

COUR DE CASSATION

Audience publique du **14 octobre 2020**

Rejet

M. GUÉRIN, conseiller doyen
faisant fonction de président,

Arrêt n° 574 F-D

Pourvois n° K 18-13.398
R 18-13.403
W 18-13.408
X 18-13.409
Y 18-13.410
Z 18-13.411
A 18-13.412 JONCTION

R É P U B L I Q U E F R A N Ç A I S E

AU NOM DU PEUPLE FRANÇAIS

ARRÊT DE LA COUR DE CASSATION, CHAMBRE COMMERCIALE, FINANCIÈRE ET ÉCONOMIQUE, DU 14 OCTOBRE 2020

La société Chevrolet Deutschland GmbH, dont le siège est Friedrich-Lutzmann Ring B3, 65428 Rüsselsheim (Allemagne), a formé les pourvois n° K 18-13.398, R 18-13.403, W 18-13.408, X 18-13.409, Y 18-13.410, Z 18-13.411 et A 18-13.412 contre les arrêts n° RG : 15/10369, 15/10362, 15/10382, 15/10384, 15/10372, 15/10396, 15/10379 rendus le 15 novembre 2017 par la cour d'appel de Paris (pôle 5, chambre 4), dans les litiges l'opposant respectivement :

1°/ la société Auto 2000, société anonyme, dont le siège est 170 rue du Père Brottier, 30900 Nîmes,

2°/ à M. Pierre Galvan, domicilié 9 rue de l'Estelle, 34470 Pérols,

3°/ à la société Gy2, société à responsabilité limitée, dont le siège est ZAC des Figuières, rue de la Jasse, 34130 Mauguio,

4°/ à M. Olivier Fabre, domicilié 7 rue de l'École de médecine, 34000 Montpellier,

5°/ à M. Philippe Pernaud, domicilié 27 rue de l'Aiguillerie, 34000 Montpellier, pris en qualité de liquidateur judiciaire de la société Gy2,

6°/ à la société Lafontaine 64, société par actions simplifiée, dont le siège est 2 allée des Champs, 64200 Bassussarry,

7°/ à la société Claud'Auto, société à responsabilité limitée, dont le siège est zone artisanale Marsac, boulevard de l'Avenir, 24430 Marsac-sur-l'Isle,

8°/ à la société Espace Pirola, société à responsabilité limitée, dont le siège est 161 route de Toulouse, 81100 Castres,

9°/ à la société Garage Labie, société à responsabilité limitée, dont le siège est 232 avenue des Quatre Saisons, 12850 Onet-le-Château,

10°/ à la société Diffusion automobile toulonnaise, société par actions simplifiée, dont le siège est domaine de la Coupiane, 83040 La Valette-Du-Var,

11°/ à la société Automobile du Biterrois, société par actions simplifiée, dont le siège est ZAC de la Colline de Montimaran, 34500 Béziers,

défendeurs à la cassation.

Les défendeurs ont formé un pourvoi incident contre les mêmes arrêts.

La demanderesse aux pourvois principaux invoque, à l'appui de chacun de ses recours, un moyen unique de cassation annexé au présent arrêt.

Les demandeurs aux pourvois incidents invoquent, à l'appui de chacun de leurs recours, un moyen unique de cassation annexé au présent arrêt.

Les dossiers ont été communiqués au procureur général.

Sur le rapport de Mme Le Bras, conseiller référendaire, les observations de la SCP Bauer-Violas, Feschotte-Desbois et Sebagh, avocat de la société Chevrolet Deutschland GmbH, de la SCP Spinosi et Sureau, avocat des sociétés Auto 2000, Gy2, Lafontaine 64, Claud'Auto, Espace Pirola, Garage Labie, Diffusion automobile toulonnaise, Automobile du Biterrois et MM. Galvan, Fabre et Pernaud, et l'avis de M. Douvreur, avocat général,

après débats en l'audience publique du 1^{er} septembre 2020 où étaient présents, M. Guérin, conseiller doyen faisant fonction de président, Mme Le Bras, conseiller référendaire rapporteur, Mme Darbois, conseiller, et Mme Fornarelli, greffier de chambre,

la chambre commerciale, financière et économique de la Cour de cassation, composée des président et conseillers précités, après en avoir délibéré conformément à la loi, a rendu le présent arrêt.

Jonction

1. En raison de leur connexité, les pourvois n° A 18-13.412, K 18-13.398, R 18-13.403, W 18-13.408, X 18-13.409, Y 18-13.410 et Z 18-13.411 sont joints.

Faits et procédure

2. Selon les arrêts attaqués (Paris, 15 novembre 2017, n° RG 15/10379, 15/10369, 15/10362, 15/10382, 15/10384, 15/10372, 15/10396), la société Chevrolet France, aux droits de laquelle est venue la société Chevrolet Deutschland GmbH (la société Chevrolet), filiale de la société General Motors Korea (GMK), membre du groupe General Motors, était l'importateur en France des véhicules neufs de la marque Chevrolet. Ceux-ci étaient vendus par un réseau de distributeurs indépendants qui assuraient également la vente de pièces de rechange ainsi que le service après-vente, en vertu de contrats de réparateurs agréés.

3. Les sociétés Auto 2000, GY2, Lafontaine, Claud'auto, Pirola, Garage Labie, Diffusion automobiles toulousaine et Automobiles du Biterrois (les distributeurs), spécialisées dans la vente de véhicules automobiles, étaient membres de ce réseau, bénéficiaires d'un contrat de distribution de véhicules neufs et d'un contrat de réparateur agréé.

4. Le 5 décembre 2013, la société GMK a informé ses filiales de sa décision de cesser les ventes en Europe de l'ouest de véhicules neufs de la marque Chevrolet à partir du 31 décembre 2015.

5. Par lettre du 11 décembre 2013, la société Chevrolet a notifié à chacun de ses distributeurs, parmi lesquels les sociétés Auto 2000, GY2, Lafontaine, Claud'auto, Pirola, Garage Labie, Diffusion automobiles toulousaine et Automobiles du Biterrois, la résiliation de leurs contrats de distribution au 31 décembre 2015 moyennant un préavis contractuel de vingt-quatre mois, en même temps qu'elle les informait d'un programme d'incitation à une résiliation volontaire anticipée, assortie de la faculté de conclure un contrat de réparateur agréé Chevrolet pour la période postérieure au 31 décembre 2015.

6. Dans les jours qui ont suivi cette notification, la société Chevrolet a annoncé aux distributeurs un plan commercial et marketing pour l'année 2014 consistant en la vente rapide des stocks du réseau et de la société Chevrolet à l'échéance du mois de juin 2014 et en des opérations de marketing local. Informant dans le même temps ses distributeurs de sa décision de reporter au début de l'année 2014 la production des véhicules commandés mais non encore produits, elle les a incités à se rapprocher de leurs clients pour qu'ils annulent leurs commandes et fassent l'acquisition, à un prix plus attractif, de véhicules en stock, les avertissant que toute nouvelle commande de véhicules non encore produits ne pourrait être livrée que sous un délai de trois à quatre mois et ne pourrait bénéficier des mesures incitatives renforcées. Le mois suivant, la société Chevrolet leur a proposé un accord pour une cessation anticipée d'activité, comprenant, à titre de compensation financière, une indemnité de perte d'exploitation forfaitaire et dégressive dans le temps.

7. La campagne de déstockage a pris fin dès le mois de mars 2014 et le volume des ventes s'est alors effondré. Sur les 2 037 commandes passées par le réseau de concessionnaires le 5 décembre 2013, 1 660 ont fait l'objet d'une annulation par le réseau.

8. Les relations entre les parties se sont dégradées, les distributeurs faisant grief à la société Chevrolet d'avoir lancé une campagne de liquidation des stocks qui a eu pour effet de compromettre la poursuite normale du préavis de résiliation jusqu'à son terme, d'avoir exercé des pressions pour les contraindre à quitter le réseau au plus vite et à renoncer à leur préavis, moyennant une compensation financière dégressive jugée dérisoire, et d'avoir ainsi commis des manquements dans l'exécution de ses obligations, ce qu'elle contestait. Invoquant l'attitude d'obstruction des distributeurs qui n'avaient pas encore opté pour une cessation anticipée d'activité, la société Chevrolet a notifié à chacun d'entre eux, le 16 octobre 2014, la résiliation du contrat de distribution pour l'activité de vente, en application de son article 21-6, avec effet au 31 octobre 2014, et fixé le terme de l'activité de services au 31 décembre 2015.

9. Reprochant à la société Chevrolet d'avoir fait échec à l'exécution du préavis de résiliation seulement deux mois après sa notification et placé ses distributeurs dans une situation de précarité contraire à la loyauté et à la bonne foi contractuelle, les sociétés Auto 2000, GY2, Lafontaine, Claud'auto, Espace Pirola, Garage Labie, Diffusion automobiles toulousaine et Automobiles du Biterrois l'ont assignée en réparation de leur préjudice.

Examen des moyens

Sur les moyens uniques des pourvois n° A 18-13.412, K 18-13.398, R 18-13.403, W 18-13.408, X 18-13.409, Y 18-13.410, Z 18-13.411, rédigés en termes identiques, réunis :

Enoncé des moyens

10. La société Chevrolet fait grief à l'arrêt de dire qu'elle a manqué à son obligation d'exécution de bonne foi et loyale du contrat, qu'elle est tenue de réparer le préjudice en lien avec sa faute et de la condamner à payer à chacun des distributeurs une certaine somme en réparation de leur préjudice alors :

« 1°/ que si la résiliation d'un contrat de distribution avec un préavis suppose le maintien de la relation contractuelle jusqu'à son terme aux conditions antérieures, ce principe doit prendre en compte les circonstances particulières tenant notamment à la situation du marché en cause et à la décision de l'importateur de s'en retirer, si bien qu'en retenant, pour condamner l'importateur à indemniser le distributeur, qu'il était tenu de poursuivre l'exécution des contrats pendant le préavis dans les termes de ceux-ci, sans prendre en compte la décision révélant une conjoncture économique défavorable, prise par la société GMK et dont elle a constaté l'existence, d'arrêter les importations et les ventes de véhicules neufs de la marque Chevrolet sur le territoire d'Europe centrale et occidentale en raison des pertes financières accumulées sur ces secteurs, cette décision constituant une circonstance particulière justifiant une adaptation des modalités d'exécution du préavis pour tenir compte de l'intérêt tant des distributeurs que de l'importateur Chevrolet, la cour d'appel a violé les articles 1134 et 1147 du code civil dans leur version antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

2°/ qu'est constitutif de force majeure l'événement présentant un caractère imprévisible lors de la conclusion du contrat et irrésistible dans son exécution ; que revêt les caractères de la force majeure justifiant à ce titre une exonération de responsabilité de l'importateur, la décision prise par une société mère et s'imposant à ses filiales de se retirer d'un marché considéré dès lors que l'importateur ne pouvait connaître une telle décision lors de la signature du contrat de distributeur et que cette décision a pour effet inévitable de provoquer son retrait du marché de sorte qu'en jugeant néanmoins qu'au vu de la décision de la société GMK de retirer la marque Chevrolet du marché d'Europe centrale et occidentale, la fin du réseau ne constituait pas un cas de force majeure pour la société Chevrolet Deutschland aux droits de la société Chevrolet France, la cour d'appel a violé les articles 1147 et 1148 du code civil dans leur version antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

3°/ que le contrat de distribution est un contrat d'intérêt commun impliquant une coopération étroite entre les parties en vue de la bonne exécution du contrat jusqu'à son terme et à ce titre, impose au distributeur de faire preuve d'adaptation dans une conjoncture économique difficile, de sorte qu'en imputant exclusivement à l'importateur la responsabilité dans l'inexécution du préavis contractuel après avoir pourtant constaté que les distributeurs avaient cessé de passer des commandes auprès de la société Chevrolet, la cour d'appel, qui n'a pas tiré les conséquences légales de ses propres constatations, a violé les articles 1134 et 1147 du code civil dans leur version antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

4°/ qu'en vertu des principes gouvernant la charge de la preuve, il appartenait aux distributeurs d'établir que la baisse de leurs ventes était due à la réduction du stock de véhicules disponibles si bien qu'en indemnisant les distributeurs au titre du préjudice résultant de la chute des ventes de véhicules à partir d'une présomption de lien de causalité entre l'amenuisement du stock de véhicules Chevrolet et la chute des ventes dénoncée par les distributeurs, la cour d'appel, qui a inversé la charge de la preuve, a violé l'article 1315, alinéa 1^{er} du code civil devenu l'article 1353, alinéa 1^{er}. »

Réponse de la Cour

11. D'une part, il ne résulte ni de l'arrêt ni de ses conclusions que la société Chevrolet ait soutenu, devant la cour d'appel, que la conjoncture économique défavorable tenant à la situation du marché en cause et à la décision de l'importateur de s'en retirer constituait une circonstance particulière justifiant d'adapter les modalités d'exécution du préavis de résiliation jusqu'à son terme. Le grief de la première branche est, dès lors, nouveau et mélangé de fait et de droit.

12. De deuxième part, la société Chevrolet ayant elle-même énoncé dans ses conclusions que la force majeure est invoquée lorsqu'il n'est pas possible d'exécuter une obligation et indiqué qu'elle n'avait jamais prétendu qu'elle ne pouvait pas exécuter ses obligations contractuelles, puisqu'elle pouvait toujours livrer les véhicules qui lui étaient commandés, cependant qu'il appartenait aux distributeurs, dès lors que ceux-ci n'exécutaient pas leurs obligations contractuelles, d'invoquer éventuellement la force majeure pour justifier leurs inexécutions contractuelles, le grief de la deuxième branche par lequel elle critique, devant la Cour de cassation, l'arrêt pour avoir jugé que la décision de la société GMK, qui s'imposait à sa filiale, de se retirer du marché d'Europe centrale et occidentale ne constituait pas pour elle un cas de force majeure, est incompatible avec la position qu'elle a adoptée devant les juges du fond.

13. De troisième part, il ne résulte ni de l'arrêt ni de ses conclusions que la société Chevrolet ait soutenu, devant la cour d'appel, que la nature du contrat de distribution comme contrat d'intérêt commun impliquant une coopération étroite entre les parties en vue de sa bonne exécution jusqu'à son terme, imposait au distributeur de faire preuve d'adaptation dans une conjoncture économique difficile. Le grief de la troisième branche est, dès lors, nouveau et mélangé de fait et de droit.

14. Enfin, l'arrêt retient que la décision de report des commandes clients en cours, prise unilatéralement par la société Chevrolet, a cassé la dynamique des commandes des distributeurs, qui ont été découragés par la société Chevrolet dans sa lettre annonçant la mise en oeuvre de son plan de déstockage. Il retient encore que cette dernière a aggravé la situation de pénurie du réseau en procédant à la vente des 900 véhicules attendus en février 2014 et celle de 700 véhicules dès janvier 2014 et que si les distributeurs pouvaient passer directement leurs commandes à l'usine de Corée, les délais de livraison prolongés de cinq à six mois et les incertitudes sur l'attitude de la société Chevrolet les en ont dissuadés.

15. En l'état de ces constatations et appréciations, dont il résulte que le préjudice des distributeurs trouvait sa cause dans les différentes décisions prises par la société Chevrolet qui ont eu pour effet d'épuiser les stocks de véhicules neufs, mais aussi de décourager les commandes nouvelles et de dissuader les distributeurs de passer des commandes directement à l'usine de Corée, c'est sans inverser la charge de la preuve que la cour d'appel a retenu que la société Chevrolet n'avait pas exécuté ses obligations contractuelles durant le préavis et avait, ainsi, rendu impossible la poursuite du contrat.

16. Irrecevables en leurs trois premières branches, les moyens ne sont pas fondés pour le surplus.

Sur les moyens uniques des pourvois incidents, rédigés en termes identiques, réunis

Enoncé des moyens

17. Les sociétés Auto 2000, Lafontaine, Claud'auto, Pirola, Garage Labie, Diffusion automobiles toulousaine, Automobiles du Biterrois et GY2 ainsi que MM. Fabre et Pernaud, en leur qualité respectives d'administrateur et de mandataire judiciaires de la société GY2, mise en sauvegarde le 3 octobre 2016, font grief à l'arrêt de condamner la société Chevrolet à leur payer certaines sommes en réparation de leur préjudice et de rejeter le surplus de leurs demandes alors :

« 1^o/ qu'en application du principe de réparation intégrale, la victime doit être replacée dans la situation dans laquelle elle se serait trouvée si le fait dommageable ne s'était pas produit ; qu'en l'espèce, en refusant d'indemniser la perte de marge de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, lorsqu'elle constatait que la perte de l'activité de véhicules neufs générerait nécessairement une perte sur l'activité d'après-vente, la cour d'appel n'a pas tiré les conséquences légales de ses constatations en violation du principe de la réparation intégrale du préjudice, ensemble l'article 1147 du code civil, dans sa rédaction antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

2^o/ que le juge ne peut refuser de statuer en se fondant sur l'insuffisance des preuves qui lui sont fournies par les parties ; qu'en rejetant la demande d'indemnisation de la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, faute pour les concessionnaires de justifier la proportion de réparations induite par la vente de véhicules, la cour d'appel, qui a refusé d'évaluer le montant d'un dommage dont elle constatait l'existence en son principe, a violé l'article 4 du code civil ;

3^o/ qu'en se fondant, pour refuser d'indemniser la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, sur le fait que les concessionnaires ne démontraient pas qu'ils auraient été encore nécessairement des réparateurs agréés après le 31 décembre 2015, lorsqu'elle constatait par ailleurs que, par un courrier du 11 décembre 2013, la société Chevrolet avait proposé aux concessionnaires de conclure un contrat de réparateur agréé pour la période postérieure au 31 décembre 2015, la cour d'appel n'a pas tiré les conséquences légales de ses constatations en violation du principe de la réparation intégrale du préjudice, ensemble l'article 1147 du code civil, dans sa rédaction antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

4^o/ qu'en se bornant à affirmer, pour refuser d'indemniser la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, que les concessionnaires ne démontraient pas qu'ils auraient été encore nécessairement des réparateurs agréés Chevrolet après le 31 décembre 2015, sans rechercher si ces derniers l'étaient encore à la date à laquelle elle statuait, de sorte qu'elle aurait constaté que tel était le cas, la cour d'appel a entaché sa décision d'un défaut de base légale au regard de l'article 1147 du code civil, dans sa rédaction antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

5^o/ qu'en refusant d'indemniser la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, sans jamais examiner, ne serait-ce que sommairement, les pièces produites par les concessionnaires au soutien de leurs prétentions, et notamment les

statistiques relatives aux marges par activité, ainsi que le dossier prévisionnel, tous deux établis par la société Chevrolet et desquels il résultait que les marges des activités “ateliers mécanique” et “pièce de rechange” étaient calculées pour une durée de cinq ans minimum après la vente des véhicules neufs, la cour d’appel a violé l’article 455 du code de procédure civile. »

Réponse de la Cour

18. Ayant retenu, dans l’exercice de son pouvoir souverain d’appréciation de la valeur et de la portée des éléments de preuve qui lui étaient soumis, que les distributeurs ne démontraient pas qu’ils seraient nécessairement restés des réparateurs agréés Chevrolet de 2016 à 2021, faisant ainsi ressortir que, nonobstant la circonstance que la société Chevrolet avait proposé aux concessionnaires la faculté de conclure un contrat de réparateur agréé pour la période postérieure au 31 décembre 2015, l’existence du préjudice allégué, qui résulterait, pour la marge, de l’incidence de la baisse de l’activité de vente de véhicules neufs sur celle de service après-vente, et son lien de causalité avec la faute de la société Chevrolet, n’étaient pas établis, la cour d’appel, qui n’était pas tenue de s’expliquer sur les éléments de preuve qu’elle décidait d’écarter ni de procéder à la recherche invoquée par la quatrième branche, que ses appréciations rendaient inopérant et abstraction faite des motifs surabondants critiqués par la deuxième branche, a refusé à bon droit l’indemnisation de ce préjudice.

19. Les moyens, pour partie inopérants, ne sont donc pas fondés pour le surplus.

PAR CES MOTIFS, la Cour :

REJETTE les pourvois principaux et incidents ;

Laisse à chacune des parties la charge des dépens par elle exposés ;

En application de l’article 700 du code de procédure civile, rejette les demandes ;

Ainsi fait et jugé par la Cour de cassation, chambre commerciale, financière et économique, et prononcé par le président en son audience publique du quatorze octobre deux mille vingt.

MOYENS ANNEXES au présent arrêt

Moyen produit au pourvoi principal n° A 18-13.412 par la SCP Bauer-Violas, Feschotte-Desbois et Sebagh, avocat aux Conseils, pour la société Chevrolet Deutschland Gmbh

Le moyen reproche à l'arrêt attaqué confirmatif d'avoir dit que la société Chevrolet France avait manqué à son obligation d'exécution de bonne foi et loyale du contrat et était tenue de réparer le préjudice en lien avec sa faute et de l'avoir en conséquence condamnée à payer à la société Auto 2000 la somme de 552.387 € en réparation de son préjudice,

AUX MOTIFS PROPRES QUE

« La société Chevrolet France a décidé de recourir à la procédure de résiliation du contrat de Distributeur Chevrolet, prévue à l'article 21.3 de celui-ci. Cet article stipule que "la résiliation prendra effet à la date indiquée sur la notification, cette date ne pouvant intervenir moins de 24 mois après la réception de la notification".

La notification faite par la société Chevrolet France à son réseau le 11 décembre 2013, à effet au 31 décembre 2015, respecte la lettre de cet article.

Mais la société Auto 2000 expose que la société Chevrolet France n'a pas exécuté loyalement et de bonne foi ce préavis de 24 mois, contrairement aux prescriptions de l'alinéa 3 de l'article 1134 du code civil. Elle soutient en effet que la société Chevrolet France n'a jamais eu l'intention d'exécuter ce préavis, mais de liquider le réseau au plus tard fin juin 2014, en contraignant les concessionnaires à transiger, après avoir asséché le réseau et arrêté d'exécuter ses obligations contractuelles.

Il lui appartient donc de rapporter la preuve de l'inexécution fautive du préavis ou du comportement déloyal du concédant.

Elle prétend à cet égard, d'une part, que la société Chevrolet France a privé ses concessionnaires de la faculté de vendre des véhicules dans des conditions économiques acceptables, en adoptant une politique de gestion des stocks qui a asséché le réseau en véhicules neufs disponibles et, d'autre part, qu'elle a manqué à ses autres obligations contractuelles essentielles, de sorte que le préavis n'a pas été exécuté dans des conditions normales.

La société Chevrolet France, appelante, réfute tous ces arguments.

Il convient tout d'abord de rappeler qu'un fournisseur peut légitimement arrêter une activité, sous réserve de respecter le préavis contractuel et de l'exécuter loyalement. La seule obligation qui pesait sur la société Chevrolet

France était donc de poursuivre l'exécution des contrats pendant le préavis dans les termes de ceux-ci.

[...]

Sur la gestion des stocks par la société Chevrolet France

[...]

Il résulte de l'instruction du dossier que les stocks du réseau Chevrolet étaient composés de véhicules déjà en stock chez les concessionnaires, au nombre nécessairement limité, et de ceux placés dans les entrepôts de la société Chevrolet France situés à Barcelone, livrables dans les trois semaines.

Les concessionnaires commandaient aussi des véhicules directement à l'usine de fabrication Chevrolet en Corée, quand les modèles demandés n'étaient pas disponibles, et par l'intermédiaire de Chevrolet France. La société Auto 2000 démontre que sur 156 véhicules de la marque Chevrolet vendus par elle en 2013, 67 % provenaient du stock de Chevrolet France (pièce 17 d'Auto 2000).

Le rôle de l'importateur de véhicules consiste à alimenter son réseau de distributeurs en détenant un certain nombre de véhicules en stock, rapidement disponibles, afin de permettre aux distributeurs du réseau de satisfaire la demande, ceux-ci ne pouvant eux-mêmes qu'entreposer un nombre de véhicules limité et les commandes passées à l'usine de fabrication étant couramment livrables dans des délais de quatre à cinq mois.

Or, les documents versés aux débats par la société Auto 2000 permettent de faire les constatations suivantes :

- en 2013, la société Chevrolet France avait un stock moyen à Barcelone d'environ 3 000 véhicules,
- l'état des stocks du 27 novembre 2013 établit la présence, à Barcelone, de 480 véhicules livrables à trois semaines, et de 1 121 véhicules disponibles (dates estimées d'arrivée) entre le 15 décembre et la deuxième quinzaine de février 2014 (véhicules non encore arrivés à Barcelone, mais d'ores et déjà commandés par Chevrolet France, dont 900 attendus en février 2014),
- l'état des stocks du 15 janvier 2014 n'a plus qu'une colonne, celle des véhicules libres sous trois semaines, ce qui démontre que Chevrolet France ne faisait plus de commandes en Corée pour alimenter son réseau. Figure dans ce document la mention selon laquelle les prochaines disponibilités interviendront fin mai ou fin juin 2014, ce qui signifie qu'une commande

passée aux alentours du 15 janvier ne pouvait être satisfaite que par des demandes à l'usine de Corée et que fin mai ou fin juin,

- les véhicules livrables sous trois semaines, au nombre de 259 en janvier 2014, ne sont plus que 0 le 29 janvier 2014, 2 le 5 février 2014, 1 le 12 mars, 5 le 2 avril et 6 le 6 mai. Ils sont ensuite de 31 le 4 juin, 61 le 3 juillet (outre 15 pour la deuxième quinzaine de juillet), 85 le 6 août et 85 le 3 septembre.

La société Chevrolet France, qui ne nie pas ces constatations, prétend que les concessionnaires, dont la société Auto 2000, ne lui avaient fait aucune commande, malgré ses multiples relances, ce qui démontrerait leur propre inexécution du contrat de concession.

Mais ce simple constat d'absence de commandes ne peut permettre d'exonérer la société Chevrolet France de sa propre responsabilité en tant qu'importateur dans l'exécution du contrat, selon laquelle elle devait être en mesure d'approvisionner son réseau de distributeurs en véhicules neufs.

Enfin, loin d'être la cause de la rupture du stock, l'abstention des concessionnaires en est la conséquence.

Sur la décision de report

En premier lieu, la décision de report des commandes clients en cours, non encore produites au 5 décembre 2013, prise unilatéralement par Chevrolet France, et justifiée par le plan de déstockage, même si elle n'est pas fautive en soi, a cassé la dynamique des commandes.

En deuxième lieu, les commandes nouvelles des distributeurs étaient clairement découragées dans le courrier de Chevrolet France du 17 décembre 2013, annonçant le plan de déstockage. Les concessionnaires étaient en effet invités à inciter leurs clients à prendre livraison d'un véhicule en stock distributeur ou Chevrolet France, au lieu du véhicule antérieurement commandé. Les concessionnaires étaient donc invités à annuler les commandes acceptées et à les remplacer par des véhicules en stock. Ils n'avaient aucune raison, en décembre 2013, de maintenir des commandes qui n'auraient pas bénéficié à leurs clients, car elles n'ouvraient pas droit aux conditions très favorables du plan de déstockage. Enfin, la société Chevrolet rappelait que toute nouvelle commande serait livrée dans un délai d'environ 3 à 4 mois, délai long au regard de l'incertitude, à ce moment, sur la situation du réseau.

L'attestation du 22 mai 2014 de Monsieur Durand, président de Chevrolet France, selon laquelle sur les 2037 commandes passées par le réseau de concessionnaires à la date du 5 décembre 2013, 1660 avaient fait l'objet

d'une annulation par le réseau, révèle les annulations massives résultant de cette campagne.

La société Chevrolet a ensuite aggravé la situation de pénurie du réseau, par la vente des 900 véhicules attendus en février 2014 (figurant sur l'état du stock du 27 novembre 2013) et par la vente de 700 véhicules neufs disponibles au réseau belge intervenue dès le 15 janvier 2014.

La société Auto 2000 reproche à juste titre à la société Chevrolet de ne pas avoir reconstitué elle-même son stock, de sorte que, dès février 2014, ainsi qu'il ressort des états des stocks, aucun véhicule n'était plus disponible dans un délai de trois semaines. Si les concessionnaires pouvaient évidemment commander des véhicules à l'usine de Corée, les délais de livraison, prolongés de cinq à six mois, étaient beaucoup trop longs au regard des incertitudes sur l'attitude de la société Chevrolet France, dont attestent les courriers des 18 février et 31 mars 2014 adressés par la société Auto 2000 à Chevrolet France, mais également les autres courriers des distributeurs concernés. Dans ces courriers, en effet, la fin de l'approvisionnement direct en véhicules neufs et l'arrêt d'un certain nombre de prestations contractuelles par Chevrolet France sont perçus comme un abandon de la marque.

Surtout, les risques commerciaux afférents à la poursuite de l'activité durant le préavis devaient être répartis entre le concédant et les concessionnaires, la société Chevrolet France se devant d'importer des véhicules, disponibles à bref délais, pour amorcer puis entretenir la dynamique des commandes. Or, l'état nul des stocks jusqu'en juin 2014 faisait peser la poursuite de l'activité sur les seuls distributeurs, en les contraignant à commander des véhicules sous un délai de six mois, dans des conditions commerciales et publicitaires dégradées, comme il sera vu plus bas. Enfin, si la proposition d'un plan de sortie anticipée du réseau faite aux distributeurs ne peut être reprochée à la société Chevrolet, la cour ne disposant pas des éléments établissant que les conditions proposées étaient manifestement abusives, ainsi que le prétend la société Auto 2000, les discussions sur la part personnelle d'indemnisation de chaque concessionnaire, relative aux investissements dédiés à la marque, non amortis et non reconvertibles, étaient en cours et insuffisamment avancées en décembre 2013-janvier 2014 pour que les concessionnaires insatisfaits de la proposition qui leur était faite, se lancent dans les commandes de véhicules neufs pour alimenter eux-mêmes le réseau.

Si la société Chevrolet prétend qu'elle disposait du 9 juillet au 9 août 2014, d'un stock de 85 véhicules à Barcelone et que ces véhicules ne trouvaient pas preneurs, elle ne justifie pas que ces modèles n'étaient pas les véhicules des concessionnaires ayant quitté prématurément le réseau et, en toute hypothèse, la dynamique d'achat des véhicules était éteinte à ce stade avancé.

Il résulte de ce qui précède qu'il appartenait à la société Chevrolet France de remplir son obligation de maintenir un stock de véhicules neufs à Barcelone, pour permettre à ses distributeurs d'exécuter le préavis dans des conditions normales, encourager les concessionnaires à commander et ne pas les laisser supporter l'intégralité des risques provoqués par la fin de l'activité annoncée et par la sortie prématurée de la majorité des concessionnaires.

Fautive dans l'exécution d'une obligation essentielle, la société Chevrolet ne peut s'exonérer en soutenant que la société Auto 2000 avait été avertie dès le mois de décembre 2013 de la nécessité de passer des commandes pour respecter le contrat.

Sur l'exécution de ses autres obligations essentielles par la société Chevrolet France

[...]

Il y a lieu de noter que, suite au déstockage massif, la poursuite de l'activité des concessionnaires restant dans le réseau, à compter de fin février 2014, ne pouvait reposer que sur une disponibilité rapide des véhicules, qui n'était pas assurée, et sur un effort marketing et commercial au moins équivalent à celui de l'année 2013.

Or, il résulte de l'ensemble des pièces versées aux débats par la société Auto 2000 que cet effort a été bien moindre. En effet, si l'absence de participation de la société Chevrolet France au mondial de l'automobile 2014, le rattachement du service de presse à la direction du marketing en mai 2014 et la réduction des effectifs de la société Chevrolet France peuvent, à la rigueur, être justifiés par la nécessité d'adapter son dimensionnement à l'activité restante du réseau, il convient de souligner que les aides commerciales sur les véhicules neufs ont diminué substantiellement en 2014, par rapport à 2013. Si la société Chevrolet prétend qu'au terme de la circulaire "plan commercial" du 14 février 2014, une prime de volume payée sur facture c'est-à-dire sans qu'il soit exigé la réalisation d'un volume pouvait être versée aux concessionnaires, pour toutes les voitures produites après le 1er janvier 2014, il n'en demeure pas moins que la société Auto 2000 justifie par un tableau comparatif des supports commerciaux 2013/2014 (PC 39 de la société Auto 2000), non sérieusement contesté par l'appelante, que les aides ont considérablement décliné par rapport à 2013. C'est ainsi que les aides commerciales ont diminué de 35 % sur le modèle Spark, de 45 % sur le modèle Aveo, de 19 % sur le modèle Trax, de 34 % sur le modèle Cruze, de 8 % sur les modèles Malibu et Orlando et de 26 % sur le modèle Captiva (PC n° 40). Il en est résulté une baisse des marges par modèle, en dehors de la période de déstockage, les concessionnaires restant dans le réseau ayant vu leur marge réduite en moyenne de 30 % par rapport à celle réalisée en 2013.

Par ailleurs, si la société Chevrolet France justifie avoir mis en place un plan unique pour toutes les catégories de véhicules (VN, de démonstration, de courtoisie), elle ne démontre pas qu'il était aussi attractif que les conditions antérieures.

Il convient de souligner que si la société Chevrolet France a mené une campagne publicitaire très visible au cours du premier trimestre 2014, pour assurer le succès de l'opération de déstockage, elle se devait, après cette opération, de maintenir ses campagnes à hauteur de celles de 2013. Or, la publicité a considérablement baissé, à compter du deuxième trimestre 2014, les spots TV passant de 13.550 au deuxième trimestre 2013 à 2.300 au deuxième trimestre 2014. Surtout, à compter du deuxième semestre, la société Chevrolet France a mis fin à ses campagnes nationales TV et web, se focalisant sur une communication purement locale. Anticipé par l'importateur dès le courrier du 17 décembre 2013, ce changement d'envergure des campagnes de publicité ne peut être imputé à l'arrêt anticipé de l'activité de 75 % des distributeurs, qui n'est intervenue que bien après. La société Chevrolet France ne saurait se retrancher derrière l'abstention des distributeurs qui, sollicités par elle, auraient dû lui retourner leur plan de communication, afin qu'elle puisse leur payer les aides, alors que l'initiative lui appartenait d'assurer une publicité d'un rang au moins identique à celui de 2013, compte tenu de la situation critique du réseau.

La société Auto 2000 démontre donc que la société Chevrolet France n'a pas exécuté ses obligations essentielles durant le préavis.

Il y a donc lieu d'approuver les premiers juges, en ce qu'ils ont estimé que la société Chevrolet France, à l'origine d'un grave déséquilibre contractuel au détriment des distributeurs, et la fin du réseau ne constituant pas pour elle un cas de force majeure, n'a pas exécuté ses obligations contractuelles durant le préavis, rendant impossible la poursuite du contrat.

Il convient également de dire que la société Chevrolet France n'était pas fondée à résilier par courrier du 16 octobre 2014 à effet du 31 octobre 2014 le contrat de l'intimée pour faute.

[...]

Sur le préjudice résultant de la perte d'activité subie pendant le préavis

La société Auto 2000 demande que soient indemnisés les gains qu'elle a manqués sur la période d'inexécution du préavis, soit du 1^{er} avril 2014 au 31 décembre 2015.

Son préjudice est constitué de la marge sur coûts variables qu'elle aurait dû dégager du 1^{er} avril 2014 au 31 décembre 2015 en maintenant un niveau

d'exploitation équivalent à celui des exercices 2012 et 2013, aucun élément ne permettant à l'époque de prévoir une baisse d'activité.

Il résulte de l'évaluation effectuée par M. Querbes, expert-comptable de la société Auto 2000 (pièce 19), versée aux débats par celle-ci, que la marge brute moyenne mensuelle dégagée sur la vente de véhicules neufs s'élevait à 26 515 € et celle sur les véhicules d'occasion repris à l'occasion des ventes de véhicules neufs Chevrolet à 4 859 €. Il n'y a, en revanche, pas lieu de retenir les postes relatifs aux pièces de rechange et à l'après-vente, le lien avec les ventes perdues n'étant pas établi. La marge perdue sur 21 mois s'élève donc à 658 854 euros.

Il convient ensuite de déduire de cette marge les charges économisées en raison du défaut d'exécution du contrat, à savoir la somme de 103 885 € (69 % de 150 559 €), au prorata du pourcentage représenté par la vente de véhicules neufs et de véhicules d'occasion dans l'activité totale.

