

CARLER

PANORAMA DU DROIT DES METIERS DE L'ÉVÉNEMENT (FOIRES, SALONS, ÉVÉNEMENTS ET CONGRES)

11ème édition JUIN 2016

MODIFICATION DU RÉGIME DE DÉCLARATION POUR LA SÉCURITÉ DES ERP

LE CAS DE FORCE MAJEURE DANS UN CONTEXTE D'ATTENTATS

Edito

Par rapport à la dernière édition (N°10) du Panorama de septembre 2015, nous avons décidé, outre les évolutions réglementaires et jurisprudentielles et la modification du régime de la déclaration pour la sécurité des ERP, de vous présenter un développement thématique sur l'exonération de responsabilité des organisateurs en cas de force majeure et en particulier sur les difficultés d'interprétation de cette notion dans un contexte de risque élevé d'attentats (page 55).

Ce panorama a toujours vocation à permettre une consultation rapide et transversale et susciter des réflexions spécifiques.

Bonne consultation

Bénédict VIDAL

Associé Gérant

Table des matières

I.	Dispositions générales	6
II.	Le régime de déclaration préalable des foires et salons	6
A.	Définition des foires et salons.....	6
B.	Modalités de déclaration de la manifestation commerciale auprès de l'autorité compétente.....	7
	-de formaliser une procédure stricte de vérification de l'absence de dérogations au cahier des charges du site et de neutralisation de sortie (désignation d'un responsable, recensement des documents à examiner, cadrage du travail de collationnement à effectuer, identification des points de vigilance...). D. Absence de publicité pour les manifestations commerciales non déclarées.....	11
E.	Responsabilité pénale	11
III.	Droit du travail.....	11
A.	Repos hebdomadaire	11
B.	Requalification de contrat à durée déterminée.	12
C.	Requalification de contrat d'agent commercial	13
D.	Le plan général de coordination en matière de sécurité et de protection de la santé ou P.G.C.S.P.S.....	13
E.	La Charte Professionnelle de Prévention des Risques des Salariés en Situation de Co-Activité lors des Opérations de Montage et de Démontage des Foires, Salons, Congrès et Evènements ».....	14
F.	Frais de foire	15
G.	Application d'un taux de commissionnement (partie variable du salaire) différent pour les ventes effectuées lors de manifestations commerciales	16
IV.	Droit de la propriété intellectuelle et artistique.....	16
A.	Compétence de l'Institut National de la Propriété Industrielle	16
B.	Protection contre la divulgation de l'invention	16
C.	Protection de l'invention dans les expositions.....	17
D.	Droit d'auteur et Salons.....	17
E.	Droit des marques et salons.....	18
F.	Protection des bases de données et salons	19
G.	Priorité d'exposition	19
V.	Le secteur des foires et salons dans un contexte international.....	19
A.	Caractère international des manifestations commerciales.....	19
B.	La convention régionale sur les règles d'origine préférentielles pan euro-méditerranéennes.....	20

C.	Livre Vert « Libérer le potentiel des industries culturelles et créatives »	21
VI.	Droit de la consommation	22
A.	Obligation d'information du consommateur sur les prix	22
B.	Délit d'abus de faiblesse	22
C.	Démarchage – droit de rétractation	22
D.	Vente à emporter	25
E.	Protection du consommateur.....	26
F.	Protection des consommateurs et droit européen	28
VII.	Règlementations diverses applicables au secteur des foires et salons	28
A.	Règlementation relative à la vente d'alcool lors des foires et salons	28
B.	Conséquences de l'exercice d'une activité d'agence de voyages dans le cadre de l'organisation de foires et salons	29
1.	Obligation d'immatriculation	29
2.	Conséquence en matière de TVA.....	31
C.	Impact du dispositif anti-cadeaux sur l'organisation de congrès par les sociétés savantes	33
D.	Délit de vente à la sauvette de titres d'accès.....	33
E.	Exercice d'une activité de foire et salon par une association sans but lucratif	34
VIII.	Droit fiscal et comptable.....	34
A.	Application du droit communautaire	34
B.	Coût de participation aux foires et salons	35
C.	Déduction de la taxe relative à la fourniture onéreuse de logement, repas, d'aliments et de boissons.....	35
D.	Régime de l'impôt sur les sociétés pour les organismes sans but lucratif.....	35
1.	Exonération spécifique	35
2.	Sectorisation ou filialisation de l'activité lucrative d'organisation de foires ou de salons.....	36
E.	Exonération d'impôt sur les sociétés pour les collectivités territoriales	37
F.	Les manifestations commerciales exemptées du paiement de la taxe sur les spectacles.....	38
G.	Crédit d'impôt concernant les dépenses de participation à des salons, foires-expositions.....	38
H.	Extension du bénéfice de l'amortissement dégressif aux immeubles destinés à accueillir des expositions et congrès et aux équipements affectés à ces immeubles	39
I.	Inapplicabilité de l'exonération fiscale pour le carburant dans le transport aérien ...	40
J.	TVA.....	40
K.	L'absence de taxe sur les surfaces commerciales.....	44
IX.	Les organisateurs et les relations contractuelles avec les exposants et les parcs.....	44
A.	Les organisateurs.....	44

