joint un chèque de F ..... représentant notre commande de ..... exemplaires de :
Pierre Mayer : DROIT INTERNATIONAL PRIVE
au prix de 160 F. l'exemplaire franco T.T.C.
A expédier à M. .....
Adresse .....
Date ..... Signature

85.