Enfin, la marge dégagée par la société Auto 2000 du 1^{er} avril 2014 au 31 décembre 2015 s'est élevée à 2.582 euros (1.485 + 1.097), sur les activités de vente de véhicules neufs et de véhicules d'occasion.

Il y a donc lieu d'évaluer les gains manqués par la société Auto 2000 du 1^{er} avril 2014 au 31 décembre 2015 à la somme de 552.387 € (658 854 € - (103 885 € + 2.582€)) »,

ET AUX MOTIFS RÉPUTÉS ADOPTÉS QUE

« la partie demanderesse était liée à Chevrolet France par un "Contrat de Distributeur portant sur les services et les ventes", ci-après le Contrat de Distributeur ou le Contrat, conclu à effet au 1er juin 2013, à durée indéterminée et résiliable à tout moment moyennant un préavis de 24 mois ; qu'à la suite de l'annonce faite de Detroit par General Motors le 5 décembre 2013, ci-après la Décision, du retrait de la marque Chevrolet de l'Europe occidentale et centrale, la société Chevrolet France en a notifié la résiliation à effet au 31 décembre 2015 pour la seule activité de vente de véhicules neufs (VN) [...]

La société Chevrolet France fait valoir qu'elle était en droit (1) de prendre la Décision, au demeurant simplement répercutée par elle en sa qualité d'importateur en France, de cesser la distribution des véhicules neufs Chevrolet au 31 décembre 2015 et (2) de l'annoncer aussitôt et publiquement ; qu'elle est effectivement fondée à soutenir, d'une part, que cette décision de retrait de la marque Chevrolet à terme, qui relève du légitime pouvoir d'agent économique du groupe General Motors, n'était en tant que telle pas fautive et, d'autre part, que les conditions dans lesquelles cette Décision a été communiquée, aussitôt et au même moment à

l'ensemble des parties prenantes, ainsi que l'imposent les règles régissant la communication financière et la diffusion de nouvelles susceptibles d'avoir une incidence sur la valorisation des entreprises, ne sont pas critiquables.

Mais que, s'il se déduit nécessairement de cette constatation qu'aucune mauvaise foi dans l'exécution du contrat ne peut être reprochée à Chevrolet France du simple fait de cette Décision ou des conditions de son annonce, il ne s'en déduit pas nécessairement son exonération de sa possible responsabilité contractuelle, c'est-à-dire de son obligation de réparer, vis-à-vis de ses contractants concessionnaires, le préjudice causé par une éventuelle défaillance dans l'exécution de ses obligations contractuelles, notamment en cours de préavis, en conséquence de la Décision.

En effet, la partie demanderesse qui, comme les 130 autres Distributeurs de France, venait de signer un nouveau contrat de Distributeur à effet au 1^{er} juin 2013, pouvait légitimement escompter pouvoir bénéficier d'une période d'exploitation de sa concession d'au moins 24 mois dans des conditions sensiblement analogues.

En réalité, si l'exécution du préavis contractuel a bien été annoncée aux Distributeurs, les pièces discutées et les débats ont établi que l'annonce faite de ce retrait de la marque a eu un effet dévastateur sur la clientèle qui s'est rapidement détournée des véhicules de cette marque ; qu'ainsi, en décembre 2014, il n'a plus été vendu que 109 véhicules neufs VP Chevrolet en France, dont 12 à des particuliers, au lieu de 1.621 en décembre 2013 et que, sur l'année 2014, n'ont été vendus que 4.185 véhicules, dont les nombreux véhicules déstockés en janvier/février, en baisse de 80,5 % sur les chiffres de l'année précédente, la poursuite de l'exploitation s'avérant alors rapidement n'être plus viable.

C'est vainement que la société Chevrolet France tente aujourd'hui de minimiser cet impact, qu'elle en a elle-même pris rapidement toute la mesure en annonçant, dès le 17 décembre 2013, que "eu égard aux perspectives de volumes beaucoup plus basses pendant la deuxième moitié de l'année, nous ne planifions plus de campagne importante de publicité", en décidant immédiatement, d'une part, une grande opération de déstockage des véhicules neufs qui figuraient dans ses stocks avec d'importantes remises, d'une durée anticipée de six mois, mais qui a pris fin dès février 2014 et, d'autre part, en engageant immédiatement des discussions avec chacun des concessionnaires en vue de la signature d'un protocole de résiliation anticipée du Contrat à effet aussi rapide que possible, puisque les propositions d'indemnisation à ce titre devaient initialement être acceptées avant fin mars 2014, sauf à décroître.

Ces actions et singulièrement la proposition de négociation des conditions de sortie anticipée, critiquées par la partie demanderesse, ne peuvent par

elles-mêmes être reprochées à la société Chevrolet France ; que, comme elle l'explique, elles s'inscrivent dans une logique de saine gestion de la décroissance ; que, notamment de son point de vue, il était normal de liquider son stock aussi rapidement que possible, de chercher à se réorganiser au mieux en adaptant ses coûts au niveau réduit de la demande et pour cela, de chercher à connaître au plus tôt le nombre de Distributeurs qui accepteraient la résiliation anticipée du Contrat.

Force est de constater que, ce faisant, la société Chevrolet France a agi exclusivement au mieux de ses intérêts, qu'elle ne s'est pas préoccupée des conséquences fâcheuses de cette situation pour chacun de ses contractants, nécessairement différentes selon la situation de chacun, aggravée notamment par la liquidation très rapide de son stock, bien avant le délai de six mois annoncé et par une cession partielle au réseau belge de 700 véhicules dès le 15 janvier 2014 (alors que la campagne de déstockage n'avait commencé que le 2 janvier).

L'ouverture des négociations avec les distributeurs, qui ont tous accepté d'entrer en négociation, dès fin décembre 2013, sur la base d'une indemnité d'un montant connu seulement fin mars en sa composante variable (part fixe de 600 euros par véhicule vendu en moyenne par an et part variable fonction de la situation de chacun) les a inévitablement tous démobilisés car ils espéraient pouvoir partir avec une indemnisation jugée suffisante ; que dès lors, plus rien ne les incitait à investir dans les modèles 2015 (MY15) que Chevrolet France leur reproche de ne pas avoir acquis ; que le succès de la proposition de sortie anticipée, en définitive acceptée par 80 % des Distributeurs à fin juin 2014, a largement contribué au démantèlement du réseau Chevrolet en France et à la disparition plus rapide qu'anticipée de la marque dans l'esprit des possibles acheteurs.

Les exemples du Distributeur de Guyane et de celui de la Martinique, qui poursuivent encore aujourd'hui leur exploitation, abondamment cités par Chevrolet France comme preuve que cela était possible, bien que les marchés soient à l'évidence non comparables, confortent l'idée que l'existence d'un réseau actif, maintenu dans ces départements puisqu'animé par chacun de ces deux distributeurs, est un élément essentiel de l'attractivité de la marque.

Même si la preuve n'a pas été rapportée par la partie demanderesse que Chevrolet France savait dès l'origine que le préavis annoncé de deux ans n'était qu'un leurre et qu'elle ne le respecterait pas au-delà du temps de liquidation des stocks, il apparaît que, en fait, le déroulé des opérations a créé un grave déséquilibre contractuel au détriment des Distributeurs, tel que la poursuite des Contrats leur est devenue impossible dans des conditions économiquement acceptables ; qu'il est constant que Chevrolet France est

à l'origine de ce déséquilibre et que le retrait de la marque Chevrolet ne constitue pas pour elle un cas de force majeure.

En effet, alors que pour Chevrolet France, qui a revendiqué son droit à adapter ses coûts et services à la décroissance de la demande, poursuivre ses obligations contractuelles l'obligeait selon elle seulement désormais à fournir quelques services essentiels et à transmettre à l'usine de Corée les commandes payées par ses Distributeurs, pour ces derniers, cette poursuite aurait, selon Chevrolet France qui leur reproche de ne pas l'avoir fait, nécessité qu'ils engagent des actions pour soutenir la demande ; que malgré la désaffectation des acheteurs, ils investissent dans l'achat de véhicules modèle 2015 pour les exposer et reconstituer un stock propre ; qu'elle n'a d'ailleurs pas hésité à invoquer de tels prétendus manquements pour justifier la résiliation à leurs torts et griefs, notifiée le 16 octobre 2014 ; que ce nouveau partage des obligations réciproques tel que revendiqué par Chevrolet France, qui reporterait sur les seuls Distributeurs tous les risques de la poursuite de l'exploitation des concessions dans le nouveau contexte créé par Chevrolet France, constitue une modification de l'équilibre contractuel inacceptable, rendant impossible la poursuite des relations contractuelles.

Il s'en déduit que Chevrolet France n'était pas fondée à prononcer la résiliation du Contrat au 31 octobre 2014 aux torts et griefs de la partie demanderesse pour la seule activité vente de véhicules neufs ; qu'en revanche, Chevrolet France a justement pu mettre fin à cette date au Contrat, tirant ainsi les conséquences de la cessation de fait de l'activité ventes de VN intervenue antérieurement ; que la date de cessation totale ou quasi-totale de cette activité retenue pour la détermination des préjudices, est fixée au 31 mars 2014, comme demandé par les concessionnaires dès une lettre du 31 mars 2014 (pour la plupart) non sérieusement contredits sur ce point :

- le tribunal constatera la cessation de fait de l'exercice de l'activité vente de véhicules neufs Chevrolet au 31 mars 2014,

- le tribunal prendra acte que le Contrat a été résilié au 31 octobre 2014, même si la société Chevrolet France n'est pas fondée à la prononcer aux torts et griefs de la partie demanderesse.

Concernant les manquements et les responsabilités encourues, il est constant que les stipulations relatives à la fin du Contrat ni aucune autre ne traite des conséquences d'un retrait de la marque ou de l'impossibilité de poursuivre l'exploitation dans des conditions acceptables pendant toute la durée du préavis ; mais selon l'article 1135 du code civil, "Les conventions obligent non seulement à ce qui y est exprimé, mais encore à toutes les suites que l'équité, l'usage ou la loi donnent à l'obligation d'après sa nature" et que, de l'exigence de bonne foi prévue par l'article 1134 du code civil se déduit un devoir de loyauté dans l'exécution des conventions.

Selon l'équilibre initial voulu par les parties, les Distributeurs devaient déployer leurs forces commerciales et leurs investissements pour développer les ventes de véhicules Chevrolet, marque qui représentait alors 1 % du marché français, tandis que Chevrolet France devait animer le réseau des Distributeurs et mettre à leur disposition les moyens utiles au développement de ces ventes.

Selon le principe de loyauté dans les conditions d'exécution, la société Chevrolet France avait, après l'annonce du retrait de la marque, l'obligation de compenser l'essentiel des effets de cette Décision sur l'exploitation de ses contractants dans des conditions qu'il lui appartenait d'imaginer et de mettre en oeuvre ; bien loin d'avoir tenté de le faire, cette société a, comme il a été vu ci-avant, revendiqué son droit de ne maintenir que les seules prestations essentielles, le cas échéant dégradées, à savoir la livraison, à partir de l'usine de Corée, des véhicules commandés et un budget de communication réduit ; elle ne paraît pas avoir envisagé qu'elle pouvait, suite au bouleversement dans les conditions d'exploitation, être tenue au-delà de ce qui était exprimé dans le Contrat et de mettre en oeuvre des remèdes permettant de rétablir au moins en partie l'équilibre initial du Contrat et de permettre à son contractant de bénéficier du préavis qui lui était dû, du fait de la volonté commune initiale des parties.

Au contraire, elle s'est efforcée de maintenir ses contractants dans l'alternative suivante : ou tenter de poursuivre l'exploitation dans les conditions nouvelles et dégradées pendant 24 mois, ou accepter la résiliation anticipée du contrat, mais à ses conditions financières.

Il n'est guère contestable que la solution de la résiliation anticipée du Contrat était un remède recevable et sans doute la moins mauvaise solution possible pour l'une et l'autre des parties, à condition que les indemnités versées couvrent le préjudice subi ; mais que cette constatation ne rend pas illégitime la prétention des parties demandresses à considérer qu'elles étaient en droit de refuser le quantum des indemnités proposées, sans cependant avoir l'obligation de poursuivre l'exploitation pendant 24 mois dans des conditions dégradées ; que Chevrolet France est mal venue à prétendre que le nombre de signataires démontre que ses propositions d'indemnisation étaient correctes, tant les situations des sociétés et leurs contraintes étaient différentes, et que la confidentialité exigée par Chevrolet France ne permet pas au tribunal d'en faire sa propre appréciation ;

Il résulte de ces constatations que la société Chevrolet France, en n'agissant pas de façon à permettre l'exécution du préavis dû ou à défaut, en compensant la perte en résultat, dans des conditions acceptables, a manqué à son obligation d'exécution de bonne foi et loyale du Contrat ;

le tribunal dira que la société Chevrolet France a manqué à son obligation d'exécution de bonne foi et loyale du Contrat et est tenue de réparer le préjudice en lien avec sa faute »,

1) - ALORS QUE si la résiliation d'un contrat de distribution avec un préavis suppose le maintien de la relation contractuelle jusqu'à son terme aux conditions antérieures, ce principe doit prendre en compte les circonstances particulières tenant notamment à la situation du marché en cause et à la décision de l'importateur de s'en retirer, si bien qu'en retenant, pour condamner l'importateur à indemniser le distributeur, qu'il était tenu de poursuivre l'exécution des contrats pendant le préavis dans les termes de ceux-ci, sans prendre en compte la décision révélant une conjoncture économique défavorable, prise par la société General Motors Korea et dont elle a constaté l'existence, d'arrêter les importations et les ventes de véhicules neufs de la marque Chevrolet sur le territoire d'Europe centrale et occidentale en raison des pertes financières accumulées sur ces secteurs, cette décision constituant une circonstance particulière justifiant une adaptation des modalités d'exécution du préavis pour tenir compte de l'intérêt tant des distributeurs que de l'importateur Chevrolet, la cour d'appel a violé les articles 1134 et 1147 du code civil dans leur version antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

2) - ALORS, subsidiairement, QU'est constitutif de force majeure l'événement présentant un caractère imprévisible lors de la conclusion du contrat et irrésistible dans son exécution ; que revêt les caractères de la force majeure justifiant à ce titre une exonération de responsabilité de l'importateur, la décision prise par une société mère et s'imposant à ses filiales de se retirer d'un marché considéré dès lors que l'importateur ne pouvait connaître une telle décision lors de la signature du contrat de distributeur et que cette décision a pour effet inévitable de provoquer son retrait du marché de sorte qu'en jugeant néanmoins qu'au vu de la décision de la société General Motors Korea de retirer la marque Chevrolet du marché d'Europe centrale et occidentale, la fin du réseau ne constituait pas un cas de force majeure pour la société Chevrolet Deutschland aux droits de la société Chevrolet France, la cour d'appel a violé les articles 1147 et 1148 du code civil dans leur version antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

3) - ALORS QUE le contrat de distribution est un contrat d'intérêt commun impliquant une coopération étroite entre les parties en vue de la bonne exécution du contrat jusqu'à son terme et à ce titre, impose au distributeur de faire preuve d'adaptation dans une conjoncture économique difficile, de sorte qu'en imputant exclusivement à l'importateur la responsabilité dans l'inexécution du préavis contractuel après avoir pourtant constaté que la société Auto 2000 avait cessé de passer des commandes auprès de la société Chevrolet, la cour d'appel, qui n'a pas tiré les conséquences légales de ses propres constatations, a violé les articles 1134 et 1147 du code civil dans leur version antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

4) - ALORS QU'en vertu des principes gouvernant la charge de la preuve, il appartenait aux distributeurs d'établir que la baisse de leurs ventes était

due à la réduction du stock de véhicules disponibles si bien qu'en indemnisant le distributeur au titre du préjudice résultant de la chute des ventes de véhicules à partir d'une présomption de lien de causalité entre l'amenuisement du stock de véhicules Chevrolet et la chute des ventes dénoncée par le distributeur, la cour d'appel, qui a inversé la charge de la preuve, a violé l'article 1315, alinéa 1er du code civil devenu l'article 1353, alinéa 1er.

Moyen produit **au pourvoi incident n° A 18-13.412** par la SCP Spinosi et Sureau, avocat aux Conseils, pour la société Auto 2000

Il est reproché à l'arrêt attaqué d'avoir condamné la société CHEVROLET DEUTSCHLAND (venant aux droits de la société CHEVROLET FRANCE) à payer à la société AUTO 2000 la somme de 552.387 euros en réparation de son préjudice et d'avoir débouté la société AUTO 2000 du surplus de ses demandes ;

Aux motifs que « Sur le préjudice résultant de la perte d'activité subie pendant le préavis La société Auto 2000 demande que soient indemnisés les gains qu'elle a manqués sur la période d'inexécution du préavis, soit du 1^{er} avril 2014 au 31 décembre 2015.

Son préjudice est constitué de la marge sur coûts variables qu'elle aurait dû dégager du 1^{er} avril 2014 au 31 décembre 2015 en maintenant un niveau d'exploitation équivalent à celui des exercices 2012 et 2013, aucun élément ne permettant à l'époque de prévoir une baisse d'activité.

Il résulte de l'évaluation effectuée par Monsieur Querbes, expert-comptable de la société Auto 2000 (pièce 19), versée aux débats par celle-ci, que la marge brute moyenne mensuelle dégagée sur la vente de véhicules neufs s'élevait à 26 515 € et celle sur les véhicules d'occasion repris à l'occasion des ventes de véhicules neufs Chevrolet à 4 859 €. Il n'y a, en revanche, pas lieu de retenir les postes relatifs aux pièces de rechange et à l'après-vente, le lien avec les ventes perdues n'étant pas établi. La marge perdue sur 21 mois s'élève donc à 658 854 euros.

Il convient ensuite de déduire de cette marge les charges économisées en raison du défaut d'exécution du contrat, à savoir la somme de 103 885 € (69% de 150 559 €), au prorata du pourcentage représenté par la vente de véhicules neufs et de véhicules d'occasion dans l'activité totale.

Enfin, la marge dégagée par la société Auto 2000 du 1^{er} avril 2014 au 31 décembre 2015 s'est élevée à 2.582 euros (1.485 + 1.097), sur les activités de vente de véhicules neufs et de véhicules d'occasion.

Il y a donc lieu d'évaluer les gains manqués par la société Auto 2000 du 1^{er} avril 2014 au 31 décembre 2015 à la somme de 552.387 € (658 854 € - (103 885 € + 2.582€)).

Sur la perte de marge sur l'entretien du parc constitué des véhicules qui n'ont pu être vendus entre le 1^{er} avril 2014 et le 31 décembre 2015

La société Auto 2000 sollicite en outre l'indemnisation de son préjudice consécutif à la perte de marge sur l'entretien du parc constitué des véhicules qui n'ont pu être vendus entre le 1^{er} avril 2014 et le 31 décembre 2015. Elle

expose en effet que la vente de véhicules neufs génère pendant cinq ans un volume de ventes de pièces détachées ainsi que des services de réparation, qu'elle évalue à un montant global de 204 585 euros.

Mais si la perte de l'activité de véhicules neufs génère nécessairement une perte sur l'activité d'après-vente, la société Auto 2000 ne démontre pas qu'elle aurait été encore nécessairement un réparateur agréé Chevrolet de 2016 à 2021. En outre, elle ne justifie par aucune étude statistique la proportion de services après-vente générée, dans les cinq ans, par l'activité de ventes de véhicules neufs. Faute de lien entre le préjudice allégué et la perte de l'activité de véhicules neufs, ce poste de préjudice ne sera donc pas indemnisé.

Sur l'autre poste de demande d'indemnisation La société Auto 2000 demande en outre le remboursement d'investissements et engagements financiers non amortis au 31 décembre 2015.

Mais faute de justifier à quelle dépense correspond cette somme et d'établir un lien direct entre ce préjudice et l'inexécution fautive du contrat par la société Chevrolet France, il n'y a pas lieu de retenir ce poste de préjudice » ;

1°) Alors que, d'une part, en application du principe de réparation intégrale, la victime doit être replacée dans la situation dans laquelle elle se serait trouvée si le fait dommageable ne s'était pas produit ; qu'en l'espèce, en refusant d'indemniser la perte de marge de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, lorsqu'elle constatait que la perte de l'activité de véhicules neufs générerait nécessairement une perte sur l'activité d'après-vente, la cour d'appel n'a pas tiré les conséquences légales de ses constatations en violation du principe de la réparation intégrale du préjudice, ensemble l'article 1147 du code civil, dans sa rédaction antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

2°) Alors que, d'autre part, le juge ne peut refuser de statuer en se fondant sur l'insuffisance des preuves qui lui sont fournies par les parties ; qu'en rejetant la demande d'indemnisation de la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, faute pour la société AUTO 2000 de justifier la proportion de réparations induite par la vente de véhicules, la cour d'appel, qui a refusé d'évaluer le montant d'un dommage dont elle constatait l'existence en son principe, a violé l'article 4 du code civil ;

3°) Alors que, de troisième part, et en tout état de cause, en se fondant, pour refuser d'indemniser la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, sur le fait que la société AUTO 2000 ne démontrait pas qu'elle aurait été encore nécessairement un réparateur agréé Chevrolet après le 31 décembre 2015, lorsqu'elle constatait par ailleurs que, par un courrier du 11 décembre 2013,

la société CHEVROLET FRANCE avait proposé aux concessionnaires de conclure un contrat de réparateur agréé pour la période postérieure au 31 décembre 2015, la cour d'appel n'a pas tiré les conséquences légales de ses constatations en violation du principe de la réparation intégrale du préjudice, ensemble l'article 1147 du code civil, dans sa rédaction antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

4°) Alors que, de quatrième part, en se bornant à affirmer, pour refuser d'indemniser la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, que la société AUTO 2000 ne démontrait pas qu'elle aurait été encore nécessairement un réparateur agréé Chevrolet après le 31 décembre 2015, sans rechercher si cette dernière l'était encore à la date à laquelle elle statuait, de sorte qu'elle aurait constaté que tel était le cas, la cour d'appel a entaché sa décision d'un défaut de base légale au regard de l'article 1147 du code civil, dans sa rédaction antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

5°) Alors que, de cinquième part, en refusant d'indemniser la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, sans jamais examiner, ne serait-ce que sommairement, les pièces produites par la société AUTO 2000 au soutien de ses prétentions, et notamment les statistiques relatives aux marges par activité, ainsi que le dossier prévisionnel, tous deux établis par la société CHEVROLET FRANCE et desquels il résultait que les marges des activités « ateliers mécanique » et « pièce de rechange » étaient calculées pour une durée de cinq ans minimum après la vente des véhicules neufs, la cour d'appel a violé l'article 455 du code de procédure civile.

Moyen produit au pourvoi principal n° K 18.13-398 par la SCP Bauer-Violas, Feschotte-Desbois et Sebagh, avocat aux Conseils, pour avocat de la société Chevrolet Deutschland GmbH

Le moyen reproche à l'arrêt attaqué confirmatif d'avoir dit que la société Chevrolet France avait manqué à son obligation d'exécution de bonne foi et loyale du contrat et était tenue de réparer le préjudice en lien avec sa faute et de l'avoir en conséquence condamnée à payer à la société GY2 la somme de 485.810 € en réparation de son préjudice,

AUX MOTIFS PROPRES QUE « La société GY2 et M. Pierre Galvan reconnaissent que l'annonce de la fin de la vente des véhicules neufs de la marque Chevrolet à partir du 1er janvier 2016 ne revêt pas en elle-même un caractère fautif : "il s'agit en effet d'une décision stratégique prise en application du principe intangible de la liberté du commerce et de l'industrie".

Ils estiment toutefois que cette décision de retrait de la marque n'a pas été exécutée dans le respect des obligations contractuelles de Chevrolet France.

Celle-ci réplique qu'aucune violation de ses obligations contractuelles n'est caractérisée par la société GY2 et M. Pierre Galvan.

La société Chevrolet France a décidé de recourir à la procédure de résiliation du contrat de Distributeur Chevrolet, prévue à l'article 21.3 de celui-ci. Cet article dispose que "la résiliation prendra effet à la date indiquée sur la notification, cette date ne pouvant intervenir moins de 24 mois après la réception de la notification".

La notification faite par la société Chevrolet France à son réseau le 11 décembre 2013, à effet au 31 décembre 2015, respecte la lettre de cet article.

Mais la société GY2 et M. Pierre Galvan exposent que la société Chevrolet France n'a pas exécuté loyalement et de bonne foi ce préavis de 24 mois, contrairement aux prescriptions de l'alinéa 3 de l'article 1134 du code civil. Ils soutiennent en effet que la société Chevrolet France n'a jamais eu l'intention d'exécuter ce préavis, mais de liquider le réseau au plus tard fin juin 2014, en contraignant les concessionnaires à transiger, après avoir asséché le réseau et arrêté d'exécuter ses obligations contractuelles.

Il leur appartient donc de rapporter la preuve de l'inexécution fautive du préavis ou du comportement déloyal du concédant.

Ils prétendent à cet égard, d'une part, que la société Chevrolet France a privé ses concessionnaires de la faculté de vendre des véhicules dans des conditions économiques acceptables, en adoptant une politique de gestion des stocks qui a asséché le réseau en véhicules neufs disponibles et, d'autre part, qu'elle a manqué à ses autres obligations contractuelles essentielles, de sorte que le préavis n'a pas été exécuté dans des conditions normales.

La société Chevrolet France, appelante, réfute tous ces arguments.

Il convient tout d'abord de rappeler qu'un fournisseur peut légitimement arrêter une activité, sous réserve de respecter un préavis et de l'exécuter loyalement. La seule obligation qui pesait sur la société Chevrolet France était donc de poursuivre l'exécution des contrats pendant le préavis dans les termes de ceux-ci.

[...]

Sur la gestion des stocks par la société Chevrolet France.

[...]

Il résulte de l'instruction du dossier que les stocks du réseau Chevrolet étaient composés de véhicules déjà en stock chez les concessionnaires, au nombre nécessairement limité, et de ceux placés dans les entrepôts de la société Chevrolet France situés à Barcelone, livrables dans les trois semaines.

Les concessionnaires commandaient aussi des véhicules directement à l'usine Chevrolet de Corée, quand les modèles demandés n'étaient pas disponibles, et par l'intermédiaire de Chevrolet France. La société GY2 et M. Pierre Galvan démontrent que sur 21 518 véhicules de la marque Chevrolet distribués en France en 2013, 61,67 % provenaient du stock de Chevrolet France.

Le rôle de l'importateur de véhicules consiste à alimenter son réseau de distributeurs en détenant un certain nombre de véhicules en stock, rapidement disponibles, afin de permettre aux distributeurs du réseau de satisfaire la demande, ceux-ci ne pouvant eux-mêmes qu'entreposer un nombre de véhicules limité et les commandes passées à l'usine de fabrication étant couramment livrables dans des délais de quatre à cinq mois

Or, les documents versés aux débats par la société GY2 et M. Pierre Galvan permettent de faire les constatations suivantes :

- en 2013, la société Chevrolet France avait un stock moyen à Barcelone d'environ 3 000 véhicules,
- l'état des stocks du 27 novembre 2013 établit la présence, à Barcelone, de 480 véhicules livrables à trois semaines, et de 1121 véhicules disponibles (dates estimées d'arrivée) entre le 15 décembre et la deuxième quinzaine de février 2014 (véhicules non encore arrivés à Barcelone, mais d'ores et déjà commandés par Chevrolet France, dont 900 attendus en février 2014),
- l'état des stocks du 15 janvier 2014 n'a plus qu'une colonne, celle des véhicules libres sous trois semaines, ce qui démontre que Chevrolet France ne faisait plus de commandes en Corée pour alimenter son réseau. Figure

dans ce document la mention selon laquelle les prochaines disponibilités interviendront fin mai ou fin juin 2014, ce qui signifie qu'une commande passée aux alentours du 15 janvier ne pouvait être satisfaite que par des demandes à l'usine de Corée et que fin mai ou fin juin,

- les véhicules livrables sous trois semaines, au nombre de 259 en janvier 2014, ne sont plus que 0 le 29 janvier 2014, 2 le 5 février 2014, 1 le 12 mars, 5 le 2 avril et 6 le 6 mai. Ils sont ensuite de 31 le 4 juin, 61 le 3 juillet (outre 15 pour la deuxième quinzaine de juillet), 85 le 6 août et 85 le 3 septembre.

La société Chevrolet France, qui ne nie pas ces constatations, prétend que les concessionnaires, dont la société GY2, ne lui avaient fait aucune commande, malgré ses multiples relances, ce qui démontrerait leur propre inexécution du contrat de concession.

Mais ce simple constat d'absence de commandes ne peut permettre d'exonérer la société Chevrolet France de sa propre responsabilité dans l'exécution du contrat, selon laquelle elle devait, en sa qualité d'importateur, être en mesure d'approvisionner son réseau de distributeurs en véhicules neufs.

Enfin, loin d'être la cause de la rupture du stock, l'abstention des concessionnaires en est la conséquence.

Sur la décision de report En premier lieu, la décision de report des commandes clients en cours, non encore produites au 5 décembre 2013, prise unilatéralement par Chevrolet France, et justifiée par le plan de déstockage, même si elle n'est pas fautive en soi, a cassé la dynamique des commandes.

En deuxième lieu, les commandes nouvelles des distributeurs étaient clairement découragées dans le courrier de Chevrolet France du 17 décembre 2013, annonçant le plan de déstockage. Les concessionnaires étaient en effet invités à inciter leurs clients à prendre livraison d'un véhicule en stock distributeur ou Chevrolet France, au lieu du véhicule antérieurement commandé. Les concessionnaires étaient donc invités à annuler les commandes acceptées et à les remplacer par des véhicules en stock. Ils n'avaient aucune raison, en décembre 2013, de maintenir des commandes qui n'auraient pas bénéficié à leurs clients, car elles n'ouvraient pas droit aux conditions très favorables du plan de déstockage. Enfin, la société Chevrolet rappelait que toute nouvelle commande serait livrée dans un délai d'environ 3 à 4 mois, délai long au regard de l'incertitude, à ce moment, sur la situation du réseau.

L'attestation du 22 mai 2014 de Monsieur Durand, président de Chevrolet France, selon laquelle sur les 2037 commandes passées par le réseau de

concessionnaires à la date du 5 décembre 2013, 1660 avaient fait l'objet d'une annulation par le réseau, révèle les annulations massives résultant de cette campagne.

La société Chevrolet a ensuite aggravé la situation de pénurie du réseau, par la vente des 900 véhicules attendus en février 2014 (figurant sur l'état du stock du 27 novembre 2013) et par la vente de 700 véhicules neufs disponibles au réseau belge intervenue dès le 15 janvier 2014.

La société GY2 et M. Pierre Galvan reprochent à juste titre à la société Chevrolet de ne pas avoir reconstitué elle-même son stock, de sorte que dès février 2014, ainsi qu'il ressort des états des stocks, aucun véhicule n'était plus disponible dans un délai de trois semaines. Si les concessionnaires pouvaient évidemment commander des véhicules à l'usine de Corée, les délais de livraison, prolongés de cinq à six mois, étaient beaucoup trop longs au regard des incertitudes sur l'attitude de la société Chevrolet France, dont attestent les courriers des distributeurs concernés et celui de la société GY2 et M. Pierre Galvan, du 31 mars 2014 (pièce 9). Dans ces courriers, en effet, la fin de l'approvisionnement direct en véhicules neufs et l'arrêt d'un certain nombre de prestations contractuelles par Chevrolet France sont perçus comme un abandon de la marque.

Surtout, les risques commerciaux afférents à la poursuite de l'activité durant le préavis devaient être répartis entre le concédant et les concessionnaires, la société Chevrolet France se devant d'importer des véhicules, disponibles à bref délais, pour amorcer puis entretenir la dynamique des commandes. Or, l'état nul des stocks jusqu'en juin 2014 faisait peser la poursuite de l'activité sur les seuls distributeurs, en les contraignant à commander des véhicules sous un délai de six mois, dans des conditions commerciales et publicitaires dégradées, comme il sera vu plus bas. Enfin, si la proposition d'un plan de sortie anticipée du réseau ne peut être reprochée à la société Chevrolet, la cour ne disposant pas des éléments établissant que les conditions proposées étaient manifestement abusives, ainsi que le prétend la société GY2, les discussions sur la part personnelle d'indemnisation de chaque concessionnaire, relative aux investissements dédiés à la marque, non amortis et non reconvertibles, étaient en cours et insuffisamment avancées en décembre 2013-janvier 2014 pour que les concessionnaires insatisfaits de la proposition qui leur était faite, se lancent dans les commandes de véhicules neufs pour alimenter eux-mêmes le réseau.

Si la société Chevrolet prétend qu'elle disposait, du 9 juillet au 9 août 2014, d'un stock de 85 véhicules à Barcelone et que ces véhicules ne trouvaient pas preneurs, elle ne justifie pas que ces modèles n'étaient pas les véhicules des concessionnaires ayant quitté prématurément le réseau et, en toute hypothèse, la dynamique d'achat des véhicules était éteinte à ce stade avancé.

Il résulte de ce qui précède qu'il appartenait à la société Chevrolet France de remplir son obligation de maintenir un stock de véhicules neufs à Barcelone, pour permettre à ses distributeurs d'exécuter le préavis dans des conditions normales, encourager les concessionnaires à commander et ne pas les laisser supporter l'intégralité des risques provoqués par la fin de l'activité annoncée et par la sortie prématurée de la majorité des concessionnaires.

Fautive dans l'exécution d'une obligation essentielle, la société Chevrolet ne peut s'exonérer en soutenant que la société GY2 et M. Pierre Galvan avaient été avertis dès le mois de décembre 2013 de la nécessité de passer des commandes pour respecter le contrat.

Sur l'exécution de ses autres obligations essentielles par la société Chevrolet France.

[...]

Il y a lieu de noter que, suite au déstockage massif, la poursuite de l'activité des concessionnaires restant dans le réseau, à compter de fin février 2014, ne pouvait reposer que sur une disponibilité rapide des véhicules, qui n'était pas assurée, et sur un effort marketing et commercial au moins équivalent à celui de l'année 2013.

Or, il résulte de l'ensemble des pièces versées aux débats par la société GY2 et M. Pierre Galvan que cet effort a été bien moindre. En effet, si l'absence de participation de la société Chevrolet France au mondial de l'automobile 2014, le rattachement du service de presse à la direction du marketing en mai 2014 et la réduction des effectifs de la société Chevrolet France peuvent, à la rigueur, être justifiés par la nécessité d'adapter son dimensionnement à l'activité restante du réseau, il convient de souligner que les aides commerciales sur les véhicules neufs ont diminué substantiellement en 2014 par rapport à 2013. Si la société Chevrolet prétend qu'au terme de la circulaire "plan commercial" du 14 février 2014, une prime de volume payée sur facture, c'est-à-dire sans qu'il soit exigé la réalisation d'un volume, pouvait être versée aux concessionnaires pour toutes les voitures produites après le 1er janvier 2014, il n'en demeure pas moins que la société GY2 et M. Pierre Galvan justifient par un tableau comparatif des supports commerciaux 2013/2014 (PC 39 de la société GY2 et M. Pierre Galvan), non sérieusement contesté par l'appelante, que les aides ont considérablement décru par rapport à 2013. C'est ainsi que les aides commerciales ont diminué de 35 % sur le modèle Spark, de 45 % sur le modèle Aveo, de 19 % sur le modèle Trax, de 34 % sur le modèle Cruze, de 8 % sur les modèles Malibu et Orlando et de 26 % sur le modèle Captiva (PC n° 40). Il en est résulté une baisse des marges par modèle, en dehors de la période de déstockage, les concessionnaires restant dans le réseau ayant vu leur marge réduite en moyenne de 30 % par rapport à celle réalisée en 2013.

Par ailleurs, si la société Chevrolet France justifie avoir mis en place un plan unique pour toutes les catégories de véhicules (VN, de démonstration, de courtoisie), elle ne démontre pas qu'il était aussi attractif que les conditions antérieures.

