

CHECKLIST POUR LE CONTRAT DE DISTRIBUTION

La plupart des systèmes légaux ne prévoient pas de dispositions légales particulières liées au contrat de distribution (autres que celle qui relèvent du droit de concurrence). Afin de combler ce vide juridique, les parties ont tout intérêt à négocier un contrat précis et équilibré.

Elles peuvent, par exemple, prendre en compte les points suivants :

1. Introduction – identification des parties

- Précisez la nature du contrat (sole/exclusive distributorship – concession de vente exclusive – Vertragshändler – alleenverkoop ...) pour différencier ce type de contrat des autres types de distribution.
- Précisez le statut juridique, le nom et les sièges sociaux des parties contractantes.
- Précisez les numéros sous lesquels les parties ont été enregistrées (registre du commerce, répertoire des entreprises, registre TVA, etc.).
- Si nécessaire, indiquez qui représente les parties et en quelle qualité.

Dans des contrats conclus avec des partenaires common law, les contrats sont souvent introduits par une motivation (i.e. consideration) :

*“Whereas the Supplier wishes [...]
Now therefore, in consideration of [...]
The Parties agree as follows [...]”.*

2. Produits :

- Précisez les produits, le distributeur couvre-t-il :
 - Tous les produits vendus par le fournisseur ?
 - Tous les produits fabriqués par le fournisseur ?
 - Uniquement une sélection de produits, mentionnée en annexe ?
 - Uniquement une marque, un emballage, etc. spécifique (private label - marque propre – bulk – etc.) ?
- Les nouveaux produits ou les produits améliorés tombent-ils automatiquement sous le contrat ?
- Quid des produits qui ne sont plus fabriqués par le fournisseur ? Comment le signaler, quelles sont les périodes de préavis ?

3. Territoire

- Précisez clairement le territoire attribué au distributeur :
 - Territoire géographique (par pays, province, etc.)
 - Type de client dans ce territoire (grossistes, détaillant, entités publiques, supermarchés, etc.)
- Que se passe-t-il en cas de modification du territoire lors de changements (par ex. élargissement de l’UE, fusion ou acquisition d’une société, etc.).
- Quid des clients existants auparavant ?

- Selon quels critères le client est-il alloué à un segment du marché ?
 - Sur base de son siège social – adresse de livraison – adresse de facturation – lieu de signature du contrat/de la commande, etc.

4. Exclusivité

- L'agent bénéficie-t-il d'un droit exclusif de vendre les produits du fournisseur dans le territoire contractuel (= exclusivité absolue – « exclusive distributor ») ?
- Le fabricant se réserve-t-il le droit de contacter et/ou de répondre directement à des clients potentiels de le rayon du contrat, sans désigner d'autres distributeurs (ou agents) pour ce territoire ou sans ouvrir de bureau dans ce territoire (= exclusivité relative – « sole distributor ») ?
- Quid des clients situés dans le rayon du contrat, mais ayant des points de vente situés dans d'autres rayons du contrat?

5. Portée de l'autorité du distributeur

- Dans quelle mesure le distributeur est-il autorisé à/obligé d'utiliser la marque du principal?
- Le distributeur peut-il désigner des sous-distributeurs (indépendants) ou le consentement du fournisseur est-il nécessaire ?
- Clauses de concurrence :
 - Même s'il n'y a pas d'objection à la représentation par le distributeur de produits complémentaires, il est important de lister les produits concernés.
 - Interdiction de vendre ou de représenter des produits concurrents directs.
- Le contrat peut-il être transmis à une autre entité d'un même groupe ? Que se passe-t-il si le distributeur fusionne avec un concurrent? Que se passe-t-il lors d'un changement de management ?

6. Obligations du distributeur

- Obligations générales du distributeur :
 - Vendre en son propre nom, pour son propre compte et à ses risques;
 - Développement d'un plan commun de marketing et de promotion
 - Déterminer dans quels cas et sous quelles conditions certaines dépenses du distributeur sont-elles remboursées (foires, etc.)
 - Formations, personnel suffisant, participation aux meetings de vente, etc.
 - Visites aux clients (fréquences), foires commerciales, expositions, etc.
 - Rapport d'activités (structure, fréquence, etc)
 - Études de marché (concurrence, opportunités, etc.) et suivi des exigences du marché (normes produits, droits d'importation, etc.)
 - Confidentialité (lors des négociations, durant la durée du contrat, après le contrat)
- Surveillance des droits de propriété industrielle du fournisseur
 - Marques : le fournisseur en reste généralement propriétaire, il peut accorder une licence au distributeur pour la durée du contrat.
 - Le distributeur doit-il utiliser la marque du fournisseur ou peut-il utiliser sa propre marque ?
 - Qui enregistre la marque ? Qui est titulaire de la marque ?
 - Le distributeur doit-il avertir le fournisseur en cas de violation de ses droits de propriété intellectuelle (brevet, marques, etc.) et aider le fournisseur à poursuivre ces violations en justice?

- Un chiffre d'affaires minimum est-il imposé ?
 - Comment est-il calculé (volume, chiffre d'affaires, pénétration du marché, évolution, etc.) ?
 - Quelles sont les conséquences d'un manquement à cette obligation (perte d'exclusivité, réduction du territoire, etc.)?
- Service après-vente du distributeur : déterminez les standards de qualité que le distributeur doit respecter et dans quelle mesure une indemnité complémentaire peut être accordé.
- Obligations du distributeur en termes de stock :
 - Propriété du distributeur ou livraison du stock en consignation ?
 - Quid après le terme du contrat, droit de liquider le stock ou obligation de reprendre le stock à la fin du contrat; à un prix déterminé ou non.

