

Capsule

Les clauses de renouvellement automatique dans les contrats de concessionnaire

Vanessa Udy*

Le concédant d'une convention de concessionnaire de véhicules, en l'espèce un contrat à durée déterminée qui se renouvelle de façon automatique pour des périodes fixes, peut-il se prévaloir d'une clause lui permettant à sa discrétion de ne pas renouveler la convention¹ ? Voilà la question dont la Cour d'appel a été saisie dans le contexte d'une dispute entre Bombardier Produits Récréatifs inc. (« BRP ») et l'un de ses concessionnaires se spécialisant dans le commerce des motoneiges et des véhicules tout-terrain (« VTT »), Christian Moto Sport inc. (« CMS »).

CMS, un concessionnaire de produits BRP depuis 1995², décida en 2003 de démarrer une nouvelle concession ayant pour but la vente de motoneiges de marque YAMAHA³, en dépit des avertissements de BRP qu'une telle pratique était interdite par le contrat de concessionnaire intervenu entre les parties⁴. BRP eut vent du défaut de CMS de respecter leur entente et, le 18 juin 2004, avisa son concessionnaire de son intention de ne pas renouveler leur contrat, qui venait à terme le 31 mars 2005 pour les motoneiges et le 31 mai pour

© CIPS, 2012.

* Avocate chez ROBIC, S.E.N.C.R.L., un cabinet d'avocats et d'agents de brevets et de marques de commerce.

1. *Bombardier Produits récréatifs inc. (BRP) c. Christian Moto Sport inc.*, 2012 QCCA 1670 (coram, les juges Forget, Giroux et Bouchard, motifs par le juge Bouchard ; 2012-06-20), par. 40 (ci-après « BRP »).

2. *Ibid.*, par. 11, pour des motoneiges et des véhicules tout-terrains.

3. *Ibid.*, par. 12.

4. *Ibid.*, par. 12-13.

les VTT⁵. L'avis précisait que la décision avait été prise en raison du non-respect de CMS de la clause de non-concurrence contenue dans l'entente de concessionnaire⁶. Des discussions s'ensuivirent au cours desquelles les parties tentèrent, sans succès, de trouver une solution mutuellement convenable. Les discussions n'ayant pas débouché sur une solution satisfaisante, CMS se vit obligée de fermer les portes de sa concession BRP à la mi-avril 2005.

En l'occurrence, le contrat de concessionnaire était un contrat à terme fixe, les parties ayant convenu entre elles de le renouveler automatiquement à la fin de chaque terme, à moins que Bombardier décide, à sa seule discrétion, de ne pas le renouveler⁷.

CMS alléguait qu'en exerçant son droit de ne pas renouveler le contrat de concessionnaire, BRP avait agi de manière abusive. La Cour d'appel nous rappelle qu'en vertu des articles 7 et 1375 du *Code civil du Québec*, le titulaire d'un droit ne doit pas exercer celui-ci de manière abusive⁸. Cependant, précise-t-elle, l'abus ne peut résulter du seul exercice d'un droit discrétionnaire : la partie qui le plaide doit apporter des motifs convaincants pour démontrer que l'exercice du droit n'était pas de bonne foi et revêtait un caractère abusif⁹.

Ainsi, ce principe, appliqué au droit conventionnel du constructeur de ne pas renouveler le contrat de concession à son échéance sans invoquer de raison à l'appui de sa décision, ne saurait être interprété comme conférant au concessionnaire un droit au renouvellement de son contrat à perpétuité¹⁰. La Cour invoque l'arrêt *BMW Canada inc. c. Automobiles Jalbert inc.*¹¹ à son appui, selon lequel :

Quant à l'obligation d'agir de bonne foi et équitablement, celle-ci ne saurait changer les termes du contrat liant les parties et créer une obligation de renouvellement pour l'éternité, alors que le contrat comporte un terme et est totalement muet quant à un éventuel renouvellement.

[...]

5. *Ibid.*, par. 15.

6. *Ibid.*

7. *Ibid.*, par. 46.

8. *Ibid.*, par. 41.

9. *Ibid.*, par. 44.

10. *Ibid.*, par. 43.

11. 2006 QCCA 1068 (ci-après « *BMW* »).

La décision du constructeur de ne pas renouveler le contrat de concession, sans invoquer de raison à l'appui de sa décision, ne va pas nécessairement contre le devoir de ce dernier d'agir de bonne foi et de façon équitable. Cette obligation implicite d'agir de bonne foi et de façon équitable ne peut pas, et ne doit pas, avoir pour effet de rendre caduques les règles contractuelles. Le principe de la bonne foi est plutôt pertinent à la longueur du délai et joue même, selon les circonstances, contre une résiliation intempestive du contrat.¹²

La Cour détermine de son examen des faits que la conclusion du juge de première instance à l'effet que BRP avait agi de manière abusive était manifestement erronée¹³. En vendant des motoneiges de marque YAMAHA, CMS était clairement en défaut de ses obligations de non-concurrence en vertu de la convention de concessionnaire. De plus, la Cour d'appel estime que BRP avait accordé dans son préavis de non-renouvellement un délai suffisant (neuf mois)¹⁴ et l'offre de rachat d'inventaire qu'elle avait présentée à CMS était généreuse¹⁵.