Il convient de souligner que si la société Chevrolet France a mené une campagne publicitaire très visible au cours du premier trimestre 2014, pour assurer le succès de l'opération de déstockage, elle se devait, après cette opération, de maintenir ses campagnes à hauteur de celles de 2013. Or, la publicité a considérablement baissé, à compter du deuxième trimestre 2014, les spots TV passant de 13.550 au deuxième trimestre 2013 à 2.300 au deuxième trimestre 2014. Surtout, à compter du deuxième semestre, la société Chevrolet France a mis fin à ses campagnes nationales TV et web, se focalisant sur une communication purement locale. Anticipé par l'importateur dès le courrier du 17 décembre 2013, ce changement d'envergure des campagnes de publicité ne peut être imputé à l'arrêt anticipé de l'activité de 75 % des distributeurs, qui n'est intervenue que bien après. La société Chevrolet France ne saurait se retrancher derrière l'abstention des distributeurs qui, sollicités par elle, auraient dû lui retourner leur plan de communication, afin qu'elle puisse leur payer les aides, alors que l'initiative lui appartenait d'assurer une publicité d'un rang au moins identique à celui de 2013, compte tenu de la situation critique du réseau.

La société GY2 et M. Pierre Galvan démontrent donc que la société Chevrolet France n'a pas exécuté ses obligations essentielles durant le préavis.

Il y a donc lieu d'approuver les premiers juges, en ce qu'ils ont estimé que la société Chevrolet France, à l'origine d'un grave déséquilibre contractuel au détriment des distributeurs, et la fin du réseau ne constituant pas pour elle un cas de force majeure, n'a pas exécuté ses obligations contractuelles durant le préavis, rendant impossible la poursuite du contrat.

Il convient également de dire que la société Chevrolet France n'était pas fondée à résilier par courrier du 16 octobre 2014 à effet du 31 octobre 2014 le contrat des intimés pour faute.

[...]

Sur le préjudice résultant de la perte d'activité subie pendant le préavis.

La société GY2 demande que soient indemnisés les gains qu'elle a manqués sur la période d'inexécution du préavis, soit du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015.

Son préjudice est constitué de la marge sur coûts variables qu'elle aurait dû dégager du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 en maintenant un niveau

d'exploitation équivalent à celui des exercices 2012 et 2013, aucun élément ne venant attester d'une baisse d'activité attendue, avant la résiliation annoncée.

Il résulte de l'évaluation effectuée par Maître Fullea-Valle (pièce 32), expert-comptable, versée aux débats par la société GY2, que la marge brute moyenne mensuelle dégagée sur la vente de véhicules neufs s'élevait à 23.337 € et celle sur les véhicules d'occasion repris à l'occasion des ventes de véhicules neufs Chevrolet à 6.786 €. Il n'y a, en revanche, pas lieu de retenir les postes relatifs aux pièces de rechange et à l'après-vente, le lien avec les ventes perdues n'étant pas établi. La marge perdue sur 21 mois s'élève donc à 632.583 euros.

Il convient ensuite de déduire de cette marge les charges économisées en raison du défaut d'exécution du contrat, à savoir la somme de 106 723 € (64 % de 166.755 €), au prorata du pourcentage représenté par la vente de véhicules neufs et de véhicules d'occasion dans l'activité totale.

Enfin, la marge dégagée par la société GY2 du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 s'est élevée à 40.050 euros (20.279 + 19.771) sur les activités de vente de véhicules neufs et de véhicules d'occasion.

Il y a donc lieu d'évaluer les gains manqués par la société GY2 du 1^{er} avril 2014 au 31 décembre 2015 à la somme de 485.810 € (632.583 € - (106.723 € + 40.050 €) »,

ET AUX MOTIFS RÉPUTÉS ADOPTÉS QUE

« la partie demanderesse était liée à Chevrolet France par un "Contrat de Distributeur portant sur les services et les ventes", ci-après le Contrat de Distributeur ou le Contrat, conclu à effet au 1er juin 2013, à durée indéterminée et résiliable à tout moment moyennant un préavis de 24 mois ; qu'à la suite de l'annonce faite de Detroit par General Motors le 5 décembre 2013, ci-après la Décision, du retrait de la marque Chevrolet de l'Europe occidentale et centrale, la société Chevrolet France en a notifié la résiliation à effet au 31 décembre 2015 pour la seule activité de vente de véhicules neufs (VN)

[...]

La société Chevrolet France fait valoir qu'elle était en droit (1) de prendre la Décision, au demeurant simplement répercutée par elle en sa qualité d'importateur en France, de cesser la distribution des véhicules neufs Chevrolet au 31 décembre 2015 et (2) de l'annoncer aussitôt et publiquement ; qu'elle est effectivement fondée à soutenir, d'une part, que cette décision de retrait de la marque Chevrolet à terme, qui relève du légitime pouvoir d'agent économique du groupe General Motors, n'était en

tant que telle pas fautive et, d'autre part, que les conditions dans lesquelles cette Décision a été communiquée, aussitôt et au même moment à l'ensemble des parties prenantes, ainsi que l'imposent les règles régissant la communication financière et la diffusion de nouvelles susceptibles d'avoir une incidence sur la valorisation des entreprises, ne sont pas critiquables.

Mais que, s'il se déduit nécessairement de cette constatation qu'aucune mauvaise foi dans l'exécution du contrat ne peut être reprochée à Chevrolet France du simple fait de cette Décision ou des conditions de son annonce, il ne s'en déduit pas nécessairement son exonération de sa possible responsabilité contractuelle, c'est-à-dire de son obligation de réparer, vis-à-vis de ses contractants concessionnaires, le préjudice causé par une éventuelle défaillance dans l'exécution de ses obligations contractuelles, notamment en cours de préavis, en conséquence de la Décision.

En effet, la partie demanderesse qui, comme les 130 autres Distributeurs de France, venait de signer un nouveau contrat de Distributeur à effet au 1^{er} juin 2013, pouvait légitimement escompter pouvoir bénéficier d'une période d'exploitation de sa concession d'au moins 24 mois dans des conditions sensiblement analogues.

En réalité, si l'exécution du préavis contractuel a bien été annoncée aux Distributeurs, les pièces discutées et les débats ont établi que l'annonce faite de ce retrait de la marque a eu un effet dévastateur sur la clientèle qui s'est rapidement détournée des véhicules de cette marque ; qu'ainsi, en décembre 2014, il n'a plus été vendu que 109 véhicules neufs VP Chevrolet en France, dont 12 à des particuliers, au lieu de 1.621 en décembre 2013 et que, sur l'année 2014, n'ont été vendus que 4.185 véhicules, dont les nombreux véhicules déstockés en janvier/février, en baisse de 80,5 % sur les chiffres de l'année précédente, la poursuite de l'exploitation s'avérant alors rapidement n'être plus viable.

C'est vainement que la société Chevrolet France tente aujourd'hui de minimiser cet impact, qu'elle en a elle-même pris rapidement toute la mesure en annonçant, dès le 17 décembre 2013, que "eu égard aux perspectives de volumes beaucoup plus basses pendant la deuxième moitié de l'année, nous ne planifions plus de campagne importante de publicité", en décidant immédiatement, d'une part, une grande opération de déstockage des véhicules neufs qui figuraient dans ses stocks avec d'importantes remises, d'une durée anticipée de six mois, mais qui a pris fin dès février 2014 et, d'autre part, en engageant immédiatement des discussions avec chacun des concessionnaires en vue de la signature d'un protocole de résiliation anticipée du Contrat à effet aussi rapide que possible, puisque les propositions d'indemnisation à ce titre devaient initialement être acceptées avant fin mars 2014, sauf à décroître.

Ces actions et singulièrement la proposition de négociation des conditions de sortie anticipée, critiquées par la partie demanderesse, ne peuvent par elles-mêmes être reprochées à la société Chevrolet France ; que, comme elle l'explique, elles s'inscrivent dans une 170976/DA/DG logique de saine gestion de la décroissance ; que, notamment de son point de vue, il était normal de liquider son stock aussi rapidement que possible, de chercher à se réorganiser au mieux en adaptant ses coûts au niveau réduit de la demande et pour cela, de chercher à connaître au plus tôt le nombre de Distributeurs qui accepteraient la résiliation anticipée du Contrat.

Force est de constater que, ce faisant, la société Chevrolet France a agi exclusivement au mieux de ses intérêts, qu'elle ne s'est pas préoccupée des conséquences fâcheuses de cette situation pour chacun de ses contractants, nécessairement différentes selon la situation de chacun, aggravée notamment par la liquidation très rapide de son stock, bien avant le délai de six mois annoncé et par une cession partielle au réseau belge de 700 véhicules dès le 15 janvier 2014 (alors que la campagne de déstockage n'avait commencé que le 2 janvier).

L'ouverture des négociations avec les distributeurs, qui ont tous accepté d'entrer en négociation, dès fin décembre 2013, sur la base d'une indemnité d'un montant connu seulement fin mars en sa composante variable (part fixe de 600 euros par véhicule vendu en moyenne par an et part variable fonction de la situation de chacun) les a inévitablement tous démobilisés car ils espéraient pouvoir partir avec une indemnisation jugée suffisante ; que dès lors, plus rien ne les incitait à investir dans les modèles 2015 (MY15) que Chevrolet France leur reproche de ne pas avoir acquis ; que le succès de la proposition de sortie anticipée, en définitive acceptée par 80 % des Distributeurs à fin juin 2014, a largement contribué au démantèlement du réseau Chevrolet en France et à la disparition plus rapide qu'anticipée de la marque dans l'esprit des possibles acheteurs.

Les exemples du Distributeur de Guyane et de celui de la Martinique, qui poursuivent encore aujourd'hui leur exploitation, abondamment cités par Chevrolet France comme preuve que cela était possible, bien que les marchés soient à l'évidence non comparables, confortent l'idée que l'existence d'un réseau actif, maintenu dans ces départements puisqu'animé par chacun de ces deux distributeurs, est un élément essentiel de l'attractivité de la marque.

Même si la preuve n'a pas été rapportée par la partie demanderesse que Chevrolet France savait dès l'origine que le préavis annoncé de deux ans n'était qu'un leurre et qu'elle ne le respecterait pas au-delà du temps de liquidation des stocks, il apparaît que, en fait, le déroulé des opérations a créé un grave déséquilibre contractuel au détriment des Distributeurs, tel que la poursuite des Contrats leur est devenue impossible dans des conditions économiquement acceptables ;

qu'il est constant que Chevrolet France est à l'origine de ce déséquilibre et que le retrait de la marque Chevrolet ne constitue pas pour elle un cas de force majeure.

En effet, alors que pour Chevrolet France, qui a revendiqué son droit à adapter ses coûts et services à la décroissance de la demande, poursuivre ses obligations contractuelles l'obligeait selon elle seulement désormais à fournir quelques services essentiels et à transmettre à l'usine de Corée les commandes payées par ses Distributeurs, pour ces derniers, cette poursuite aurait, selon Chevrolet France qui leur reproche de ne pas l'avoir fait, nécessité qu'ils engagent des actions pour soutenir la demande ; que malgré la désaffectation des acheteurs, ils investissent dans l'achat de véhicules modèle 2015 pour les exposer et reconstituer un stock propre ; qu'elle n'a d'ailleurs pas hésité à invoquer de tels prétendus manquements pour justifier la résiliation à leurs torts et griefs, notifiée le 16 octobre 2014 ; que ce nouveau partage des obligations réciproques tel que revendiqué par Chevrolet France, qui reporterait sur les seuls Distributeurs tous les risques de la poursuite de l'exploitation des concessions dans le nouveau contexte créé par Chevrolet France, constitue une modification de l'équilibre contractuel inacceptable, rendant impossible la poursuite des relations contractuelles.

Il s'en déduit que Chevrolet France n'était pas fondée à prononcer la résiliation du Contrat au 31 octobre 2014 aux torts et griefs de la partie demanderesse pour la seule activité vente de véhicules neufs ; qu'en revanche, Chevrolet France a justement pu mettre fin à cette date au Contrat, tirant ainsi les conséquences de la cessation de fait de l'activité ventes de VN intervenue antérieurement ; que la date de cessation totale ou quasi-totale de cette activité retenue pour la détermination des préjudices, est fixée au 31 mars 2014, comme demandé par les concessionnaires dès une lettre du 31 mars 2014 (pour la plupart) non sérieusement contredits sur ce point :

- le tribunal constatera la cessation de fait de l'exercice de l'activité vente de véhicules neufs Chevrolet au 31 mars 2014,

- le tribunal prendra acte que le Contrat a été résilié au 31 octobre 2014, même si la société Chevrolet France n'est pas fondée à la prononcer aux torts et griefs de la partie demanderesse.

Concernant les manquements et les responsabilités encourues, il est constant que les stipulations relatives à la fin du Contrat ni aucune autre ne traite des conséquences d'un retrait de la marque ou de l'impossibilité de poursuivre l'exploitation dans des conditions acceptables pendant toute la durée du préavis ; mais selon l'article 1135 du code civil, "Les conventions obligent non seulement à ce qui y est exprimé, mais encore à toutes les suites que l'équité, l'usage ou la loi donnent à l'obligation d'après sa nature"

et que, de l'exigence de bonne foi prévue par l'article 1134 du code civil se déduit un devoir de loyauté dans l'exécution des conventions.

Selon l'équilibre initial voulu par les parties, les Distributeurs devaient déployer leurs forces commerciales et leurs investissements pour développer les ventes de véhicules Chevrolet, marque qui représentait alors 1 % du marché français, tandis que Chevrolet France devait animer le réseau des Distributeurs et mettre à leur disposition les moyens utiles au développement de ces ventes.

Selon le principe de loyauté dans les conditions d'exécution, la société Chevrolet France avait, après l'annonce du retrait de la marque, l'obligation de compenser l'essentiel des effets de cette Décision sur l'exploitation de ses contractants dans des conditions qu'il lui appartenait d'imaginer et de mettre en oeuvre ; bien loin d'avoir tenté de le faire, cette société a, comme il a été vu ci-avant, revendiqué son droit de ne maintenir que les seules prestations essentielles, le cas échéant dégradées, à savoir la livraison, à partir de l'usine de Corée, des véhicules commandés et un budget de communication réduit ; elle ne paraît pas avoir envisagé qu'elle pouvait, suite au bouleversement dans les conditions d'exploitation, être tenue au-delà de ce qui était exprimé dans le Contrat et de mettre en oeuvre des remèdes permettant de rétablir au moins en partie l'équilibre initial du Contrat et de permettre à son contractant de bénéficier du préavis qui lui était dû, du fait de la volonté commune initiale des parties.

Au contraire, elle s'est efforcée de maintenir ses contractants dans l'alternative suivante : ou tenter de poursuivre l'exploitation dans les conditions nouvelles et dégradées pendant 24 mois, ou accepter la résiliation anticipée du contrat, mais à ses conditions financières.

Il n'est guère contestable que la solution de la résiliation anticipée du Contrat était un remède recevable et sans doute la moins mauvaise solution possible pour l'une et l'autre des parties, à condition que les indemnités versées couvrent le préjudice subi ; mais que cette constatation ne rend pas illégitime la prétention des parties demanderesse à considérer qu'elles étaient en droit de refuser le quantum des indemnités proposées, sans cependant avoir l'obligation de poursuivre l'exploitation pendant 24 mois dans des conditions dégradées ; que Chevrolet France est mal venue à prétendre que le nombre de signataires démontre que ses propositions d'indemnisation étaient correctes, tant les situations des sociétés et leurs contraintes étaient différentes, et que la confidentialité exigée par Chevrolet France ne permet pas au tribunal d'en faire sa propre appréciation ;

Il résulte de ces constatations que la société Chevrolet France, en n'agissant pas de façon à permettre l'exécution du préavis dû ou à défaut, en compensant la perte en résultat, dans des conditions acceptables, a manqué à son obligation d'exécution de bonne foi et loyale du Contrat ;

le tribunal dira que la société Chevrolet France a manqué à son obligation d'exécution de bonne foi et loyale du Contrat et est tenue de réparer le préjudice en lien avec sa faute »,

1) - ALORS QUE si la résiliation d'un contrat de distribution avec un préavis suppose le maintien de la relation contractuelle jusqu'à son terme aux conditions antérieures, ce principe doit prendre en compte les circonstances particulières tenant notamment à la situation du marché en cause et à la décision de l'importateur de s'en retirer, si bien qu'en retenant, pour condamner l'importateur à indemniser le distributeur, qu'il était tenu de poursuivre l'exécution des contrats pendant le préavis dans les termes de ceux-ci, sans prendre en compte la décision révélant une conjoncture économique défavorable, prise par la société General Motors Korea et dont elle a constaté l'existence, d'arrêter les importations et les ventes de véhicules neufs de la marque Chevrolet sur le territoire d'Europe centrale et occidentale en raison des pertes financières accumulées sur ces secteurs, cette décision constituant une circonstance particulière justifiant une adaptation des modalités d'exécution du préavis pour tenir compte de l'intérêt tant des distributeurs que de l'importateur Chevrolet, la cour d'appel a violé les articles 1134 et 1147 du code civil dans leur version antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

2) - ALORS, subsidiairement, QU'est constitutif de force majeure l'événement présentant un caractère imprévisible lors de la conclusion du contrat et irrésistible dans son exécution ; que revêt les caractères de la force majeure justifiant à ce titre une exonération de responsabilité de l'importateur, la décision prise par une société mère et s'imposant à ses filiales de se retirer d'un marché considéré dès lors que l'importateur ne pouvait connaître une telle décision lors de la signature du contrat de distributeur et que cette décision a pour effet inévitable de provoquer son retrait du marché de sorte qu'en jugeant néanmoins qu'au vu de la décision de la société General Motors Korea de retirer la marque Chevrolet du marché d'Europe centrale et occidentale, la fin du réseau ne constituait pas un cas de force majeure pour la société Chevrolet Deutschland aux droits de la société Chevrolet France, la cour d'appel a violé les articles 1147 et 1148 du code civil dans leur version antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

3) - ALORS QUE le contrat de distribution est un contrat d'intérêt commun impliquant une coopération étroite entre les parties en vue de la bonne exécution du contrat jusqu'à son terme et à ce titre, impose au distributeur de faire preuve d'adaptation dans une conjoncture économique difficile, de sorte qu'en imputant exclusivement à l'importateur la responsabilité dans l'inexécution du préavis contractuel après avoir pourtant constaté que la société GY2 avait cessé de passer des commandes auprès de la société Chevrolet, la cour d'appel, qui n'a pas tiré les conséquences légales de ses propres constatations, a violé les articles 1134 et 1147 du code civil dans

leur version antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

4) - ALORS QU'en vertu des principes gouvernant la charge de la preuve, il appartenait aux distributeurs d'établir que la baisse de leurs ventes était due à la réduction du stock de véhicules disponibles si bien qu'en indemnisant le distributeur au titre du préjudice résultant de la chute des ventes de véhicules à partir d'une présomption de lien de causalité entre l'amenuisement du stock de véhicules Chevrolet et la chute des ventes dénoncée par le distributeur, la cour d'appel, qui a inversé la charge de la preuve, a violé l'article 1315, alinéa 1er du code civil devenu l'article 1353, alinéa 1er.

Moyen produit **au pourvoi incident n° K 18-13.398** par la SCP Spinosi et Sureau, avocat aux Conseils, pour la société Gy2 et MM. Galvan, Fabre et Pernaud,

Il est reproché à l'arrêt attaqué d'avoir condamné la société CHEVROLET DEUTSCHLAND (venant aux droits de la société CHEVROLET FRANCE) à payer à la société GY2 la somme de 485.810 euros en réparation de son préjudice et d'avoir débouté la société GY2 et Monsieur Pierre GALVAN du surplus de leur demandes ;

Aux motifs que « Sur le préjudice résultant de la perte d'activité subie pendant le préavis La société GY2 demande que soient indemnisés les gains qu'elle a manqués sur la période d'inexécution du préavis, soit du 1^{er} avril 2014 au 31 décembre 2015. Son préjudice est constitué de la marge sur coûts variables qu'elle aurait dû dégager du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 en maintenant un niveau d'exploitation équivalent à celui des exercices 2012 et 2013, aucun élément ne venant attester d'une baisse d'activité attendue, avant la résiliation annoncée.

Il résulte de l'évaluation effectuée par Maitre Fullea-Valle (pièce 32), expert-comptable, versée aux débats par la société GY2, que la marge brute moyenne mensuelle dégagée sur la vente de véhicules neufs s'élevait à 23 337 € et celle sur les véhicules d'occasion repris à l'occasion des ventes de véhicules neufs Chevrolet à 6 786. Il n'y a, en revanche, pas lieu de retenir les postes relatifs aux pièces de rechange et à l'après-vente, le lien avec les ventes n'est pas établi. La marge perdue sur 21 mois s'élève donc à 632 583 euros.

Il convient ensuite de déduire de cette marge les charges économisées en raison du défaut d'exécution du contrat, à savoir la somme de 106 723 € (64 % de 166 755 €), au prorata du pourcentage représenté par la vente de véhicules neufs et de véhicules d'occasion dans l'activité totale.

Enfin, la marge dégagée par la société GY 2 du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 s'est élevée à 40 050 euros (20.279 € + 19.771 €) sur les activités de vente de véhicules neufs et de véhicules d'occasion.

Il y a donc lieu d'évaluer les gains manqués par la société GY2 du 1^{er} avril 2014 au 31 décembre 2015 à la somme de 485.810€ (632 583€ - (106 723 € + 40.050€).

Sur la perte de marge sur l'entretien du parc constitué des véhicules qui n'ont pu être vendus entre le 1er avril 2014 et le 31 décembre 2015

La société GY2 sollicite en outre l'indemnisation de son préjudice consécutif à la perte de marge sur l'entretien du parc constitué des véhicules qui n'ont pu être vendus entre le 1er avril 2014 et le 31 décembre 2015. Elle expose en effet que la vente de véhicules neufs génère pendant cinq ans un volume de ventes de pièces détachées ainsi que de services de réparation, qu'elle évalue à un montant global de 217 404 euros.

Mais si la perte de l'activité de véhicules neufs génère nécessairement une perte sur l'activité d'après-vente, la société GY 2 ne démontre pas qu'elle aurait été encore nécessairement un réparateur agréé Chevrolet de 2016 à 2021. En outre, elle ne justifie par aucune étude la proportion de réparations induite par la vente de véhicules dans les cinq ans qui suivent. Faute de lien entre le préjudice allégué et la perte de l'activité de véhicules neufs, ce poste de préjudice ne sera donc pas indemnisé.

Sur l'autre poste de demande d'indemnisation

La société GY2 demande en outre le remboursement de ses engagements financiers ou investissements restant non amortis au 31 décembre 2015. Mais faute de justifier à quelle dépense correspond cette somme et d'établir un lien direct entre ce préjudice et l'inexécution fautive du contrat par la société Chevrolet France, il n'y a pas lieu de retenir ce poste de préjudice.

Sur le préjudice de Monsieur Galvan Monsieur Galvan expose qu'il a dû vendre un immeuble pour rembourser un emprunt contracté pour abonder les fonds de sa société GY 2, en raison de la procédure de placement sous sauvegarde de justice de la société GY2, et que, le solde de cette vente, de 200 000 euros, est bloqué pour rembourser les emprunts de la société GY2 pour lesquels il s'est porté caution personnelle. Il demande donc à ce titre l'allocation d'une somme de 200 000 euros.

Mais Monsieur Galvan ne démontre pas que le défaut d'exécution du préavis de la société Chevrolet France lui ait causé un préjudice personnel, aucun lien de causalité direct n'étant établi entre la faute contractuelle de la société Chevrolet et la procédure de placement sous sauvegarde de justice, elle-même à l'origine de son préjudice, celle-ci étant la conséquence de la perte de l'activité Chevrolet à la suite de la résiliation, qui devait de toute façon intervenir en décembre 2015.

Il sera donc débouté de sa demande et le jugement entrepris sera confirmé sur ce point » ;

1°) Alors que, d'une part, en application du principe de réparation intégrale, la victime doit être replacée dans la situation dans laquelle elle se serait trouvée si le fait dommageable ne s'était pas produit ; qu'en l'espèce, en refusant d'indemniser la perte de marge de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, lorsqu'elle constatait que la perte de l'activité de véhicules neufs générerait nécessairement une perte sur l'activité d'après-vente, la cour d'appel n'a pas tiré les conséquences légales de ses constatations en violation du principe de la réparation intégrale du préjudice, ensemble l'article 1147 du code civil, dans sa rédaction antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

2°) Alors que, d'autre part, le juge ne peut refuser de statuer en se fondant sur l'insuffisance des preuves qui lui sont fournies par les parties ; qu'en rejetant la demande d'indemnisation de la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, faute pour la société GY2 de justifier la proportion de réparations induite par la vente de véhicules, la cour d'appel, qui a refusé d'évaluer le montant d'un dommage dont elle constatait l'existence en son principe, a violé l'article 4 du code civil ;

3°) Alors que, de troisième part, et en tout état de cause, en se fondant, pour refuser d'indemniser la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, sur le fait que la société GY2 ne démontrait pas qu'elle aurait été encore nécessairement un réparateur agréé après le 31 décembre 2015, lorsqu'elle constatait par ailleurs que, par un courrier du 11 décembre 2013, la société CHEVROLET FRANCE avait proposé aux concessionnaires de conclure un contrat de réparateur agréé pour la période postérieure au 31 décembre 2015, la cour d'appel n'a pas tiré les conséquences légales de ses constatations en violation du principe de la réparation intégrale du préjudice, ensemble l'article 1147 du code civil, dans sa rédaction antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

4°) Alors que, de quatrième part, en se bornant à affirmer, pour refuser d'indemniser la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente

de véhicules neufs sur le service après-vente, que la société GY2 ne démontrait pas qu'elle aurait été encore nécessairement un réparateur agréé Chevrolet après le 31 décembre 2015, sans rechercher si cette dernière l'était encore à la date à laquelle elle statuait, de sorte qu'elle aurait constaté que tel était le cas, la cour d'appel a entaché sa décision d'un défaut de base légale au regard de l'article 1147 du code civil, dans sa rédaction antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

5°) Alors que, de cinquième part, en refusant d'indemniser la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, sans jamais examiner, ne serait-ce que sommairement, les pièces produites par la société GY2 au soutien de ses prétentions, et notamment les statistiques relatives aux marges par activité, ainsi que le dossier prévisionnel, tous deux établis par la société CHEVROLET FRANCE et desquels il résultait que les marges des activités « ateliers mécanique » et « pièce de rechange » étaient calculées pour une durée de cinq ans minimum après la vente des véhicules neufs, la cour d'appel a violé l'article 455 du code de procédure civile.

Moyen produit au pourvoi principal n° R 18-13.403 par la SCP Bauer-Violas, Feschotte-Desbois et Sebagh, avocat aux Conseils, pour la société Chevrolet Deutschland Gmbh

Le moyen reproche à l'arrêt attaqué confirmatif d'avoir dit que la société Chevrolet France avait manqué à son obligation d'exécution de bonne foi et loyale du contrat et était tenue de réparer le préjudice en lien avec sa faute et de l'avoir en conséquence condamnée à payer à la société Lafontaine 64 la somme de 494.251 € en réparation de son préjudice,

AUX MOTIFS PROPRES QUE

« La société Lafontaine 64 reconnaît que l'annonce de la fin de la vente des véhicules neufs de la marque Chevrolet à partir du 1er janvier 2016 ne revêt pas en elle-même un caractère fautif : "il s'agit en effet d'une décision stratégique prise en application du principe intangible de la liberté du commerce et de l'industrie".

Elle estime toutefois que cette décision de retrait de la marque n'a pas été exécutée dans le respect des obligations contractuelles de la société Chevrolet France.

Celle-ci réplique qu'aucune violation de ses obligations contractuelles n'est caractérisée par la société Lafontaine 64.

La société Chevrolet France a décidé de recourir à la procédure de résiliation du contrat de Distributeur Chevrolet, prévue à l'article 21.3 de celui-ci. Cet article dispose que "la résiliation prendra effet à la date indiquée sur la notification, cette date ne pouvant intervenir moins de 24 mois après la réception de la notification".

La notification faite par la société Chevrolet France à son réseau le 11 décembre 2013, à effet au 31 décembre 2015, respecte la lettre de cet article.

Mais la société Lafontaine 64 expose que la société Chevrolet France n'a pas exécuté loyalement et de bonne foi ce préavis de 24 mois, contrairement aux prescriptions de l'alinéa 3 de l'article 1134 du code civil. Elle soutient en effet que la société Chevrolet France n'a jamais eu l'intention d'exécuter ce préavis, mais de liquider le réseau au plus tard fin juin 2014, en contraignant les concessionnaires à transiger, après avoir asséché le réseau et arrêté d'exécuter ses obligations contractuelles.

Il lui appartient donc de rapporter la preuve de l'inexécution fautive du préavis ou du comportement déloyal du concédant.

Elle prétend à cet égard, d'une part, que la société Chevrolet France a privé ses concessionnaires de la faculté de vendre des véhicules dans des conditions économiques acceptables, en adoptant une politique de gestion des stocks qui a asséché le réseau en véhicules neufs disponibles et, d'autre part, qu'elle a manqué à ses autres obligations contractuelles essentielles, de sorte que le préavis n'a pas été exécuté dans des conditions normales.

La société Chevrolet Deutschland GmbH, appelante, réfute tous ces arguments.

Il convient tout d'abord de rappeler qu'un fournisseur peut légitimement arrêter une activité, sous réserve de respecter le préavis contractuel et de l'exécuter loyalement. La seule obligation qui pesait sur la société Chevrolet France était donc de poursuivre l'exécution des contrats pendant le préavis dans les termes de ceux-ci.

[...]

Sur la gestion des stocks par la société Chevrolet France

[...]

Il résulte de l'instruction du dossier que les stocks du réseau Chevrolet étaient composés de véhicules déjà en stock chez les concessionnaires, au nombre nécessairement limité, et de ceux placés dans les entrepôts de la société Chevrolet France situés à Barcelone, livrables dans les trois semaines.

Les concessionnaires commandaient aussi des véhicules directement à l'usine Chevrolet de Corée, quand les modèles demandés n'étaient pas disponibles, et par l'intermédiaire de Chevrolet France. La société Lafontaine 64 démontre que sur 21.518 véhicules de la marque Chevrolet distribués en France en 2013, 61,67 % provenaient du stock de Chevrolet France.

Le rôle de l'importateur de véhicules consiste à alimenter son réseau de distributeurs en détenant un certain nombre de véhicules en stock, rapidement disponibles, afin de permettre aux distributeurs du réseau de satisfaire la demande, ceux-ci ne pouvant eux-mêmes qu'entreposer un nombre de véhicules limité et les commandes passées à l'usine de fabrication étant couramment livrables dans des délais de quatre à cinq mois.

Or, les documents versés aux débats par la société Lafontaine 64 permettent de faire les constatations suivantes :

- en 2013, la société Chevrolet France avait un stock moyen à Barcelone d'environ 3 000 véhicules,

- l'état des stocks du 27 novembre 2013 établit la présence, à Barcelone, de 480 véhicules livrables à trois semaines, et de 1121 véhicules disponibles (dates estimées d'arrivée) entre le 15 décembre et la deuxième quinzaine de février 2014 (véhicules non encore arrivés à Barcelone, mais d'ores et déjà commandés par Chevrolet France, dont 900 attendus en février 2014),

- l'état des stocks du 15 janvier 2014 n'a plus qu'une colonne, celle des véhicules libres sous trois semaines, ce qui démontre que Chevrolet France ne faisait plus de commandes en Corée pour alimenter son réseau. Figure dans ce document la mention selon laquelle les prochaines disponibilités interviendront fin mai ou fin juin 2014, ce qui signifie qu'une commande passée aux alentours du 15 janvier ne pouvait être satisfaite que par des demandes à l'usine de Corée et que fin mai ou fin juin,

- les véhicules livrables sous trois semaines, au nombre de 259 en janvier 2014, ne sont plus que 0 le 29 janvier 2014, 2 le 5 février 2014, 1 le 12 mars, 5 le 2 avril et 6 le 6 mai. Ils sont ensuite de 31 le 4 juin, 61 le 3 juillet (outre 15 pour la deuxième quinzaine de juillet), 85 le 6 août et 85 le 3 septembre.

La société Chevrolet France, qui ne nie pas ces constatations, prétend que les concessionnaires, dont la société Lafontaine 64, ne lui avaient fait aucune commande, malgré ses multiples relances, ce qui démontrerait leur propre inexécution du contrat de concession.

Mais ce simple constat d'absence de commandes ne peut permettre d'exonérer la société Chevrolet France de sa propre responsabilité dans l'exécution du contrat, selon laquelle elle devait, en tant qu'importateur, être en mesure d'approvisionner son réseau de distributeurs en véhicules neufs.

Enfin, loin d'être la cause de la rupture du stock, l'abstention des concessionnaires en est la conséquence.

Sur la décision de report

En premier lieu, la décision de report des commandes clients en cours, non encore produites au 5 décembre 2013, prise unilatéralement par Chevrolet France, et justifiée par le plan de déstockage, même si elle n'est pas fautive en soi, a cassé la dynamique des commandes.

En deuxième lieu, les commandes nouvelles des distributeurs étaient clairement découragées dans le courrier de Chevrolet France du 17 décembre 2013, annonçant le plan de déstockage. Les concessionnaires étaient en effet invités à inciter leurs clients à prendre livraison d'un véhicule en stock distributeur ou Chevrolet France, au lieu du véhicule antérieurement commandé. Les concessionnaires étaient donc invités à annuler les commandes acceptées et à les remplacer par des véhicules en stock. Ils n'avaient aucune raison, en décembre 2013, de maintenir des commandes qui n'auraient pas bénéficié à leurs clients, car elles n'ouvraient pas droit aux conditions très favorables du plan de déstockage. Enfin, la société Chevrolet rappelait que toute nouvelle commande serait livrée dans un délai d'environ 3 à 4 mois, délai long au regard de l'incertitude, à ce moment, sur la situation du réseau.

L'attestation du 22 mai 2014 de Monsieur Durand, président de Chevrolet France, selon laquelle sur les 2037 commandes passées par le réseau de concessionnaires à la date du 5 décembre 2013, 1660 avaient fait l'objet d'une annulation par le réseau, révèle les annulations massives résultant de cette campagne.

La société Chevrolet a ensuite aggravé la situation de pénurie du réseau, par la vente des 900 véhicules attendus en février 2014 (figurant sur l'état du stock du 27 novembre 2013) et par la vente de 700 véhicules neufs disponibles au réseau belge intervenue dès le 15 janvier 2014.

La société Lafontaine 64 reproche à juste titre à la société Chevrolet de ne pas avoir reconstitué elle-même son stock, de sorte que dès février 2014, ainsi qu'il ressort des états des stocks, aucun véhicule n'était plus disponible dans un délai de trois semaines. Si les concessionnaires pouvaient évidemment commander des véhicules à l'usine de Corée, les délais de livraison, prolongés de cinq à six mois, étaient beaucoup trop longs au regard des incertitudes sur l'attitude de la société Chevrolet France, dont attestent les courriers des distributeurs concernés et celui de la société Lafontaine 64, du 31 mars 2014 (pièce 9). Dans ces courriers, en effet, la fin de l'approvisionnement direct en véhicules neufs et l'arrêt d'un certain nombre de prestations contractuelles par Chevrolet France sont perçus comme un abandon de la marque.

Surtout, les risques commerciaux afférents à la poursuite de l'activité durant le préavis devaient être répartis entre le concédant et les concessionnaires, la société Chevrolet France se devant d'importer des véhicules, disponibles à bref délais, pour amorcer puis entretenir la dynamique des commandes. Or, l'état nul des stocks jusqu'en juin 2014 faisait peser la poursuite de l'activité sur les seuls distributeurs, en les contraignant à commander des véhicules sous un délai de six mois, dans des conditions commerciales et publicitaires dégradées, comme il sera vu plus bas. Enfin, si la proposition d'un plan de sortie anticipée du réseau ne peut être reprochée à la société Chevrolet, la cour ne disposant pas des éléments établissant que les conditions proposées étaient manifestement abusives, ainsi que le prétend la société Lafontaine 64, les discussions sur la part personnelle d'indemnisation de chaque concessionnaire, relative aux investissements dédiés à la marque, non amortis et non reconvertibles, étaient en cours et insuffisamment avancées en décembre 2013-janvier 2014 pour que les concessionnaires insatisfaits de la proposition qui leur était faite, se lancent dans les commandes de véhicules neufs pour alimenter eux-mêmes le réseau.