7. Obligations du fournisseur

- Garantie de livraison (délais, etc.)
 - Précisez les conditions qui permettent au fournisseur de refuser une commande.
 - Devoir d'information en cas de capacité de production insuffisante.
 - Soutien du distributeur au moyen d'échantillons, brochures et matériel publicitaire, formation si nécessaire, annonce à temps des changements ayant trait aux produits, listes de prix et conditions de vente, etc.;
 - Communication des informations pertinentes aux clients du territoire.

8. Conditions de vente spécifiques pour le distributeur concerné

- Quelle condition de livraison (Incoterms)?
- Quelle modalité de paiement (devise, période, méthode)?
- Des garanties de paiement sont-elles imposées?
- Prix d'achat :
 - Listes de prix particulières ?
 - Remise sur le prix détaillant/de vente conseillé ?
 - Procédures d'ajustement des prix, devise de paiement, etc.?
- Un prix de revente est-il imposé?
 - La plupart des pays interdisent l'imposition d'un prix minimum de revente (fixation des prix). Les prix de vente conseillés sont généralement autorisés.
 - Des prix de revente maximums sont autorisés par la plupart des lois sur la concurrence.
- Primes - bonus, etc.

Intégrez vos conditions générales de vente au contrat (en annexe) et faites les explicitement accepter par votre distributeur!

9. Garanties et limitation de la responsabilité

Un revendeur/distributeur essaie généralement de répercuter les garanties imposées par sa législation en matière de protection des consommateurs sur son fournisseur. Ce dernier sera souvent mieux placé pour gérer et assurer ces responsabilités étant donné qu'il contrôle le processus de fabrication.

- Comment les risques de responsabilité produit sont-ils évalués?
- Quid des lois de protection des consommateurs ?

10. Commerce électronique

- Le distributeur est-il autorisé à utiliser internet pour promouvoir ses ventes?
 - Pour tous les produits contractuels - seulement pour certains produits?
- Niveau de contrôle que le fournisseur peut/veut effectuer sur le site web du distributeur?
 - Le distributeur est-il autorisé à utiliser la marque du fournisseur comme nom (en tout ou en partie) du domaine, de métatag, etc.?
 - Accès (par ex. uniquement au(x) (pages pertinentes du) site web du distributeur via un lien depuis le site web du concessionnaire) ?
 - Structure du site web (lien obligatoire vers le site web du fournisseur, interdiction/contrôle des autres liens, lay-out, web design, transmission d'information collectée par le distributeur via son site web, etc.)?
 - Le distributeur peut-il faire de la publicité via d'autres sites web ?
- Quid des commandes reçues en dehors du territoire du distributeur via internet?
- Dans quelle mesure les ventes réalisées par le fournisseur via son site internet tombe-t-elles sous l'exclusivité accordée au distributeur?
 - Le fournisseur peut-il viser via internet les mêmes clients que ceux, ciblés par le distributeur ?
 - L'accès au webshop du fournisseur doit-il être restreint aux clients, n'appartenant pas au rayon attribué au distributeur ?
 - Commission indirecte

11. Durée et terme du contrat

- Durée déterminée ou indéterminée:
 - Un contrat à durée déterminée peut-il être reconduit après son terme
 - avec accord expresse des parties contractantes
 - tacitement
 - Le contrat peut-il être rompu avant la fin de la période déterminée ou l'accord ne peut-il être terminé qu'au terme de la période convenue?
- Durée du délai de préavis en tenant compte de la loi applicable (mode de rupture, début du délai de préavis, date de fin, etc.)
- Décrivez les circonstances qui permettent la rupture unilatérale du contrat avant son échéance.
- Comment notifier la rupture (formalités, délais, etc.)?
- Quid d'une "indemnité client" ou "compensation"?
- Autres mesures en cas de rupture:

- Indemnités en cas de rupture: la plupart des pays n'imposent pas d'obligation, mais de nombreux distributeurs peuvent hésiter à investir dans un contrat si le fournisseur a le droit d'y mettre fin à tout moment et sans compensation.
- Règlement des transactions en cours
- Quid des stocks, échantillons, pièces de rechange, listes de prix, brochures, etc. que le distributeur possède encore?
- Fin du droit du distributeur d'utiliser la dénomination commerciale, les marques et les designs du fournisseur.
- Annulation de l'enregistrement (qui prend l'initiative, coût, etc.?).

12. Droit applicable

- Droit national des parties
- Droit national "intermédiaire" d'un pays tiers
- Principes généraux du commerce international considérés comme applicables au contrat de distribution (également appelé "lex mercatoria")

Vérifiez si la clause de choix de la loi applicable est acceptable dans les pays impliqués.

13. Règlement des litiges (juridiction compétence, arbitrage)

- Cour nationale d'une des deux parties
- (Optionnel) Procédure alternative de résolution des litiges (ADR)
- Arbitrage

Vérifier si la clause de choix du forum est acceptable dans les pays impliqués.

14. Divers

- Date et lieu de signature
- Qui des arrangements précontractuels?
 - Sont-ils annulés ("Entire contract clause", « clause d'intégralité ») ?
- Quid en cas d'invalidité de certaines clauses?
 - Impactent-elles ou non la validité de l'ensemble du contrat ("Severance clause" – « clause de disjonction »)?
- Force majeure et hardship
- Transférabilité du contrat (permise ou non, conséquences)
- Entrée en vigueur du contrat
- Comment effectuer des changements dans le contrat?
- Langue du contrat, nombre d'originaux, nombre de pièces jointes
- Aspects procéduraux et fiscaux