

Le pouvoir de négociation de l'agent commercial reste en quête d'une définition claire

7



L'ARTICLE 1^{er} de la directive européenne n° 86/653/CEE définit l'agent commercial comme un « intermédiaire indépendant, chargé de façon permanente, soit de négocier la vente ou l'achat de marchandises pour une autre personne, ci-après dénommée « commettant », soit de négocier et de conclure ces opérations au nom et pour le compte du commettant. »

Cette définition a été transposée en droit français à l'article L.134-1 du Code de commerce, lequel définit l'agent commercial comme le mandataire « chargé, de façon permanente, de négocier et, éventuellement, de conclure des contrats de vente, d'achat, de location ou de prestation de services, au nom et pour le compte de producteurs, d'industriels, de commerçants ou d'autres agents commerciaux. »

Ainsi, le pouvoir de négociation, au cœur de ces deux définitions, constitue un critère déterminant, et même sine qua non, du champ d'application du statut protecteur des agents commerciaux. La jurisprudence considère en effet depuis une dizaine d'années que l'intermédiaire de commerce qui n'est habilité à apporter aucune modification, de quelque nature que ce soit, lors de la conclusion d'une vente, ne peut bénéficier du statut des agents commerciaux puisqu'étant dépourvu d'un réel pouvoir de négociation (Cass. Com. 15 janvier 2008, n° 06-14698). Toutefois, cette notion cruciale de « pouvoir de négociation » ne fait l'objet d'aucune définition textuelle et n'a jamais été précisée par la CJUE.

Pourtant, l'enjeu est de taille, l'applicabilité du statut ayant pour corollaire principal l'allocation d'une généreuse indemnité de fin de contrat à l'agent commercial.

Ainsi, cette imprécision a logiquement été source d'un abondant contentieux, en France et dans les autres États membres de l'UE, à l'occasion de ruptures de relations dont le cadre contractuel était incertain, l'intermédiaire cherchant à bénéficier du statut d'agent commercial et son cocontractant s'y opposant.

La conception commerciale et usuelle de la négociation au sens de présenter les produits, convaincre le client potentiel de ses qualités et emporter sa conviction avant de recueillir son consentement s'est alors heurtée à une conception juridique, plus stricte, de cette notion. Les États membres ont ainsi adopté des interprétations divergentes du pouvoir de négociations, de sorte qu'il n'en existe aujourd'hui aucune définition claire et unifiée.

Les juridictions britanniques ont par exemple adopté une approche plutôt pragmatique en retenant l'existence d'un pouvoir de négociation à l'intermédiaire dont le rôle est limité à la présentation des marchandises et à la suggestion de prix possibles sous réserve de validation par son mandant (High Court, 23 avr. 2008 : 2 Lloyd's Rep 108, [2008] EWHC 767).

Au contraire, la jurisprudence française s'est orientée vers une interprétation restrictive de la négociation, définie comme la « marge de manœuvre permettant d'aménager les conditions contractuelles de l'opération à intervenir avec son mandant », c'est à dire la possibilité d'influer de manière effective sur une partie au moins de l'opération économique.

Certains juges du fond, entrés en résistance, ont tenté, en vain, d'assouplir cette conception stricte.

Ainsi, le 30 mai 2013, la cour d'appel de Paris a reconnu le bénéfice du statut des agents commerciaux à un intermédiaire ayant eu la faculté d'offrir aux meilleurs clients le financement de leur participation à des congrès

internationaux, considérant que « ces cadeaux représentaient une valeur financière indiscutable et constituaient un outil de négociation à la disposition de l'agent commercial ».

Fidèle à son approche restrictive, la Cour de cassation a annulé cette décision en retenant essentiellement que les prix et conditions de vente étaient fixés par un tarif officiel du fournisseur et que l'intermédiaire ne pouvait, sauf à perdre sa commission, accorder une remise (Cass. Com, 20 janvier 2015, n° 13-24231).

En somme, le fait que l'intermédiaire ait bénéficié d'un support marketing destiné à favoriser ses relations avec les clients et à ainsi accroître les ventes des produits du fournisseur apparaissait indifférent, le seul critère retenu en l'espèce étant l'impossibilité d'influer sur le prix du contrat.

Dans ce contexte, et dans l'espoir de clarifier une fois pour toutes la notion de négociation, l'intermédiaire a demandé à la cour d'appel de renvoi de poser la question préjudicielle suivante à la CJUE : « L'article 1^{er}, paragraphe 2 de la Directive n° 86/653/CEE du 18 décembre 1986 doit-il être interprété en ce sens qu'un intermédiaire indépendant qui n'a pas le pouvoir de modifier les tarifs et conditions contractuels de son commettant n'est pas chargé de négociation au sens de cet article? »

Étonnement, dans un arrêt du 26 janvier 2017, la cour d'appel de Paris a écarté la demande de question préjudicielle, jugeant que « les dispositions de la Directive en cause ne posent pas de difficultés particulières de compréhension » (CA Paris, 26 janvier 2017, n° 15/04995).

Faisant une stricte application de l'approche adoptée par la Cour de cassation, la Cour de renvoi a finalement refusé le bénéfice du statut des agents commerciaux au demandeur au motif que le contrat lui ôtait « tout pouvoir de négociation (...) concernant les prix et les conditions de vente des produits (...) ».



M^e Chloé FERNSTRÖM,
avocate au Barreau de Bordeaux.

Cette position consistant à assimiler le pouvoir de négociation à la faculté de modifier les prix peut paraître surprenante dans la mesure où le propre de l'agence commerciale est précisément de permettre au mandant de conserver la maîtrise des prix de vente de ses produits, par opposition au recours à un distributeur acheteur-revendeur.

Une partie de la doctrine, peu convaincue par cette approche, continue donc à militer en faveur de son assouplissement, en soulignant que la négociation ne devrait pas uniquement se limiter à la capacité de faire varier les tarifs du mandant, mais revient, de manière bien plus générale, à mettre en œuvre des moyens favorisant l'acceptation de l'offre du mandant par le client.

Quoi qu'il en soit, la position adoptée par la cour d'appel de Paris dans son arrêt du 26 janvier 2017, consistant à nier toute difficulté d'interprétation de la notion de négociation, est mise à mal par les importantes disparités existant au sein des différents États membres de l'UE, témoignant du contraire.

Compte tenu des enjeux financiers importants résultant de la qualification d'agence commerciale lors de la cessation d'un contrat, une définition précise et uniforme du pouvoir de négociation, par la CJUE, eut été bienvenue pour garantir la sécurité juridique des parties à ce type de relations.

Espérons que cela ne soit que partie remise.

M^e Chloé FERNSTRÖM