Si la société Chevrolet prétend qu'elle disposait du 9 juillet au 9 août 2014, d'un stock de 85 véhicules à Barcelone et que ces véhicules ne trouvaient pas preneurs, elle ne justifie pas que ces modèles n'étaient pas les véhicules des concessionnaires ayant quitté prématurément le réseau et, en toute hypothèse, la dynamique d'achat des véhicules était éteinte à ce stade avancé.

Il résulte de ce qui précède qu'il appartenait à la société Chevrolet France de remplir son obligation de maintenir un stock de véhicules neufs à Barcelone, pour permettre à ses distributeurs d'exécuter le préavis dans des conditions normales, encourager les concessionnaires à commander et ne pas les laisser supporter l'intégralité des risques provoqués par la fin de l'activité annoncée et par la sortie prématurée de la majorité des concessionnaires.

Fautive dans l'exécution d'une obligation essentielle, la société Chevrolet ne peut s'exonérer en soutenant que la société Lafontaine 64 avait été avertie dès le mois de décembre 2013 de la nécessité de passer des commandes pour respecter le contrat.

Sur l'exécution de ses autres obligations essentielles par la société Chevrolet France

[...]

Il y a lieu de noter que, suite au déstockage massif, la poursuite de l'activité des concessionnaires restant dans le réseau, à compter de fin février 2014, ne pouvait reposer que sur une disponibilité rapide des véhicules, qui n'était

pas assurée, et sur un effort marketing et commercial au moins équivalent à celui de l'année 2013.

Or, il résulte de l'ensemble des pièces versées aux débats par la société Lafontaine 64 que cet effort a été bien moindre. En effet, si l'absence de participation de la société Chevrolet France au mondial de l'automobile 2014, le rattachement du service de presse à la direction du marketing en mai 2014 et la réduction des effectifs de la société Chevrolet France peuvent, à la rigueur, être justifiés par la nécessité d'adapter son dimensionnement à l'activité restante du réseau, il convient de souligner que les aides commerciales sur les véhicules neufs ont diminué substantiellement en 2014, par rapport à 2013. Si la société Chevrolet prétend qu'au terme de la circulaire « plan commercial » du 14 février 2014, une prime de volume payée sur facture c'est-à-dire sans qu'il soit exigé la réalisation d'un volume pouvait être versée aux concessionnaires, pour toutes les voitures produites après le 1er janvier 2014, il n'en demeure pas moins que la société Lafontaine 64 justifie par un tableau comparatif des supports commerciaux 2013/2014 (PC 39), non sérieusement contesté par l'appelante, que les aides ont considérablement décliné par rapport à 2013. C'est ainsi que les aides commerciales ont diminué de 35 % sur le modèle Spark, de 45 % sur le modèle Aveo, de 19 % sur le modèle Trax, de 34 % sur le modèle Cruze, de 8 % sur les modèles Malibu et Orlando et de 26 % sur le modèle Captiva. Il en est résulté une baisse des marges par modèle, en dehors de la période de déstockage, les concessionnaires restant dans le réseau ayant vu leur marge réduite en moyenne de 30 % par rapport à celle réalisée en 2013.

Par ailleurs, si la société Chevrolet France justifie avoir mis en place un plan unique pour toutes les catégories de véhicules (VN, de démonstration, de courtoisie), elle ne démontre pas qu'il était aussi attractif que les conditions antérieures.

Il convient de souligner que si la société Chevrolet France a mené une campagne publicitaire très visible au cours du premier trimestre 2014, pour assurer le succès de l'opération de déstockage, elle se devait, après cette opération, de maintenir ses campagnes à hauteur de celles de 2013. Or, la publicité a considérablement baissé, à compter du deuxième trimestre 2014, les spots TV passant de 13 550 au deuxième trimestre 2013 à 2 300 au deuxième trimestre 2014. Surtout, à compter du deuxième semestre, la société Chevrolet France a mis fin à ses campagnes nationales TV et web, se focalisant sur une communication purement locale. Anticipé par l'importateur dès le courrier du 17 décembre 2013, ce changement d'envergure des campagnes de publicité ne peut être imputé à l'arrêt anticipé de l'activité de 75 % des distributeurs, qui n'est intervenue que bien après. La société Chevrolet France ne saurait se retrancher derrière l'abstention des distributeurs qui, sollicités par elle, auraient dû lui retourner leur plan de communication, afin qu'elle puisse leur payer les aides, alors que l'initiative

lui appartenait d'assurer une publicité d'un rang au moins identique à celui de 2013, compte tenu de la situation critique du réseau.

La société Lafontaine 64 démontre donc que la société Chevrolet France n'a pas exécuté ses obligations essentielles durant le préavis.

Il y a donc lieu d'approuver les premiers juges, en ce qu'ils ont estimé que la société Chevrolet France, à l'origine d'un grave déséquilibre contractuel au détriment des distributeurs, et la fin du réseau ne constituant pas pour elle un cas de force majeure, n'a pas exécuté ses obligations contractuelles durant le préavis, rendant impossible la poursuite du contrat.

Il convient également de dire que la société Chevrolet France n'était pas fondée à résilier par courrier du 16 octobre 2014 à effet du 31 octobre 2014 le contrat de l'intimée pour faute.

[...]

Sur le préjudice résultant de la perte d'activité subie pendant le préavis

La société Lafontaine 64 demande que soient indemnisés les gains qu'elle a manqués sur la période d'inexécution du préavis, soit du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015.

Son préjudice est constitué de la marge sur coûts variables qu'elle aurait dû dégager du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 en maintenant un niveau d'exploitation équivalent à celui des exercices 2012 et 2013, aucun élément ne venant attester d'une baisse d'activité attendue, avant la résiliation annoncée.

Il résulte de l'évaluation effectuée par le cabinet Konduak (pièce 15), commissaire aux comptes, versée aux débats par la société Lafontaine 64, que la marge brute moyenne mensuelle dégagée sur la vente de véhicules neufs s'élevait à 22 866 € et celle sur les véhicules d'occasion repris à l'occasion des ventes de véhicules neufs Chevrolet à 7.244 €. Il n'y a, en revanche, pas lieu de retenir les postes relatifs aux pièces de rechange et à l'après-vente, le lien avec les ventes perdues n'étant pas établi. La marge perdue sur 21 mois s'élève donc à 632.310 euros.

Il convient ensuite de déduire de cette marge les charges économisées en raison du défaut d'exécution du contrat, à savoir la somme de 121 592 € (78 % de 155 888 €), au prorata du pourcentage représenté par la vente de véhicules neufs et de véhicules d'occasion dans l'activité totale.

Enfin, la marge dégagée par la société Lafontaine 64 du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 s'est élevée à 16.467 € (sur les activités de vente de véhicules neufs et véhicules d'occasion).

Il y a lieu d'évaluer les gains manqués par la société Lafontaine 64 du 1^{er} avril 2014 au 31 décembre 2015 à la somme de 494.251 € (632 310 € - (121 592 € + 16.467 €)) »,

ET AUX MOTIFS RÉPUTÉS ADOPTÉS QUE

« la partie demanderesse était liée à Chevrolet France par un "Contrat de Distributeur portant sur les services et les ventes", ci-après le Contrat de Distributeur ou le Contrat, conclu à effet au 1^{er} juin 2013, à durée indéterminée et résiliable à tout moment moyennant un préavis de 24 mois ; qu'à la suite de l'annonce faite de Detroit par General Motors le 5 décembre 2013, ci-après la Décision, du retrait de la marque Chevrolet de l'Europe occidentale et centrale, la société Chevrolet France en a notifié la résiliation à effet au 31 décembre 2015 pour la seule activité de vente de véhicules neufs (VN).

[...]

La société Chevrolet France fait valoir qu'elle était en droit (1) de prendre la Décision, au demeurant simplement répercutée par elle en sa qualité d'importateur en France, de cesser la distribution des véhicules neufs Chevrolet au 31 décembre 2015 et (2) de l'annoncer aussitôt et publiquement ; qu'elle est effectivement fondée à soutenir, d'une part, que cette décision de retrait de la marque Chevrolet à terme, qui relève du légitime pouvoir d'agent économique du groupe General Motors, n'était en tant que telle pas fautive et, d'autre part, que les conditions dans lesquelles cette Décision a été communiquée, aussitôt et au même moment à l'ensemble des parties prenantes, ainsi que l'imposent les règles régissant la communication financière et la diffusion de nouvelles susceptibles d'avoir une incidence sur la valorisation des entreprises, ne sont pas critiquables.

Mais que, s'il se déduit nécessairement de cette constatation qu'aucune mauvaise foi dans l'exécution du contrat ne peut être reprochée à Chevrolet France du simple fait de cette Décision ou des conditions de son annonce, il ne s'en déduit pas nécessairement son exonération de sa possible responsabilité contractuelle, c'est-à-dire de son obligation de réparer, vis-à-vis de ses contractants concessionnaires, le préjudice causé par une éventuelle défaillance dans l'exécution de ses obligations contractuelles, notamment en cours de préavis, en conséquence de la Décision.

En effet, la partie demanderesse qui, comme les 130 autres Distributeurs de France, venait de signer un nouveau contrat de Distributeur à effet au 1^{er} juin 2013, pouvait légitimement escompter pouvoir bénéficier d'une période d'exploitation de sa concession d'au moins 24 mois dans des conditions sensiblement analogues.

En réalité, si l'exécution du préavis contractuel a bien été annoncée aux Distributeurs, les pièces discutées et les débats ont établi que l'annonce faite de ce retrait de la marque a eu un effet dévastateur sur la clientèle qui s'est rapidement détournée des véhicules de cette marque ; qu'ainsi, en décembre 2014, il n'a plus été vendu que 109 véhicules neufs VP Chevrolet en France, dont 12 à des particuliers, au lieu de 1.621 en décembre 2013 et que, sur l'année 2014, n'ont été vendus que 4.185 véhicules, dont les nombreux véhicules déstockés en janvier/février, en baisse de 80,5 % sur les chiffres de l'année précédente, la poursuite de l'exploitation s'avérant alors rapidement n'être plus viable.

C'est vainement que la société Chevrolet France tente aujourd'hui de minimiser cet impact, qu'elle en a elle-même pris rapidement toute la mesure en annonçant, dès le 17 décembre 2013, que "eu égard aux perspectives de volumes beaucoup plus basses pendant la deuxième moitié de l'année, nous ne planifions plus de campagne importante de publicité", en décidant immédiatement, d'une part, une grande opération de déstockage des véhicules neufs qui figuraient dans ses stocks avec d'importantes remises, d'une durée anticipée de six mois, mais qui a pris fin dès février 2014 et, d'autre part, en engageant immédiatement des discussions avec chacun des concessionnaires en vue de la signature d'un protocole de résiliation anticipée du Contrat à effet aussi rapide que possible, puisque les propositions d'indemnisation à ce titre devaient initialement être acceptées avant fin mars 2014, sauf à décroître.

Ces actions et singulièrement la proposition de négociation des conditions de sortie anticipée, critiquées par la partie demanderesse, ne peuvent par elles-mêmes être reprochées à la société Chevrolet France ; que, comme elle l'explique, elles s'inscrivent dans une logique de saine gestion de la décroissance ; que, notamment de son point de vue, il était normal de liquider son stock aussi rapidement que possible, de chercher à se réorganiser au mieux en adaptant ses coûts au niveau réduit de la demande et pour cela, de chercher à connaître au plus tôt le nombre de Distributeurs qui accepteraient la résiliation anticipée du Contrat.

Force est de constater que, ce faisant, la société Chevrolet France a agi exclusivement au mieux de ses intérêts, qu'elle ne s'est pas préoccupée des conséquences fâcheuses de cette situation pour chacun de ses contractants, nécessairement différentes selon la situation de chacun, aggravée notamment par la liquidation très rapide de son stock, bien avant le délai de six mois annoncé et par une cession partielle au réseau belge de 700 véhicules dès le 15 janvier 2014 (alors que la campagne de déstockage n'avait commencé que le 2 janvier).

L'ouverture des négociations avec les distributeurs, qui ont tous accepté d'entrer en négociation, dès fin décembre 2013, sur la base d'une indemnité

d'un montant connu seulement fin mars en sa composante variable (part fixe de 600 euros par véhicule vendu en moyenne par an et part variable fonction de la situation de chacun) les a inévitablement tous démobilisés car ils espéraient pouvoir partir avec une indemnisation jugée suffisante ; que dès lors, plus rien ne les incitait à investir dans les modèles 2015 (MY15) que Chevrolet France leur reproche de ne pas avoir acquis ; que le succès de la proposition de sortie anticipée, en définitive acceptée par 80 % des Distributeurs à fin juin 2014, a largement contribué au démantèlement du réseau Chevrolet en France et à la disparition plus rapide qu'anticipée de la marque dans l'esprit des possibles acheteurs.

Les exemples du Distributeur de Guyane et de celui de la Martinique, qui poursuivent encore aujourd'hui leur exploitation, abondamment cités par Chevrolet France comme preuve que cela était possible, bien que les marchés soient à l'évidence non comparables, confortent l'idée que l'existence d'un réseau actif, maintenu dans ces départements puisqu'animé par chacun de ces deux distributeurs, est un élément essentiel de l'attractivité de la marque.

Même si la preuve n'a pas été rapportée par la partie demanderesse que Chevrolet France savait dès l'origine que le préavis annoncé de deux ans n'était qu'un leurre et qu'elle ne le respecterait pas au-delà du temps de liquidation des stocks, il apparaît que, en fait, le déroulé des opérations a créé un grave déséquilibre contractuel au détriment des Distributeurs, tel que la poursuite des Contrats leur est devenue impossible dans des conditions économiquement acceptables ; qu'il est constant que Chevrolet France est à l'origine de ce déséquilibre et que le retrait de la marque Chevrolet ne constitue pas pour elle un cas de force majeure.

En effet, alors que pour Chevrolet France, qui a revendiqué son droit à adapter ses coûts et services à la décroissance de la demande, poursuivre ses obligations contractuelles l'obligeait selon elle seulement désormais à fournir quelques services essentiels et à transmettre à l'usine de Corée les commandes payées par ses Distributeurs, pour ces derniers, cette poursuite aurait, selon Chevrolet France qui leur reproche de ne pas l'avoir fait, nécessité qu'ils engagent des actions pour soutenir la demande ; que malgré la désaffectation des acheteurs, ils investissent dans l'achat de véhicules modèle 2015 pour les exposer et reconstituer un stock propre ; qu'elle n'a d'ailleurs pas hésité à invoquer de tels prétendus manquements pour justifier la résiliation à leurs torts et griefs, notifiée le 16 octobre 2014 ; que ce nouveau partage des obligations réciproques tel que revendiqué par Chevrolet France, qui reporterait sur les seuls Distributeurs tous les risques de la poursuite de l'exploitation des concessions dans le nouveau contexte créé par Chevrolet France, constitue une modification de l'équilibre contractuel inacceptable, rendant impossible la poursuite des relations contractuelles.

Il s'en déduit que Chevrolet France n'était pas fondée à prononcer la résiliation du Contrat au 31 octobre 2014 aux torts et griefs de la partie demanderesse pour la seule activité vente de véhicules neufs ; qu'en revanche, Chevrolet France a justement pu mettre fin à cette date au Contrat, tirant ainsi les conséquences de la cessation de fait de l'activité ventes de VN intervenue antérieurement ; que la date de cessation totale ou quasi-totale de cette activité retenue pour la détermination des préjudices, est fixée au 31 mars 2014, comme demandé par les concessionnaires dès une lettre du 31 mars 2014 (pour la plupart) non sérieusement contredits sur ce point :

- le tribunal constatera la cessation de fait de l'exercice de l'activité vente de véhicules neufs Chevrolet au 31 mars 2014,

- le tribunal prendra acte que le Contrat a été résilié au 31 octobre 2014, même si la société Chevrolet France n'est pas fondée à la prononcer aux torts et griefs de la partie demanderesse.

Concernant les manquements et les responsabilités encourues, il est constant que les stipulations relatives à la fin du Contrat ni aucune autre ne traite des conséquences d'un retrait de la marque ou de l'impossibilité de poursuivre l'exploitation dans des conditions acceptables pendant toute la durée du préavis ; mais selon l'article 1135 du code civil, "Les conventions obligent non seulement à ce qui y est exprimé, mais encore à toutes les suites que l'équité, l'usage ou la loi donnent à l'obligation d'après sa nature" et que, de l'exigence de bonne foi prévue par l'article 1134 du code civil se déduit un devoir de loyauté dans l'exécution des conventions.

Selon l'équilibre initial voulu par les parties, les Distributeurs devaient déployer leurs forces commerciales et leurs investissements pour développer les ventes de véhicules Chevrolet, marque qui représentait alors 1 % du marché français, tandis que Chevrolet France devait animer le réseau des Distributeurs et mettre à leur disposition les moyens utiles au développement de ces ventes.

Selon le principe de loyauté dans les conditions d'exécution, la société Chevrolet France avait, après l'annonce du retrait de la marque, l'obligation de compenser l'essentiel des effets de cette Décision sur l'exploitation de ses contractants dans des conditions qu'il lui appartenait d'imaginer et de mettre en oeuvre ; bien loin d'avoir tenté de le faire, cette société a, comme il a été vu ci-avant, revendiqué son droit de ne maintenir que les seules prestations essentielles, le cas échéant dégradées, à savoir la livraison, à partir de l'usine de Corée, des véhicules commandés et un budget de communication réduit ; elle ne paraît pas avoir envisagé qu'elle pouvait, suite au bouleversement dans les conditions d'exploitation, être tenue au-delà de ce qui était exprimé dans le Contrat et de mettre en oeuvre des remèdes

permettant de rétablir au moins en partie l'équilibre initial du Contrat et de permettre à son contractant de bénéficier du préavis qui lui était dû, du fait de la volonté commune initiale des parties.

Au contraire, elle s'est efforcée de maintenir ses contractants dans l'alternative suivante : ou tenter de poursuivre l'exploitation dans les conditions nouvelles et dégradées pendant 24 mois, ou accepter la résiliation anticipée du contrat, mais à ses conditions financières.

Il n'est guère contestable que la solution de la résiliation anticipée du Contrat était un remède recevable et sans doute la moins mauvaise solution possible pour l'une et l'autre des parties, à condition que les indemnités versées couvrent le préjudice subi ; mais que cette constatation ne rend pas illégitime la prétention des parties demanderesse à considérer qu'elles étaient en droit de refuser le quantum des indemnités proposées, sans cependant avoir l'obligation de poursuivre l'exploitation pendant 24 mois dans des conditions dégradées ; que Chevrolet France est mal venue à prétendre que le nombre de signataires démontre que ses propositions d'indemnisation étaient correctes, tant les situations des sociétés et leurs contraintes étaient différentes, et que la confidentialité exigée par Chevrolet France ne permet pas au tribunal d'en faire sa propre appréciation ;

Il résulte de ces constatations que la société Chevrolet France, en n'agissant pas de façon à permettre l'exécution du préavis dû ou à défaut, en compensant la perte en résultat, dans des conditions acceptables, a manqué à son obligation d'exécution de bonne foi et loyale du Contrat ;

le tribunal dira que la société Chevrolet France a manqué à son obligation d'exécution de bonne foi et loyale du Contrat et est tenue de réparer le préjudice en lien avec sa faute »,

1) - ALORS QUE si la résiliation d'un contrat de distribution avec un préavis suppose le maintien de la relation contractuelle jusqu'à son terme aux conditions antérieures, ce principe doit prendre en compte les circonstances particulières tenant notamment à la situation du marché en cause et à la décision de l'importateur de s'en retirer, si bien qu'en retenant, pour condamner l'importateur à indemniser le distributeur, qu'il était tenu de poursuivre l'exécution des contrats pendant le préavis dans les termes de ceux-ci, sans prendre en compte la décision révélant une conjoncture économique défavorable, prise par la société General Motors Korea et dont elle a constaté l'existence, d'arrêter les importations et les ventes de véhicules neufs de la marque Chevrolet sur le territoire d'Europe centrale et occidentale en raison des pertes financières accumulées sur ces secteurs, cette décision constituant une circonstance particulière justifiant une adaptation des modalités d'exécution du préavis pour tenir compte de l'intérêt tant des distributeurs que de l'importateur Chevrolet, la cour d'appel

a violé les articles 1134 et 1147 du code civil dans leur version antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

2) - ALORS, subsidiairement, QU'est constitutif de force majeure l'événement présentant un caractère imprévisible lors de la conclusion du contrat et irrésistible dans son exécution ; que revêt les caractères de la force majeure justifiant à ce titre une exonération de responsabilité de l'importateur, la décision prise par une société mère et s'imposant à ses filiales de se retirer d'un marché considéré dès lors que l'importateur ne pouvait connaître une telle décision lors de la signature du contrat de distributeur et que cette décision a pour effet inévitable de provoquer son retrait du marché de sorte qu'en jugeant néanmoins qu'au vu de la décision de la société General Motors Korea de retirer la marque Chevrolet du marché d'Europe centrale et occidentale, la fin du réseau ne constituait pas un cas de force majeure pour la société Chevrolet Deutschland aux droits de la société Chevrolet France, la cour d'appel a violé les articles 1147 et 1148 du code civil dans leur version antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

3) - ALORS QUE le contrat de distribution est un contrat d'intérêt commun impliquant une coopération étroite entre les parties en vue de la bonne exécution du contrat jusqu'à son terme et à ce titre, impose au distributeur de faire preuve d'adaptation dans une conjoncture économique difficile, de sorte qu'en imputant exclusivement à l'importateur la responsabilité dans l'inexécution du préavis contractuel après avoir pourtant constaté que la société Lafontaine 64 avait cessé de passer des commandes auprès de la société Chevrolet, la cour d'appel, qui n'a pas tiré les conséquences légales de ses propres constatations, a violé les articles 1134 et 1147 du code civil dans leur version antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

4) - ALORS QU'en vertu des principes gouvernant la charge de la preuve, il appartenait aux distributeurs d'établir que la baisse de leurs ventes était due à la réduction du stock de véhicules disponibles si bien qu'en indemnisant le distributeur au titre du préjudice résultant de la chute des ventes de véhicules à partir d'une présomption de lien de causalité entre l'amenuisement du stock de véhicules Chevrolet et la chute des ventes dénoncée par le distributeur, la cour d'appel, qui a inversé la charge de la preuve, a violé l'article 1315, alinéa 1er du code civil devenu l'article 1353, alinéa 1er.

Moyen produit **au pourvoi incident n° R 18-13.403** par la SCP Spinosi et Bureau, avocat aux Conseils, pour la société Lafontaine 64

Il est reproché à l'arrêt attaqué d'avoir condamné la société CHEVROLET DEUTSCHLAND (venant aux droits de la société CHEVROLET FRANCE) à payer à la société LAFONTAINE 64 la somme de 494.251 euros en réparation de son préjudice et d'avoir débouté la société LAFONTAINE 64 du surplus de ses demandes ;

Aux motifs que « Sur le préjudice résultant de la perte d'activité subie pendant le préavis

La société Lafontaine 64 demande que soient indemnisés les gains qu'elle a manqués sur la période d'inexécution du préavis, soit du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015.

Son préjudice est constitué de la marge sur coûts variables qu'elle aurait dû dégager du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 en maintenant un niveau d'exploitation équivalent à celui des exercices 2012 et 2013, aucun élément ne venant attester d'une baisse d'activité attendue, avant la résiliation annoncée.

Il résulte de l'évaluation effectuée par le cabinet Konduak (pièce 15), commissaire aux comptes, versée aux débats par la société Lafontaine 64, que la marge brute moyenne mensuelle dégagée sur la vente de véhicules neufs s'élevait à 22 866 € et celle sur les véhicules d'occasion repris à l'occasion des ventes de véhicules neufs Chevrolet à 7 244 €. Il n'y a, en revanche, pas lieu de retenir les postes relatifs aux pièces de rechange et à l'après-vente, le lien avec les ventes perdues n'étant pas établi. La marge perdue sur 21 mois s'élève donc à 632 310 euros.

Il convient ensuite de déduire de cette marge les charges économisées en raison du défaut d'exécution du contrat, à savoir la somme de 121 592 (78 % de 155 888 €), au prorata du pourcentage représenté par la vente véhicules neufs et de véhicules d'occasion dans l'activité totale.

Enfin, la marge dégagée par la société Lafontaine 64 du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 s'est élevée à 16.467 € (sur les activités de vente de véhicules neufs et véhicules d'occasion).

Il y a lieu d'évaluer les gains manqués par la société Lafontaine 64 du 1^{er} avril 2014 au 31 décembre 2015 la somme de 494.251 € (632 310 € - (121 592 € + 16.467 €)).

Sur la perte de marge sur l'entretien du parc constitué des véhicules qui n'ont pu être vendus entre le 1er avril 2014 et le 31 décembre 2015

La société Lafontaine 64 sollicite en outre l'indemnisation de son préjudice consécutif à la perte de marge sur l'entretien du parc constitué des véhicules qui n'ont pu être vendus entre le 1er avril 2014 et le 31 décembre 2015. Elle expose en effet que la vente de véhicules neufs génère pendant cinq ans un volume de ventes de pièces détachées ainsi que des services de réparation, qu'elle évalue à un montant global de 224 787 euros.

Mais si la perte de l'activité de véhicules neufs génère nécessairement une perte sur l'activité d'après-vente, la société Lafontaine 64 ne démontre pas qu'elle aurait été encore nécessairement un réparateur agréé Chevrolet de

2016 à 2021 En outre, elle ne justifie par aucune étude la proportion de réparations induite par la vente de véhicules dans les cinq ans qui suivent. Faute de lien entre le préjudice allégué et la perte de l'activité de véhicules neufs, ce poste de préjudice ne sera donc pas indemnisé » ;

1°) Alors que, d'une part, en application du principe de réparation intégrale, la victime doit être replacée dans la situation dans laquelle elle se serait trouvée si le fait dommageable ne s'était pas produit ; qu'en l'espèce, en refusant d'indemniser la perte de marge de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, lorsqu'elle constatait que la perte de l'activité de véhicules neufs générerait nécessairement une perte sur l'activité d'après-vente, la cour d'appel n'a pas tiré les conséquences légales de ses constatations en violation du principe de la réparation intégrale du préjudice, ensemble l'article 1147 du code civil, dans sa rédaction antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

2°) Alors que, d'autre part, le juge ne peut refuser de statuer en se fondant sur l'insuffisance des preuves qui lui sont fournies par les parties ; qu'en rejetant la demande d'indemnisation de la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, faute pour la société LA FONTAINE 64 de justifier la proportion de réparations induite par la vente de véhicules, la cour d'appel, qui a refusé d'évaluer le montant d'un dommage dont elle constatait l'existence en son principe, a violé l'article 4 du code civil ;

3°) Alors que, de troisième part, et en tout état de cause, en se fondant, pour refuser d'indemniser la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, sur le fait que la société LA FONTAINE 64 ne démontrait pas qu'elle aurait été encore nécessairement un réparateur agréé après le 31 décembre 2015, lorsqu'elle constatait par ailleurs que, par un courrier du 11 décembre 2013, la société CHEVROLET FRANCE avait proposé aux concessionnaires de conclure un contrat de réparateur agréé pour la période postérieure au 31 décembre 2015, la cour d'appel n'a pas tiré les conséquences légales de ses constatations en violation du principe de la réparation intégrale du préjudice, ensemble l'article 1147 du code civil, dans sa rédaction antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

4°) Alors que, de quatrième part, en se bornant à affirmer, pour refuser d'indemniser la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, que la société LA FONTAINE 64 ne démontrait pas qu'elle aurait été encore nécessairement un réparateur agréé Chevrolet après le 31 décembre 2015, sans rechercher si cette dernière l'était encore à la date à laquelle elle statuait, de sorte qu'elle aurait constaté que tel était le cas, la cour d'appel a entaché sa décision d'un défaut de base légale au regard de l'article 1147 du code civil, dans sa

rédaction antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

5°) Alors que, de cinquième part, en refusant d'indemniser la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, sans jamais examiner, ne serait-ce que sommairement, les pièces produites par la société LA FONTAINE 64 au soutien de ses prétentions, et notamment les statistiques relatives aux marges par activité, ainsi que le dossier prévisionnel, tous deux établis par la société CHEVROLET FRANCE et desquels il résultait que les marges des activités « ateliers mécanique » et « pièce de rechange » étaient calculées pour une durée de cinq ans minimum après la vente des véhicules neufs, la cour d'appel a violé l'article 455 du code de procédure civile.

Moyen produit **au pourvoi principal n° W 18-13.408** par la SCP Bauer-Violas, Feschotte-Desbois et Sebagh, avocat aux Conseils, pour la société Chevrolet Deutschland GmbH

Le moyen reproche à l'arrêt attaqué confirmatif d'avoir dit que la société Chevrolet France avait manqué à son obligation d'exécution de bonne foi et loyale du contrat et était tenue de réparer le préjudice en lien avec sa faute et de l'avoir en conséquence condamnée à payer à la société Claud'Autos la somme de 529.912 € en réparation de son préjudice,

AUX MOTIFS PROPRES QUE

« La société Chevrolet France a décidé de recourir à la procédure de résiliation du contrat de Distributeur Chevrolet, prévue à l'article 21.3 de celui-ci. Cet article stipule que "la résiliation prendra effet à la date indiquée sur la notification, cette date ne pouvant intervenir moins de 24 mois après la réception de la notification".

La notification faite par la société Chevrolet France à son réseau le 11 décembre 2013, à effet au 31 décembre 2015, respecte la lettre de cet article.

Mais la société Claud's Autos expose que la société Chevrolet France n'a pas exécuté loyalement et de bonne foi ce préavis de 24 mois, contrairement aux prescriptions de l'alinéa 3 de l'article 1134 du code civil. Elle soutient en effet que la société Chevrolet France n'a jamais eu l'intention d'exécuter ce préavis, mais de liquider le réseau au plus tard fin juin 2014, en contraignant les concessionnaires à transiger, après avoir asséché le réseau et arrêté d'exécuter ses obligations contractuelles.

Il lui appartient donc de rapporter la preuve de l'inexécution fautive du préavis ou du comportement déloyal du concédant.

Elle prétend à cet égard, d'une part, que la société Chevrolet France a privé ses concessionnaires de la faculté de vendre des véhicules dans des conditions économiques acceptables, en adoptant une politique de gestion des stocks qui a asséché le réseau en véhicules neufs disponibles et, d'autre part, qu'elle a manqué à ses autres obligations contractuelles essentielles, de sorte que le préavis n'a pas été exécuté dans des conditions normales.

La société Chevrolet France, appelante, réfute tous ces arguments.

Il convient tout d'abord de rappeler qu'un fournisseur peut légitimement arrêter une activité, sous réserve de respecter le préavis contractuel et de l'exécuter loyalement. La seule obligation qui pesait sur la société Chevrolet France était donc de poursuivre l'exécution des contrats pendant le préavis dans les termes de ceux-ci.

[...]

Sur la gestion des stocks par la société Chevrolet France

[...]

Il résulte de l'instruction du dossier que les stocks du réseau Chevrolet étaient composés de véhicules déjà en stock chez les concessionnaires, au nombre nécessairement limité, et de ceux placés dans les entrepôts de la société Chevrolet France situés à Barcelone, livrables dans les trois semaines.

Les concessionnaires commandaient aussi des véhicules directement à l'usine Chevrolet de Corée, quand les modèles demandés n'étaient pas disponibles, et par l'intermédiaire de Chevrolet France. La société Claud's Autos démontre que sur 21 518 véhicules de la marque Chevrolet distribués en France en 2013, 61,67 % provenaient du stock de Chevrolet France.

Le rôle de l'importateur de véhicules consiste à alimenter son réseau de distributeurs en détenant un certain nombre de véhicules en stock, rapidement disponibles, afin de permettre aux distributeurs du réseau de satisfaire la demande, ceux-ci ne pouvant eux-mêmes qu'entreposer un nombre de véhicules limité et les commandes passées à l'usine de fabrication étant couramment livrables dans des délais de quatre à cinq mois.

Or, les documents versés aux débats par la société Claud's Autos permettent de faire les constatations suivantes :

- en 2013, la société Chevrolet France avait un stock moyen à Barcelone d'environ 3 000 véhicules,

- l'état des stocks du 27 novembre 2013 établit la présence, à Barcelone, de 480 véhicules livrables à trois semaines, et de 1121 véhicules disponibles (dates estimées d'arrivée) entre le 15 décembre et la deuxième quinzaine de février 2014 (véhicules non encore arrivés à Barcelone, mais d'ores et déjà commandés par Chevrolet France, dont 900 attendus en février 2014),

- l'état des stocks du 15 janvier 2014 n'a plus qu'une colonne, celle des véhicules libres sous trois semaines, ce qui démontre que Chevrolet France ne faisait plus de commandes en Corée pour alimenter son réseau. Figure dans ce document la mention selon laquelle les prochaines disponibilités interviendront fin mai ou fin juin 2014, ce qui signifie qu'une commande passée aux alentours du 15 janvier ne pouvait être satisfaite que par des demandes à l'usine de Corée et que fin mai ou fin juin,

- les véhicules livrables sous trois semaines, au nombre de 259 en janvier 2014, ne sont plus que 0 le 29 janvier 2014, 2 le 5 février 2014, 1 le 12 mars, 5 le 2 avril et 6 le 6 mai. Ils sont ensuite de 31 le 4 juin, 61 le 3 juillet (outre 15 pour la deuxième quinzaine de juillet), 85 le 6 août et 85 le 3 septembre.

La société Chevrolet France, qui ne nie pas ces constatations, prétend que les concessionnaires, dont la société Claud's Autos, ne lui avaient fait aucune commande, malgré ses multiples relances, ce qui démontrerait leur propre inexécution du contrat de concession.

Mais ce simple constat d'absence de commandes ne peut permettre d'exonérer la société Chevrolet France de sa propre responsabilité dans

l'exécution du contrat en tant qu'importateur, selon laquelle elle devait être en mesure d'approvisionner son réseau de distributeurs en véhicules neufs.

Enfin, loin d'être la cause de la rupture du stock, l'abstention des concessionnaires en est la conséquence.

Sur la décision de report En premier lieu, la décision de report des commandes clients en cours, non encore produites au 5 décembre 2013, prise unilatéralement par Chevrolet France, et justifiée par le plan de déstockage, même si elle n'est pas fautive en soi, a cassé la dynamique des commandes.

En deuxième lieu, les commandes nouvelles des distributeurs étaient clairement découragées dans le courrier de Chevrolet France du 17 décembre 2013, annonçant le plan de déstockage. Les concessionnaires étaient en effet invités à inciter leurs clients à prendre livraison d'un véhicule en stock distributeur ou Chevrolet France, au lieu du véhicule antérieurement commandé. Les concessionnaires étaient donc invités à annuler les commandes acceptées et à les remplacer par des véhicules en stock. Ils n'avaient aucune raison, en décembre 2013, de maintenir des commandes qui n'auraient pas bénéficié à leurs clients, car elles n'ouvraient pas droit aux conditions très favorables du plan de déstockage. Enfin, la société Chevrolet rappelait que toute nouvelle 171102/DA/DG commande serait livrée dans un délai d'environ 3 à 4 mois, délai long au regard de l'incertitude, à ce moment, sur la situation du réseau.

L'attestation du 22 mai 2014 de Monsieur Durand, président de Chevrolet France, selon laquelle sur les 2037 commandes passées par le réseau de concessionnaires à la date du 5 décembre 2013, 1660 avaient fait l'objet d'une annulation par le réseau, révèle les annulations massives résultant de cette campagne.

La société Chevrolet a ensuite aggravé la situation de pénurie du réseau, par la vente des 900 véhicules attendus en février 2014 (figurant sur l'état du stock du 27 novembre 2013) et par la vente de 700 véhicules neufs disponibles au réseau belge intervenue dès le 15 janvier 2014.

La société Claud's Autos reproche à juste titre à la société Chevrolet de ne pas avoir reconstitué elle-même son stock, de sorte que, dès février 2014, ainsi qu'il ressort des états des stocks, aucun véhicule n'était plus disponible dans un délai de trois semaines. Si les concessionnaires pouvaient évidemment commander des véhicules à l'usine de Corée, les délais de livraison, prolongés de cinq à six mois, étaient beaucoup trop longs au regard des incertitudes sur l'attitude de la société Chevrolet France, dont attestent les courriers adressés par la société Claud's Autos à Chevrolet France, mais également les autres courriers des distributeurs concernés. Dans ces courriers, en effet, la fin de l'approvisionnement direct en véhicules

neufs et l'arrêt d'un certain nombre de prestations contractuelles par Chevrolet France sont perçus comme un abandon de la marque.