B.	Nature juridique du contrat entre exposants et organisateurs et entre organisateurs et parcs d'exposition	44
1.	Le contrat entre l'organisateur et l'exposant	44
2.	Le contrat entre les organisateurs et les gestionnaires de parc	51
C.	Sécurité dans les manifestations commerciales, clauses d'exonération de responsabilité et assurance	52
D.	Les clauses limitatives de responsabilité : le cas de force majeure	55
X.	Le Droit de la concurrence appliqué au secteur des foires, salons et congrès-expositions 60	
A.	La concentration économique : le cas VIPARIS	60
B.	Les pratiques anticoncurrentielles hors le cas parisien	65
1.	Les conditions	65
2.	L'entente	67
3.	L'abus de position dominante	71
4.	L'exploitation abusive d'un état de dépendance économique (article L.420-2 al,2 du Code de commerce)	75
C.	Les pratiques restrictives de concurrence	76
1.	Le déséquilibre significatif	76
2.	Les ruptures brutales des relations établies	77
3.	L'obtention d'un avantage préalable à toute passation de commandes	87
D.	Concurrence déloyale (faute sanctionnée au titre de l'article 1382 du Code civil) ...	87
1.	Parasitisme économique	87
2.	Désorganisation commerciale de l'entreprise d'un concurrent	88
E.	Application du droit communautaire de la concurrence	88
XI.	Fusions et acquisitions	90

Ce panorama comprend les principaux aspects du droit du travail, de la propriété intellectuelle et artistique, du droit communautaire, du droit fiscal et comptable, des relations contractuelles entre organisateurs et exposants, du droit de la concurrence et des fusions acquisitions relatifs aux foires et salons.

I. Dispositions générales

- L'ordonnance du 11 septembre 1945 relative au régime applicable aux foires et salons a été abrogée.
- La définition des parcs d'exposition et des salons professionnels est prévue aux articles L.310-2 III, L.762-1 et suivants et R.762-1 et suivants du Code de commerce issus de l'ordonnance n°2004274 du 25 mars 2004.
- Le décret n°2006-85 du 27 janvier 2006 précise le régime de déclaration préalable des manifestations commerciales.
- L'arrêté du 12 juin 2006 relatif au régime de déclaration préalable des manifestations commerciales précise les obligations de déclaration et les modalités de la publicité des manifestations commerciales.
- L'arrêté du 19 mars 2009.

II. Le régime de déclaration préalable des foires et salons

A. Définition des foires et salons

Les foires et salons sont considérés comme des manifestations commerciales, auxquelles il est fait application de dispositions législatives et réglementaires spécifiques (articles L.762-1 et suivants et R.762-1 et suivants du Code de commerce, issus de l'ordonnance n°2004-274 du 25 mars 2004).

Pour l'application de ces dispositions, entrent dans la catégorie des foires et salons, les manifestations commerciales constituées par le groupement périodique d'exposants présentant aux acheteurs professionnels ou au public des échantillons de produits ou services dans l'intention d'en faire connaître les qualités et d'en provoquer les commandes.

Les articles L.310-2 III et R.762-4 du Code de commerce distinguent les deux types de manifestations commerciales de la manière suivante :

- les foires et les salons sont des « *manifestations commerciales comportant des ventes de marchandises au public dans un parc d'exposition* » (article L.310-2 III du Code de commerce). Celles-ci sont inscrites dans un calendrier annuel agréé par le préfet. Désormais, la vente à emporter est admise dans les foires et salons, et ce pour satisfaire les besoins des consommateurs.
- les manifestations, qualifiées de « *salon professionnel* » sont consacrées à la promotion d'un ensemble d'activités professionnelles et accessibles exclusivement à

des visiteurs justifiant d'un titre d'accès, dès lors que la valeur des marchandises pouvant être délivrée sur place à titre onéreux pour des usages non professionnels n'excède pas 80 euros TTC, et que ces manifestations commerciales sont déclarées auprès du préfet (article L.762-2 du Code de commerce).

