

L'AGENT



FEDERATION NATIONALE DES
AGENTS COMMERCIAUX

F.N.A.C.

MAI - JUIN 2014



COMMERCIAL

MAGAZINE D'INFORMATION ET D'ANNONCES DE LA FÉDÉRATION NATIONALE DES AGENTS COMMERCIAUX

N°107

www.comagent.com

02 JNAC 2014

04 JURIDIQUE

06 FEDERATION ET VOUS

08 VIE DES CHAMBRES

13 LES ANNONCES

16 PARRAINAGE ET MEDICIS



QUALITÉ D'AGENT COMMERCIAL (suite)

Dans le numéro 105 de janvier/février 2014, nous analysons combien était erroné le raisonnement contenu dans quelques décisions de justice, selon lesquelles, pour se voir reconnaître la qualité d'agent commercial, il faudrait que le mandataire ait pouvoir de faire varier les prix du mandant.

Ce faux raisonnement a été écarté par d'autres décisions de justice, de bon sens et conformes au droit, que nous vous citons, parmi lesquelles on peut rappeler l'arrêt de la Cour de Rennes du 26 avril 2013 rédigé dans des termes particulièrement clairs :

Cour d'appel de Rennes, 26 avril 2013 : « ...le pouvoir de négocier les contrats ne se réduit pas à celui de fixer le prix des marchandises ou services, lequel dépend de la politique commerciale adoptée par le mandant à laquelle l'agent doit se conformer. En l'espèce, il n'est pas sérieusement discuté que [l'agent] disposait d'un mandat permanent de visiter, au nom [du mandant], la clientèle potentielle, de lui présenter de manière attractive les produits de cette société et de provoquer et recueillir les commandes à des conditions conformes aux instructions du mandant et à sa capacité de production mais aussi aux besoins et exigences des clients, ce qui s'analysait en un pouvoir de négociation de contrats de vente conférés par un producteur industriel ou commerçant à un mandataire indépendant au sens de l'article L. 134-1 précité. »

L'argument selon lequel la qualité d'agent commercial serait subordonnée au fait pour le mandataire de faire varier les prix du mandant (à la baisse nécessairement car on ne connaît pas de client sollicitant des hausses de prix) est d'abord un contresens juridique.

La définition même d'un mandataire, donnée par l'article 1989 du Code civil, est de ne rien pouvoir faire de contraire aux instructions du mandant.

C'est également ce qu'indique l'article 3 de la Directive 86-653 du 18 décembre 1986 dont est issu le droit français des agents commerciaux :

« 2. En particulier, l'agent commercial doit :

a) s'employer comme il se doit à la négociation et, le cas échéant, à la conclusion des opérations dont il est chargé ;

b) communiquer au commettant toute information nécessaire dont il dispose ;

c) se conformer aux instructions raisonnables données par le commettant. »

C'est d'ailleurs précisément pour conserver la maîtrise des conditions commerciales faites aux clients, notamment tarifaires, qu'un industriel choisit d'avoir recours à un agent commercial, mandataire.

Sans quoi, il choisirait un partenaire acheteur/revendeur, tel un concessionnaire par exemple, qui est libre de sa politique commerciale.

Soutenir qu'un agent commercial, mandataire, devrait avoir le pouvoir de modifier unilatéralement les conditions tarifaires de son mandant est donc contraire au droit du mandat.

Ensuite, assimiler la négociation à la faculté de modifier les prix, c'est la confondre avec la définition du marchandage, donnée, par exemple, par le dictionnaire Larousse : « *Marchander* : tâcher d'obtenir à meilleur marché. »

Or, l'article L. 134-1 du Code de commerce ne définit pas l'agent commercial comme un mandataire chargé de « *marchander* » mais bien de **négocier**.

La mission de l'agent commercial n'est donc pas de diminuer les prix du mandant.

La mission de l'agent commercial est de négocier pour le compte du mandant afin d'obtenir des commandes des clients, et non pas de négocier pour le compte des clients afin d'obtenir des remises du mandant.