Surtout, les risques commerciaux afférents à la poursuite de l'activité durant le préavis devaient être répartis entre le concédant et les concessionnaires, la société Chevrolet France se devant d'importer des véhicules, disponibles à bref délais, pour amorcer puis entretenir la dynamique des commandes. Or, l'état nul des stocks jusqu'en juin 2014 faisait peser la poursuite de l'activité sur les seuls distributeurs, en les contraignant à commander des véhicules sous un délai de six mois, dans des conditions commerciales et publicitaires dégradées, comme il sera vu plus bas. Enfin, si la proposition d'un plan de sortie anticipée du réseau faite au réseau ne peut être reprochée à la société Chevrolet, la cour ne disposant pas des éléments établissant que les conditions proposées étaient manifestement abusives, ainsi que le prétend la société Claud's Autos, les discussions sur la part personnelle d'indemnisation de chaque concessionnaire, relative aux investissements dédiés à la marque, non amortis et non reconvertibles, étaient en cours et insuffisamment avancées en décembre 2013-janvier 2014 pour que les concessionnaires insatisfaits de la proposition qui leur était faite, se lancent dans les commandes de véhicules neufs pour alimenter eux-mêmes le réseau.

Si la société Chevrolet France prétend qu'elle disposait du 9 juillet au 9 août 2014, d'un stock de 85 véhicules à Barcelone et que ces véhicules ne trouvaient pas preneurs, elle ne justifie pas que ces modèles n'étaient pas les véhicules des concessionnaires ayant quitté prématurément le réseau et, en toute hypothèse, la dynamique d'achat des véhicules était éteinte à ce stade avancé.

Il résulte de ce qui précède qu'il appartenait à la société Chevrolet France de remplir son obligation de maintenir un stock de véhicules neufs à Barcelone, pour permettre à ses distributeurs d'exécuter le préavis dans des conditions normales, encourager les concessionnaires à commander et ne pas les laisser supporter l'intégralité des risques provoqués par la fin de l'activité annoncée et par la sortie prématurée de la majorité des concessionnaires.

Fautive dans l'exécution d'une obligation essentielle, la société Chevrolet ne peut s'exonérer en soutenant que la société Claud's Autos avait été avertie dès le mois de décembre 2013 de la nécessité de passer des commandes pour respecter le contrat.

Sur l'exécution de ses autres obligations essentielles par la société Chevrolet France

[...]

Il y a lieu de noter que, suite au déstockage massif, la poursuite de l'activité des concessionnaires restant dans le réseau, à compter de fin février 2014, ne pouvait reposer que sur une disponibilité rapide des véhicules, qui n'était pas assurée, et sur un effort marketing et commercial au moins équivalent à celui de l'année 2013.

Or, il résulte de l'ensemble des pièces versées aux débats par la société Claud's Autos que cet effort a été bien moindre. En effet, si l'absence de participation de la société Chevrolet France au mondial de l'automobile 2014, le rattachement du service de presse à la direction du marketing en mai 2014 et la réduction des effectifs de la société Chevrolet France peuvent, à la rigueur, être justifiés par la nécessité d'adapter son dimensionnement à l'activité restante du réseau, il convient de souligner que les aides commerciales sur les véhicules neufs ont diminué substantiellement en 2014, par rapport à 2013. Si la société Chevrolet prétend qu'au terme de la circulaire "plan commercial" du 14 février 2014, une prime de volume payée sur facture c'est-à-dire sans qu'il soit exigé la réalisation d'un volume pouvait être versée aux concessionnaires, pour toutes les voitures produites après le 1^{er} janvier 2014, il n'en demeure pas moins que la société Claud's Autos justifie par un tableau comparatif des supports commerciaux 2013/2014 (PC 39 de la société Claud's Autos), non sérieusement contesté par l'appelante, que les aides ont considérablement déchu par rapport à 2013. C'est ainsi que les aides commerciales ont diminué de 35 % sur le modèle Spark, de 45 % sur le modèle Aveo, de 19 % sur le modèle Trax, de 34 % sur le modèle Cruze, de 8 % sur les modèles Malibu et Orlando et de 26 % sur le modèle Captiva (PC n° 40). Il en est résulté une baisse des marges par modèle, en dehors de la période déstockage, les concessionnaires restant dans le réseau ayant vu leur marge réduite en moyenne de 30 % par rapport à celle réalisée en 2013.

Par ailleurs, si la société Chevrolet France justifie avoir mis en place un plan unique pour toutes les catégories de véhicules (VN, de démonstration, de courtoisie), elle ne démontre pas qu'il était aussi attractif que les conditions antérieures.

Il convient de souligner que si la société Chevrolet France a mené une campagne publicitaire très visible au cours du premier trimestre 2014, pour assurer le succès de l'opération de déstockage, elle se devait, après cette opération, de maintenir ses campagnes à hauteur de celles de 2013. Or, la publicité a considérablement baissé, à compter du deuxième trimestre 2014, les spots TV passant de 13 550 au deuxième trimestre 2013 à 2 300 au deuxième trimestre 2014. Surtout, à compter du deuxième semestre, la société Chevrolet France a mis fin à ses campagnes nationales TV et web, se focalisant sur une communication purement locale. Anticipé par l'importateur dès le courrier du 17 décembre 2013, ce changement d'envergure des campagnes de publicité ne peut être imputé à l'arrêt anticipé de l'activité de 75 % des distributeurs, qui n'est intervenue que bien après.

La société Chevrolet France ne saurait se retrancher derrière l'abstention des distributeurs qui, sollicités par elle, auraient dû lui retourner leur plan de communication, afin qu'elle puisse leur payer les aides, alors que l'initiative lui appartenait d'assurer une publicité d'un rang au moins identique à celui de 2013, compte tenu de la situation critique du réseau.

La société Claud's Autos démontre donc que la société Chevrolet France n'a pas exécuté ses obligations essentielles durant le préavis.

Il y a donc lieu d'approuver les premiers juges, en ce qu'ils ont estimé que la société Chevrolet France, à l'origine d'un grave déséquilibre contractuel au détriment des distributeurs, et la fin du réseau ne constituant pas pour elle un cas de force majeure, n'a pas exécuté ses obligations contractuelles durant le préavis, rendant impossible la poursuite du contrat.

Il convient également de dire que la société Chevrolet France n'était pas fondée à résilier par courrier du 16 octobre 2014 à effet du 31 octobre 2014 le contrat de l'intimée pour faute.

[...]

Sur le préjudice résultant de la perte d'activité subie pendant le préavis La société Claud's Autos demande que soient indemnisés les gains qu'elle a manqués sur la période d'inexécution du préavis, soit du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015.

Son préjudice est constitué de la marge sur coûts variables qu'elle aurait dû dégager du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 en maintenant un niveau d'exploitation équivalent à celui des exercices 2012 et 2013, aucun élément ne permettant à l'époque de prévoir une baisse d'activité.

Il résulte de l'évaluation effectuée par M. Dunoyer, expert-comptable (pièce 14), versée aux débats par la société Claud's Autos, que la marge brute moyenne mensuelle dégagée sur la vente de véhicules neufs s'élevait à 21 902 € et celle sur les véhicules d'occasion repris à l'occasion des ventes de véhicules neufs Chevrolet à 13 202 €. Il n'y a, en revanche, pas lieu de retenir les postes relatifs aux pièces de rechange et à l'après-vente, le lien avec les ventes perdues n'étant pas établi. La marge perdue sur 21 mois s'élève donc à 737 184 euros.

Il convient ensuite de déduire de cette marge les charges économisées en raison du défaut d'exécution du contrat, à savoir la somme de 143 480 € (76 % de 188 790 €), au prorata du pourcentage représenté par la vente de véhicules neufs et de véhicules d'occasion dans l'activité totale.

Enfin, la marge dégagée par la société Claud's Autos du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 s'est élevée à 63.792 euros (22.168 + 41.624), sur les activités de vente de véhicules neufs et d'occasion.

Il y a donc lieu d'évaluer les gains manqués par la société Claud's Autos du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 à la somme de 529.912 € (737 184 € - (143 480 € + 63.792€)) »,

ET AUX MOTIFS RÉPUTÉS ADOPTÉS QUE « la partie demanderesse était liée à Chevrolet France par un "Contrat de Distributeur portant sur les services et les ventes", ci-après le Contrat de Distributeur ou le Contrat, conclu à effet au 1er juin 2013, à durée indéterminée et résiliable à tout moment moyennant un préavis de 24 mois ; qu'à la suite de l'annonce faite de Detroit par General Motors le 5 décembre 2013, ci-après la Décision, du retrait de la marque Chevrolet de l'Europe occidentale et centrale, la société Chevrolet France en a notifié la résiliation à effet au 31 décembre 2015 pour la seule activité de vente de véhicules neufs (VN)

[...]

La société Chevrolet France fait valoir qu'elle était en droit (1) de prendre la Décision, au demeurant simplement répercutée par elle en sa qualité d'importateur en France, de cesser la distribution des véhicules neufs Chevrolet au 31 décembre 2015 et (2) de l'annoncer aussitôt et publiquement ; qu'elle est effectivement fondée à soutenir, d'une part, que cette décision de retrait de la marque Chevrolet à terme, qui relève du légitime pouvoir d'agent économique du groupe General Motors, n'était en tant que telle pas fautive et, d'autre part, que les conditions dans lesquelles cette Décision a été communiquée, aussitôt et au même moment à l'ensemble des parties prenantes, ainsi que l'imposent les règles régissant la communication financière et la diffusion de nouvelles susceptibles d'avoir une incidence sur la valorisation des entreprises, ne sont pas critiquables.

Mais que, s'il se déduit nécessairement de cette constatation qu'aucune mauvaise foi dans l'exécution du contrat ne peut être reprochée à Chevrolet France du simple fait de cette Décision ou des conditions de son annonce, il ne s'en déduit pas nécessairement son exonération de sa possible responsabilité contractuelle, c'est-à-dire de son obligation de réparer, vis-à-vis de ses contractants concessionnaires, le préjudice causé par une éventuelle défaillance dans l'exécution de ses obligations contractuelles, notamment en cours de préavis, en conséquence de la Décision.

En effet, la partie demanderesse qui, comme les 130 autres Distributeurs de France, venait de signer un nouveau contrat de Distributeur à effet au 1er juin 2013, pouvait légitimement escompter pouvoir bénéficier d'une période

d'exploitation de sa concession d'au moins 24 mois dans des conditions sensiblement analogues.

En réalité, si l'exécution du préavis contractuel a bien été annoncée aux Distributeurs, les pièces discutées et les débats ont établi que l'annonce faite de ce retrait de la marque a eu un effet dévastateur sur la clientèle qui s'est rapidement détournée des véhicules de cette marque ; qu'ainsi, en décembre 2014, il n'a plus été vendu que 109 véhicules neufs VP Chevrolet en France, dont 12 à des particuliers, au lieu de 1.621 en décembre 2013 et que, sur l'année 2014, n'ont été vendus que 4.185 véhicules, dont les nombreux véhicules déstockés en janvier/février, en baisse de 80,5 % sur les chiffres de l'année précédente, la poursuite de l'exploitation s'avérant alors rapidement n'être plus viable.

C'est vainement que la société Chevrolet France tente aujourd'hui de minimiser cet impact, qu'elle en a elle-même pris rapidement toute la mesure en annonçant, dès le 17 décembre 2013, que "eu égard aux perspectives de volumes beaucoup plus basses pendant la deuxième moitié de l'année, nous ne planifions plus de campagne importante de publicité", en décidant immédiatement, d'une part, une grande opération de déstockage des véhicules neufs qui figuraient dans ses stocks avec d'importantes remises, d'une durée anticipée de six mois, mais qui a pris fin dès février 2014 et, d'autre part, en engageant immédiatement des discussions avec chacun des concessionnaires en vue de la signature d'un protocole de résiliation anticipée du Contrat à effet aussi rapide que possible, puisque les propositions d'indemnisation à ce titre devaient initialement être acceptées avant fin mars 2014, sauf à décroître.

Ces actions et singulièrement la proposition de négociation des conditions de sortie anticipée, critiquées par la partie demanderesse, ne peuvent par elles-mêmes être reprochées à la société Chevrolet France ; que, comme elle l'explique, elles s'inscrivent dans une logique de saine gestion de la décroissance ; que, notamment de son point de vue, il était normal de liquider son stock aussi rapidement que possible, de chercher à se réorganiser au mieux en adaptant ses coûts au niveau réduit de la demande et pour cela, de chercher à connaître au plus tôt le nombre de Distributeurs qui accepteraient la résiliation anticipée du Contrat.

Force est de constater que, ce faisant, la société Chevrolet France a agi exclusivement au mieux de ses intérêts, qu'elle ne s'est pas préoccupée des conséquences fâcheuses de cette situation pour chacun de ses contractants, nécessairement différentes selon la situation de chacun, aggravée notamment par la liquidation très rapide de son stock, bien avant le délai de six mois annoncé et par une cession partielle au réseau belge de

700 véhicules dès le 15 janvier 2014 (alors que la campagne de déstockage n'avait commencé que le 2 janvier).

L'ouverture des négociations avec les distributeurs, qui ont tous accepté d'entrer en négociation, dès fin décembre 2013, sur la base d'une indemnité d'un montant connu seulement fin mars en sa composante variable (part fixe de 600 euros par véhicule vendu en moyenne par an et part variable fonction de la situation de chacun) les a inévitablement tous démobilisés car ils espéraient pouvoir partir avec une indemnisation jugée suffisante ; que dès lors, plus rien ne les incitait à investir dans les modèles 2015 (MY15) que Chevrolet France leur reproche de ne pas avoir acquis ; que le succès de la proposition de sortie anticipée, en définitive acceptée par 80 % des Distributeurs à fin juin 2014, a largement contribué au démantèlement du réseau Chevrolet en France et à la disparition plus rapide qu'anticipée de la marque dans l'esprit des possibles acheteurs.

Les exemples du Distributeur de Guyane et de celui de la Martinique, qui poursuivent encore aujourd'hui leur exploitation, abondamment cités par Chevrolet France comme preuve que cela était possible, bien que les marchés soient à l'évidence non comparables, confortent l'idée que l'existence d'un réseau actif, maintenu dans ces départements puisqu'animé par chacun de ces deux distributeurs, est un élément essentiel de l'attractivité de la marque.

Même si la preuve n'a pas été rapportée par la partie demanderesse que Chevrolet France savait dès l'origine que le préavis annoncé de deux ans n'était qu'un leurre et qu'elle ne le respecterait pas au-delà du temps de liquidation des stocks, il apparaît que, en fait, le déroulé des opérations a créé un grave déséquilibre contractuel au détriment des Distributeurs, tel que la poursuite des Contrats leur est devenue impossible dans des conditions économiquement acceptables ; qu'il est constant que Chevrolet France est à l'origine de ce déséquilibre et que le retrait de la marque Chevrolet ne constitue pas pour elle un cas de force majeure.

En effet, alors que pour Chevrolet France, qui a revendiqué son droit à adapter ses coûts et services à la décroissance de la demande, poursuivre ses obligations contractuelles l'obligeait selon elle seulement désormais à fournir quelques services essentiels et à transmettre à l'usine de Corée les commandes payées par ses Distributeurs, pour ces derniers, cette poursuite aurait, selon Chevrolet France qui leur reproche de ne pas l'avoir fait, nécessité qu'ils engagent des actions pour soutenir la demande ; que malgré la désaffectation des acheteurs, ils investissent dans l'achat de véhicules modèle 2015 pour les exposer et reconstituer un stock propre ; qu'elle n'a d'ailleurs pas hésité à invoquer de tels prétendus manquements pour justifier la résiliation à leurs torts et griefs, notifiée le 16 octobre 2014 ; que ce

nouveau partage des obligations réciproques tel que revendiqué par Chevrolet France, qui reporterait sur les seuls Distributeurs tous les risques de la poursuite de l'exploitation des concessions dans le nouveau contexte créé par Chevrolet France, constitue une modification de l'équilibre contractuel inacceptable, rendant impossible la poursuite des relations contractuelles.

Il s'en déduit que Chevrolet France n'était pas fondée à prononcer la résiliation du Contrat au 31 octobre 2014 aux torts et griefs de la partie demanderesse pour la seule activité vente de véhicules neufs ; qu'en revanche, Chevrolet France a justement pu mettre fin à cette date au Contrat, tirant ainsi les conséquences de la cessation de fait de l'activité ventes de VN intervenue antérieurement ; que la date de cessation totale ou quasi-totale de cette activité retenue pour la détermination des préjudices, est fixée au 31 mars 2014, comme demandé par les concessionnaires dès une lettre du 31 mars 2014 (pour la plupart) non sérieusement contredits sur ce point :

- le tribunal constatera la cessation de fait de l'exercice de l'activité vente de véhicules neufs Chevrolet au 31 mars 2014,

- le tribunal prendra acte que le Contrat a été résilié au 31 octobre 2014, même si la société Chevrolet France n'est pas fondée à la prononcer aux torts et griefs de la partie demanderesse.

Concernant les manquements et les responsabilités encourues, il est constant que les stipulations relatives à la fin du Contrat ni aucune autre ne traite des conséquences d'un retrait de la marque ou de l'impossibilité de poursuivre l'exploitation dans des conditions acceptables pendant toute la durée du préavis ; mais selon l'article 1135 du code civil, "Les conventions obligent non seulement à ce qui y est exprimé, mais encore à toutes les suites que l'équité, l'usage ou la loi donnent à l'obligation d'après sa nature" et que, de l'exigence de bonne foi prévue par l'article 1134 du code civil se déduit un devoir de loyauté dans l'exécution des conventions.

Selon l'équilibre initial voulu par les parties, les Distributeurs devaient déployer leurs forces commerciales et leurs investissements pour développer les ventes de véhicules Chevrolet, marque qui représentait alors 1 % du marché français, tandis que Chevrolet France devait animer le réseau des Distributeurs et mettre à leur disposition les moyens utiles au développement de ces ventes.

Selon le principe de loyauté dans les conditions d'exécution, la société Chevrolet France avait, après l'annonce du retrait de la marque, l'obligation de compenser l'essentiel des effets de cette Décision sur l'exploitation de

ses contractants dans des conditions qu'il lui appartenait d'imaginer et de mettre en oeuvre ; bien loin d'avoir tenté de le faire, cette société a, comme il a été vu ci-avant, revendiqué son droit de ne maintenir que les seules prestations essentielles, le cas échéant dégradées, à savoir la livraison, à partir de l'usine de Corée, des véhicules commandés et un budget de communication réduit ; elle ne paraît pas avoir envisagé qu'elle pouvait, suite au bouleversement dans les conditions d'exploitation, être tenue au-delà de ce qui était exprimé dans le Contrat et de mettre en oeuvre des remèdes permettant de rétablir au moins en partie l'équilibre initial du Contrat et de permettre à son contractant de bénéficier du préavis qui lui était dû, du fait de la volonté commune initiale des parties.

Au contraire, elle s'est efforcée de maintenir ses contractants dans l'alternative suivante : ou tenter de poursuivre l'exploitation dans les conditions nouvelles et dégradées pendant 24 mois, ou accepter la résiliation anticipée du contrat, mais à ses conditions financières.

Il n'est guère contestable que la solution de la résiliation anticipée du Contrat était un remède recevable et sans doute la moins mauvaise solution possible pour l'une et l'autre des parties, à condition que les indemnités versées couvrent le préjudice subi ; mais que cette constatation ne rend pas illégitime la prétention des parties demandresses à considérer qu'elles étaient en droit de refuser le quantum des indemnités proposées, sans cependant avoir l'obligation de poursuivre l'exploitation pendant 24 mois dans des conditions dégradées ; que Chevrolet France est mal venue à prétendre que le nombre de signataires démontre que ses propositions d'indemnisation étaient correctes, tant les situations des sociétés et leurs contraintes étaient différentes, et que la confidentialité exigée par Chevrolet France ne permet pas au tribunal d'en faire sa propre appréciation ;

Il résulte de ces constatations que la société Chevrolet France, en n'agissant pas de façon à permettre l'exécution du préavis dû ou à défaut, en compensant la perte en résultat, dans des conditions acceptables, a manqué à son obligation d'exécution de bonne foi et loyale du Contrat ;

le tribunal dira que la société Chevrolet France a manqué à son obligation d'exécution de bonne foi et loyale du Contrat et est tenue de réparer le préjudice en lien avec sa faute »,

1) - ALORS QUE si la résiliation d'un contrat de distribution avec un préavis suppose le maintien de la relation contractuelle jusqu'à son terme aux conditions antérieures, ce principe doit prendre en compte les circonstances particulières tenant notamment à la situation du marché en cause et à la décision de l'importateur de s'en retirer, si bien qu'en retenant, pour condamner l'importateur à indemniser le distributeur, qu'il était tenu de

poursuivre l'exécution des contrats pendant le préavis dans les termes de ceux-ci, sans prendre en compte la décision révélant une conjoncture économique défavorable, prise par la société General Motors Korea et dont elle a constaté l'existence, d'arrêter les importations et les ventes de véhicules neufs de la marque Chevrolet sur le territoire d'Europe centrale et occidentale en raison des pertes financières accumulées sur ces secteurs, cette décision constituant une circonstance particulière justifiant une adaptation des modalités d'exécution du préavis pour tenir compte de l'intérêt tant des distributeurs que de l'importateur Chevrolet, la cour d'appel a violé les articles 1134 et 1147 du code civil dans leur version antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

2) - ALORS, subsidiairement, QU'est constitutif de force majeure l'événement présentant un caractère imprévisible lors de la conclusion du contrat et irrésistible dans son exécution ; que revêt les caractères de la force majeure justifiant à ce titre une exonération de responsabilité de l'importateur, la décision prise par une société mère et s'imposant à ses filiales de se retirer d'un marché considéré dès lors que l'importateur ne pouvait connaître une telle décision lors de la signature du contrat de distributeur et que cette décision a pour effet inévitable de provoquer son retrait du marché de sorte qu'en jugeant néanmoins qu'au vu de la décision de la société General Motors Korea de retirer la marque Chevrolet du marché d'Europe centrale et occidentale, la fin du réseau ne constituait pas un cas de force majeure pour la société Chevrolet Deutschland aux droits de la société Chevrolet France, la cour d'appel a violé les articles 1147 et 1148 du code civil dans leur version antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

3) - ALORS QUE le contrat de distribution est un contrat d'intérêt commun impliquant une coopération étroite entre les parties en vue de la bonne exécution du contrat jusqu'à son terme et à ce titre, impose au distributeur de faire preuve d'adaptation dans une conjoncture économique difficile, de sorte qu'en imputant exclusivement à l'importateur la responsabilité dans l'inexécution du préavis contractuel après avoir pourtant constaté que la société Claud'Autos avait cessé de passer des commandes auprès de la société Chevrolet, la cour d'appel, qui n'a pas tiré les conséquences légales de ses propres constatations, a violé les articles 1134 et 1147 du code civil dans leur version antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

4) - ALORS QU'en vertu des principes gouvernant la charge de la preuve, il appartenait aux distributeurs d'établir que la baisse de leurs ventes était due à la réduction du stock de véhicules disponibles si bien qu'en indemnisant le distributeur au titre du préjudice résultant de la chute des ventes de véhicules à partir d'une présomption de lien de causalité entre

l'amenuisement du stock de véhicules Chevrolet et la chute des ventes dénoncée par le distributeur, la cour d'appel, qui a inversé la charge de la preuve, a violé l'article 1315, alinéa 1er du code civil devenu l'article 1353, alinéa 1er.

Moyen produit **au pourvoi incident n° W 18-13.408** par la SCP Spinosi et Sureau, avocat aux Conseils, pour la société Claud'Auto

Il est reproché à l'arrêt attaqué d'avoir condamné la société CHEVROLET DEUTSCHLAND (venant aux droits de la société CHEVROLET FRANCE) à payer à la société CLAUD'AUTOS la somme de 529.912 euros en réparation de son préjudice et d'avoir débouté la société CLAUD'AUTOS du surplus de ses demandes ;

Aux motifs que « Sur le préjudice résultant de la perte d'activité subie pendant le préavis La société Claud's Autos demande que soient indemnisés les gains qu'elle a manqués sur la période d'inexécution du préavis, soit du 1^{er} avril 2014 au 31 décembre 2015.

Son préjudice est constitué de la marge sur coûts variables qu'elle aurait dû dégager du 1^{er} avril 2014 au 31 décembre 2015 en maintenant un niveau d'exploitation équivalent à celui des exercices 2012 et 2013, aucun élément ne permettant à l'époque de prévoir une baisse d'activité.

Il résulte de l'évaluation effectuée par Monsieur Dunoyer, expert-comptable (pièce 14), versée aux débats par la société Claud's Autos, que la marge brute moyenne mensuelle dégagée sur la vente de véhicules neufs s'élevait à 21 902 € et celle sur les véhicules d'occasion repris à l'occasion des ventes de véhicules neufs Chevrolet à 13 202 €. Il n'y a, en revanche, pas lieu de retenir les postes relatifs aux pièces de rechange et à l'après-vente,

le lien avec les ventes perdues n'étant pas établi. La marge perdue sur 21 mois s'élève donc à 737 184 euros.

Il convient ensuite de déduire de cette marge les charges économisées en raison du défaut d'exécution du contrat, à savoir la somme de 143 480 € (76 % de 188 790 €), au prorata du pourcentage représenté par la vente de véhicules neufs et de véhicules d'occasion dans l'activité totale.

Enfin, la marge dégagée par la société Claud's Autos du 1er avril 2014 au 31 décembre s'est élevée à 63.792 euros (22 168 + 41 624), sur les activités de vente de véhicules neufs et d'occasion.

Il y a donc lieu d'évaluer les gains manqués par la société Claud's Autos du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 à la somme de 529 912 € (737 184 € - (143 480 € + 63 792€)).

Sur la perte de marge sur l'entretien du parc constitué des véhicules qui n'ont pu être vendus entre le 1er avril 2014 et le 31 décembre 2015 La société Claud's Autos sollicite en outre l'indemnisation de son préjudice consécutif à la perte de marge sur l'entretien du parc constitué des véhicules qui n'ont pu être vendus entre le 1er avril 2014 et le 31 décembre 2015. Elle expose en effet que la vente de véhicules neufs génère pendant cinq ans un volume de ventes de pièces détachées ainsi que des services de réparation, qu'elle évalue à un montant global de 219 975 euros.

Mais si la perte de l'activité de véhicules neufs génère nécessairement une perte sur l'activité d'après-vente, la société Claud's Autos ne démontre pas qu'elle aurait été encore nécessairement un réparateur agréé Chevrolet de 2016 à 2021. En outre, elle ne justifie par aucune étude la proportion de réparations induite par la vente de véhicules dans les cinq ans qui suivent. Faute de lien entre le préjudice allégué et la perte de l'activité de véhicules neufs, ce poste de préjudice ne sera donc pas indemnisé » ;

1°) Alors que, d'une part, en application du principe de réparation intégrale, la victime doit être replacée dans la situation dans laquelle elle se serait trouvée si le fait dommageable ne s'était pas produit ; qu'en l'espèce, en refusant d'indemniser la perte de marge de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, lorsqu'elle constatait que la perte de l'activité de véhicules neufs générerait nécessairement une perte sur l'activité d'après-vente, la cour d'appel n'a pas tiré les conséquences légales de ses constatations en violation du principe de la réparation intégrale du préjudice, ensemble l'article 1147 du code civil, dans sa rédaction antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

2°) Alors que, d'autre part, le juge ne peut refuser de statuer en se fondant sur l'insuffisance des preuves qui lui sont fournies par les parties ; qu'en rejetant la demande d'indemnisation de la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, faute pour la société CLAUD'AUTO de justifier la proportion de réparations induite par la vente de véhicules, la cour d'appel, qui a refusé d'évaluer le montant d'un dommage dont elle constatait l'existence en son principe, a violé l'article 4 du code civil ;

3°) Alors que, de troisième part, et en tout état de cause, en se fondant, pour refuser d'indemniser la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, sur le fait que la société CLAUD'AUTO ne démontrait pas qu'elle aurait été encore nécessairement un réparateur agréé après le 31 décembre 2015, lorsqu'elle constatait par ailleurs que, par un courrier du 11 décembre 2013, la société CHEVROLET FRANCE avait proposé aux concessionnaires de conclure un contrat de réparateur agréé pour la période postérieure au 31 décembre 2015, la cour d'appel n'a pas tiré les conséquences légales de ses constatations en violation du principe de la réparation intégrale du préjudice, ensemble l'article 1147 du code civil, dans sa rédaction antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

4°) Alors que, de quatrième part, en se bornant à affirmer, pour refuser d'indemniser la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, que la société CLAUD'AUTO ne démontrait pas qu'elle aurait été encore nécessairement un réparateur agréé Chevrolet après le 31 décembre 2015, sans rechercher si cette dernière l'était encore à la date à laquelle elle statuait, de sorte qu'elle aurait constaté que tel était le cas, la cour d'appel a entaché sa décision d'un défaut de base légale au regard de l'article 1147 du code civil, dans sa rédaction antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

5°) Alors que, de cinquième part, en refusant d'indemniser la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, sans jamais examiner, ne serait-ce que sommairement, les pièces produites par la société CLAUD'AUTOS au soutien de ses prétentions, et notamment les statistiques relatives aux marges par activité, ainsi que le dossier prévisionnel, tous deux établis par la société CHEVROLET FRANCE et desquels il résultait que les marges des activités « ateliers mécanique » et « pièce de rechange » étaient calculées pour une durée de cinq ans minimum après la vente des véhicules neufs, la cour d'appel a violé l'article 455 du code de procédure civile ;

Moyen produit au pourvoi principal n° X 18-13.409 par la SCP Bauer-Violas, Feschotte-Desbois et Sebagh, avocat aux Conseils, pour la société Chevrolet Deutschland GmbH

Le moyen reproche à l'arrêt attaqué confirmatif d'avoir dit que la société Chevrolet France avait manqué à son obligation d'exécution de bonne foi et loyale du contrat et était tenue de réparer le préjudice en lien avec sa faute et de l'avoir en conséquence condamnée à payer à la société Espace Pirola la somme de 514.049 € en réparation de son préjudice,

AUX MOTIFS PROPRES QUE « La société Chevrolet France a décidé de recourir à la procédure de résiliation du contrat de Distributeur Chevrolet, prévue à l'article 21.3 de celui-ci. Cet article stipule que "la résiliation prendra effet à la date indiquée sur la notification, cette date ne pouvant intervenir moins de 24 mois après la réception de la notification".

La notification faite par la société Chevrolet France à son réseau le 11 décembre 2013, à effet au 31 décembre 2015, respecte la lettre de cet article.

Mais la société Espace Pirola expose que la société Chevrolet France n'a pas exécuté loyalement et de bonne foi ce préavis de 24 mois, contrairement aux prescriptions de l'alinéa 3 de l'article 1134 du code civil. Elle soutient en effet que la société Chevrolet France n'a jamais eu l'intention d'exécuter ce préavis, mais de liquider le réseau au plus tard fin juin 2014, en contraignant les concessionnaires à transiger, après avoir asséché le réseau et arrêté d'exécuter ses obligations contractuelles.

Il lui appartient donc de rapporter la preuve de l'inexécution fautive du préavis ou du comportement déloyal du concédant.

Elle prétend à cet égard, d'une part, que la société Chevrolet France a privé ses concessionnaires de la faculté de vendre des véhicules dans des conditions économiques acceptables, en adoptant une politique de gestion des stocks qui a asséché le réseau en véhicules neufs disponibles et, d'autre part, qu'elle a manqué à ses autres obligations contractuelles essentielles, de sorte que le préavis n'a pas été exécuté dans des conditions normales.

La société Chevrolet France, appelante, réfute tous ces arguments.

Il convient tout d'abord de rappeler qu'un fournisseur peut légitimement arrêter une activité, sous réserve de respecter le préavis contractuel et de l'exécuter loyalement. La seule obligation qui pesait sur la société Chevrolet France était donc de poursuivre l'exécution des contrats pendant le préavis dans les termes de ceux-ci.

[...]

Sur la gestion des stocks par la société Chevrolet France

[...]

Il résulte de l'instruction du dossier que les stocks du réseau Chevrolet étaient composés de véhicules déjà en stock chez les concessionnaires, au nombre nécessairement limité, et de ceux placés dans les entrepôts de la société Chevrolet France situés à Barcelone, livrables dans les trois semaines.

Les concessionnaires commandaient aussi des véhicules directement à l'usine Chevrolet de Corée, quand les modèles demandés n'étaient pas disponibles, et par l'intermédiaire de Chevrolet France. La société Espace Pirola démontre que sur 21.518 véhicules de la marque Chevrolet distribués en France en 2013, 61,67 % provenaient du stock de Chevrolet France.

Le rôle de l'importateur de véhicules consiste à alimenter son réseau de distributeurs en détenant un certain nombre de véhicules en stock, rapidement disponibles, afin de permettre aux distributeurs du réseau de satisfaire la demande, ceux-ci ne pouvant eux-mêmes qu'entreposer un nombre de véhicules limité et les commandes passées à l'usine de fabrication étant couramment livrables dans des délais de quatre à cinq mois.

Or, les documents versés aux débats par la société Espace Pirola permettent de faire les constatations suivantes :

- en 2013, la société Chevrolet France avait un stock moyen à Barcelone d'environ 3 000 véhicules,

- l'état des stocks du 27 novembre 2013 établit la présence, à Barcelone, de 480 véhicules livrables à trois semaines, et de 1121 véhicules disponibles (dates estimées d'arrivée) entre le 15 décembre et la deuxième quinzaine de février 2014 (véhicules non encore arrivés à Barcelone, mais d'ores et déjà commandés par Chevrolet France, dont 900 attendus en février 2014),

- l'état des stocks du 15 janvier 2014 n'a plus qu'une colonne, celle des véhicules libres sous trois semaines, ce qui démontre que Chevrolet France ne faisait plus de commandes en Corée pour alimenter son réseau. Figure dans ce document la mention selon laquelle les prochaines disponibilités interviendront fin mai ou fin juin 2014, ce qui signifie qu'une commande passée aux alentours du 15 janvier ne pouvait être satisfaite que par des demandes à l'usine de Corée et que fin mai ou fin juin,

- les véhicules livrables sous trois semaines, au nombre de 259 en janvier 2014, ne sont plus que 0 le 29 janvier 2014, 2 le 5 février 2014, 1 le 12 mars, 5 le 2 avril et 6 le 6 mai. Ils sont ensuite de 31 le 4 juin, 61 le 3 juillet (outre 15 pour la deuxième quinzaine de juillet), 85 le 6 août et 85 le 3 septembre.

La société Chevrolet France, qui ne nie pas ces constatations, prétend que les concessionnaires ne lui avaient fait aucune commande, malgré ses multiples relances, ce qui démontrerait leur propre inexécution du contrat de concession.

Mais ce simple constat d'absence de commandes ne peut permettre d'exonérer la société Chevrolet France de sa propre responsabilité dans l'exécution du contrat en tant qu'importateur, selon laquelle elle devait être en mesure d'approvisionner son réseau de distributeurs en véhicules neufs.

Enfin, loin d'être la cause de la rupture du stock, l'abstention des concessionnaires en est la conséquence.

Sur la décision de report En premier lieu, la décision de report des commandes clients en cours, non encore produites au 5 décembre 2013, prise unilatéralement par Chevrolet France, et justifiée par le plan de déstockage, même si elle n'est pas fautive en soi, a cassé la dynamique des commandes.

En deuxième lieu, les commandes nouvelles des distributeurs étaient clairement découragées dans le courrier de Chevrolet France du 17 décembre 2013, annonçant le plan de déstockage. Les concessionnaires étaient en effet invités à inciter leurs clients à prendre livraison d'un véhicule en stock distributeur ou Chevrolet France, au lieu du véhicule antérieurement commandé. Les concessionnaires étaient donc invités à annuler les commandes acceptées et à les remplacer par des véhicules en stock. Ils n'avaient aucune raison, en décembre 2013, de maintenir des commandes qui n'auraient pas bénéficié à leurs clients, car elles n'ouvraient pas droit aux conditions très favorables du plan de déstockage. Enfin, la société Chevrolet rappelait que toute nouvelle commande serait livrée dans un délai d'environ 3 à 4 mois, délai long au regard de l'incertitude, à ce moment, sur la situation du réseau.

