


# Chapitre 10 : Les partenariats contractuels

## Quelles sont les formes de coopération entre entreprises ?

### La diversité des formes de coopération entre entreprises

Le principe de **liberté du commerce et de l’industrie** repose sur trois principes fondateurs :

* la liberté d'entreprendre : l’entrepreneur peut se livrer à l'activité commerciale de son choix ;
* la liberté d'exploiter : l’entrepreneur peut établir les relations commerciales de son choix ;
* la liberté de concurrencer : l'entrepreneur a le droit d’entrer en compétition dans le cadre d’une relation loyale et légale avec d’autres entreprises.

La **coopération** interentreprises est un accord entre deux ou plusieurs entreprises ayant pour objectif de répondre à des intérêts communs (ex. : optimiser leurs coûts, mutualiser les moyens, participer à un projet commun, réduire les risques).

La coopération verticale est un accord entre deux ou plusieurs entreprises indépendantes situées à des niveaux différents de la filière. La coopération horizontale est un accord entre deux ou plusieurs entreprises indépendantes situées au même niveau de la filière.

On distingue également la coopération contractuelle de la coopération structurelle (qui implique la création d’une structure juridique).

La coopération contractuelle comprend :

* la **franchise**, contrat du droit commercial par lequel une entreprise indépendante « le franchiseur », concède à une autre entreprise indépendante « le franchisé », le droit d’utiliser tout ou une partie des droits incorporels lui appartenant (nom commercial, marques, licences) et lui transmet son savoir-faire et une assistance technique, généralement contre le versement d’un droit d’entrée et d’une redevance ;
* le **contrat d’entreprise**, contrat par lequel l’entrepreneur exécute un travail de façon indépendante pour un maître d’ouvrage, et qui peut donner lieu à un contrat de sous-traitance, par lequel l’entrepreneur confiera à une autre entreprise, le sous-traitant, une tâche à réaliser ;
* la concession, contrat commercial par lequel un commerçant indépendant dit « concessionnaire » se procure auprès d’un autre commerçant, fabricant ou grossiste, dit le « concédant » des marchandises qu’il s’engage à commercialiser sous la marque du concédant, lequel lui confère une exclusivité pour un temps et dans une zone géographique délimitée.

La coopération structurelle comprend :

* la co-entreprise (ou *joint-venture*) qui est une entreprise créée par deux entreprises ou plus et détenue à parts égales afin de partager des compétences, des technologies, de réaliser des économies d’échelle, etc. ;
* le GIE (Groupement d’intérêt économique) qui est le regroupement d’entreprises préexistantes dans une nouvelle entité juridique dont le but est de faciliter ou de développer l’activité économique de ses membres, d’améliorer ou d’accroître les résultats de cette activité.

### Le contrat de franchise

Le contrat de **franchise** est une forme de coopération entre entreprises.

Pour rappel (cf. : I.), le contrat de franchise est un contrat par lequel une entreprise indépendante « le franchiseur », concède à une autre entreprise indépendante « le franchisé », le droit d’utiliser tout ou une partie des droits incorporels lui appartenant (nom commercial, marques, licences) et lui transmet son savoir-faire et une assistance technique, généralement contre le versement d’un droit d’entrée et d’une redevance.

Il comporte des avantages pour chacune des parties :

* le franchisé bénéficie de la transmission des signes distinctifs et du savoir-faire du franchiseur, d’une assistance technique et éventuellement d’une exclusivité territoriale ;
* le franchiseur bénéficie en retour du versement d’un droit d’entrée et d’une redevance de la part du franchisé et, par le contrat, s’assure que le franchisé respectera ses normes, gardera le savoir-faire transmis confidentiel, et peut éventuellement insérer aussi une clause d’approvisionnement exclusif.

Le contrat de franchise doit être équilibré pour ne pas désavantager une des parties. Par exemple, les clauses de non-concurrence qui auraient pour effet de réduire l’esprit d’initiative du franchisé et/ou de ses associés peuvent poser problème.

## Comment le droit de la concurrence protège-t-il le principe de liberté du commerce et de l’industrie ?

### Le droit de la concurrence permet de maintenir une concurrence saine et loyale entre les acteurs économiques et de garantir l'effectivité de la concurrence entre les entreprises. Il protège en ce sens le principe de liberté du commerce et de l’industrie.

### La concurrence déloyale correspond aux agissements fautifs de la part d’un concurrent consistant, par exemple, en des actes de dénigrement des produits (ex. : prétendre qu’un produit n’est pas bon) ou de confusion (ex. : faire croire en la similitude entre son produit et le produit d’un concurrent) entraînant un préjudice pour l’entreprise victime.

Face à de tels agissements, la victime pourra intenter l’**action en concurrence déloyale**. Cela lui permettra d’obtenir auprès des tribunaux que la cessation du trouble soit ordonnée, et la réparation de son préjudice (via l’allocation de dommages et intérêts). L’action en concurrence déloyale repose sur le fondement de la responsabilité civile : la victime devra alors faire état des **trois conditions cumulatives** que sont :

* la faute (par exemple, le dénigrement) ;
* le préjudice (par exemple, la perte sur le chiffre d'affaires) ;
* le lien de causalité (le préjudice doit être le fait unique de l'acte fautif d'un tiers).

Le droit de la concurrence englobe également :

* les pratiques anticoncurrentielles : elles sont interdites par la loi si elles portent atteinte au jeu de la concurrence (ex. : ententes illicites, abus de position dominante) ;
* les pratiques restrictives de concurrence : elles sont sanctionnées automatiquement, peu importe leur effet sur le marché (ex. : déséquilibre significatif, rupture brutale des relations commerciales établies).

Les **ententes** sont les liens établis entre des entreprises différentes, dont l'objectif est d'être leader sur le marché. Elles peuvent être verticales (ex. : entre producteurs et distributeurs) ou horizontales (ex. : entre deux distributeurs ou deux fournisseurs). Elles sont constituées lorsque des entreprises échangent des informations ou adoptent des comportements concertés par exemple pour limiter l’accès à un marché d’un de leurs concurrents, faire obstacle à la fixation des prix par le libre jeu du marché ou encore se répartir les marchés ou les sources d’approvisionnement. Elles génèrent des effets néfastes, comme la hausse des prix pour le consommateur.

L'abus de position dominante est « l'exploitation abusive par une entreprise ou un groupe d'entreprises d'une position dominante sur le marché intérieur ou une partie substantielle de celui-ci».

Pour qu'il y ait abus de position dominante, trois conditions doivent être réunies :

* l'existence d'une position dominante ;
* une exploitation abusive de cette position ;
* un objet ou un effet restrictif de concurrence sur un marché.

Concrètement, l'**abus de position dominante** peut être constitué en cas de refus de vente, de ventes liées ou discriminatoires, ou encore par la rupture des relations commerciales établies au seul motif que le partenaire refuse de se soumettre à des conditions commerciales injustifiées.

Comme pour les ententes, en matière d’abus de position dominante l’Autorité de la concurrence (ADLC) et la Commission européenne peuvent prononcer :

* des sanctions pécuniaires pouvant atteindre 10 % du chiffre d’affaires mondial de l’entreprise ;
* une injonction visant à ordonner la cessation de la pratique anticoncurrentielle.