Opérations exclues

Ces règles ne s'appliquent pas :

- aux expositions internationales et universelles régies par la Convention de Paris du 22 novembre 1928, dont la tenue est subordonnée à l'accord du Gouvernement français ;
- aux expositions éducatives, scientifiques et d'information qui ne comportent aucune opération commerciale ;
- aux manifestations artistiques ;
- aux journées, semaines et quinzaines commerciales organisées par des commerçants détaillants ;
- aux fêtes foraines et manifestations agricoles de producteurs ou d'éleveurs (article L.310-2 III 3° du Code de commerce).

B. Modalités de déclaration de la manifestation commerciale auprès de l'autorité compétente

Le décret d'application repris aux articles L.762-1 et suivants du Code de commerce précise le régime de déclaration préalable des manifestations commerciales. En effet, la tenue de manifestations commerciales nécessite une déclaration préalable auprès de l'autorité administrative compétente.

Une autorisation de voirie doit également être demandée au maire ou au préfet selon la surface de la manifestation. En cas de refus de délivrer cette autorisation, seul le juge administratif sera compétent. En effet, saisi d'une telle décision, le Conseil de la Concurrence a décliné sa compétence au motif que « la décision de refus du préfet se rattache à ses pouvoirs de police des foires et salons prévus par l'article 2 de l'ordonnance du 11 septembre 1945 » et constitue donc une décision administrative (décision du 31 janvier 2001, n°00-D-81)

Les modalités de déclaration des manifestations commerciales se tenant dans un parc d'exposition

Concernant les modalités de déclaration des manifestations commerciales se tenant dans un parc d'exposition, l'exploitant d'un parc enregistré doit adresser, pour chaque année civile, une déclaration du programme annuel des manifestations commerciales se tenant dans son parc, au préfet du département d'implantation de ce parc, avant le 1er octobre de l'année précédant la tenue des manifestations commerciales inscrites dans ce programme.

L'exploitant remplit un formulaire de déclaration du programme annuel, lequel est présenté par l'arrêté du 12 juin 2006 relatif au régime de déclaration préalable des manifestations commerciales. Dans la déclaration, doivent être précisées les principales caractéristiques de chaque manifestation commerciale, que l'exploitant recueille auprès de son organisateur, si ce dernier n'est pas l'exploitant du parc d'exposition accueillant la manifestation. Les caractéristiques chiffrées de la manifestation – surface nette, fréquentation, nombre d'exposants...– doivent être certifiées par un organisme de certification agréé. Dans l'hypothèse où la manifestation se tient pour la première fois dans le parc d'exposition, ses caractéristiques sont données sous forme d'estimations. Par ailleurs, lorsque le programme annuel ou les principales caractéristiques des manifestations qui y figurent font l'objet d'une modification, l'exploitant doit adresser une déclaration modificative immédiatement au préfet dans les conditions identiques à la procédure initiale de déclaration du programme annuel. S'agissant des modifications apportées à une manifestation déclarée dans un programme initiale, seules la dénomination initiale de la manifestation et les caractéristiques modifiées sont déclarées. La déclaration doit être transmise en deux exemplaires au Préfet.

La première déclaration de programme annuel peut être effectuée en même temps que la demande d'enregistrement du parc d'exposition.

En cas d'absence de dépôt de la déclaration complète dans les délais prévus, les manifestations commerciales qui se tiennent dans le parc sont assujetties, suivant le cas, au régime de déclaration prévu pour les salons professionnels ou aux demandes d'autorisation prévues au I de l'article L.310-2 du Code de commerce (ventes au déballage)

Dans ce cas, l'exploitant du parc d'exposition informe par voie postale avant le 1er novembre de l'année précédant la tenue des manifestations commerciales les organisateurs de celles pour lesquelles il n'a pas obtenu de récépissé de déclaration.

Enfin, lorsque la déclaration a fait l'objet d'un récépissé de déclaration du programme annuel, ce récépissé doit être affiché, dès la réception, par l'exploitant du parc à l'entrée principale de celui-ci et de façon à ce qu'il soit accessible au public jusqu'au 31 décembre de l'exercice auquel il se rapporte. Il en est de même des récépissés de déclarations modificatives du programme annuel.

L'arrêté du 19 mars 2009 est venu modifier l'article A,762-1 du Code de Commerce du fait qu'il ne retient que les définitions de la « session précédente » et celle de la « *fréquentation* », qui désormais correspond au nombre moyen d'entrée journalière sur le site de la manifestation durant ses jours officiels d'ouverture et ce quel que soit le motif d'entrée. Les autres critères contenus dans l'ancienne version de l'article doivent quant à eux répondre aux définitions la norme NF ISO 25639-1 datée de janvier 2009 dont la partie 1 spécifie les termes et définitions d'usage courant dans le secteur des foires, salons, congrès et plus généralement des manifestations commerciales.