L'attestation du 22 mai 2014 de Monsieur Durand, président de Chevrolet France, selon laquelle sur les 2037 commandes passées par le réseau de concessionnaires à la date du 5 décembre 2013, 1660 avaient fait l'objet d'une annulation par le réseau, révèle les annulations massives résultant de cette campagne.

La société Chevrolet a ensuite aggravé la situation de pénurie du réseau, par la vente des 900 véhicules attendus en février 2014 (figurant sur l'état du stock du 27 novembre 2013) et par la vente de 700 véhicules neufs disponibles au réseau belge intervenue dès le 15 janvier 2014.

La société Espace Pirola reproche à juste titre à la société Chevrolet de ne pas avoir reconstitué elle-même son stock, de sorte que, dès février 2014, ainsi qu'il ressort des états des stocks, aucun véhicule n'était plus disponible dans un délai de trois semaines. Si les concessionnaires pouvaient évidemment commander des véhicules à l'usine de Corée, les délais de livraison, prolongés de cinq à six mois, étaient beaucoup trop longs au regard des incertitudes sur l'attitude de la société Chevrolet France, dont attestent les courriers des distributeurs concernés et celui de la société Espace Pirola du 31 mars 2014 (pièce 9). Dans ces courriers, en effet, la fin de l'approvisionnement direct en véhicules neufs et l'arrêt d'un certain nombre de prestations contractuelles par Chevrolet France sont perçus comme un abandon de la marque.

Surtout, les risques commerciaux afférents à la poursuite de l'activité durant le préavis devaient être répartis entre le concédant et les concessionnaires, la société Chevrolet France se devant d'importer des véhicules, disponibles à bref délais, pour amorcer puis entretenir la dynamique des commandes. Or, l'état nul des stocks jusqu'en juin 2014 faisait peser la poursuite de l'activité sur les seuls distributeurs, en les contraignant à commander des véhicules sous un délai de six mois, dans des conditions commerciales et

publicitaires dégradées, comme il sera vu plus bas. Enfin, si la proposition d'un plan de sortie anticipée du réseau faite aux distributeurs ne peut être reprochée à la société Chevrolet, la cour ne disposant pas des éléments établissant que les conditions proposées étaient manifestement abusives, ainsi que le prétend la société Espace Pirola, les discussions sur la part personnelle d'indemnisation de chaque concessionnaire, relative aux investissements dédiés à la marque, non amortis et non reconvertibles, étaient en cours et insuffisamment avancées en décembre 2013-janvier 2014 pour que les concessionnaires insatisfaits de la proposition qui leur était faite, se lancent dans les commandes de véhicules neufs pour alimenter eux-mêmes le réseau.

Si la société Chevrolet prétend qu'elle disposait du 9 juillet au 9 août 2014, d'un stock de 85 véhicules à Barcelone et que ces véhicules ne trouvaient pas preneurs, elle ne justifie pas que ces modèles n'étaient pas les véhicules des concessionnaires ayant quitté prématurément le réseau et, en toute hypothèse, la dynamique d'achat des véhicules était éteinte à ce stade avancé.

Il résulte de ce qui précède qu'il appartenait à la société Chevrolet France de remplir son obligation de maintenir un stock de véhicules neufs à Barcelone, pour permettre à ses distributeurs d'exécuter le préavis dans des conditions normales, encourager les concessionnaires à commander et ne pas les laisser supporter l'intégralité des risques provoqués par la fin de l'activité annoncée et par la sortie prématurée de la majorité des concessionnaires.

Fautive dans l'exécution d'une obligation essentielle, la société Chevrolet ne peut s'exonérer en soutenant que la société Espace Pirola avait été avertie dès le mois de décembre 2013 de la nécessité de passer des commandes pour respecter le contrat.

Sur l'exécution de ses autres obligations essentielles par la société Chevrolet France

[...]

Il y a lieu de noter que, suite au déstockage massif, la poursuite de l'activité des concessionnaires restant dans le réseau, à compter de fin février 2014, ne pouvait reposer que sur une disponibilité rapide des véhicules, qui n'était pas assurée, et sur un effort marketing et commercial au moins équivalent à celui de l'année 2013.

Or, il résulte de l'ensemble des pièces versées aux débats par la société Espace Pirola que cet effort a été bien moindre. En effet, si l'absence de participation de la société Chevrolet France au mondial de l'automobile 2014, le rattachement du service de presse à la direction du marketing en

mai 2014 et la réduction des effectifs de la société Chevrolet France peuvent, à la rigueur, être justifiés par la nécessité d'adapter son dimensionnement à l'activité restante du réseau, il convient de souligner que les aides commerciales sur les véhicules neufs ont diminué substantiellement en 2014, par rapport à 2013. Si la société Chevrolet prétend qu'au terme de la circulaire "plan commercial" du 14 février 2014, une prime de volume payée sur facture c'est-à-dire sans qu'il soit exigé la réalisation d'un volume pouvait être versée aux concessionnaires, pour toutes les voitures produites après le 1er janvier 2014, il n'en demeure pas moins que la société Espace Pirola justifie par un tableau comparatif des supports commerciaux 2013/2014 (PC 39 de la société Espace Pirola), non sérieusement contesté par l'appelante, que les aides ont considérablement décliné par rapport à 2013. C'est ainsi que les aides commerciales ont diminué de 35 % sur le modèle Spark, de 45 % sur le modèle Aveo, de 19 % sur le modèle Trax, de 34 % sur le modèle Cruze, de 8 % sur les modèles Malibu et Orlando et de 26 % sur le modèle Captiva (PC n° 40). Il en est résulté une baisse des marges par modèle, en dehors de la période de déstockage, les concessionnaires restant dans le réseau ayant vu leur marge réduite en moyenne de 30 % par rapport à celle réalisée en 2013.

Par ailleurs, si la société Chevrolet France justifie avoir mis en place un plan unique pour toutes les catégories de véhicules (VN, de démonstration, de courtoisie), elle ne démontre pas qu'il était aussi attractif que les conditions antérieures.

Il convient de souligner que si la société Chevrolet France a mené une campagne publicitaire très visible au cours du premier trimestre 2014, pour assurer le succès de l'opération de déstockage, elle se devait, après cette opération, de maintenir ses campagnes à hauteur de celles de 2013. Or, la publicité a considérablement baissé, à compter du deuxième trimestre 2014, les spots TV passant de 13 550 au deuxième trimestre 2013 à 2 300 au deuxième trimestre 2014. Surtout, à compter du deuxième semestre, la société Chevrolet France a mis fin à ses campagnes nationales TV et web, se focalisant sur une communication purement locale. Anticipé par l'importateur dès le courrier du 17 décembre 2013, ce changement d'envergure des campagnes de publicité ne peut être imputé à l'arrêt anticipé de l'activité de 75 % des distributeurs, qui n'est intervenue que bien après. La société Chevrolet France ne saurait se retrancher derrière l'abstention des distributeurs qui, sollicités par elle, auraient dû lui retourner leur plan de communication, afin qu'elle puisse leur payer les aides, alors que l'initiative lui appartenait d'assurer une publicité d'un rang au moins identique à celui de 2013, compte tenu de la situation critique du réseau.

La société Espace Pirola démontre donc que la société Chevrolet France n'a pas exécuté ses obligations essentielles durant le préavis.

Il y a donc lieu d'approuver les premiers juges, en ce qu'ils ont estimé que la société Chevrolet France, à l'origine d'un grave déséquilibre contractuel au détriment des distributeurs, et la fin du réseau ne constituant pas pour elle un cas de force majeure, n'a pas exécuté ses obligations contractuelles durant le préavis, rendant impossible la poursuite du contrat.

Il convient également de dire que la société Chevrolet France n'était pas fondée à résilier par courrier du 16 octobre 2014 à effet du 31 octobre 2014 le contrat de l'intimée pour faute.

[...]

Sur le préjudice résultant de la perte d'activité subie pendant le préavis

La société Espace Pirola demande que soient indemnisés les gains qu'elle a manqués sur la période d'inexécution du préavis, soit du 1^{er} avril 2014 au 31 décembre 2015.

Son préjudice est constitué de la marge sur coûts variables qu'elle aurait dû dégager du 1^{er} avril 2014 au 31 décembre 2015 en maintenant un niveau d'exploitation équivalent à celui des exercices 2012 et 2013, aucun élément ne permettant à l'époque de prévoir une baisse d'activité.

Il résulte de l'évaluation effectuée par le cabinet KPMG (pièce 19), versée aux débats par la société Espace Pirola que la marge brute moyenne mensuelle dégagée sur la vente de véhicules neufs s'élevait à 18 392 € et celle sur les véhicules d'occasion repris à l'occasion des ventes de véhicules neufs Chevrolet à 11 847 €. Il n'y a, en revanche, pas lieu de retenir les postes relatifs aux pièces de rechange et à l'après-vente, le lien avec les ventes perdues n'étant pas établi. La marge perdue sur 21 mois s'élève donc à 635 019 euros.

Il convient ensuite de déduire de cette marge les charges économisées en raison du défaut d'exécution du contrat, à savoir la somme de 120 970 € (93 % de 130 076 €), au prorata du pourcentage représenté par la vente de véhicules neufs et de véhicules d'occasion dans l'activité totale.

Enfin, la marge dégagée par la société Espace Pirola du 1^{er} avril 2014 au 31 décembre 2015 a été nulle sur les ventes de véhicules neufs et de véhicules d'occasion.

Il y a donc lieu d'évaluer les gains manqués par la société Espace Pirola du 1^{er} avril 2014 au 31 décembre 2015 à la somme de 514.049 € (635 019 € - 120 970 €) »,

ET AUX MOTIFS RÉPUTÉS ADOPTÉS QUE « la partie demanderesse était liée à Chevrolet France par un "Contrat de Distributeur portant sur les services et les ventes", ci-après le Contrat de Distributeur ou le Contrat, conclu à effet au 1^{er} juin 2013, à durée indéterminée et résiliable à tout moment moyennant un préavis de 24 mois ; qu'à la suite de l'annonce faite de Detroit par General Motors le 5 décembre 2013, ci-après la Décision, du retrait de la marque Chevrolet de l'Europe occidentale et centrale, la société Chevrolet France en a notifié la résiliation à effet au 31 décembre 2015 pour la seule activité de vente de véhicules neufs (VN).

[...]

La société Chevrolet France fait valoir qu'elle était en droit (1) de prendre la Décision, au demeurant simplement répercutée par elle en sa qualité d'importateur en France, de cesser la distribution des véhicules neufs Chevrolet au 31 décembre 2015 et (2) de l'annoncer aussitôt et publiquement ; qu'elle est effectivement fondée à soutenir, d'une part, que cette décision de retrait de la marque Chevrolet à terme, qui relève du légitime pouvoir d'agent économique du groupe General Motors, n'était en tant que telle pas fautive et, d'autre part, que les conditions dans lesquelles cette Décision a été communiquée, aussitôt et au même moment à l'ensemble des parties prenantes, ainsi que l'imposent les règles régissant la communication financière et la diffusion de nouvelles susceptibles d'avoir une incidence sur la valorisation des entreprises, ne sont pas critiquables.

Mais que, s'il se déduit nécessairement de cette constatation qu'aucune mauvaise foi dans l'exécution du contrat ne peut être reprochée à Chevrolet France du simple fait de cette Décision ou des conditions de son annonce, il ne s'en déduit pas nécessairement son exonération de sa possible responsabilité contractuelle, c'est-à-dire de son obligation de réparer, vis-à-vis de ses contractants concessionnaires, le préjudice causé par une éventuelle défaillance dans l'exécution de ses obligations contractuelles, notamment en cours de préavis, en conséquence de la Décision.

En effet, la partie demanderesse qui, comme les 130 autres Distributeurs de France, venait de signer un nouveau contrat de Distributeur à effet au 1^{er} juin 2013, pouvait légitimement escompter pouvoir bénéficier d'une période d'exploitation de sa concession d'au moins 24 mois dans des conditions sensiblement analogues.

En réalité, si l'exécution du préavis contractuel a bien été annoncée aux Distributeurs, les pièces discutées et les débats ont établi que l'annonce faite de ce retrait de la marque a eu un effet dévastateur sur la clientèle qui s'est rapidement détournée des véhicules de cette marque ; qu'ainsi, en décembre 2014, il n'a plus été vendu que 109 véhicules neufs VP Chevrolet en France, dont 12 à des particuliers, au lieu de 1.621 en décembre 2013 et

que, sur l'année 2014, n'ont été vendus que 4.185 véhicules, dont les nombreux véhicules déstockés en janvier/février, en baisse de 80,5 % sur les chiffres de l'année précédente, la poursuite de l'exploitation s'avérant alors rapidement n'être plus viable.

C'est vainement que la société Chevrolet France tente aujourd'hui de minimiser cet impact, qu'elle en a elle-même pris rapidement toute la mesure en annonçant, dès le 17 décembre 2013, que "eu égard aux perspectives de volumes beaucoup plus basses pendant la deuxième moitié de l'année, nous ne planifions plus de campagne importante de publicité", en décidant immédiatement, d'une part, une grande opération de déstockage des véhicules neufs qui figuraient dans ses stocks avec d'importantes remises, d'une durée anticipée de six mois, mais qui a pris fin dès février 2014 et, d'autre part, en engageant immédiatement des discussions avec chacun des concessionnaires en vue de la signature d'un protocole de résiliation anticipée du Contrat à effet aussi rapide que possible, puisque les propositions d'indemnisation à ce titre devaient initialement être acceptées avant fin mars 2014, sauf à décroître.

Ces actions et singulièrement la proposition de négociation des conditions de sortie anticipée, critiquées par la partie demanderesse, ne peuvent par elles-mêmes être reprochées à la société Chevrolet France ; que, comme elle l'explique, elles s'inscrivent dans une logique de saine gestion de la décroissance ; que, notamment de son point de vue, il était normal de liquider son stock aussi rapidement que possible, de chercher à se réorganiser au mieux en adaptant ses coûts au niveau réduit de la demande et pour cela, de chercher à connaître au plus tôt le nombre de Distributeurs qui accepteraient la résiliation anticipée du Contrat.

Force est de constater que, ce faisant, la société Chevrolet France a agi exclusivement au mieux de ses intérêts, qu'elle ne s'est pas préoccupée des conséquences fâcheuses de cette situation pour chacun de ses contractants, nécessairement différentes selon la situation de chacun, aggravée notamment par la liquidation très rapide de son stock, bien avant le délai de six mois annoncé et par une cession partielle au réseau belge de 700 véhicules dès le 15 janvier 2014 (alors que la campagne de déstockage n'avait commencé que le 2 janvier).

L'ouverture des négociations avec les distributeurs, qui ont tous accepté d'entrer en négociation, dès fin décembre 2013, sur la base d'une indemnité d'un montant connu seulement fin mars en sa composante variable (part fixe de 600 euros par véhicule vendu en moyenne par an et part variable fonction de la situation de chacun) les a inévitablement tous démobilisés car ils espéraient pouvoir partir avec une indemnisation jugée suffisante ; que dès lors, plus rien ne les incitait à investir dans les modèles 2015 (MY15) que Chevrolet France leur reproche de ne pas avoir acquis ; que le succès de la proposition de sortie anticipée, en définitive acceptée par 80 % des

Distributeurs à fin juin 2014, a largement contribué au démantèlement du réseau Chevrolet en France et à la disparition plus rapide qu'anticipée de la marque dans l'esprit des possibles acheteurs.

Les exemples du Distributeur de Guyane et de celui de la Martinique, qui poursuivent encore aujourd'hui leur exploitation, abondamment cités par Chevrolet France comme preuve que cela était possible, bien que les marchés soient à l'évidence non comparables, confortent l'idée que l'existence d'un réseau actif, maintenu dans ces départements puisqu'animé par chacun de ces deux distributeurs, est un élément essentiel de l'attractivité de la marque.

Même si la preuve n'a pas été rapportée par la partie demanderesse que Chevrolet France savait dès l'origine que le préavis annoncé de deux ans n'était qu'un leurre et qu'elle ne le respecterait pas au-delà du temps de liquidation des stocks, il apparaît que, en fait, le déroulé des opérations a créé un grave déséquilibre contractuel au détriment des Distributeurs, tel que la poursuite des Contrats leur est devenue impossible dans des conditions économiquement acceptables ; qu'il est constant que Chevrolet France est à l'origine de ce déséquilibre et que le retrait de la marque Chevrolet ne constitue pas pour elle un cas de force majeure.

En effet, alors que pour Chevrolet France, qui a revendiqué son droit à adapter ses coûts et services à la décroissance de la demande, poursuivre ses obligations contractuelles l'obligeait selon elle seulement désormais à fournir quelques services essentiels et à transmettre à l'usine de Corée les commandes payées par ses Distributeurs, pour ces derniers, cette poursuite aurait, selon Chevrolet France qui leur reproche de ne pas l'avoir fait, nécessité qu'ils engagent des actions pour soutenir la demande ; que malgré la désaffectation des acheteurs, ils investissent dans l'achat de véhicules modèle 2015 pour les exposer et reconstituer un stock propre ; qu'elle n'a d'ailleurs pas hésité à invoquer de tels prétendus manquements pour justifier la résiliation à leurs torts et griefs, notifiée le 16 octobre 2014 ; que ce nouveau partage des obligations réciproques tel que revendiqué par Chevrolet France, qui reporterait sur les seuls Distributeurs tous les risques de la poursuite de l'exploitation des concessions dans le nouveau contexte créé par Chevrolet France, constitue une modification de l'équilibre contractuel inacceptable, rendant impossible la poursuite des relations contractuelles.

Il s'en déduit que Chevrolet France n'était pas fondée à prononcer la résiliation du Contrat au 31 octobre 2014 aux torts et griefs de la partie demanderesse pour la seule activité vente de véhicules neufs ; qu'en revanche, Chevrolet France a justement pu mettre fin à cette date au Contrat, tirant ainsi les conséquences de la cessation de fait de l'activité ventes de VN intervenue antérieurement ; que la date de cessation totale ou quasi-totale de cette activité retenue pour la détermination des préjudices,

est fixée au 31 mars 2014, comme demandé par les concessionnaires dès une lettre du 31 mars 2014 (pour la plupart) non sérieusement contredits sur ce point :

- le tribunal constatera la cessation de fait de l'exercice de l'activité vente de véhicules neufs Chevrolet au 31 mars 2014,

- le tribunal prendra acte que le Contrat a été résilié au 31 octobre 2014, même si la société Chevrolet France n'est pas fondée à la prononcer aux torts et griefs de la partie demanderesse.

Concernant les manquements et les responsabilités encourues, il est constant que les stipulations relatives à la fin du Contrat ni aucune autre ne traite des conséquences d'un retrait de la marque ou de l'impossibilité de poursuivre l'exploitation dans des conditions acceptables pendant toute la durée du préavis ; mais selon l'article 1135 du code civil, "Les conventions obligent non seulement à ce qui y est exprimé, mais encore à toutes les suites que l'équité, l'usage ou la loi donnent à l'obligation d'après sa nature" et que, de l'exigence de bonne foi prévue par l'article 1134 du code civil se déduit un devoir de loyauté dans l'exécution des conventions.

Selon l'équilibre initial voulu par les parties, les Distributeurs devaient déployer leurs forces commerciales et leurs investissements pour développer les ventes de véhicules Chevrolet, marque qui représentait alors 1 % du marché français, tandis que Chevrolet France devait animer le réseau des Distributeurs et mettre à leur disposition les moyens utiles au développement de ces ventes.

Selon le principe de loyauté dans les conditions d'exécution, la société Chevrolet France avait, après l'annonce du retrait de la marque, l'obligation de compenser l'essentiel des effets de cette Décision sur l'exploitation de ses contractants dans des conditions qu'il lui appartenait d'imaginer et de mettre en oeuvre ; bien loin d'avoir tenté de le faire, cette société a, comme il a été vu ci-avant, revendiqué son droit de ne maintenir que les seules prestations essentielles, le cas échéant dégradées, à savoir la livraison, à partir de l'usine de Corée, des véhicules commandés et un budget de communication réduit ; elle ne paraît pas avoir envisagé qu'elle pouvait, suite au bouleversement dans les conditions d'exploitation, être tenue au-delà de ce qui était exprimé dans le Contrat et de mettre en oeuvre des remèdes permettant de rétablir au moins en partie l'équilibre initial du Contrat et de permettre à son contractant de bénéficier du préavis qui lui était dû, du fait de la volonté commune initiale des parties.

Au contraire, elle s'est efforcée de maintenir ses contractants dans l'alternative suivante : ou tenter de poursuivre l'exploitation dans les conditions nouvelles et dégradées pendant 24 mois, ou accepter la résiliation anticipée du contrat, mais à ses conditions financières.

Il n'est guère contestable que la solution de la résiliation anticipée du Contrat était un remède recevable et sans doute la moins mauvaise solution possible pour l'une et l'autre des parties, à condition que les indemnités versées couvrent le préjudice subi ; mais que cette constatation ne rend pas illégitime la prétention des parties demanderessees à considérer qu'elles étaient en droit de refuser le quantum des indemnités proposées, sans cependant avoir l'obligation de poursuivre l'exploitation pendant 24 mois dans des conditions dégradées ; que Chevrolet France est mal venue à prétendre que le nombre de signataires démontre que ses propositions d'indemnisation étaient correctes, tant les situations des sociétés et leurs contraintes étaient différentes, et que la confidentialité exigée par Chevrolet France ne permet pas au tribunal d'en faire sa propre appréciation ;

Il résulte de ces constatations que la société Chevrolet France, en n'agissant pas de façon à permettre l'exécution du préavis dû ou à défaut, en compensant la perte en résultat, dans des conditions acceptables, a manqué à son obligation d'exécution de bonne foi et loyale du Contrat ;

le tribunal dira que la société Chevrolet France a manqué à son obligation d'exécution de bonne foi et loyale du Contrat et est tenue de réparer le préjudice en lien avec sa faute »,

1) - ALORS QUE si la résiliation d'un contrat de distribution avec un préavis suppose le maintien de la relation contractuelle jusqu'à son terme aux conditions antérieures, ce principe doit prendre en compte les circonstances particulières tenant notamment à la situation du marché en cause et à la décision de l'importateur de s'en retirer, si bien qu'en retenant, pour condamner l'importateur à indemniser le distributeur, qu'il était tenu de poursuivre l'exécution des contrats pendant le préavis dans les termes de ceux-ci, sans prendre en compte la décision révélant une conjoncture économique défavorable, prise par la société General Motors Korea et dont elle a constaté l'existence, d'arrêter les importations et les ventes de véhicules neufs de la marque Chevrolet sur le territoire d'Europe centrale et occidentale en raison des pertes financières accumulées sur ces secteurs, cette décision constituant une circonstance particulière justifiant une adaptation des modalités d'exécution du préavis pour tenir compte de l'intérêt tant des distributeurs que de l'importateur Chevrolet, la cour d'appel a violé les articles 1134 et 1147 du code civil dans leur version antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

2) - ALORS, subsidiairement, QU'est constitutif de force majeure l'événement présentant un caractère imprévisible lors de la conclusion du contrat et irrésistible dans son exécution ; que revêt les caractères de la force majeure justifiant à ce titre une exonération de responsabilité de l'importateur, la décision prise par une société mère et s'imposant à ses filiales de se retirer d'un marché considéré dès lors que l'importateur ne pouvait connaître une telle décision lors de la signature du contrat de

distributeur et que cette décision a pour effet inévitable de provoquer son retrait du marché de sorte qu'en jugeant néanmoins qu'au vu de la décision de la société General Motors Korea de retirer la marque Chevrolet du marché d'Europe centrale et occidentale, la fin du réseau ne constituait pas un cas de force majeure pour la société Chevrolet Deutschland aux droits de la société Chevrolet France, la cour d'appel a violé les articles 1147 et 1148 du code civil dans leur version antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

3) - ALORS QUE le contrat de distribution est un contrat d'intérêt commun impliquant une coopération étroite entre les parties en vue de la bonne exécution du contrat jusqu'à son terme et à ce titre, impose au distributeur de faire preuve d'adaptation dans une conjoncture économique difficile, de sorte qu'en imputant exclusivement à l'importateur la responsabilité dans l'inexécution du préavis contractuel après avoir pourtant constaté que la société Espace Pirola avait cessé de passer des commandes auprès de la société Chevrolet, la cour d'appel, qui n'a pas tiré les conséquences légales de ses propres constatations, a violé les articles 1134 et 1147 du code civil dans leur version antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

4) - ALORS QU'en vertu des principes gouvernant la charge de la preuve, il appartenait aux distributeurs d'établir que la baisse de leurs ventes était due à la réduction du stock de véhicules disponibles si bien qu'en indemnisant le distributeur au titre du préjudice résultant de la chute des ventes de véhicules à partir d'une présomption de lien de causalité entre l'amenuisement du stock de véhicules Chevrolet et la chute des ventes dénoncée par le distributeur, la cour d'appel, qui a inversé la charge de la preuve, a violé l'article 1315, alinéa 1er du code civil devenu l'article 1353, alinéa 1er.

Moyen produit **au pourvoi incident n° X 18-13.409** par la SCP Spinosi et Sureau, avocat aux Conseils, pour la société Espace Pirola

Il est reproché à l'arrêt attaqué d'avoir condamné la société CHEVROLET DEUTSCHLAND (venant aux droits de la société CHEVROLET FRANCE) à payer à la société ESPACE PIROLA la somme de 514.049 euros en réparation de son préjudice et d'avoir débouté la société ESPACE PIROLA du surplus de ses demandes ;

Aux motifs que « Sur le préjudice résultant de la perte d'activité subie pendant le préavis

La société Espace Pirola demande que soient indemnisés les gains qu'elle a manqués sur la période d'inexécution du préavis, soit du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015.

Son préjudice est constitué de la marge sur coûts variables qu'elle aurait dû dégager du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 en maintenant un niveau d'exploitation équivalent à celui des exercices 2012 et 2013, aucun élément ne permettant à l'époque de prévoir une baisse d'activité.

Il résulte de l'évaluation effectuée par le cabinet KPMG (pièce 19), versée aux débats par la société Espace Pirola, que la marge brute moyenne mensuelle dégagée sur la vente de véhicules neufs s'élevait à 18 392 € et celle sur les véhicules d'occasion repris à l'occasion des ventes de véhicules neufs Chevrolet à 11 847 €. Il n'y a, en revanche, pas lieu de retenir les postes relatifs aux pièces de rechange et à l'après-vente, le lien avec les ventes perdues n'étant pas établi. La marge perdue sur 21 mois s'élève donc à 635 019 euros.

Il convient ensuite de déduire de cette marge les charges économisées en raison du défaut d'exécution du contrat, à savoir la somme de 120 970 € (93 % de 130 076 €), au prorata du pourcentage représenté par la vente de véhicules neufs et de véhicules d'occasion dans l'activité totale.

Enfin, la marge dégagée par la société Espace Pirola du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 a été nulle sur les ventes de véhicules neufs et de véhicules d'occasion.

Il y a donc lieu d'évaluer les gains manqués par la société Espace Pirola du 1^{er} avril 2014 au 31 décembre 2015 la somme de 514 049 € (635 019 € - 120 970€).

Sur la perte de marge sur l'entretien du parc constitué des véhicules qui n'ont pu être vendus entre le 1er avril 2014 et le 31 décembre 2015 La société Espace Pirola sollicite en outre l'indemnisation de son préjudice consécutif à la perte de marge sur l'entretien du parc constitué des véhicules

qui n'ont pu être vendus entre le 1^{er} avril 2014 et le 31 décembre 2015. Elle expose en effet que la vente de véhicules neufs génère pendant cinq ans un volume de ventes de pièces détachées ainsi que des services de réparation, qu'elle évalue à un montant global de 109 360 euros.

Mais si la perte de l'activité de véhicules neufs génère nécessairement une perte sur l'activité d'après-vente, la société Mermoz ne démontre pas qu'elle aurait été encore nécessairement un réparateur agréé Chevrolet de 2016 à 2021. En outre, elle ne justifie par aucune étude la proportion de réparations induite par la vente de véhicules dans les cinq ans qui suivent. Faute de lien entre le préjudice allégué et la perte de l'activité de véhicules neufs, ce poste de préjudice ne sera donc pas indemnisé » ;

1°) Alors que, d'une part, en application du principe de réparation intégrale, la victime doit être replacée dans la situation dans laquelle elle se serait trouvée si le fait dommageable ne s'était pas produit ; qu'en l'espèce, en refusant d'indemniser la perte de marge de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, lorsqu'elle constatait que la perte de l'activité de véhicules neufs générerait nécessairement une perte sur l'activité d'après-vente, la cour d'appel n'a pas tiré les conséquences légales de ses constatations en violation du principe de la réparation intégrale du préjudice, ensemble l'article 1147 du code civil, dans sa rédaction antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

2°) Alors que, d'autre part, le juge ne peut refuser de statuer en se fondant sur l'insuffisance des preuves qui lui sont fournies par les parties ; qu'en rejetant la demande d'indemnisation de la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, faute pour la société ESPACE PIROLA de justifier la proportion de réparations induite par la vente de véhicules, la cour d'appel, qui a refusé d'évaluer le montant d'un dommage dont elle constatait l'existence en son principe, a violé l'article 4 du code civil ;

3°) Alors que, de troisième part, et en tout état de cause, en se fondant, pour refuser d'indemniser la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, sur le fait que la société ESPACE PIROLA ne démontrait pas qu'elle aurait été encore nécessairement un réparateur agréé après le 31 décembre 2015, lorsqu'elle constatait par ailleurs que, par un courrier du 11 décembre 2013, la société CHEVROLET FRANCE avait proposé aux concessionnaires de conclure un contrat de réparateur agréé pour la période postérieure au 31 décembre 2015, la cour d'appel n'a pas tiré les conséquences légales de ses constatations en violation du principe de la réparation intégrale du préjudice, ensemble l'article 1147 du code civil, dans sa rédaction antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

4°) Alors que, de quatrième part, en se bornant à affirmer, pour refuser d'indemniser la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, que la société ESPACE PIROLA ne démontrait pas qu'elle aurait été encore nécessairement un réparateur agréé Chevrolet après le 31 décembre 2015, sans rechercher si cette dernière l'était encore à la date à laquelle elle statuait, de sorte qu'elle aurait constaté que tel était le cas, la cour d'appel a entaché sa décision d'un défaut de base légale au regard de l'article 1147 du code civil, dans sa rédaction antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

5°) Alors que, de cinquième part, en refusant d'indemniser la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, sans jamais examiner, ne serait-ce que sommairement, les pièces produites par la société ESPACE PIROLA au soutien de ses prétentions, et notamment les statistiques relatives aux marges par activité, ainsi que le dossier prévisionnel, tous deux établis par la société CHEVROLET FRANCE et desquels il résultait que les marges des activités « ateliers mécanique » et « pièce de rechange » étaient calculées pour une durée de cinq ans minimum après la vente des véhicules neufs, la cour d'appel a violé l'article 455 du code de procédure civile.

Le moyen reproche à l'arrêt attaqué confirmatif d'avoir dit que la société Chevrolet France avait manqué à son obligation d'exécution de bonne foi et loyale du contrat et était tenue de réparer le préjudice en lien avec sa faute et de l'avoir en conséquence condamnée à payer à la société Garage Labie la somme de 262.065 € en réparation de son préjudice,

AUX MOTIFS PROPRES QUE « La société Chevrolet France a décidé de recourir à la procédure de résiliation du contrat de Distributeur Chevrolet, prévue à l'article 21.3 de celui-ci. Cet article stipule que "la résiliation prendra effet à la date indiquée sur la notification, cette date ne pouvant intervenir moins de 24 mois après la réception de la notification".

La notification faite par la société Chevrolet France à son réseau le 11 décembre 2013, à effet au 31 décembre 2015, respecte la lettre de cet article.

Mais la société Garage Labie expose que la société Chevrolet France n'a pas exécuté loyalement et de bonne foi ce préavis de 24 mois, contrairement aux prescriptions de l'alinéa 3 de l'article 1134 du code civil. Elle soutient en effet que la société Chevrolet France n'a jamais eu l'intention d'exécuter ce préavis, mais de liquider le réseau au plus tard fin juin 2014, en contraignant les concessionnaires à transiger, après avoir asséché le réseau et arrêté d'exécuter ses obligations contractuelles.

Il lui appartient donc de rapporter la preuve de l'inexécution fautive du préavis ou du comportement déloyal du concédant.

Elle prétend à cet égard, d'une part, que la société Chevrolet France a privé ses concessionnaires de la faculté de vendre des véhicules dans des conditions économiques acceptables, en adoptant une politique de gestion des stocks qui a asséché le réseau en véhicules neufs disponibles et, d'autre part, qu'elle a manqué à ses autres obligations contractuelles essentielles, de sorte que le préavis n'a pas été exécuté dans des conditions normales.

La société Chevrolet France, appelante, réfute tous ces arguments.

Il convient tout d'abord de rappeler qu'un fournisseur peut légitimement arrêter une activité, sous réserve de respecter le préavis contractuel et de l'exécuter loyalement. La seule obligation qui pesait sur la société Chevrolet France était donc de poursuivre l'exécution des contrats pendant le préavis dans les termes de ceux-ci.

[...]

Sur la gestion des stocks par la société Chevrolet France

[...]

Il résulte de l'instruction du dossier que les stocks du réseau Chevrolet étaient composés de véhicules déjà en stock chez les concessionnaires, au nombre nécessairement limité, et de ceux placés dans les entrepôts de la société Chevrolet France situés à Barcelone, livrables dans les trois semaines.

Les concessionnaires commandaient aussi des véhicules directement à l'usine Chevrolet de Corée, quand les modèles demandés n'étaient pas disponibles, et par l'intermédiaire de Chevrolet France. La société Garage Labie démontre que sur 21.518 véhicules de la marque Chevrolet distribués en France en 2013, 61,67 % provenaient du stock de Chevrolet France.

Le rôle de l'importateur de véhicules consiste à alimenter son réseau de distributeurs en détenant un certain nombre de véhicules en stock, rapidement disponibles, afin de permettre aux distributeurs du réseau de satisfaire la demande, ceux-ci ne pouvant eux-mêmes qu'entreposer un nombre de véhicules limité et les commandes passées à l'usine de fabrication étant couramment livrables dans des délais de quatre à cinq mois.

Or, les documents versés aux débats par la société Garage Labie permettent de faire les constatations suivantes :

- en 2013, la société Chevrolet France avait un stock moyen à Barcelone d'environ 3 000 véhicules,
- l'état des stocks du 27 novembre 2013 établit la présence, à Barcelone, de 480 véhicules livrables à trois semaines, et de 1121 véhicules disponibles (dates estimées d'arrivée) entre le 15 décembre et la deuxième quinzaine de février 2014 (véhicules non encore arrivés à Barcelone, mais d'ores et déjà commandés par Chevrolet France, dont 900 attendus en février 2014),
- l'état des stocks du 15 janvier 2014 n'a plus qu'une colonne, celle des véhicules libres sous trois semaines, ce qui démontre que Chevrolet France ne faisait plus de commandes en Corée pour alimenter son réseau. Figure dans ce document la mention selon laquelle les prochaines disponibilités interviendront fin mai ou fin juin 2014, ce qui signifie qu'une commande passée aux alentours du 15 janvier ne pouvait être satisfaite que par des demandes à l'usine de Corée et que fin mai ou fin juin,
- les véhicules livrables sous trois semaines, au nombre de 259 en janvier 2014, ne sont plus que 0 le 29 janvier 2014, 2 le 5 février 2014, 1 le 12 mars, 5 le 2 avril et 6 le 6 mai. Ils sont ensuite de 31 le 4 juin, 61 le 3 juillet (outre 15 pour la deuxième quinzaine de juillet), 85 le 6 août et 85 le 3 septembre.

La société Chevrolet France, qui ne nie pas ces constatations, prétend que les concessionnaires, dont la société Garage Labie, ne lui avaient fait aucune commande, malgré ses multiples relances, ce qui démontrerait leur propre inexécution du contrat de concession.

