

Contrat de distribution



plan

- Definition de contrat de distribution
- Les cadres de contrat de distribution
- Distributeur
- Avantages
- Inconvénients
- Modalités juridiques de distribution
- Accords de distribution
- Rédaction du contrat de distribution
- Etude de cas kraft
- Conclusion

definition

- Contrat de distribution
Est un contrat dans lequel un fournisseur étranger demande a une société local de distribuer ses produits sur son marche national
- Autrement dit le contrat de distribution est destiné a encadrer un certain nombre d'opérations commerciales entre le concèdent et la concessionnaire sur une période assez longue



Les cadres de contrat de distribution

1. Le contrat de franchise

- - Le contrat de franchise est la convention par laquelle une partie (le franchiseur) met à la disposition d'une autre partie (le franchisé) ses concepts commerciaux et ses éléments de notoriété (marque, enseigne, savoir-faire) permettant au second de réitérer le succès de l'entreprise du premier

2. Le contrat de concession ou distribution exclusive

- Le contrat de concession est la convention par laquelle un fournisseur (concedant) s'engage dans un territoire déterminé à ne pas vendre ses produits à d'autres qu'à son contractant (concessionnaire). Le concedant autorise le concessionnaire, pour les besoins de l'activité, à faire usage de la marque couvrant ces produits.

- Cette exclusivité n'est pas toujours réciproque, mais en pratique c'est souvent le cas (=le concessionnaire assure la distribution des seuls produits du concédant).
- L'élément essentiel de ce type de contrat est l'exclusivité territoriale.
- Il n'y a pas de transfert de savoir faire dans un contrat de concession.
- L'assistance technique peut exister mais elle est plus légère que celle assurée par un contrat de franchise.
- Une partie de la marge du concessionnaire sur son prix de vente est versée au concédant (sur une marge de 20%, environ 5% est versé au concédant).

3. Le contrat de distribution sélective

- Le contrat de distribution sélective est la convention par laquelle une partie (le fournisseur) s'engage à approvisionner dans un secteur déterminé un ou plusieurs commerçants qu'il choisit en fonction de critères objectifs qualitatifs (compétences professionnelles, localisation du point de vente, agencement du magasin et de la vitrine...), sans discrimination et sans limitation quantitative injustifiées, et par lequel d'autre part le distributeur est autorisé à vendre d'autres produits concurrents.

Dans le même arrêt la Cour ajoute qu'un tel contrat, s'il est établi qu'il n'a pas pour objet ou pour effet même indirect, de limiter la liberté du revendeur de fixer lui-même, comme il l'entend, le prix de vente du produit, mais qu'il tend au contraire essentiellement par les obligations réciproques que s'imposent les co-contractants à assurer, spécialement dans le commerce de produits requérant une haute technicité ou dans celui d'articles de marque ou de luxe, un meilleur service au consommateur, peut licitement avoir pour effet de rendre juridiquement indisponible à l'égard des tiers la marchandise détenue par le fournisseur, et dès lors, de légitimer le refus de vente.

Distributeur

- Un commerçant indépendant étranger qui achète les produits de l'exportateur et ensuite les revend de façon exclusive ou non, sur un territoire donné / Le lien juridique est celui du contrat de vente
- Qui agit en son nom et pour son propre compte, donc à ses risques et profits
- Le distributeur achète de façon irrévocable les produits
- Il organise lui-même toutes les activités nécessaires à la vente et détermine seul les conditions de vente des produits

Avantages

- Investissement réduit pour l'entreprise exportatrice
- –L'entreprise exportatrice ne supporte plus le risque de crédit

Inconvénients

- L'entreprise exportatrice perd la maîtrise du marché et ne connaît pas les clients finaux
- L'entreprise exportatrice est dépendante des performances du distributeur
- L'exportateur partage ses bénéfices avec le distributeur

MODALITES JURIDIQUES DE DISTRIBUTION

La distribution des produits d'une entreprise peut être assurée suivant des modalités diverses.

La distribution peut être confiée à des voyageurs représentants placiers, des agents commerciaux, des mandataires, des dépositaires consignataires, des concessionnaires ou des franchisés.

Chacun de ces modes de distribution comporte un régime particulier correspondant aux conditions spécifiques de distribution. Divers régimes font l'objet d'un statut particulier

- voyageur représentant placier (VRP) qui a un statut de salarié
- agent commercial "statutaire"
- agent commercial de droit commun régi par le droit du mandat
- gérant salarié de succursale qui a un statut de salarié

Un régime contractuel spécifique est applicable au

- concessionnaire
- commissionnaire
- franchisé



Les modalités commerciales de distribution sont similaires dans un contrat de concession, d'agence commerciale ou de commission. Les différences sont d'ordre juridique, au niveau en particulier de la fixation des prix et conditions par le distributeur et au niveau de la résiliation du contrat de distribution.

ACCORDS DE DISTRIBUTION

Objet de la distribution

Les accords de distribution doivent définir les produits à distribuer. Ils peuvent par ailleurs définir la quantité des produits à distribuer. Les accords peuvent prévoir des quantités minimales (clause de minima), un pourcentage de production ou de distribution (clauses d'objectif).