L'article A.762-9 du même Code est également modifié en ce qu'il prévoit dorénavant que l'organisme effectuant la certification des caractéristiques chiffrées soumise à déclaration d'une manifestation commerciale doit être conforme aux normes NF ISO 25639-1 précitées et NF ISO 25639-2 de janvier 2009. Le but de cet organisme est la mise en place et l'application d'un système qualité dont l'organisme doit apporter la preuve aux organisateurs de manifestations commerciales que ce système établi répond aux exigences imposées par les différentes normes NF ISO applicables.

L'exploitant du parc engage sa responsabilité civile en cas de non-respect des dispositions précitées. C'est pourquoi la Direction générale de la compétitivité, de l'industrie et des services (DGCIS), dans son mode d'emploi de la réglementation des manifestations commerciales de janvier 2012 indique qu'il est nécessaire d'insérer dans les conventions d'occupation conclues avec les organisateurs la mention suivante :

« L'exploitant de [nom du parc] recueille auprès du preneur tous les éléments nécessaires à la déclaration du calendrier annuel des manifestations commerciales effectuées auprès de la préfecture.

Le preneur est responsable du caractère complet et exact des informations qu'il fournit au [nom du parc] pour la déclaration du calendrier conformément au formulaire II et III de l'article A, 762-3 du Code de commerce ; et engage sa responsabilité de ce fait.

Le [nom du parc] se réserve le droit de se retourner contre le preneur s'il était mis en cause au motif que les informations transmises par le preneur pour les besoins de la déclaration du calendrier annuel des manifestations commerciales, sont inexactes, incomplètes ou falsifiées. »

Les modalités de déclaration d'un salon professionnel se tenant en dehors d'un parc d'exposition

Le décret du 27 janvier 2006 précise que l'organisateur d'un salon professionnel tel que défini à l'article L 762-2 du Code de commerce qui ne se tient pas dans un parc d'exposition enregistré doit adresser une déclaration préalable par lettre recommandée avec demande d'avis de réception ou la remettre au préfet du département où se tient la manifestation deux mois au moins avant le début de celle-ci.

Le déclarant fournit les principales caractéristiques de la manifestation. La liste de ces caractéristiques est définie par l'arrêté du 12 juin 2006. Lorsque la manifestation s'est tenue précédemment, ses caractéristiques chiffrées sont certifiées dans les conditions fixées par l'arrêté susvisé.

Le préfet délivre un récépissé de déclaration dans un délai maximum de quinze jours à compter de la réception du dossier complet de cette déclaration. Si la déclaration est incomplète, il notifie à l'intéressé la liste des éléments manquants dans un délai de quinze jours à compter de sa réception.

A défaut de production des éléments complémentaires manquants dans les dix jours à compter de cette notification, la déclaration ne peut faire l'objet d'un récépissé de déclaration.

Lorsqu'un des éléments de la déclaration initiale est modifié avant ou pendant la tenue de la manifestation, l'organisateur doit en informer immédiatement le préfet du département.

Enfin, les manifestations commerciales déclarées doivent faire l'objet d'une publicité, le cas échéant par voie électronique, dans les conditions fixées par l'arrêté du 12 juin 2006.

C. Régime de déclaration pour la sécurité des ERP contre les risques de panique et d'incendie

Le régime de déclaration des foires et salons est régi par l'article 5 du règlement du 25 juin 1980 sur la sécurité des ERP contre les risques de panique et d'incendie. Jusqu'au 16 janvier 2016, cette réglementation exigeait de l'organisateur :

- le dépôt d'une demande d'autorisation de « tenir la manifestation au moins 2 mois avant son ouverture ;
- la constitution d'un dossier d'instruction de demande comportant notamment :
 - 1- la note technique du chargé de sécurité attestant du respect du règlement du 25 juin 1980
 - 2- une copie du cahier des charges sécurité du gestionnaire du site
 - 3- un document détaillant la composition du service de sécurité
 - 4- un plan d'exploitation du site
 - 5- un plan de la manifestation ;
- l'information du chargé de sécurité et des exposants

Dans un but de simplification, La Direction Générale de la Sécurité Civile (DGSC) a décidé de remplacer ce régime d'autorisation préalable par le dépôt d'une simple déclaration.

Dorénavant, et depuis le 5 janvier 2016, la procédure consiste dans le dépôt d'une simple déclaration d'absence de dérogation au cahier des charges du site et d'absence de neutralisation de sortie.

Cependant, la demande d'autorisation est maintenue en cas de dérogation au cahier des charges du site ou en cas de neutralisation de sortie dans les conditions prévues par l'article T20 du règlement du 25 juin 1980.

Afin de vérifier l'absence de dérogation au cahier des charges et de neutralisation de sortie, le gestionnaire du site doit apposer son visa sur la déclaration de l'organisateur.

