

## De l'importance des clauses de fin de contrat dans les accords de distribution

[MARQUES]

*TGI Paris, 3<sup>ème</sup> Ch., 3<sup>ème</sup> sect., 27 janvier 2017*

L'usage des marques par un distributeur ne fait pas toujours l'objet de dispositions spécifiques dans un contrat de distribution et résulte alors d'un accord tacite avec le fabricant.

Cette tolérance pendant les relations contractuelles n'est évidemment pas constitutive de droits au profit du distributeur et dès lors que les relations commerciales cessent, le consentement tacite du fabricant cesse également.

En l'espèce, à l'issue des relations commerciales entre un fabricant de bicyclette haut de gamme et son distributeur français, ce dernier a continué d'utiliser l'élément distinctif dominant de la marque du fabricant au sein de son nom de domaine, son site internet, son enseigne et sa raison sociale alors qu'il commercialisait d'autres vélos de même gamme.

Assigné en contrefaçon de marque, le distributeur est logiquement condamné. Constitue en effet un acte de contrefaçon, l'usage de la marque du fabricant au sein du nom de domaine, sur le site internet, en tant qu'enseigne ou nom commercial du distributeur, après que les relations commerciales aient cessé. Le tribunal retient également que le dépôt d'une marque française effectué par le distributeur, composée de ce même élément distinctif dominant constituant la marque du fabricant, est frauduleux. Le tribunal ordonne son transfert au profit du fabricant une fois la décision devenue définitive.

Le tribunal retient également à l'encontre du distributeur des actes de concurrence déloyale. Les juges du fond relèvent que s'il ne peut être contesté que le distributeur a contribué à la connaissance sur le marché français des vélos de la marque du fabricant et qu'il a réalisé des investissements publicitaires durant les relations contractuelles, son comportement démontre l'intention de bénéficier du réseau que le distributeur a organisé pour le bénéfice du fabricant afin d'y substituer ses propres produits dont certains ressemblaient « à s'y méprendre » aux bicyclettes du fabricant.

Cette décision est l'occasion de rappeler l'importance dans le cadre des contrats de distribution, des clauses relatives à l'usage des marques aux fins de promotion des produits distribués ainsi qu'à la cessation de cet usage à la fin des relations contractuelles.

Florence DAUVERGNE