Contrat cadre

L'accord de distribution est un contrat cadre . Il s'exécute par le passage de commandes dont les modalités peuvent être fixées dans l'accord de distribution, suivies de livraison des marchandises dont les modalités de délivrance peuvent être également fixées dans le contrat de distribution.

Territoire et clientèle

La distribution est assurée par le distributeur sur un territoire qui doit être déterminé dans le contrat. Le contrat peut prévoir ou non une protection territoriale avec une exclusivité de distribution.

Exclusivité d'achat

Le contrat peut prévoir une exclusivité d'approvisionnement dans le cadre de la limitation de durée des engagements d'approvisionnement exclusif.

Service après vente

Le contrat peut prévoir des obligations de fournir le service après vente.

Stocks

Le contrat peut prévoir des engagements concernant les stocks et par ailleurs leur sort en cas de cessation de la distribution

les clauses essentielles de rédaction du contrat de distribution

- Définition des produits à distribuer / Attribution ou non d'une exclusivité
 - Définition de l'organisation du réseau de vente / du mode de prospection, publicité, promotion des ventes
 - Obligation d'information
 - Obligation de non concurrence et interdiction de sous-traiter
 - Fixation de quotas de vente
 - Usage de la marque de l'entreprise exportatrice
 - Droit applicable et juridiction compétente

Etude de cas



Kraft food Maroc s'occupe de la distribution au Maroc

Le cadre de contrat est un contrat de distribution exclusive parceque on distribu que ces produits.

- Kraft Foods, groupe américain est le 2ème acteur mondial de l'industrie agroalimentaire et occupe la position de leader du café sur le marché marocain.

Kraft Foods Maroc est spécialisée dans la torréfaction et la vente de café et boissons instantannées, elle opère dans les segments des CHR, de la grande distribution moderne et traditionnelle.

La société met à disposition des professionnels qui veulent garantir des moments d'exception à leurs clients, une large gamme de produits accompagnée par des services qui répondent parfaitement à leurs attentes, et leur assure également l'installation et l'entretien des machines à café professionnelles.

- **Positionnement de Kraft Foods Maroc**
- Position de leader sur le Marché des Boissons Instantanées: 50% de part de marché
- Position de leader sur le Marché du café toutes catégories confondues: 62% de la part du marché (PDM)
 - Café Soluble: 12% PDM
 - Samar: 52% PDM
- Catégorie Boissons Non Gazeuses: 20% de part de marché
- La 2ème Acquisition en Afrique de Kraft Foods présente les spécificités suivantes :
- Acquisition des “Cafés Ennasr” en Mars 2001
- KMF est responsable du Maghreb et de l’Afrique Centrale et Subsaharienne
- 300 Salariés au Maroc

Circuit de distribution au MAROC

- **Zone Nord:**
- **Grandes villes:** Tanger, Tetouan, Larach, Asila, Ouazane, Sidi Kacem, Kénitra, Rabat, Salé,
Petites villes:
- Bab Bered, Ksar Kebir, Souk Larbaa, Sidi Slimane, Jorf Melha, Sidi Yahya, Tiflet, Témara, Skhirat, Bouznika, Romani
Rurales: Souks
- **Zone Sud:**
- **Les grandes villes:** Marrakech, Ouarzazate, Essaouira, Agadir, Laayoune, Esmara, Dakhla, Boujdour, Tantan
Petites villes: Kelaa Seraghna, Chichaoua, Imintanoute, Tahnaoute, Taroudante, Tiznith,
Rurales: Souks

Fiche signalétique

Dénomination sociale	Société Kraft Foods Maroc
Forme juridique	Société Anonyme (SA)
Date de création	02 Mars 2001
Objet social	fabrication et commercialisation de produits agroalimentaires
Capital social	55.000.000 DHS
Effectif	314 personnes dont 32 cadres
Siège social	Rue Ibn Laknane- Ain sbaâ- Casablanca 20250- B.P 2529
Numéro d'enregistrement	01640183
Patent No	30351990

Produits de Kraft



MAIZENA



Conclusion

Dans le nouveau contexte de la concurrence au Maroc, le système de distribution tel qu'il se présente aujourd'hui au niveau de ses structures, son organisation et son mode de gestion, traduisent la réalité d'un secteur qui accumule depuis des décennies d'énormes obstacles qui handicapent son développement.

En plus de ces contraintes internes, il existe d'autres facteurs externes qui favorisent ces dysfonctionnements dont notamment, la pléthore des textes juridiques, des structures administratives qui interviennent dans le secteur, un contexte économique difficile et un environnement social désavantageux.

De nos jours, on assiste à un accroissement accru de la vente moderne et des grandes surfaces spécialisées dans de nouveaux domaines tels que l'électroménager, l'informatique et l'ameublement.

Par conséquent, ceci conduit à affirmer que la grande distribution au Maroc, ainsi que la distribution exclusive, qu'elle soit sous forme de franchises ou d'approvisionnements et fournitures exclusives, est amenée à évoluer de manière considérable notamment avec l'expansion de l'investissement étranger au paysage marocain de la distribution.