Mais ce simple constat d'absence de commandes ne peut permettre d'exonérer la société Chevrolet France de sa propre responsabilité dans l'exécution du contrat en tant qu'importateur, selon laquelle elle devait être en mesure d'approvisionner son réseau de distributeurs en véhicules neufs.

Enfin, loin d'être la cause de la rupture du stock, l'abstention des concessionnaires en est la conséquence.

Sur la décision de report

En premier lieu, la décision de report des commandes clients en cours, non encore produites au 5 décembre 2013, prise unilatéralement par Chevrolet France, et justifiée par le plan de déstockage, même si elle n'est pas fautive en soi, a cassé la dynamique des commandes.

En deuxième lieu, les commandes nouvelles des distributeurs étaient clairement découragées dans le courrier de Chevrolet France du 17 décembre 2013, annonçant le plan de déstockage. Les concessionnaires étaient en effet invités à inciter leurs clients à prendre livraison d'un véhicule en stock distributeur ou Chevrolet France, au lieu du véhicule antérieurement commandé. Les concessionnaires étaient donc invités à annuler les commandes acceptées et à les remplacer par des véhicules en stock. Ils n'avaient aucune raison, en décembre 2013, de maintenir des commandes qui n'auraient pas bénéficié à leurs clients, car elles n'ouvraient pas droit aux conditions très favorables du plan de déstockage. Enfin, la société Chevrolet rappelait que toute nouvelle commande serait livrée dans un délai d'environ 3 à 4 mois, délai long au regard de l'incertitude, à ce moment, sur la situation du réseau.

L'attestation du 22 mai 2014 de Monsieur Durand, président de Chevrolet France, selon laquelle sur les 2037 commandes passées par le réseau de concessionnaires à la date du 5 décembre 2013, 1660 avaient fait l'objet d'une annulation par le réseau, révèle les annulations massives résultant de cette campagne.

La société Chevrolet a ensuite aggravé la situation de pénurie du réseau, par la vente des 900 véhicules attendus en février 2014 (figurant sur l'état du stock du 27 novembre 2013) et par la vente de 700 véhicules neufs disponibles au réseau belge intervenue dès le 15 janvier 2014.

La société Garage Labie reproche à juste titre à la société Chevrolet de ne pas avoir reconstitué elle-même son stock, de sorte que, dès février 2014,

ainsi qu'il ressort des états des stocks, aucun véhicule n'était plus disponible dans un délai de trois semaines. Si les concessionnaires pouvaient évidemment commander des véhicules à l'usine de Corée, les délais de livraison, prolongés de cinq à six mois, étaient beaucoup trop longs au regard des incertitudes sur l'attitude de la société Chevrolet France, dont attestent les courriers des distributeurs concernés et celui de la société Garage Labie, du 31 mars 2014 (pièce 9). Dans ces courriers, en effet, la fin de l'approvisionnement direct en véhicules neufs et l'arrêt d'un certain nombre de prestations contractuelles par Chevrolet France sont perçus comme un abandon de la marque.

Surtout, les risques commerciaux afférents à la poursuite de l'activité durant le préavis devaient être répartis entre le concédant et le concessionnaire, la société Chevrolet France se devant d'importer des véhicules, disponibles à bref délai, pour amorcer puis entretenir la dynamique des commandes. Or, l'état nul des stocks jusqu'en juin 2014 faisait peser la poursuite de l'activité sur les seuls distributeurs, en les contraignant à commander des véhicules sous un délai de six mois, dans des conditions commerciales et publicitaires dégradées, comme il sera vu plus bas. Enfin, si la proposition d'un plan de sortie anticipée du réseau faite aux distributeurs ne peut être reprochée à la société Chevrolet, la cour ne disposant pas des éléments établissant que les conditions proposées étaient manifestement abusives, ainsi que le prétend la société Garage Labie, les discussions sur la part personnelle d'indemnisation de chaque concessionnaire, relative aux investissements dédiés à la marque, non amortis et non reconvertibles, étaient en cours et insuffisamment avancées en décembre 2013 - janvier 2014 pour que les concessionnaires insatisfaits de la proposition qui leur était faite, se lancent dans les commandes de véhicules neufs pour alimenter eux-mêmes le réseau.

Si la société Chevrolet prétend qu'elle disposait du 9 juillet au 9 août 2014, d'un stock de 85 véhicules à Barcelone et que ces véhicules ne trouvaient pas preneurs, elle ne justifie pas que ces modèles n'étaient pas les véhicules des concessionnaires ayant quitté prématurément le réseau et, en toute hypothèse, la dynamique d'achat des véhicules était éteinte à ce stade avancé.

Il résulte de ce qui précède qu'il appartenait à la société Chevrolet France de remplir son obligation de maintenir un stock de véhicules neufs à Barcelone, pour permettre à ses distributeurs d'exécuter le préavis dans des conditions normales, encourager les concessionnaires à commander et ne pas les laisser supporter l'intégralité des risques provoqués par la fin de l'activité annoncée et par la sortie prématurée de la majorité des concessionnaires.

Fautive dans l'exécution d'une obligation essentielle, la société Chevrolet ne peut s'exonérer en soutenant que la société Garage Labie avait été avertie

dès le mois de décembre 2013 de la nécessité de passer des commandes pour respecter le contrat.

Sur l'exécution de ses autres obligations essentielles par la société Chevrolet France

[...]

Il y a lieu de noter que, suite au déstockage massif, la poursuite de l'activité des concessionnaires restant dans le réseau, à compter de fin février 2014, ne pouvait reposer que sur une disponibilité rapide des véhicules, qui n'était pas assurée, et sur un effort marketing et commercial au moins équivalent à celui de l'année 2013.

Or, il résulte de l'ensemble des pièces versées aux débats par la société Garage Labie que cet effort a été bien moindre. En effet, si l'absence de participation de la société Chevrolet France au mondial de l'automobile 2014, le rattachement du service de presse à la direction du marketing en mai 2014 et la réduction des effectifs de la société Chevrolet France peuvent à la rigueur être justifiés par la nécessité d'adapter son dimensionnement à l'activité restante du réseau, il convient de souligner que les aides commerciales sur les véhicules neufs ont diminué substantiellement en 2014, par rapport à 2013. Si la société Chevrolet prétend qu'au terme de la circulaire "plan commercial" du 14 février 2014, une prime de volume payée sur facture c'est-à-dire sans qu'il soit exigé la réalisation d'un volume pouvait être versée aux concessionnaires, pour toutes les voitures produites après le 1er janvier 2014, il n'en demeure pas moins que la société Garage Labie justifie par un tableau comparatif des supports commerciaux 2013/2014 (PC 39 de la société Garage Labie), non sérieusement contesté par l'appelante, que les aides ont considérablement décru par rapport à 2013. C'est ainsi que les aides commerciales ont diminué de 35 % sur le modèle Spark, de 45 % sur le modèle Aveo, de 19 % sur le modèle Trax, de 34 % sur le modèle Cruze, de 8 % sur les modèles Malibu et Orlando et de 26 % sur le modèle Captiva (PC n° 40). Il en est résulté une baisse des marges par modèle, en dehors de la période de déstockage, les concessionnaires restant dans le réseau ayant vu leur marge réduite en moyenne de 30 % par rapport à celle réalisée en 2013.

Par ailleurs, si la société Chevrolet France justifie avoir mis en place un plan unique pour toutes les catégories de véhicules (VN, de démonstration, de courtoisie), elle ne démontre pas qu'il était aussi attractif que les conditions antérieures.

Il convient de souligner que si la société Chevrolet France a mené une campagne publicitaire très visible au cours du premier trimestre 2014, pour assurer le succès de l'opération de déstockage, elle se devait, après cette opération, de maintenir ses campagnes à hauteur de celles de 2013. Or, la

publicité a considérablement baissé, à compter du deuxième trimestre 2014, les spots TV passant de 13 550 au deuxième trimestre 2013 à 2 300 au deuxième trimestre 2014. Surtout, à compter du deuxième semestre, la société Chevrolet France a mis fin à ses campagnes nationales TV et web, se focalisant sur une communication purement locale. Anticipé par l'importateur dès le courrier du 17 décembre 2013, ce changement d'envergure des campagnes de publicité ne peut être imputé à l'arrêt anticipé de l'activité de 75 % des distributeurs, qui n'est intervenue que bien après. La société Chevrolet France ne saurait se retrancher derrière l'abstention des distributeurs qui, sollicités par elle, auraient dû lui retourner leur plan de communication, afin qu'elle puisse leur payer les aides, alors que l'initiative lui appartenait d'assurer une publicité d'un rang au moins identique à celui de 2013, compte tenu de la situation critique du réseau.

La société Garage Labie démontre donc que la société Chevrolet France n'a pas exécuté ses obligations essentielles durant le préavis.

Il y a donc lieu d'approuver les premiers juges, en ce qu'ils ont estimé que la société Chevrolet France, à l'origine d'un grave déséquilibre contractuel au détriment des distributeurs, et la fin du réseau ne constituant pas pour elle un cas de force majeure, n'a pas exécuté ses obligations contractuelles durant le préavis, rendant impossible la poursuite du contrat.

Il convient également de dire que la société Chevrolet France n'était pas fondée à résilier par courrier du 16 octobre 2014 à effet du 31 octobre 2014 le contrat de l'intimée pour faute.

[...]

Sur le préjudice résultant de la perte d'activité subie pendant le préavis

La société Garage Labie demande que soient indemnisés les gains qu'elle a manqués sur la période d'inexécution du préavis, soit du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015.

Son préjudice est constitué de la marge sur coûts variables qu'elle aurait dû dégager du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 en maintenant un niveau d'exploitation équivalent à celui des exercices 2012 et 2013, aucun élément ne permettant à l'époque de prévoir une baisse d'activité.

Il résulte de l'évaluation effectuée par le cabinet Stéphane Albouy (pièce 20), expert-comptable, versée aux débats par la société Garage Labie, que la marge brute moyenne mensuelle dégagée sur la vente de véhicules neufs s'élevait à 15 417 € et celle sur les véhicules d'occasion repris à l'occasion des ventes de véhicules neufs Chevrolet à 3 978 €. Il n'y a, en revanche, pas lieu de retenir les postes relatifs aux pièces de rechange et à l'après-vente,

le lien avec les ventes perdues n'étant pas établi. La marge perdue sur 21 mois s'élève donc à 407 295 euros.

Il convient de déduire de cette marge les charges économisées en raison du défaut d'exécution du contrat, à savoir la somme de 119 647 € (88,7 % de 134 890 €), au prorata du pourcentage représenté par la vente de VN et de VO dans l'activité totale.

Enfin, la marge dégagée par la société Garage Labie du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 sur les activités de vente de VN et de VO s'est élevée à 25 583 euros (2 925 + 22 658).

Il y a donc lieu d'évaluer les gains manqués de la société Garage Labie du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 à la somme de 262 065 € (407 295 € - (119 647 € + 25 583 €) »,

ET AUX MOTIFS RÉPUTÉS ADOPTÉS QUE

« la partie demanderesse était liée à Chevrolet France par un "Contrat de Distributeur portant sur les services et les ventes", ci-après le Contrat de Distributeur ou le Contrat, conclu à effet au 1er juin 2013, à durée indéterminée et résiliable à tout moment moyennant un préavis de 24 mois ; qu'à la suite de l'annonce faite de Detroit par General Motors le 5 décembre 2013, ci-après la Décision, du retrait de la marque Chevrolet de l'Europe occidentale et centrale, la société Chevrolet France en a notifié la résiliation à effet au 31 décembre 2015 pour la seule activité de vente de véhicules neufs (VN).

[...]

La société Chevrolet France fait valoir qu'elle était en droit (1) de prendre la Décision, au demeurant simplement répercutée par elle en sa qualité d'importateur en France, de cesser la distribution des véhicules neufs Chevrolet au 31 décembre 2015 et (2) de l'annoncer aussitôt et publiquement ; qu'elle est effectivement fondée à soutenir, d'une part, que cette décision de retrait de la marque Chevrolet à terme, qui relève du légitime pouvoir d'agent économique du groupe General Motors, n'était en tant que telle pas fautive et, d'autre part, que les conditions dans lesquelles cette Décision a été communiquée, aussitôt et au même moment à l'ensemble des parties prenantes, ainsi que l'imposent les règles régissant la communication financière et la diffusion de nouvelles susceptibles d'avoir une incidence sur la valorisation des entreprises, ne sont pas critiquables.

Mais que, s'il se déduit nécessairement de cette constatation qu'aucune mauvaise foi dans l'exécution du contrat ne peut être reprochée à Chevrolet France du simple fait de cette Décision ou des conditions de son annonce, il ne s'en déduit pas nécessairement son exonération de sa possible

responsabilité contractuelle, c'est-à-dire de son obligation de réparer, vis-à-vis de ses contractants concessionnaires, le préjudice causé par une éventuelle défaillance dans l'exécution de ses obligations contractuelles, notamment en cours de préavis, en conséquence de la Décision.

En effet, la partie demanderesse qui, comme les 130 autres Distributeurs de France, venait de signer un nouveau contrat de Distributeur à effet au 1^{er} juin 2013, pouvait légitimement escompter pouvoir bénéficier d'une période d'exploitation de sa concession d'au moins 24 mois dans des conditions sensiblement analogues.

En réalité, si l'exécution du préavis contractuel a bien été annoncée aux Distributeurs, les pièces discutées et les débats ont établi que l'annonce faite de ce retrait de la marque a eu un effet dévastateur sur la clientèle qui s'est rapidement détournée des véhicules de cette marque ; qu'ainsi, en décembre 2014, il n'a plus été vendu que 109 véhicules neufs VP Chevrolet en France, dont 12 à des particuliers, au lieu de 1.621 en décembre 2013 et que, sur l'année 2014, n'ont été vendus que 4.185 véhicules, dont les nombreux véhicules déstockés en janvier/février, en baisse de 80,5 % sur les chiffres de l'année précédente, la poursuite de l'exploitation s'avérant alors rapidement n'être plus viable.

C'est vainement que la société Chevrolet France tente aujourd'hui de minimiser cet impact, qu'elle en a elle-même pris rapidement toute la mesure en annonçant, dès le 17 décembre 2013, que "eu égard aux perspectives de volumes beaucoup plus basses pendant la deuxième moitié de l'année, nous ne planifions plus de campagne importante de publicité", en décidant immédiatement, d'une part, une grande opération de déstockage des véhicules neufs qui figuraient dans ses stocks avec d'importantes remises, d'une durée anticipée de six mois, mais qui a pris fin dès février 2014 et, d'autre part, en engageant immédiatement des discussions avec chacun des concessionnaires en vue de la signature d'un protocole de résiliation anticipée du Contrat à effet aussi rapide que possible, puisque les propositions d'indemnisation à ce titre devaient initialement être acceptées avant fin mars 2014, sauf à décroître.

Ces actions et singulièrement la proposition de négociation des conditions de sortie anticipée, critiquées par la partie demanderesse, ne peuvent par elles-mêmes être reprochées à la société Chevrolet France ; que, comme elle l'explique, elles s'inscrivent dans une logique de saine gestion de la décroissance ; que, notamment de son point de vue, il était normal de liquider son stock aussi rapidement que possible, de chercher à se réorganiser au mieux en adaptant ses coûts au niveau réduit de la demande et pour cela, de chercher à connaître au plus tôt le nombre de Distributeurs qui accepteraient la résiliation anticipée du Contrat.

Force est de constater que, ce faisant, la société Chevrolet France a agi exclusivement au mieux de ses intérêts, qu'elle ne s'est pas préoccupée des conséquences fâcheuses de cette situation pour chacun de ses contractants, nécessairement différentes selon la situation de chacun, aggravée notamment par la liquidation très rapide de son stock, bien avant le délai de six mois annoncé et par une cession partielle au réseau belge de 700 véhicules dès le 15 janvier 2014 (alors que la campagne de déstockage n'avait commencé que le 2 janvier).

L'ouverture des négociations avec les distributeurs, qui ont tous accepté d'entrer en négociation, dès fin décembre 2013, sur la base d'une indemnité d'un montant connu seulement fin mars en sa composante variable (part fixe de 600 euros par véhicule vendu en moyenne par an et part variable fonction de la situation de chacun) les a inévitablement tous démobilisés car ils espéraient pouvoir partir avec une indemnisation jugée suffisante ; que dès lors, plus rien ne les incitait à investir dans les modèles 2015 (MY15) que Chevrolet France leur reproche de ne pas avoir acquis ; que le succès de la proposition de sortie anticipée, en définitive acceptée par 80 % des Distributeurs à fin juin 2014, a largement contribué au démantèlement du réseau Chevrolet en France et à la disparition plus rapide qu'anticipée de la marque dans l'esprit des possibles acheteurs.

Les exemples du Distributeur de Guyane et de celui de la Martinique, qui poursuivent encore aujourd'hui leur exploitation, abondamment cités par Chevrolet France comme preuve que cela était possible, bien que les marchés soient à l'évidence non comparables, confortent l'idée que l'existence d'un réseau actif, maintenu dans ces départements puisqu'animé par chacun de ces deux distributeurs, est un élément essentiel de l'attractivité de la marque.

Même si la preuve n'a pas été rapportée par la partie demanderesse que Chevrolet France savait dès l'origine que le préavis annoncé de deux ans n'était qu'un leurre et qu'elle ne le respecterait pas au-delà du temps de liquidation des stocks, il apparaît que, en fait, le déroulé des opérations a créé un grave déséquilibre contractuel au détriment des Distributeurs, tel que la poursuite des Contrats leur est devenue impossible dans des conditions économiquement acceptables ; qu'il est constant que Chevrolet France est à l'origine de ce déséquilibre et que le retrait de la marque Chevrolet ne constitue pas pour elle un cas de force majeure.

En effet, alors que pour Chevrolet France, qui a revendiqué son droit à adapter ses coûts et services à la décroissance de la demande, poursuivre ses obligations contractuelles l'obligeait selon elle seulement désormais à fournir quelques services essentiels et à transmettre à l'usine de Corée les commandes payées par ses Distributeurs, pour ces derniers, cette poursuite aurait, selon Chevrolet France qui leur reproche de ne pas l'avoir fait, nécessité qu'ils engagent des actions pour soutenir la demande ; que malgré

la désaffectation des acheteurs, ils investissent dans l'achat de véhicules modèle 2015 pour les exposer et reconstituer un stock propre ; qu'elle n'a d'ailleurs pas hésité à invoquer de tels prétendus manquements pour justifier la résiliation à leurs torts et griefs, notifiée le 16 octobre 2014 ; que ce nouveau partage des obligations réciproques tel que revendiqué par Chevrolet France, qui reporterait sur les seuls Distributeurs tous les risques de la poursuite de l'exploitation des concessions dans le nouveau contexte créé par Chevrolet France, constitue une modification de l'équilibre contractuel inacceptable, rendant impossible la poursuite des relations contractuelles.

Il s'en déduit que Chevrolet France n'était pas fondée à prononcer la résiliation du Contrat au 31 octobre 2014 aux torts et griefs de la partie demanderesse pour la seule activité vente de véhicules neufs ; qu'en revanche, Chevrolet France a justement pu mettre fin à cette date au Contrat, tirant ainsi les conséquences de la cessation de fait de l'activité ventes de VN intervenue antérieurement ; que la date de cessation totale ou quasi-totale de cette activité retenue pour la détermination des préjudices, est fixée au 31 mars 2014, comme demandé par les concessionnaires dès une lettre du 31 mars 2014 (pour la plupart) non sérieusement contredits sur ce point :

- le tribunal constatera la cessation de fait de l'exercice de l'activité vente de véhicules neufs Chevrolet au 31 mars 2014,

- le tribunal prendra acte que le Contrat a été résilié au 31 octobre 2014, même si la société Chevrolet France n'est pas fondée à la prononcer aux torts et griefs de la partie demanderesse.

Concernant les manquements et les responsabilités encourues, il est constant que les stipulations relatives à la fin du Contrat ni aucune autre ne traite des conséquences d'un retrait de la marque ou de l'impossibilité de poursuivre l'exploitation dans des conditions acceptables pendant toute la durée du préavis ; mais selon l'article 1135 du code civil, "Les conventions obligent non seulement à ce qui y est exprimé, mais encore à toutes les suites que l'équité, l'usage ou la loi donnent à l'obligation d'après sa nature" et que, de l'exigence de bonne foi prévue par l'article 1134 du code civil se déduit un devoir de loyauté dans l'exécution des conventions.

Selon l'équilibre initial voulu par les parties, les Distributeurs devaient déployer leurs forces commerciales et leurs investissements pour développer les ventes de véhicules Chevrolet, marque qui représentait alors 1 % du marché français, tandis que Chevrolet France devait animer le réseau des Distributeurs et mettre à leur disposition les moyens utiles au développement de ces ventes.

Selon le principe de loyauté dans les conditions d'exécution, la société Chevrolet France avait, après l'annonce du retrait de la marque, l'obligation de compenser l'essentiel des effets de cette Décision sur l'exploitation de ses contractants dans des conditions qu'il lui appartenait d'imaginer et de mettre en oeuvre ; bien loin d'avoir tenté de le faire, cette société a, comme il a été vu ci-avant, revendiqué son droit de ne maintenir que les seules prestations essentielles, le cas échéant dégradées, à savoir la livraison, à partir de l'usine de Corée, des véhicules commandés et un budget de communication réduit ; elle ne paraît pas avoir envisagé qu'elle pouvait, suite au bouleversement dans les conditions d'exploitation, être tenue au-delà de ce qui était exprimé dans le Contrat et de mettre en oeuvre des remèdes permettant de rétablir au moins en partie l'équilibre initial du Contrat et de permettre à son contractant de bénéficier du préavis qui lui était dû, du fait de la volonté commune initiale des parties.

Au contraire, elle s'est efforcée de maintenir ses contractants dans l'alternative suivante : ou tenter de poursuivre l'exploitation dans les conditions nouvelles et dégradées pendant 24 mois, ou accepter la résiliation anticipée du contrat, mais à ses conditions financières.

Il n'est guère contestable que la solution de la résiliation anticipée du Contrat était un remède recevable et sans doute la moins mauvaise solution possible pour l'une et l'autre des parties, à condition que les indemnités versées couvrent le préjudice subi ; mais que cette constatation ne rend pas illégitime la prétention des parties demanderessees à considérer qu'elles étaient en droit de refuser le quantum des indemnités proposées, sans cependant avoir l'obligation de poursuivre l'exploitation pendant 24 mois dans des conditions dégradées ; que Chevrolet France est mal venue à prétendre que le nombre de signataires démontre que ses propositions d'indemnisation étaient correctes, tant les situations des sociétés et leurs contraintes étaient différentes, et que la confidentialité exigée par Chevrolet France ne permet pas au tribunal d'en faire sa propre appréciation ;

Il résulte de ces constatations que la société Chevrolet France, en n'agissant pas de façon à permettre l'exécution du préavis dû ou à défaut, en compensant la perte en résultat, dans des conditions acceptables, a manqué à son obligation d'exécution de bonne foi et loyale du Contrat ;

le tribunal dira que la société Chevrolet France a manqué à son obligation d'exécution de bonne foi et loyale du Contrat et est tenue de réparer le préjudice en lien avec sa faute »,

1) - ALORS QUE si la résiliation d'un contrat de distribution avec un préavis suppose le maintien de la relation contractuelle jusqu'à son terme aux conditions antérieures, ce principe doit prendre en compte les circonstances particulières tenant notamment à la situation du marché en cause et à la décision de l'importateur de s'en retirer, si bien qu'en retenant, pour

condamner l'importateur à indemniser le distributeur, qu'il était tenu de poursuivre l'exécution des contrats pendant le préavis dans les termes de ceux-ci, sans prendre en compte la décision révélant une conjoncture économique défavorable, prise par la société General Motors Korea et dont elle a constaté l'existence, d'arrêter les importations et les ventes de véhicules neufs de la marque Chevrolet sur le territoire d'Europe centrale et occidentale en raison des pertes financières accumulées sur ces secteurs, cette décision constituant une circonstance particulière justifiant une adaptation des modalités d'exécution du préavis pour tenir compte de l'intérêt tant des distributeurs que de l'importateur Chevrolet, la cour d'appel a violé les articles 1134 et 1147 du code civil dans leur version antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

2) - ALORS, subsidiairement, QU'est constitutif de force majeure l'événement présentant un caractère imprévisible lors de la conclusion du contrat et irrésistible dans son exécution ; que revêt les caractères de la force majeure justifiant à ce titre une exonération de responsabilité de l'importateur, la décision prise par une société mère et s'imposant à ses filiales de se retirer d'un marché considéré dès lors que l'importateur ne pouvait connaître une telle décision lors de la signature du contrat de distributeur et que cette décision a pour effet inévitable de provoquer son retrait du marché de sorte qu'en jugeant néanmoins qu'au vu de la décision de la société General Motors Korea de retirer la marque Chevrolet du marché d'Europe centrale et occidentale, la fin du réseau ne constituait pas un cas de force majeure pour la société Chevrolet Deutschland aux droits de la société Chevrolet France, la cour d'appel a violé les articles 1147 et 1148 du code civil dans leur version antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

3) - ALORS QUE le contrat de distribution est un contrat d'intérêt commun impliquant une coopération étroite entre les parties en vue de la bonne exécution du contrat jusqu'à son terme et à ce titre, impose au distributeur de faire preuve d'adaptation dans une conjoncture économique difficile, de sorte qu'en imputant exclusivement à l'importateur la responsabilité dans l'inexécution du préavis contractuel après avoir pourtant constaté que la société Garage Labie avait cessé de passer des commandes auprès de la société Chevrolet, la cour d'appel, qui n'a pas tiré les conséquences légales de ses propres constatations, a violé les articles 1134 et 1147 du code civil dans leur version antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

4) - ALORS QU'en vertu des principes gouvernant la charge de la preuve, il appartenait aux distributeurs d'établir que la baisse de leurs ventes était due à la réduction du stock de véhicules disponibles si bien qu'en indemnisant le distributeur au titre du préjudice résultant de la chute des ventes de véhicules à partir d'une présomption de lien de causalité entre l'amenuisement du stock de véhicules Chevrolet et la chute des ventes

dénoncée par le distributeur, la cour d'appel, qui a inversé la charge de la preuve, a violé l'article 1315, alinéa 1er du code civil devenu l'article 1353, alinéa 1er.

Moyen produit **au pourvoi incident n° Y 18-13.410** par la SCP Spinosi et Sureau, avocat aux Conseils, pour la société Garage Labie

Il est reproché à l'arrêt attaqué d'avoir condamné la société CHEVROLET DEUTSCHLAND venant aux droits de la société CHEVROLET FRANCE) à payer à la société GARAGE LABIE la somme de 262.065 euros en réparation de son préjudice et d'avoir débouté la société GARAGE LABIE du surplus de ses demandes ;

Aux motifs que « Sur le préjudice résultant de la perte d'activité subie pendant le préavis La société Garage Labie demande que soient indemnisés les gains qu'elle a manqués sur la période d'inexécution du préavis, soit du 1^{er} avril 2014 au 31 décembre 2015.

Son préjudice est constitué de la marge sur coûts variables qu'elle aurait dû dégager du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 en maintenant un niveau d'exploitation équivalent à celui des exercices 2012 et 2013, aucun élément ne permettant à l'époque de prévoir une baisse d'activité.

Il résulte de l'évaluation effectuée par le cabinet Stéphane Albouy (pièce 20), expert-comptable, versée aux débats par la société Garage Labie, que la marge brute moyenne mensuelle dégagée sur la vente de véhicules neufs s'élevait à 15 417 € et celle sur les véhicules d'occasion repris à l'occasion des ventes de véhicules neufs Chevrolet à 3 978 €. Il n'y a, en revanche, pas lieu de retenir les postes relatifs aux pièces de rechange et à l'après-vente, le lien avec les ventes perdues n'étant pas établi. La marge perdue sur 21 mois s'élève donc à 407 295 euros.

Il convient de déduire de cette marge les charges économisées en raison du défaut d'exécution du contrat, à savoir la somme de 119 647 € (88,7 % de 134 890 €), au prorata du pourcentage représenté par la vente de VN et de VO dans l'activité totale.

Enfin, la marge dégagée par la société Garage Labie du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 sur les activités de vente de VN et de VO s'est élevée à 25 583 euros (2 925 + 22 658).

Il y a donc lieu d'évaluer les gains manqués de la société Garage Labie du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 à la somme de 262 065 € (407 295 € - (119 647 € + 25 583 €)).

Sur la perte de marge sur l'entretien du parc constitué des véhicules qui n'ont pu être vendus entre le 1er avril 2014 et le 31 décembre 2015

La société Garage Labie sollicite en outre l'indemnisation de son préjudice consécutif à la perte de marge sur l'entretien du parc constitué des véhicules qui n'ont pu être vendus entre le 1er avril 2014 et le 31 décembre 2015. Elle expose en effet que la vente de véhicules neufs génère pendant cinq ans un volume de ventes de pièces détachées ainsi que des services de réparation, qu'elle évalue à un montant global de 135 817 euros.

Mais si la perte de l'activité de véhicules neufs génère nécessairement une perte sur l'activité d'après-vente, la société Garage Labie ne démontre pas qu'elle aurait été encore nécessairement un réparateur agréé Chevrolet de 2016 à 2021. En outre, elle ne justifie par aucune étude la proportion de réparations induite par la vente de véhicules dans les cinq ans qui suivent. Faute de lien entre le préjudice allégué et la perte de l'activité de véhicules neufs, ce poste de préjudice ne sera donc pas indemnisé » ;

1°) Alors que, d'une part, en application du principe de réparation intégrale, la victime doit être replacée dans la situation dans laquelle elle se serait

trouvée si le fait dommageable ne s'était pas produit ; qu'en l'espèce, en refusant d'indemniser la perte de marge de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, lorsqu'elle constatait que la perte de l'activité de véhicules neufs générerait nécessairement une perte sur l'activité d'après-vente, la cour d'appel n'a pas tiré les conséquences légales de ses constatations en violation du principe de la réparation intégrale du préjudice, ensemble l'article 1147 du code civil, dans sa rédaction antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

2°) Alors que, d'autre part, le juge ne peut refuser de statuer en se fondant sur l'insuffisance des preuves qui lui sont fournies par les parties ; qu'en rejetant la demande d'indemnisation de la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, faute pour la société GARAGE LABIE de justifier la proportion de réparations induite par la vente de véhicules, la cour d'appel, qui a refusé d'évaluer le montant d'un dommage dont elle constatait l'existence en son principe, a violé l'article 4 du code civil ;

3°) Alors que, de troisième part, et en tout état de cause, en se fondant, pour refuser d'indemniser la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, sur le fait que la société GARAGE LABIE ne démontrait pas qu'elle aurait été encore nécessairement un réparateur agréé après le 31 décembre 2015, lorsqu'elle constatait par ailleurs que, par un courrier du 11 décembre 2013, la société CHEVROLET FRANCE avait proposé aux concessionnaires de conclure un contrat de réparateur agréé pour la période postérieure au 31 décembre 2015, la cour d'appel n'a pas tiré les conséquences légales de ses constatations en violation du principe de la réparation intégrale du préjudice, ensemble l'article 1147 du code civil, dans sa rédaction antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

4°) Alors que, de quatrième part, en se bornant à affirmer, pour refuser d'indemniser la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, que la société GARAGE LABIE ne démontrait pas qu'elle aurait été encore nécessairement un réparateur agréé Chevrolet après le 31 décembre 2015, sans rechercher si cette dernière l'était encore à la date à laquelle elle statuait, de sorte qu'elle aurait constaté que tel était le cas, la cour d'appel a entaché sa décision d'un défaut de base légale au regard de l'article 1147 du code civil, dans sa rédaction antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

5°) Alors que, de cinquième part, en refusant d'indemniser la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, sans jamais examiner, ne serait-ce que sommairement, les pièces produites par la société GARAGE LABIE au soutien de ses prétentions, et notamment les statistiques relatives aux marges par activité,

ainsi que le dossier prévisionnel, tous deux établis par la société CHEVROLET FRANCE et desquels il résultait que les marges des activités « ateliers mécanique » et « pièce de rechange » étaient calculées pour une durée de cinq ans minimum après la vente des véhicules neufs, la cour d'appel a violé l'article 455 du code de procédure civile.

Moyen produit au pourvoi principal n° Z 18-13.411 par la SCP Bauer-Violas, Feschotte-Desbois et Sebagh, avocat aux Conseils, pour la société Chevrolet Deutschland Gmbh

Le moyen reproche à l'arrêt attaqué confirmatif d'avoir dit que la société Chevrolet France avait manqué à son obligation d'exécution de bonne foi et loyale du contrat et était tenue de réparer le préjudice en lien avec sa faute et de l'avoir en conséquence condamnée à payer à la société Diffusion Automobile Toulonnaise la somme de 394.080 € et à la société Automobile du Biterrois celle de 365.293 € en réparation de leur préjudice,

AUX MOTIFS PROPRES QUE

« La société Chevrolet France a décidé de recourir à la procédure de résiliation du contrat de Distributeur Chevrolet, prévue à l'article 21.3 de celui-ci. Cet article stipule que "la résiliation prendra effet à la date indiquée sur la notification, cette date ne pouvant intervenir moins de 24 mois après la réception de la notification".

La notification faite par la société Chevrolet France à son réseau le 11 décembre 2013, à effet au 31 décembre 2015, respecte la lettre de cet article.

Mais les sociétés DIAT et SAB exposent que la société Chevrolet France n'a pas exécuté loyalement et de bonne foi ce préavis de 24 mois, contrairement aux prescriptions de l'alinéa 3 de l'article 1134 du code civil. Elles soutiennent en effet que la société Chevrolet France n'a jamais eu l'intention d'exécuter ce préavis, mais de liquider le réseau au plus tard fin juin 2014, en contraignant les concessionnaires à transiger, après avoir asséché le réseau et arrêté d'exécuter ses obligations contractuelles.

Il leur appartient donc de rapporter la preuve de l'inexécution fautive du préavis ou du comportement déloyal du concédant.

Elles prétendent à cet égard, d'une part, que la société Chevrolet France a privé ses concessionnaires de la faculté de vendre des véhicules dans des conditions économiques acceptables, en adoptant une politique de gestion des stocks qui a asséché le réseau en véhicules neufs disponibles et, d'autre part, qu'elle a manqué à ses autres obligations contractuelles essentielles, de sorte que le préavis n'a pas été exécuté dans des conditions normales.

La société Chevrolet France, appelante, réfute tous ces arguments.

Il convient tout d'abord de rappeler qu'un fournisseur peut légitimement arrêter une activité, sous réserve de respecter le préavis contractuel et de l'exécuter loyalement. La seule obligation qui pesait sur la société Chevrolet

France était donc de poursuivre l'exécution des contrats pendant le préavis dans les termes de ceux-ci.

[...]

Sur la gestion des stocks par la société Chevrolet France

[...]

Il résulte de l'instruction du dossier que les stocks du réseau Chevrolet étaient composés de véhicules déjà en stock chez les concessionnaires, au nombre nécessairement limité, et de ceux placés dans les entrepôts de la société Chevrolet France situés à Barcelone, livrables dans les trois semaines.

Les concessionnaires commandaient aussi des véhicules directement à l'usine Chevrolet de Corée, quand les modèles demandés n'étaient pas disponibles, et par l'intermédiaire de Chevrolet France. Les sociétés DIAT et SAB démontrent que sur 21'518 véhicules de la marque Chevrolet distribués en France en 2013, 61,67 % provenaient du stock de Chevrolet France.

Le rôle de l'importateur de véhicules consiste à alimenter son réseau de distributeurs en détenant un certain nombre de véhicules en stock, rapidement disponibles, afin de permettre aux distributeurs du réseau de satisfaire la demande, ceux-ci ne pouvant eux-mêmes qu'entreposer un nombre de véhicules limité et les commandes passées à l'usine de fabrication étant couramment livrables dans des délais de quatre à cinq mois.