A ce titre, l'UNIMEV conseille aux gestionnaires de site :

- d'insérer dans leur contrat avec les organisateurs une clause prévoyant la communication par l'organisateur du dossier de sécurité de la manifestation avec un délai de prévenance (de 7 jours, 15 jours ou 1 mois...) qui permettra de vérifier l'absence de dérogations au cahier des charges avant la date-limite prévue pour le dépôt de la déclaration (2 mois avant l'ouverture) ;

-de formaliser une procédure stricte de vérification de l'absence de dérogations au cahier des charges du site et de neutralisation de sortie (désignation d'un responsable, recensement des documents à examiner, cadrage du travail de collationnement à effectuer, identification des points de vigilance...).

D. Absence de publicité pour les manifestations commerciales non déclarées

L'article L.121-15 in fine du Code de la consommation interdit toute publicité en faveur d'une foire ou un salon qui n'a pas fait l'objet d'une déclaration préalable.

Il faut enfin rappeler que tout annonceur qui effectue ou fait effectuer une publicité interdite par l'article L.121-15 du Code de la consommation encourt une amende de 37 500 euros. Le maximum de l'amende peut être porté à 50 % du montant des dépenses consacrées à la publicité.

Le tribunal peut ordonner la cessation de la publicité interdite aux frais des personnes reconnues coupables.

E. Responsabilité pénale

En application de l'article L310-5 du Code de commerce, encourt une amende de 15000 euros:

- l'exploitant du parc qui ne déclare pas le programme des manifestations annuelles ;
- l'organisateur qui tient sa manifestation sans être prévu au programme des manifestations commerciales dans un parc enregistré;
- l'organisateur du salon professionnel qui tient sa manifestation sans l'avoir déclarée.

III. Droit du travail

A. Repos hebdomadaire

En vertu des articles L.3132-12 et R.3132-5 du Code du travail, le repos hebdomadaire par roulement est admis dans le cadre de manifestations commerciales, notamment les foires et salons lesquels sont dans l'impossibilité de s'interrompre un jour par semaine et ce, notamment pour répondre aux besoins du public.

Il s'agit donc d'une dérogation au principe du repos dominical. Cette dérogation permanente de plein droit est acquise sans autorisation administrative.

Le repos hebdomadaire est alors donné par roulement d'une journée entière un jour quelconque de la semaine.

La Cour de cassation, dans un arrêt du 3 mai 1989 considère que les activités énumérées par l'article L.3132-5 du Code du travail doivent être exercées sinon à titre exclusif, du moins à titre principal. Ce caractère est apprécié au cas par cas au vu de différents critères : chiffre d'affaires réalisé, surfaces occupées, effectifs employés dans chacune des activités. La dérogation n'est accordée que pour les nécessités spécifiques de l'exercice de l'activité concernée d'après un arrêt de la Cour de cassation rendu en date du 21 mai 2002. Si la chambre sociale de la Haute juridiction a, par un arrêt du 12 novembre 2002, reconnu la possibilité pour une banque souhaitant participer à un salon de se prévaloir de l'article L.3132-5 du Code du travail, elle semble être revenue sur cette jurisprudence libérale (Cass. soc. 12 novembre 2002, n° 00-14.641, Bull. civ. V, n° 342). Elle a ainsi rappelé, dans un arrêt du 16 juin 2010, « que le bénéfice de la dérogation de droit prévue par l'article L. 221-9, devenu L. 3132-12, du code du travail au repos dominical n'est accordé par ce texte qu'aux entreprises qui exercent, à titre principal, l'une des activités énumérées aux articles R. 221-4 et R. 221-4-1, devenus R. 3132-5 du code du travail » (Cass. soc., 16 juin 2010, n° 09-11.214, Bull. civ. V, n° 143).

Les entreprises qui participent simplement à des foires et salons sont elles aussi concernées par cette dérogation depuis un décret du 2 août 2005. En effet, en vertu de l'article R.3132-5 du Code du travail, les établissements employant des salariés dans les activités de foires et salons ayant fait l'objet d'une déclaration, les congrès, colloques et séminaires (entreprises d'organisation, d'installation de stands et les entreprises participantes), sont admis à donner le repos hebdomadaire par roulement au personnel employé.

B. Requalification de contrat à durée déterminée.

Un arrêt de la Cour d'appel de Nîmes du 11 Mai 2010 illustre le risque de requalification en CDI de CDD à raison du caractère certes intermittent mais régulier et habituel de l'activité d'organisation de salons. En l'espèce, un organisateur de foires et salons avait recruté un technicien en raison d'un surcroît d'activité exceptionnel via un contrat de travail à durée déterminée. La Cour a décidé de requalifier ce contrat au motif que l'organisateur préparait chaque année de nombreux salons selon une fréquence identique, constituant son activité habituelle et aucune pièce ne permettait de prouver que le technicien avait été embauché à l'occasion d'une augmentation exceptionnelle de l'activité, le contrat à durée déterminée n'était donc pas justifié. Ainsi, comme la rupture du contrat requalifié était survenue sans respect des formalités légales et sans énonciation d'un quelconque motif, elle s'apparentait à un licenciement sans cause réelle et sérieuse donnant lieu en plus du versement de l'indemnité de requalification au salarié, le paiement de dommages et intérêts par l'employeur.