La mission de négociation de l'agent commercial n'a jamais exigé qu'il faille baisser les prix du mandant.

Il faut se souvenir qu'en France, jusqu'en 1986, les prix étaient administrés (c'est l'ordonnance du 1^{er} décembre 1986 qui a rétabli la liberté des prix), de sorte que les négociations ne portaient pas sur les prix.

Pourtant :

- il existait bien déjà des négociations pour convaincre les clients de choisir tel fournisseur plutôt qu'un concurrent ;
- et il existait des agents commerciaux dont le statut était alors régi par le décret du 23 décembre 1958.

On voit donc bien que la modification des prix du mandant n'a jamais été un critère du statut d'agent commercial.

La notion de négociation visée par l'article L 134-1 du code de commerce recouvre bien d'autres choses.

« Série d'entretiens, d'échanges de vues, de démarches qu'on entreprend pour parvenir à un accord pour conclure une affaire. » **Dictionnaire Robert**

« S'employer comme il se doit à la négociation et le cas échéant à la conclusion des opérations dont il est chargé... » **Article 3 de la Directive du 18 décembre 1986**

« La négociation n'est au fond qu'un moyen d'obtenir des autres ce que l'on désire. C'est une forme de communication bilatérale destinée à produire un accord entre des gens qui possèdent à la fois des intérêts communs et des intérêts opposés. » « **Comment réussir une négociation** », **MM. Ury, Fisher, Patton – Ed. du Seuil p. 14**

Autrement dit, comme rappelé dans le numéro de janvier/février 2014, négocier c'est faire en sorte que l'offre du mandant reçoive une acceptation du client. C'est discuter pour convaincre ce client du besoin qu'il a des produits ou des services qui lui sont proposés, de choisir le mandant plutôt que l'un de ses concurrents, de commander toute la gamme ou telles références, d'en commander un carton, une palette, un container...

Tant de choses qui caractérisent déjà la négociation en dehors même de toute diminution de prix.

Le faux raisonnement prétendant exiger que le mandataire puisse modifier les prix du mandant n'a de surcroît aucun sens économique.

On sait que le contrat d'agent commercial est décrit comme un mandat d'intérêt commun, c'est-à-dire que le

mandant et l'agent travaillent exactement dans le même objectif de constituer une part de marché et réaliser un chiffre d'affaires à leur profit mutuel :

- le mandant, parce qu'il encaisse ce chiffre d'affaires,
- l'agent, parce qu'il est commissionné sur ce chiffre d'affaires.

Or, l'argument selon lequel il faudrait à l'agent faire baisser les prix du mandant aboutirait au contraire à un antagonisme entre le mandant et l'agent.

Alors que l'intérêt du mandant est de vendre au prix le plus haut, l'intérêt de l'agent serait de baisser le prix du mandant pour accéder au statut légal.

Du mandat d'intérêt commun, on basculerait donc vers un mandat d'intérêts divergents.

On voit l'aboutissement absurde de ce raisonnement qui renverse l'essence même du mandat d'agent commercial.

L'absurde est à son comble lorsqu'on constate que la jurisprudence juge l'agent commercial gravement fautif lorsqu'il modifie unilatéralement les conditions tarifaires de son mandant. **Cass. com. 25 juin 2013, n°11-25528**

Ainsi, selon ce faux raisonnement, il faudrait que l'agent ait modifié les prix du mandant pour bénéficier du statut légal... mais sitôt qu'il l'aurait fait, il serait jugé gravement fautif et privé de tous droits notamment à indemnisation.

Ceci conduirait donc, ni plus ni moins, à la neutralisation systématique du statut et donc à sa disparition.

Il est particulièrement nécessaire que votre profession s'emploie à combattre toute dénaturation de votre statut.



Maître Antoine SIMON
Associé du
CABINET D'AVOCATS LELOUP
Paris – Poitiers – Séville