CMS prétendit également que l'avis de BRP était devenu sans effet, car CMS s'était montrée disposée à corriger la faute qu'invoquait BRP dans son avis comme motif justifiant le non-renouvellement du contrat de concessionnaire. Selon elle, la raison justifiant le non-renouvellement n'existait plus¹⁶. La Cour rejette cet argument : puisqu'aucune justification n'est nécessaire pour la transmission d'un avis de non-renouvellement, la disparition des motifs d'affaires pour lesquels le préavis est transmis n'est pas pertinente et ne saurait entraîner l'obligation pour Bombardier de le retirer¹⁷. Conformément aux principes énoncés par la Cour d'appel dans l'arrêt *BMW*, l'obligation de Bombardier d'agir de bonne foi et de ne pas abuser de son droit devait se mesurer uniquement en fonction de la longueur du délai accordé à CMS. Le but du délai accordé n'était pas de permettre à CMS de corriger sa faute, mais de lui permettre de mitiger ses dommages¹⁸. Par ailleurs, le juge s'interroge quant à la volonté réelle de CMS de « rentrer dans les rangs ». La preuve

12. *Ibid.*, par. 142 et 146, tel que cité dans *BRP*, *supra*, note 1.

13. *BRP*, *supra*, note 1, par. 78.

14. *Ibid.*, par. 63.

15. *Ibid.*, par. 74.

16. *Ibid.*, par. 64.

17. *Ibid.*, par. 61.

18. *Ibid.*, par. 63.

démontrait plutôt une intention de la part de CMS de continuer à exploiter la concession YAMAHA¹⁹.

Il ne s'agit pas de la première fois que la Cour d'appel se fonde sur la décision *BMW* pour affirmer qu'il n'existe en fait aucun droit pour un concessionnaire au renouvellement indéfini de son contrat de concessionnaire²⁰. Toutefois, les leçons tirées de l'arrêt cité doivent être appliquées avec prudence.

Dans l'arrêt *BMW*, la Cour d'appel devait déterminer si le concédant d'un contrat de concession pouvait unilatéralement terminer un contrat à durée fixe en donnant un préavis. Il est toutefois à noter que le contrat qui était intervenu entre BMW et son concessionnaire était gouverné par les lois de la province de l'Ontario. De plus, les passages de *BMW* sur lesquels la Cour d'appel se fonde pour décider du litige entre BRP et CMS et pour affirmer l'absence d'un droit de renouvellement automatique dans les contrats de concession concernent l'application du principe de bonne foi dans la common law²¹. Or, les règles concernant la bonne foi sont différentes dans les deux systèmes juridiques. Tandis que la common law est plus restrictive dans son approche, les juges en droit civil ont tendance à employer le principe de façon plus libérale. En droit civil, le principe de bonne foi sous-tend certaines obligations implicites et non écrites liant le constructeur d'un contrat d'adhésion, tel qu'un contrat de concessionnaire, et sert à tempérer l'exercice des droits du constructeur par ce dernier²².

Malgré cela, il semblerait probable qu'une analyse fondée sur le droit civil aurait mené à la même conclusion. La Cour d'appel dans *BMW* réfère aussi au droit civil dans son analyse du caractère abusif de la clause. La Cour juge qu'une telle clause n'est pas abusive au sens de l'article 1437 du C.c.Q. Selon la Cour, une telle clause, bien que regrettable du point de vue du concessionnaire, n'est pas abusive, car, « [en] matière de contrat à durée déterminée, la règle géné-

19. *Ibid.*, par. 58.

20. Voir par exemple *9077-0801 Québec inc. c. Société des loteries vidéo du Québec inc.*, 2012 QCCA 885 (2012-05-14).

21. Or, le juge en appel reproche au juge de première instance de s'être inspiré du droit américain pour décider de la cause : *supra*, note 1, par. 158.

22. Voir TETLEY (William), « Good Faith in Contract, Particularly in the Contracts of Arbitration and Chartering », (2004) 35 *Journal of Maritime Law and Commerce* 561 ; voir aussi par exemple *Bertico inc. c. Dunkin' Brands Canada Ltd.*, 2012 QCCS 2809 (2012-06-21) ; commenté par l'auteure, (2012) 24:3 *Cahiers de propriété intellectuelle*.

rale veut que chaque partie soit libre de s'engager, ou non, au-delà du terme »²³. Une telle clause ne fait que reconnaître ce droit²⁴.

En somme, une clause permettant au concédant d'une convention de concessionnaire de ne pas renouveler le contrat à sa seule discrétion n'est pas abusive en soi. Tant que la preuve démontre que la décision de l'exercice du droit de non-renouvellement est prise de bonne foi, comme la preuve l'avait démontré dans le cas de *BRP*, cette décision de non-renouvellement sera valable.

23. *BMW*, *supra*, note 11, par. 235.

24. *Ibid.*