La Cour considère donc qu'un surcroît d'activité prévu tous les ans à la même époque pour un organisateur ne peut pas être considéré comme une augmentation exceptionnelle de l'activité justifiant le recours à un contrat déterminé.

La conclusion de ces contrats ne sera possible que lorsque l'accroissement d'activité est véritablement imprévisible et important pour l'organisateur. En effet, cette condition est

essentielle du fait que le secteur des foires et salons ne rentre pas dans la catégorie des activités pouvant conclure des contrats à durée déterminée d'usage.

Cette requalification d'un CDD en CDI vaut aussi pour les salariés des prestataires auxquels font appel les organisateurs ou participants lorsqu'il est démontré que le salarié a été embauché, non pour satisfaire à des besoins limités dans le temps, mais pour occuper durablement un emploi lié à l'activité normale et permanente de l'entreprise ayant pour activité la fourniture de prestation de service lors de salon, foire ou exposition (CA Paris 2 octobre 2012, CA Nancy 20 octobre 2010, CA Paris 8 septembre 2011, Paris, 11 octobre 2011, n° 09/0613).

Ces décisions sont conformes à l'interprétation de la Cour de cassation selon laquelle le recours au contrat à durée déterminée ne peut être justifié que par la nature temporaire de l'emploi occupé et ne saurait avoir pour objet de « pourvoir durablement un emploi lié à l'activité normale et permanente de l'entreprise » (Cass. soc. 20 octobre 2010, n° 08-44.203).

En cas de demande de requalification des contrats à durée déterminée en un contrat de travail à durée indéterminée, il convient donc de rechercher « si l'activité de vente sur les foires et salons ne constituait pas pour l'employeur une activité permanente, et non occasionnelle, même si elle était discontinuée » (Cass.soc. 30 avril 2014, n°13-10.982)

C. Requalification de contrat d'agent commercial

La Cour d'appel de Lyon illustre dans son arrêt du 26 novembre 2012 un autre risque de requalification : celui d'un contrat d'agent commercial en contrat de travail.

En l'espèce, une société a conclu avec un cocontractant un contrat d'agent commercial dont l'objet consistait en la vente de produits. Cependant, l'intensité des contraintes imposées par le contrat dans l'organisation du travail lors des foires et des salons (concernant notamment les horaires et l'organisation de l'équipe commerciale), ajoutée au fait qu'il était contractuellement prévu l'exclusion de contrepartie en cas de cessation du contrat, et ce, en contradiction avec l'article L.134-12 du Code de commerce, ont caractérisé le lien de subordination entre les parties permettant ainsi au juge de requalifier le contrat d'agent commercial en contrat de travail.

D. Le plan général de coordination en matière de sécurité et de protection de la santé ou P.G.C.S.P.S.

Issu de la réglementation de 1993 sur les mesures de coordination en matière de sécurité et de protection de la santé sur les chantiers mettant en présence au moins deux entreprises ou travailleurs indépendants, le P.G.C.S.P.S. est un document écrit, élaboré par l'organisateur et qui définit l'ensemble des mesures propres à éviter les risques découlant de l'interférence des différents intervenants sur un salon.

L'organisateur le communique à toutes les entreprises fournisseurs et sous-traitants ainsi qu'aux exposants, qui doivent également le transmettre à leurs fournisseurs, standistes... Un

coordonnateur doit être obligatoirement nommé par l'organisateur pour un chantier nécessitant l'intervention de plus de 500 personnes par jour.

Le P.G.C.S.P.S. doit être respecté pendant les périodes de montage et de démontage du salon, sa mise en œuvre étant régulièrement contrôlée par l'Inspection du Travail. A notre connaissance, son contenu fait actuellement l'objet de concertation entre la profession et les partenaires sociaux afin de le rendre plus adapté à la profession qui recouvre des contraintes différentes de celles du BTP.

E. La Charte Professionnelle de Prévention des Risques des Salariés en Situation de Co-Activité lors des Opérations de Montage et de Démontage des Foires, Salons, Congrès et Evènements »

En juillet 2010, du fait de l'absence de textes législatifs et réglementaires en la matière, l'Assemblée Générale Ordinaire des Foires Salons Congrès et Evènements de France a examiné un projet de « *charte professionnelle de prévention des risques des salariés en situation de co-activité lors des opérations de montage et de démontage des foires, salons congrès et évènements* ». Cette charte devra être insérée dans les conditions générales de vente de l'organisateur membre de la FSCEF. L'exposant qui se liera à l'organisateur membre de la FSCEF se verra obligé de se soumettre aux dispositions de cette charte.

