

OUTLINE CONTRATOS DE AGENCIA Y DISTRIBUCIÓN en Francia

I CONTRATO DE AGENCIA

1. CONCEPTO

Es agente comercial es una persona física o moral (mandatario) que, a título de profesión independiente, sin estar ligado por un contrato de locación de servicios, se encarga, de manera permanente, de negociar, y eventualmente, de concluir contratos de venta, compra, de locación o prestación de servicios, a nombre y por cuenta de productores, de industriales, de comerciantes o de otros agentes comerciales (mandantes)¹.

1.1 Marco Legal

Ley 91-593 del 25 de junio de 1991, adaptó al ordenamiento jurídico francés la Directiva 86/653/CEE de 1986.

2. CLAUSULAS COMUNES

2.1 OBJETO

2.1.1 Agente como Promotor de negocios, clientela y contratos

El agente deberá realizar, por sí mismo o por medio de sus dependientes, la promoción y, en su caso, la conclusión de los actos u operaciones de comercio que se le hubieren encomendado por cuenta y en nombre del Mandante.

2.1.2 PLAZO

El contrato de agencia podrá pactarse por tiempo determinado o indefinido. Si no se hubiera fijado una duración determinada, se entenderá que el contrato ha sido pactado por tiempo indefinido.

2.1.3 FORMA

La legislación no prevé la forma escrita del contrato de agencia. Se limita a enunciar que cada parte puede exigir a la otra por escrito el contenido del contrato de agencia, y de sus enmiendas².

3 OBLIGACIONES DE LAS PARTES:

Ambas partes están obligadas a actuar con lealtad en las relaciones comerciales y tienen un deber de información recíproca.

3.1 Obligaciones del Agente

En el ejercicio de su actividad profesional, el agente deberá actuar con diligencia y de buena fe, ejecutando el contrato como buen profesional.³

En particular, el agente deberá:

¹ Artículo 1º, Ley 91-593.

² Artículo 2, Ley 91-593.

³ Art. 4, Ley 91-593.

a) Diligencia: ocuparse con la diligencia de un ordenado comerciante de la promoción y, en su caso, de la conclusión de los actos u operaciones que se le hubieren encomendado.

b) Información: Comunicar al empresario toda la información de que disponga, cuando sea necesaria para la buena gestión de los actos u operaciones cuya promoción y, en su caso, conclusión, se le hubiere encomendado, así como, en particular, la relativa a la solvencia de los terceros con los que existan operaciones pendientes de conclusión o ejecución.

c) Prohibición de Competencia:

C 1) El pacto de limitación de la competencia no podrá tener una duración superior a dos años a contar desde la extinción del contrato de agencia. Si el contrato de agencia se hubiere pactado por un tiempo menor, el pacto de limitación de la competencia no podrá tener una duración superior a un año.

C 2) El pacto de limitación de la competencia, que deberá formalizarse por escrito para su validez, sólo podrá extenderse a la zona geográfica o a ésta y al grupo de personas confiados al agente y sólo podrá afectar a la clase de bienes o de servicios objeto de los actos u operaciones promovidos o concluidos por el agente.

3.2 Obligaciones del Empresario

a) Diligencia: en sus relaciones con el agente, el empresario deberá actuar lealmente y de buena fe⁴.

b) Información: poner a disposición del agente, con antelación suficiente y en cantidad apropiada, los muestrarios, catálogos, tarifas y demás documentos necesarios para el ejercicio de su actividad profesional. Asimismo, deberá procurar al agente todas las informaciones necesarias para la ejecución del contrato de agencia y, en particular, advertirle, desde que tenga noticia de ello, cuando prevea que el volumen de los actos u operaciones va a ser sensiblemente inferior al que el agente hubiera podido esperar.

c) Remuneración: satisfacer la remuneración pactada.

4 REMUNERACION / COMISION

4.1 La remuneración del agente consistirá en una cantidad fija, en una comisión o en una combinación de los dos sistemas anteriores. En defecto de pacto, la retribución se fijará de acuerdo con los usos de comercio del lugar donde el agente ejerza su actividad. Si éstos no existieran, percibirá el agente la retribución que fuera razonable teniendo en cuenta las circunstancias que hayan concurrido en la operación.

4.2 Por los actos y operaciones que se hayan concluido durante la vigencia del contrato de agencia, el agente tendrá derecho a la comisión cuando concorra alguna de las circunstancias siguientes⁵:

- a. Que el acto u operación de comercio se hayan concluido como consecuencia de la intervención profesional del agente.
- b. Que el acto u operación de comercio se hayan concluido con una persona respecto de la cual el agente hubiera promovido y, en su caso, concluido con anterioridad un acto u operación de naturaleza análoga.

⁴ Art. 5, Ley 91-593.

⁵ Art. 6, Ley 91-593.

4.3 Por los actos u operaciones de comercio que se hayan concluido después de la terminación del contrato de agencia, el agente tendrá derecho a la comisión cuando concorra alguna de las circunstancias siguientes⁶:

- a. Que el acto u operación se deban principalmente a la actividad desarrollada por el agente durante la vigencia del contrato, siempre que se hubieran concluido dentro de un plazo razonable a partir de la extinción de dicho contrato.
- b. Que el mandante o el agente hayan recibido el encargo o pedido antes de la extinción del contrato de agencia, siempre que el agente hubiera tenido derecho a percibir la comisión de haberse concluido el acto u operación de comercio durante la vigencia del contrato.

4.4 La comisión se pagará no más tarde del último día del mes siguiente al trimestre natural en el que se hubiere devengado, salvo que se hubiere pactado pagarla en un plazo inferior.