Or, les documents versés aux débats par les sociétés DIAT et SAB permettent de faire les constatations suivantes :

- en 2013, la société Chevrolet France avait un stock moyen à Barcelone d'environ 3 000 véhicules,

- l'état des stocks du 27 novembre 2013 établit la présence, à Barcelone, de 480 véhicules livrables à trois semaines, et de 1 121 véhicules disponibles (dates estimées d'arrivée) entre le 15 décembre et la deuxième quinzaine de février 2014 (véhicules non encore arrivés à Barcelone, mais d'ores et déjà commandés par Chevrolet France, dont 900 attendus en février 2014),

- l'état des stocks du 15 janvier 2014 n'a plus qu'une colonne, celle des véhicules libres sous trois semaines, ce qui démontre que Chevrolet France ne faisait plus de commandes en Corée pour alimenter son réseau. Figure dans ce document la mention selon laquelle les prochaines disponibilités interviendront fin mai ou fin juin 2014, ce qui signifie qu'une commande

passée aux alentours du 15 janvier ne pouvait être satisfaite que par des demandes à l'usine de Corée et que fin mai ou fin juin,

- les véhicules livrables sous trois semaines, au nombre de 259 en janvier 2014, ne sont plus que 0 le 29 janvier 2014, 2 le 5 février 2014, 1 le 12 mars, 5 le 2 avril et 6 le 6 mai. Ils sont ensuite de 31 le 4 juin, 61 le 3 juillet (outre 15 pour la deuxième quinzaine de juillet), 85 le 6 août et 85 le 3 septembre.

La société Chevrolet France, qui ne nie pas ces constatations, prétend que les concessionnaires ne lui avaient fait aucune commande, malgré ses multiples relances, ce qui démontrerait leur propre inexécution du contrat de concession.

Mais ce simple constat d'absence de commandes ne peut permettre d'exonérer la société Chevrolet France de sa propre responsabilité dans l'exécution du contrat en tant qu'importateur, selon laquelle elle devait être en mesure d'approvisionner son réseau de distributeurs en véhicules neufs.

Enfin, loin d'être la cause de la rupture du stock, l'abstention des concessionnaires en est la conséquence.

Sur la décision de report

En premier lieu, la décision de report des commandes clients en cours, non encore produites au 5 décembre 2013, prise unilatéralement par Chevrolet France, et justifiée par le plan de déstockage, même si elle n'est pas fautive en soi, a cassé la dynamique des commandes.

En deuxième lieu, les commandes nouvelles des distributeurs étaient clairement découragées dans le courrier de Chevrolet France du 17 décembre 2013, annonçant le plan de déstockage. Les concessionnaires étaient en effet invités à inciter leurs clients à prendre livraison d'un véhicule en stock distributeur ou Chevrolet France, au lieu du véhicule antérieurement commandé. Les concessionnaires étaient donc invités à annuler les commandes acceptées et à les remplacer par des véhicules en stock. Ils n'avaient aucune raison, en décembre 2013, de maintenir des commandes qui n'auraient pas bénéficié à leurs clients, car elles n'ouvraient pas droit aux conditions très favorables du plan de déstockage. Enfin, la société Chevrolet rappelait que toute nouvelle commande serait livrée dans un délai d'environ 3 à 4 mois, délai long au regard de l'incertitude, à ce moment, sur la situation du réseau.

L'attestation du 22 mai 2014 de Monsieur Durand, président de Chevrolet France, selon laquelle sur les 2037 commandes passées par le réseau de concessionnaires à la date du 5 décembre 2013, 1660 avaient fait l'objet

d'une annulation par le réseau, révèle les annulations massives résultant de cette campagne.

La société Chevrolet a ensuite aggravé la situation de pénurie du réseau, par la vente des 900 véhicules attendus en février 2014 (figurant sur l'état du stock du 27 novembre 2013) et par la vente de 700 véhicules neufs disponibles au réseau belge intervenue dès le 15 janvier 2014.

Les sociétés DIAT et SAB reprochent à juste titre à la société Chevrolet de ne pas avoir reconstitué elle-même son stock, de sorte que, dès février 2014, ainsi qu'il ressort des états des stocks, aucun véhicule n'était plus disponible dans un délai de trois semaines. Si les concessionnaires pouvaient évidemment commander des véhicules à l'usine de Corée, les délais de livraison, prolongés de cinq à six mois, étaient beaucoup trop longs au regard des incertitudes sur l'attitude de la société Chevrolet France, dont attestent les courriers des distributeurs concernés et celui de les sociétés DIAT et SAB, du 31 mars 2014 (pièce 9). Dans ces courriers, en effet, la fin de l'approvisionnement direct en véhicules neufs et l'arrêt d'un certain nombre de prestations contractuelles par Chevrolet France sont perçus comme un abandon de la marque.

Surtout, les risques commerciaux afférents à la poursuite de l'activité durant le préavis devaient être répartis entre le concédant et le concessionnaire, la société Chevrolet France se devant d'importer des véhicules, disponibles à bref délais, pour amorcer puis entretenir la dynamique des commandes. Or, l'état nul des stocks jusqu'en juin 2014 faisait peser la poursuite de l'activité sur les seuls distributeurs, en les contraignant à commander des véhicules sous un délai de six mois, dans des conditions commerciales et publicitaires dégradées, comme il sera vu plus bas. Enfin, si la proposition d'un plan de sortie anticipé du réseau faite aux distributeurs ne peut être reprochée à la société Chevrolet, la cour ne disposant pas des éléments établissant que les conditions proposées étaient manifestement abusives, ainsi que le prétendent les sociétés intimées, les discussions sur la part personnelle d'indemnisation de chaque concessionnaire, relative aux investissements dédiés à la marque, non amortis et non reconvertibles, étaient en cours et insuffisamment avancées en décembre 2013-janvier 2014 pour que les concessionnaires insatisfaits de la proposition qui leur était faite, se lancent dans les commandes de véhicules neufs pour alimenter eux-mêmes le réseau.

Si la société Chevrolet prétend qu'elle disposait du 9 juillet au 9 août 2014, d'un stock de 85 véhicules à Barcelone et que ces véhicules ne trouvaient pas preneurs, elle ne justifie pas que ces modèles n'étaient pas les véhicules des concessionnaires ayant quitté prématurément le réseau et, en toute hypothèse, la dynamique d'achat des véhicules était éteinte à ce stade avancé.

Il résulte de ce qui précède qu'il appartenait à la société Chevrolet France de remplir son obligation de maintenir un stock de véhicules neufs à Barcelone, pour permettre à ses distributeurs d'exécuter le préavis dans des conditions normales, encourager les concessionnaires à commander et ne pas les laisser supporter l'intégralité des risques provoqués par la fin de l'activité annoncée et par la sortie prématurée de la majorité des concessionnaires.

Fautive dans l'exécution d'une obligation essentielle, la société Chevrolet ne peut s'exonérer en soutenant que les sociétés DIAT et SAB avaient été averties dès le mois de décembre 2013 de la nécessité de passer des commandes pour respecter le contrat.

Sur l'exécution de ses autres obligations essentielles par la société Chevrolet France

[...]

Il y a lieu de noter que, suite au déstockage massif, la poursuite de l'activité des concessionnaires restant dans le réseau, à compter de fin février 2014, ne pouvait reposer que sur une disponibilité rapide des véhicules, qui n'était pas assurée, et sur un effort marketing et commercial au moins équivalent à celui de l'année 2013.

Or, il résulte de l'ensemble des pièces versées aux débats par les sociétés DIAT et SAB que cet effort a été bien moindre. En effet, si l'absence de participation de la société Chevrolet France au mondial de l'automobile 2014, le rattachement du service de presse à la direction du marketing en mai 2014 et la réduction des effectifs de la société Chevrolet France peuvent, à la rigueur, être justifiés par la nécessité d'adapter son dimensionnement à l'activité restante du réseau, il convient de souligner que les aides commerciales sur les véhicules neufs ont diminué substantiellement en 2014, par rapport à 2013. Si la société Chevrolet prétend qu'au terme de la circulaire "plan commercial" du 14 février 2014, une prime de volume payée sur facture c'est-à-dire sans qu'il soit exigé la réalisation d'un volume pouvait être versée aux concessionnaires, pour toutes les voitures produites après le 1er janvier 2014, il n'en demeure pas moins que les sociétés DIAT et SAB justifient par un tableau comparatif des supports commerciaux 2013/2014 (PC 39 des sociétés DIAT et SAB), non sérieusement contesté par l'appelante, que les aides ont considérablement décru par rapport à 2013. C'est ainsi que les aides commerciales ont diminué de 35 % sur le modèle Spark, de 45 % sur le modèle Aveo, de 19 % sur le modèle Trax, de 34 % sur le modèle Cruze, de 8 % sur les modèles Malibu et Orlando et de 26 % sur le modèle Captiva (PC n° 40). Il en est résulté une baisse des marges par modèle, en dehors de la période de déstockage, les concessionnaires restant dans le réseau ayant vu leur marge réduite en moyenne de 30 % par rapport à celle réalisée en 2013.

Par ailleurs, si la société Chevrolet France justifie avoir mis en place un plan unique pour toutes les catégories de véhicules (VN, de démonstration, de courtoisie), elle ne démontre pas qu'il était aussi attractif que les conditions antérieures.

Il convient de souligner que si la société Chevrolet France a mené une campagne publicitaire très visible au cours du premier trimestre 2014, pour assurer le succès de l'opération de déstockage, elle se devait, après cette opération, de maintenir ses campagnes à hauteur de celles de 2013. Or, la publicité a considérablement baissé, à compter du deuxième trimestre 2014, les spots TV passant de 13'550 au deuxième trimestre 2013 à 2'300 au deuxième trimestre 2014. Surtout, à compter du deuxième semestre, la société Chevrolet France a mis fin à ses campagnes nationales TV et web, se focalisant sur une communication purement locale. Anticipé par l'importateur dès le courrier du 17 décembre 2013, ce changement d'envergure des campagnes de publicité ne peut être imputé à l'arrêt anticipé de l'activité de 75 % des distributeurs, qui n'est intervenue que bien après. La société Chevrolet France ne saurait se retrancher derrière l'abstention des distributeurs qui, sollicités par elle, auraient dû lui retourner leur plan de communication, afin qu'elle puisse leur payer les aides, alors que l'initiative lui appartenait d'assurer une publicité d'un rang au moins identique à celui de 2013, compte tenu de la situation critique du réseau.

Les sociétés DIAT et SAB démontrent donc que la société Chevrolet France n'a pas exécuté ses obligations essentielles durant le préavis.

Il y a donc lieu d'approuver les premiers juges, en ce qu'ils ont estimé que la société Chevrolet France, à l'origine d'un grave déséquilibre contractuel au détriment des distributeurs, et la fin du réseau ne constituant pas pour elle un cas de force majeure, n'a pas exécuté ses obligations contractuelles durant le préavis, rendant impossible la poursuite du contrat.

Il convient également de dire que la société Chevrolet France n'était pas fondée à résilier par courrier du 16 octobre 2014 à effet du 31 octobre 2014 le contrat des intimées pour faute.

[...]

Sur le préjudice résultant de la perte d'activité subie pendant le préavis

Les sociétés DIAT et SAB demandent que soient indemnisés les gains qu'elles ont manqués sur la période d'inexécution du préavis, soit du 1^{er} avril 2014 au 31 décembre 2015.

Le préjudice est constitué de la marge sur coûts variables qu'elles auraient dû dégager du 1^{er} avril 2014 au 31 décembre 2015, en maintenant un niveau d'exploitation équivalent à celui des exercices 2012 et 2013.

Il résulte de l'évaluation effectuée par Jean-Yves Baldit (pièce 15), commissaire aux comptes, versée aux débats par la société DIAT, que la marge brute moyenne mensuelle dégagée sur la vente de véhicules neufs s'élevait à 22 770 € et celle sur les véhicules d'occasion repris à l'occasion des ventes de véhicules neufs Chevrolet à 2 285 €. Il n'y a, en revanche, pas lieu de retenir les postes relatifs aux pièces de rechange et à l'après-vente, le lien avec les ventes perdues n'étant pas établi. La marge perdue sur 21 mois s'élève donc à 526 155 euros.

Il convient de déduire de cette marge les charges économisées en raison du défaut d'exécution du contrat, à savoir la somme de 126 579 € (54,8 % de 230 984 €).

Enfin, la marge dégagée par la société DIAT du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 s'est élevée à 5 496 euros.

Il y a lieu d'évaluer la perte subie par la société DIAT du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 à la somme de 394 080 € (526 155 € - (126 579 € + 5 496€)).

Il résulte de l'évaluation effectuée sous le contrôle de Grant Thornton (pièce 16), commissaire aux comptes, versée aux débats par la société SAB, que la marge brute moyenne mensuelle dégagée sur la vente de véhicules neufs s'élevait à 19 302 € et celle sur les véhicules d'occasion repris à l'occasion des ventes de véhicules neufs Chevrolet à 2 266 €. Il n'y a, en revanche, pas lieu de retenir les postes relatifs aux pièces de rechange et à l'après-vente, le lien avec les ventes perdues n'étant pas établi. La marge perdue sur 21 mois s'élève donc à 452 928 euros.

Il convient de déduire de cette marge les charges économisées en raison du défaut d'exécution du contrat, à savoir la somme de 80 359 € (60 % de 133 933 €).

Enfin, la marge dégagée par la société SAB du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 s'est élevée à 7 276 euros.

Il y a lieu d'évaluer la perte subie par la société SAB du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 à la somme de 365 293 € (452 928 € - (80 359 € + 7 276 €)) »,

ET AUX MOTIFS RÉPUTÉS ADOPTÉS QUE

« les sociétés demanderesses (ci-après ensemble la partie demanderesse) étaient liées à Chevrolet France par un "Contrat de Distributeur portant sur les services et les ventes", ci-après le Contrat de Distributeur ou le Contrat, conclu à effet au 1er juin 2013, à durée indéterminée et résiliable à tout moment moyennant un préavis de 24 mois ; qu'à la suite de l'annonce faite

de Detroit par General Motors le 5 décembre 2013, ci-après la Décision, du retrait de la marque Chevrolet de l'Europe occidentale et centrale, la société Chevrolet France en a notifié la résiliation à effet au 31 décembre 2015 pour la seule activité de vente de véhicules neufs (VN).

[...]

La société Chevrolet France fait valoir qu'elle était en droit (1) de prendre la Décision, au demeurant simplement répercutée par elle en sa qualité d'importateur en France, de cesser la distribution des véhicules neufs Chevrolet au 31 décembre 2015 et (2) de l'annoncer aussitôt et publiquement ; qu'elle est effectivement fondée à soutenir, d'une part, que cette décision de retrait de la marque Chevrolet à terme, qui relève du légitime pouvoir d'agent économique du groupe General Motors, n'était en tant que telle pas fautive et, d'autre part, que les conditions dans lesquelles cette Décision a été communiquée, aussitôt et au même moment à l'ensemble des parties prenantes, ainsi que l'imposent les règles régissant la communication financière et la diffusion de nouvelles susceptibles d'avoir une incidence sur la valorisation des entreprises, ne sont pas critiquables.

Mais que, s'il se déduit nécessairement de cette constatation qu'aucune mauvaise foi dans l'exécution du contrat ne peut être reprochée à Chevrolet France du simple fait de cette Décision ou des conditions de son annonce, il ne s'en déduit pas nécessairement son exonération de sa possible responsabilité contractuelle, c'est-à-dire de son obligation de réparer, vis-à-vis de ses contractants concessionnaires, le préjudice causé par une éventuelle défaillance dans l'exécution de ses obligations contractuelles, notamment en cours de préavis, en conséquence de la Décision.

En effet, la partie demanderesse qui, comme les 130 autres Distributeurs de France, venait de signer un nouveau contrat de Distributeur à effet au 1^{er} juin 2013, pouvait légitimement escompter pouvoir bénéficier d'une période d'exploitation de sa concession d'au moins 24 mois dans des conditions sensiblement analogues.

En réalité, si l'exécution du préavis contractuel a bien été annoncée aux Distributeurs, les pièces discutées et les débats ont établi que l'annonce faite de ce retrait de la marque a eu un effet dévastateur sur la clientèle qui s'est rapidement détournée des véhicules de cette marque ; qu'ainsi, en décembre 2014, il n'a plus été vendu que 109 véhicules neufs VP Chevrolet en France, dont 12 à des particuliers, au lieu de 1.621 en décembre 2013 et que, sur l'année 2014, n'ont été vendus que 4.185 véhicules, dont les nombreux véhicules déstockés en janvier/février, en baisse de 80,5 % sur les chiffres de l'année précédente, la poursuite de l'exploitation s'avérant alors rapidement n'être plus viable.

C'est vainement que la société Chevrolet France tente aujourd'hui de minimiser cet impact, qu'elle en a elle-même pris rapidement toute la mesure en annonçant, dès le 17 décembre 2013, que "eu égard aux perspectives de volumes beaucoup plus basses pendant la deuxième moitié de l'année, nous ne planifions plus de campagne importante de publicité", en décidant immédiatement, d'une part, une grande opération de déstockage des véhicules neufs qui figuraient dans ses stocks avec d'importantes remises, d'une durée anticipée de six mois, mais qui a pris fin dès février 2014 et, d'autre part, en engageant immédiatement des discussions avec chacun des concessionnaires en vue de la signature d'un protocole de résiliation anticipée du Contrat à effet aussi rapide que possible, puisque les propositions d'indemnisation à ce titre devaient initialement être acceptées avant fin mars 2014, sauf à décroître.

Ces actions et singulièrement la proposition de négociation des conditions de sortie anticipée, critiquées par la partie demanderesse, ne peuvent par elles-mêmes être reprochées à la société Chevrolet France ; que, comme elle l'explique, elles s'inscrivent dans une logique de saine gestion de la décroissance ; que, notamment de son point de vue, il était normal de liquider son stock aussi rapidement que possible, de chercher à se réorganiser au mieux en adaptant ses coûts au niveau réduit de la demande et pour cela, de chercher à connaître au plus tôt le nombre de Distributeurs qui accepteraient la résiliation anticipée du Contrat.

Force est de constater que, ce faisant, la société Chevrolet France a agi exclusivement au mieux de ses intérêts, qu'elle ne s'est pas préoccupée des conséquences fâcheuses de cette situation pour chacun de ses contractants, nécessairement différentes selon la situation de chacun, aggravée notamment par la liquidation très rapide de son stock, bien avant le délai de six mois annoncé et par une cession partielle au réseau belge de 700 véhicules dès le 15 janvier 2014 (alors que la campagne de déstockage n'avait commencé que le 2 janvier).

L'ouverture des négociations avec les distributeurs, qui ont tous accepté d'entrer en négociation, dès fin décembre 2013, sur la base d'une indemnité d'un montant connu seulement fin mars en sa composante variable (part fixe de 600 euros par véhicule vendu en moyenne par an et part variable fonction de la situation de chacun) les a inévitablement tous démobilisés car ils espéraient pouvoir partir avec une indemnisation jugée suffisante ; que dès lors, plus rien ne les incitait à investir dans les modèles 2015 (MY15) que Chevrolet France leur reproche de ne pas avoir acquis ; que le succès de la proposition de sortie anticipée, en définitive acceptée par 80 % des Distributeurs à fin juin 2014, a largement contribué au démantèlement du réseau Chevrolet en France et à la disparition plus rapide qu'anticipée de la marque dans l'esprit des possibles acheteurs.

Les exemples du Distributeur de Guyane et de celui de la Martinique, qui poursuivent encore aujourd'hui leur exploitation, abondamment cités par Chevrolet France comme preuve que cela était possible, bien que les marchés soient à l'évidence non comparables, confortent l'idée que l'existence d'un réseau actif, maintenu dans ces départements puisqu'animé par chacun de ces deux distributeurs, est un élément essentiel de l'attractivité de la marque.

Même si la preuve n'a pas été rapportée par la partie demanderesse que Chevrolet France savait dès l'origine que le préavis annoncé de deux ans n'était qu'un leurre et qu'elle ne le respecterait pas au-delà du temps de liquidation des stocks, il apparaît que, en fait, le déroulé des opérations a créé un grave déséquilibre contractuel au détriment des Distributeurs, tel que la poursuite des Contrats leur est devenue impossible dans des conditions économiquement acceptables ; qu'il est constant que Chevrolet France est à l'origine de ce déséquilibre et que le retrait de la marque Chevrolet ne constitue pas pour elle un cas de force majeure.

En effet, alors que pour Chevrolet France, qui a revendiqué son droit à adapter ses coûts et services à la décroissance de la demande, poursuivre ses obligations contractuelles l'obligeait selon elle seulement désormais à fournir quelques services essentiels et à transmettre à l'usine de Corée les commandes payées par ses Distributeurs, pour ces derniers, cette poursuite aurait, selon Chevrolet France qui leur reproche de ne pas l'avoir fait, nécessité qu'ils engagent des actions pour soutenir la demande ; que malgré la désaffectation des acheteurs, ils investissent dans l'achat de véhicules modèle 2015 pour les exposer et reconstituer un stock propre ; qu'elle n'a d'ailleurs pas hésité à invoquer de tels prétendus manquements pour justifier la résiliation à leurs torts et griefs, notifiée le 16 octobre 2014 ; que ce nouveau partage des obligations réciproques tel que revendiqué par Chevrolet France, qui reporterait sur les seuls Distributeurs tous les risques de la poursuite de l'exploitation des concessions dans le nouveau contexte créé par Chevrolet France, constitue une modification de l'équilibre contractuel inacceptable, rendant impossible la poursuite des relations contractuelles.

Il s'en déduit que Chevrolet France n'était pas fondée à prononcer la résiliation du Contrat au 31 octobre 2014 aux torts et griefs de la partie demanderesse pour la seule activité vente de véhicules neufs ; qu'en revanche, Chevrolet France a justement pu mettre fin à cette date au Contrat, tirant ainsi les conséquences de la cessation de fait de l'activité ventes de VN intervenue antérieurement ; que la date de cessation totale ou quasi-totale de cette activité retenue pour la détermination des préjudices, est fixée au 31 mars 2014, comme demandé par les concessionnaires dès une lettre du 31 mars 2014 (pour la plupart) non sérieusement contredits sur ce point :

- le tribunal constatera la cessation de fait de l'exercice de l'activité vente de véhicules neufs Chevrolet au 31 mars 2014,

- le tribunal prendra acte que le Contrat a été résilié au 31 octobre 2014, même si la société Chevrolet France n'est pas fondée à la prononcer aux torts et griefs de la partie demanderesse.

Concernant les manquements et les responsabilités encourues, il est constant que les stipulations relatives à la fin du Contrat ni aucune autre ne traite des conséquences d'un retrait de la marque ou de l'impossibilité de poursuivre l'exploitation dans des conditions acceptables pendant toute la durée du préavis ; mais selon l'article 1135 du code civil, "Les conventions obligent non seulement à ce qui y est exprimé, mais encore à toutes les suites que l'équité, l'usage ou la loi donnent à l'obligation d'après sa nature" et que, de l'exigence de bonne foi prévue par l'article 1134 du code civil se déduit un devoir de loyauté dans l'exécution des conventions.

Selon l'équilibre initial voulu par les parties, les Distributeurs devaient déployer leurs forces commerciales et leurs investissements pour développer les ventes de véhicules Chevrolet, marque qui représentait alors 1 % du marché français, tandis que Chevrolet France devait animer le réseau des Distributeurs et mettre à leur disposition les moyens utiles au développement de ces ventes.

Selon le principe de loyauté dans les conditions d'exécution, la société Chevrolet France avait, après l'annonce du retrait de la marque, l'obligation de compenser l'essentiel des effets de cette Décision sur l'exploitation de ses contractants dans des conditions qu'il lui appartenait d'imaginer et de mettre en oeuvre ; bien loin d'avoir tenté de le faire, cette société a, comme il a été vu ci-avant, revendiqué son droit de ne maintenir que les seules prestations essentielles, le cas échéant dégradées, à savoir la livraison, à partir de l'usine de Corée, des véhicules commandés et un budget de communication réduit ; elle ne paraît pas avoir envisagé qu'elle pouvait, suite au bouleversement dans les conditions d'exploitation, être tenue au-delà de ce qui était exprimé dans le Contrat et de mettre en oeuvre des remèdes permettant de rétablir au moins en partie l'équilibre initial du Contrat et de permettre à son contractant de bénéficier du préavis qui lui était dû, du fait de la volonté commune initiale des parties.

Au contraire, elle s'est efforcée de maintenir ses contractants dans l'alternative suivante : ou tenter de poursuivre l'exploitation dans les conditions nouvelles et dégradées pendant 24 mois, ou accepter la résiliation anticipée du contrat, mais à ses conditions financières.

Il n'est guère contestable que la solution de la résiliation anticipée du Contrat était un remède recevable et sans doute la moins mauvaise solution possible pour l'une et l'autre des parties, à condition que les indemnités versées

couvrent le préjudice subi ; mais que cette constatation ne rend pas illégitime la prétention des parties demanderesses à considérer qu'elles étaient en droit de refuser le quantum des indemnités proposées, sans cependant avoir l'obligation de poursuivre l'exploitation pendant 24 mois dans des conditions dégradées ; que Chevrolet France est mal venue à prétendre que le nombre de signataires démontre que ses propositions d'indemnisation étaient correctes, tant les situations des sociétés et leurs contraintes étaient différentes, et que la confidentialité exigée par Chevrolet France ne permet pas au tribunal d'en faire sa propre appréciation ;

Il résulte de ces constatations que la société Chevrolet France, en n'agissant pas de façon à permettre l'exécution du préavis dû ou à défaut, en compensant la perte en résultat, dans des conditions acceptables, a manqué à son obligation d'exécution de bonne foi et loyale du Contrat ;

le tribunal dira que la société Chevrolet France a manqué à son obligation d'exécution de bonne foi et loyale du Contrat et est tenue de réparer le préjudice en lien avec sa faute »,

1) - ALORS QUE si la résiliation d'un contrat de distribution avec un préavis suppose le maintien de la relation contractuelle jusqu'à son terme aux conditions antérieures, ce principe doit prendre en compte les circonstances particulières tenant notamment à la situation du marché en cause et à la décision de l'importateur de s'en retirer, si bien qu'en retenant, pour condamner l'importateur à indemniser le distributeur, qu'il était tenu de poursuivre l'exécution des contrats pendant le préavis dans les termes de ceux-ci, sans prendre en compte la décision révélant une conjoncture économique défavorable, prise par la société General Motors Korea et dont elle a constaté l'existence, d'arrêter les importations et les ventes de véhicules neufs de la marque Chevrolet sur le territoire d'Europe centrale et occidentale en raison des pertes financières accumulées sur ces secteurs, cette décision constituant une circonstance particulière justifiant une adaptation des modalités d'exécution du préavis pour tenir compte de l'intérêt tant des distributeurs que de l'importateur Chevrolet, la cour d'appel a violé les articles 1134 et 1147 du code civil dans leur version antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

2) - ALORS, subsidiairement, QU'est constitutif de force majeure l'événement présentant un caractère imprévisible lors de la conclusion du contrat et irrésistible dans son exécution ; que revêt les caractères de la force majeure justifiant à ce titre une exonération de responsabilité de l'importateur, la décision prise par une société mère et s'imposant à ses filiales de se retirer d'un marché considéré dès lors que l'importateur ne pouvait connaître une telle décision lors de la signature du contrat de distributeur et que cette décision a pour effet inévitable de provoquer son retrait du marché de sorte qu'en jugeant néanmoins qu'au vu de la décision de la société General Motors Korea de retirer la marque Chevrolet du

marché d'Europe centrale et occidentale, la fin du réseau ne constituait pas un cas de force majeure pour la société Chevrolet Deutschland aux droits de la société Chevrolet France, la cour d'appel a violé les articles 1147 et 1148 du code civil dans leur version antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

3) - ALORS QUE le contrat de distribution est un contrat d'intérêt commun impliquant une coopération étroite entre les parties en vue de la bonne exécution du contrat jusqu'à son terme et à ce titre, impose au distributeur de faire preuve d'adaptation dans une conjoncture économique difficile, de sorte qu'en imputant exclusivement à l'importateur la responsabilité dans l'inexécution du préavis contractuel après avoir pourtant constaté que les sociétés Diffusion Automobile Toulonnaise et Automobile du Biterrois avaient cessé de passer des commandes auprès de la société Chevrolet, la cour d'appel, qui n'a pas tiré les conséquences légales de ses propres constatations, a violé les articles 1134 et 1147 du code civil dans leur version antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

4) - ALORS QU'en vertu des principes gouvernant la charge de la preuve, il appartenait aux distributeurs d'établir que la baisse de leurs ventes était due à la réduction du stock de véhicules disponibles si bien qu'en indemnisant le distributeur au titre du préjudice résultant de la chute des ventes de véhicules à partir d'une présomption de lien de causalité entre l'amenuisement du stock de véhicules Chevrolet et la chute des ventes dénoncée par le distributeur, la cour d'appel, qui a inversé la charge de la preuve, a violé l'article 1315, alinéa 1er du code civil devenu l'article 1353, alinéa 1er.

Moyen produit **au pourvoi incident n° Z 18-13.411** par la SCP Spinosi et Sureau, avocat aux Conseils, pour les sociétés Diffusion automobile toulonnaise et Automobile du Bitterrois

Il est reproché à l'arrêt attaqué d'avoir condamné la société CHEVROLET DEUTSCHLAND (venant aux droits de la société CHEVROLET FRANCE) à payer à la société AUTOMOBILE DU BITTERROIS la somme de 365.293 euros et à la société DIFFUSION AUTOMOBILE TOULONNAISE la somme de 394.080 euros en réparation de leur préjudice et d'avoir débouté ces sociétés du surplus de leurs demandes ;

Aux motifs que « Sur le préjudice résultant de la perte d'activité subie pendant le préavis Les sociétés DIAT et SAB demandent que soient indemnisés les gains qu'elles ont manqués sur la période d'inexécution du préavis, soit du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015.

Le préjudice est constitué de la marge sur coûts variables auraient dû dégager du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015, en maintenant un niveau d'exploitation équivalent à celui des exercices 2012 et 2013.

Il résulte de l'évaluation effectuée par Jean-Yves Baldit (pièce 15), commissaire aux comptes, versée aux débats par la société DIAT, que la marge brute moyenne mensuelle dégagée sur la vente de véhicules neufs s'élevait à 22 770 € et celle sur les véhicules d'occasion repris à l'occasion des ventes de véhicules neufs Chevrolet à 2 285 €. Il n'y a, en revanche, pas lieu de retenir les postes relatifs aux pièces de rechange et à l'après-vente, le lien avec les ventes perdues n'étant pas établi. La marge perdue sur 21 mois s'élève donc à 526 155 euros.

Il convient de déduire de cette marge les charges économisées en raison du défaut d'exécution du contrat, à savoir la somme de 126 579 € (54,8 % de 230 984 €).

Enfin, la marge dégagée par la société DIAT du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 s'est élevée à 5 496 euros.

Il y a lieu d'évaluer la perte subie par la société DIAT du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 à la somme de 394 080 € (526 155 € - (126 579 € + 5 496 €).

Il résulte de l'évaluation effectuée sous le contrôle de Grant Thornton (pièce 16), commissaire aux comptes, versée aux débats par la société SAB, que la marge brute moyenne mensuelle dégagée sur la vente de véhicules neufs s'élevait à 19 302 € et celle sur les véhicules d'occasion repris à l'occasion des ventes de véhicules neufs Chevrolet à 2 266 €. Il n'y a, en revanche, pas lieu de retenir les postes relatifs aux pièces de rechange et à l'après-vente, le lien avec les ventes perdues n'étant pas établi. La marge perdue sur 21 mois s'élève donc à 452 928 euros.

Il convient de déduire de cette marge les charges économisées en raison du défaut d'exécution du contrat, à savoir la somme de 80 359 € (60 % de 133 933 €).

Enfin, la marge dégagée par la société SAB du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 s'est élevée à 7 276 euros.

Il y a lieu d'évaluer la perte subie par la société SAB du 1er avril 2014 au 31 décembre 2015 à la somme de 365 293 € (452 928 € - (80 359 € + 7 276 €)).

Sur la perte de marge sur l'entretien du parc constitué des véhicules qui n'ont pu être vendus entre le 1er avril 2014 et le 31 décembre 2015 Les sociétés DIAT et SAB sollicitent en outre l'indemnisation de leur préjudice consécutif à la perte de marge sur l'entretien du parc constitué des véhicules qui n'ont pu être vendus entre le 1er avril 2014 et le 31 décembre 2015. Elles exposent en effet que la vente de véhicules neufs génère pendant cinq ans un volume de ventes de pièces détachées ainsi que des services de réparation, qu'elles évaluent respectivement à un montant global de 377 567 euros et 259 310 euros.

Si la perte de l'activité de véhicules neufs génère nécessairement une perte sur l'activité d'après-vente, les sociétés DIAT et SAB ne démontrent pas qu'elles auraient été encore nécessairement un réparateurs agréés Chevrolet de 2016 à 2021. En outre, elle ne justifie pas aucune étude la proportion de réparations induite par la vente de véhicules dans les cinq ans qui suivent. Faute de lien entre le préjudice allégué et la perte de l'activité de véhicules neufs, ce poste de préjudice ne sera donc pas indemnisé.

Sur l'autre poste de demande d'indemnisation Les sociétés DIAT et SAB demandent en outre le remboursement de leurs engagements financiers ou investissements restant non amortis au 31 décembre 2015.

Mais faute de justifier à quelle dépense correspond cette somme et d'établir un lien direct entre ce préjudice et l'inexécution fautive du contrat par la société Chevrolet France, il n'y a pas lieu de retenir ce poste de préjudice » ;

1°) Alors que, d'une part, en application du principe de réparation intégrale, la victime doit être replacée dans la situation dans laquelle elle se serait trouvée si le fait dommageable ne s'était pas produit ; qu'en l'espèce, en refusant d'indemniser la perte de marge de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, lorsqu'elle constatait que la perte de l'activité de véhicules neufs générerait nécessairement une perte sur l'activité d'après-vente, la cour d'appel n'a pas tiré les conséquences légales de ses constatations en violation du principe de la réparation intégrale du préjudice, ensemble l'article 1147 du code civil, dans sa rédaction antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

2°) Alors que, d'autre part, le juge ne peut refuser de statuer en se fondant sur l'insuffisance des preuves qui lui sont fournies par les parties ; qu'en rejetant la demande d'indemnisation de la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, faute pour les concessionnaires de justifier la proportion de réparations induite par la vente de véhicules, la cour d'appel, qui a refusé d'évaluer le montant d'un dommage dont elle constatait l'existence en son principe, a violé l'article 4 du code civil ;

3°) Alors que, de troisième part, et en tout état de cause, en se fondant, pour refuser d'indemniser la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, sur le fait que les concessionnaires ne démontraient pas qu'ils auraient été encore nécessairement des réparateurs après le 31 décembre 2015, lorsqu'elle constatait par ailleurs que, par un courrier du 11 décembre 2013, la société CHEVROLET FRANCE avait proposé aux concessionnaires de conclure un contrat de réparateur agréé pour la période postérieure au 31 décembre 2015, la cour d'appel n'a pas tiré les conséquences légales de ses constatations en violation du principe de la réparation intégrale du préjudice, ensemble l'article 1147 du code civil, dans sa rédaction antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

4°) Alors que, de quatrième part, en se bornant à affirmer, pour refuser d'indemniser la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, que les concessionnaires ne démontraient pas qu'ils auraient été encore nécessairement des réparateurs agréés Chevrolet après le 31 décembre 2015, sans rechercher si ces derniers l'étaient encore à la date à laquelle elle statuait, de sorte qu'elle aurait constaté que tel était le cas, la cour d'appel a entaché sa décision d'un défaut de base légale au regard de l'article 1147 du code civil, dans sa rédaction antérieure à celle issue de l'ordonnance n° 2016-131 du 10 février 2016 ;

5°) Alors que, de cinquième part, en refusant d'indemniser la perte de marge résultant de la baisse de l'activité de vente de véhicules neufs sur le service après-vente, sans jamais examiner, ne serait-ce que sommairement, les pièces produites par les concessionnaires au soutien de leur prétentions, et notamment les statistiques relatives aux marges par activité, ainsi que le dossier prévisionnel, tous deux établis par la société CHEVROLET FRANCE et desquels il résultait que les marges des activités « ateliers mécanique » et « pièce de rechange » étaient calculées pour une durée de cinq ans minimum après la vente des véhicules neufs, la cour d'appel a violé l'article 455 du code de procédure civile.