Elle vise à :

- rappeler les principales règles de base en matière d'hygiène et de sécurité,
- définir le rôle et les responsabilités des différents acteurs présents durant ces opérations,
- définir une procédure permettant de mettre en place un dispositif adapté aux risques encourus,
- définir le niveau de compétences, le rôle et les prérogatives des responsables en charge de l'organisation de la sécurité des salariés et du respect des dispositions prévues.

La charte identifie quatre acteurs présents lors de l'organisation d'une manifestation commerciale :

- le gestionnaire de site,
- l'organisateur de manifestations,
- l'exposant,
- les prestataires de services ou sous-traitants.

Cette identification permet d'établir un réel partage des responsabilités. Le gestionnaire du site est responsable du site en lui-même sauf s'il délègue cette responsabilité par une convention d'occupation.

L'organisateur est responsable de l'organisation, de l'accès au site durant une manifestation commerciale, de la surface qu'il a louée au gestionnaire ainsi que de la gestion des flux

d'accès au site. Enfin, l'exposant est responsable de la surface louée auprès de l'organisateur et des prestations réalisées sur son stand.

Sur un plan moins théorique, la charte oblige les signataires à mener une analyse des risques concernant la sécurité des salariés qui seront présents sur le site, lors de la conception de la manifestation commerciale. Cette analyse devra aboutir à la prise de mesures permettant un accroissement de leur sécurité. Il sera de la responsabilité de l'organisateur de veiller à la mise à jour régulière, voire quotidienne de cette analyse.

La charte appelle également à une coordination, et offre un choix quant à son degré. Elle peut en effet être simplifiée ou renforcée. Dans les deux cas, elle sera tout d'abord verticale, c'est-à-dire du gestionnaire du site vers les organisateurs. Elle prendra la forme d'une Note d'Occupation des Lieux (NOL), document de référence pendant la durée de la manifestation reprenant notamment les modalités d'accès au site, de circulation et de stationnement sur le site etc.

Un collaborateur du gestionnaire sera chargé de suivre le déroulement des opérations et tiendra le gestionnaire informé.

Quant à l'organisateur, il devra nommer un Responsable de la Coordination des Opérations (ROC) qui sera chargé de la sécurité des salariés présents lors des phases de montage et de démontage. La charte, dans un souci d'uniformisation des pratiques, définit les compétences requises pour assurer cette fonction essentielle.

Une coordination horizontale, de l'organisateur vers les exposants et les prestataires, est aussi encouragée. Dès la phase de conception, le RCO rédigera un Plan Général de Coordination Allégée (PGCA) ou non (PGC) précisant les dispositions à prendre en matière de sécurité des salariés pendant les phases de montage et de démontage. Après amendements par les exposants, le PGCA ou PGC sera transmis à l'ensemble des exposants et prestataires, chaque entreprise s'engageant à le communiquer à ses salariés.

Dans le cadre d'une coordination renforcée, le RCO devra aussi collecter auprès des exposants le Plan Particulier de Sécurité et de Protection de la Santé (PPSPS), les valider et vérifier leur cohérence.

Le RCO doit être présent pendant les opérations de montage et de démontage afin de surveiller la correcte application du PGCA/PGC. En cas de risque grave, le RCO peut interrompre les travaux et de prohiber l'usage de matériel. Il rédigera un compte-rendu à l'issue de la phase de montage et de démontage.

F. Frais de foire

Dans un arrêt du 16 septembre 2009, la Cour de Cassation a jugé que les frais, en l'espèce de foire, qu'un salarié justifie avoir exposé pour les besoins de son activité professionnelle et dans l'intérêt de l'employeur, doivent lui être remboursés sans qu'ils puissent être imputés sur la rémunération qui lui est due, à moins qu'il n'ait été contractuellement prévu qu'il en

conserverait la charge moyennant le versement d'une somme fixée à l'avance de manière forfaitaire. La Cour a confirmé l'arrêt de la Cour d'Appel du fait que les frais litigieux étaient d'un montant variable et que donc le contrat de travail ne pouvait, dans des conditions indéterminées, faire supporter aux salariés les frais engagés pour les besoins de leur activité professionnelle.