5. EXCLUSIVIDAD:

Salvo pacto en contrario, el agente puede, sin necesidad de autorización del mandante, aceptar la representación de nuevos mandantes. Necesitará el consentimiento del mandante con quien haya celebrado un contrato de agencia para ejercer por su propia cuenta o por cuenta de otro empresario una actividad profesional relacionada con bienes o servicios que sean de igual o análoga naturaleza o competitivos con aquellos cuya contratación se hubiera obligado a promover⁷.

6. CESION

Se permite la cesión sólo con autorización, caso contrario pierde derecho a indemnización.

7. RENOVACION

Los contratos de agencia por tiempo determinado que continúen siendo ejecutados por ambas partes después de transcurrido el plazo inicialmente previsto, se considerarán transformados en contratos de duración indeterminada.

8. FACULTADES DEL AGENTE Y DEL EMPRESARIO

- El agente debe comunicar al empresario la información necesaria para la ejecución del contrato.
- El empresario debe poner a disposición del agente documentación sobre productos y servicios, etc.

9. CAUSALES DE TERMINACION

- Por cumplimiento del término pactado.
- Por denuncia unilateral de cualquiera de las partes: obligación de preaviso

9.1 El Preaviso

El plazo del preaviso será de un mes para cada año de vigencia del contrato, con un máximo de tres meses.

10. INDEMNIZACION

⁶ Art. 7, Ley 91-593.

⁷ Art. 3, Ley 91-593.

1. Por clientela (a) casos: (i) nuevos clientes o desarrollo de existentes cuando hay ventajas sustanciales (ii) cuando pago fuere equitativo con relación circunstancias en especial a comisiones que agente hubiere percibido. (b) Monto: no puede ser superior a cifra equivalente a indemnización anual sobre base media anual durante los últimos 5 años, si es menor a partir de media del período.
2. Daños y Perjuicios en condiciones (i) lucro cesante, (ii) daño emergente.
3. Muerte del Agente
4. Prescripción: un año desde terminación del contrato.
5. Indemnización Parcial cuando empresario prueba beneficio mutuo.
6. casos en que no procede indemnización: (i) empresario termina contrato por incumplimiento imputable al agente, (ii) agente termina contrato salvo incumplimiento del empresario o circunstancias tipo enfermedad, etc, del agente y (iii) cesión autorizada

II CONTRATO DE CONCESIÓN O DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

1. CONCEPTO

El distribuidor adquiere un producto o un bien de consumo de su fabricante, quien acuerda suministrárselo en determinadas cantidades y con cierta regularidad, a fin de que el distribuidor se encargue de la venta masiva de dicho producto con o sin exclusividad, en una zona o territorio predeterminado y a través de su propia organización.

1.1 Marco legal

- No hay normas específicas
- Rigen normas generales en materia de contratos comerciales.
- La doctrina considera que se aplica por analogía el contrato de concesión.

2. CLAUSULAS CRITICAS

- Distribuidor no se encuentra protegido por un estatuto especial.
- Principio: facultad de rescisión unilateral para cada parte.
- Las reglas comunes de derecho se aplican entonces a la terminación de contratos de distribución sin plazo.
- Obligatoriedad de Preaviso: a los efectos de dar tiempo al distribuidor de conseguir un nuevo proveedor. Se tiene en cuenta (i) el carácter abusivo, (ii) la apreciación de la falta y (iii) la apreciación de la indemnización.
- No existe preaviso en caso de falta imputable a la otra parte.
- Casos comunes de rescisión abusiva: (i) plazo corto, (ii) falta de plazo, (iii) proveedor incita al distribuidor a hacer nuevas inversiones y (iv) proveedor ilusiona al distribuidor con la renovación del contrato.

3. EL PREAVISO

- No está previsto en la ley.
- Depende de las estipulaciones del contrato.
- Si el contrato no prevé nada, se observan los usos del comercio establecido por acuerdos profesionales.

- Criterios en caso de falta de acuerdos profesionales: la duración del contrato, la naturaleza e importancia financiera de las relaciones comerciales y el tiempo necesario para la reorganización (jurisprudencia ha previsto 6 meses).
- Las partes pueden prever cláusula de ruptura inmediata en caso de un hecho objetivo.
- Debe ser hecho por escrito.
- La rescisión abusiva no se justifica por una intención particular.
- la rescisión se justifica (y no es abusiva) en caso de incumplimiento grave del distribuidor.

4. CONSECUENCIAS DE LA RESCISIÓN ABUSIVA

- Derecho del distribuidor a indemnización
- El alcance del perjuicio se tiene en cuenta en cada caso particular de acuerdo al derecho común de responsabilidad (lucro cesante, daño emergente).
- Casos particulares: (i) Cass. Com 19/07/71: el distribuidor reclamó daños por la pérdida de la chance de renovar el contrato: no se hizo lugar, (ii) CA Paris 16-05-1984. BRDA 15-16/84 p21: se hizo lugar a un reclamo por daño moral de una empresa por pérdida de su reputación comercial y (iii) CA Paris 6/05/1985: se tuvo en cuenta para el cálculo del daño: los gastos de formación profesional, la impresión de papel membretado, la reventa de piezas de cambio, etc.

5. CONSECUENCIAS COMUNES DE EXTINCIÓN DEL CONTRATO

- Derecho del distribuidor a la recompra de stocks (debe estar prevista en el contrato).
- Derecho del productor a que el distribuidor no utilice las marcas.
- Derecho de informar a la clientela del cambio de distribuidor.
- Existencia de una clientela del distribuidor: en un caso de la jurisprudencia francesa (Cass. Civ. 13 février 1980, Bull, II p. 26 el distribuidor pudo comprobar que era titular de un fondo de comercio en virtud de haber reunido una clientela diferente a la marca del productor).