G. Application d'un taux de commissionnement (partie variable du salaire) différent pour les ventes effectuées lors de manifestations commerciales

La Cour d'appel de Colmar, dans un arrêt en date du 30 octobre 2012, a déclaré qu'aucune disposition légale n'interdisait à l'employeur d'appliquer un taux de commissionnement différent aux ventes faites en magasin et à celles réalisées à l'occasion de manifestations temporaires, telles que les foires et les salons. Elle précise en outre que cette différence de taux n'a pas besoin d'être contractuellement prévue, elle peut résulter des faits et être tacitement acceptée par le salarié.

IV. Droit de la propriété intellectuelle et artistique

A. Compétence de l'Institut National de la Propriété Industrielle

En vertu de l'article R. 411-1 7° du Code la propriété intellectuelle (CPI), l'institut national de la propriété industrielle est compétent pour appliquer les dispositions contenues dans les lois et règlements sur la protection temporaire de la propriété industrielle dans les expositions, sur les récompenses industrielles et sur les marques d'origine.

B. Protection contre la divulgation de l'invention

L'article L.611-11 du CPI dispose que, pour l'application de l'article L.611-16, une divulgation de l'invention n'est pas prise en considération dans les deux cas suivants :

- si elle a lieu dans les six mois précédents la date de dépôt de la demande de brevet ;
- si elle résulte de la publication, après la date de ce dépôt, d'une demande de brevet antérieure et si, dans l'un ou l'autre cas, elle résulte directement ou indirectement :
 - d'un abus évident à l'égard de l'inventeur ou de son prédécesseur en droit,
 - du fait que l'invention ait été présentée par eux dans une exposition officielle ou officiellement reconnue au sens de la convention révisée concernant les expositions internationales signée à Paris le 22 novembre 1928.

Toutefois, dans ce dernier cas, l'exposition de l'invention doit avoir été déclarée lors du dépôt et une justification produite dans les délais et conditions fixés par voie réglementaire.

La chambre des recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur a eu à connaître de la question de la divulgation préalable dans le cadre d'une foire-exposition de luminaires pour stands de foires faisant l'objet d'une demande d'enregistrement d'un dessin

ou modèle communautaire (OHMI, 2 mai 2011, n° R 658/2010-3). Il ressort de cette décision que la démonstration de l'antériorité de la divulgation par rapport au dépôt du dessin ou du modèle communautaire achoppe le plus souvent sur des questions de preuve qu'on ne peut conseiller aux intervenants de se ménager avant de procéder à la divulgation des produits de leur activité de recherche et développement.

Délai de protection

L'article R.612-22 du CPI prévoit que la justification du droit de l'exposant, défini à l'article L.611-13, premier alinéa, deuxième tiret b, est fournie dans le délai de quatre mois à compter de la date de dépôt de la demande de brevet sous la forme d'une attestation délivrée au cours de l'exposition par l'autorité chargée d'assurer la protection de la propriété industrielle dans cette exposition et constatant que l'invention y a été réellement exposée. L'attestation mentionne la date d'ouverture de l'exposition et, le cas échéant, celle de la première divulgation de l'invention si ces deux dates ne coïncident pas. Elle est accompagnée des pièces permettant d'identifier l'invention, revêtue d'une mention d'authenticité susvisée.

C. Protection de l'invention dans les expositions

L'article L.623-5 du CPI, relatif aux certificats d'obtention végétale, a été modifié par la loi du 8 décembre 2011. Depuis le 11 décembre 2011, la variété n'est pas réputée nouvelle l'obtention lorsque du matériel de reproduction ou de multiplication végétative ou un produit de récolte a été vendu ou remis à des tiers sous quelque forme que ce soit par l'obteneur ou avec son consentement, aux fins de l'exploitation de la variété, depuis plus de douze mois sur le territoire français ou sur le territoire de l'Espace économique européen, ou depuis plus de quatre ans sur un autre territoire.

La requête en délivrance

L'article R.612-11 6 du CPI prévoit que la requête en délivrance est complétée, le cas échéant par les indications relatives à la présentation de l'invention dans une exposition officielle ou officiellement reconnue.

D. Droit d'auteur et Salons

Pour pouvoir bénéficier de la protection au titre des droits d'auteur, il faut réaliser une œuvre. Cette œuvre doit être perceptible et originale.

Le caractère perceptible signifie que l'œuvre doit s'exprimer dans une forme qui permet sa communication à autrui. Elle doit donc être appréciable par au moins l'un des cinq sens. On peut dès lors considérer ce critère rempli par un salon, celui-ci étant visuellement perceptible.

Est originale une œuvre nouvelle qui exprime la personnalité de son auteur. La jurisprudence parle d'« apport intellectuel » ou encore d'« apport personnel » pour caractériser l'empreinte de la personnalité de l'auteur. Dans plusieurs arrêts, les juges ont reconnu l'originalité d'œuvres éphémères et donc susceptibles de protection au titre du droit d'auteur. Au registre des ces œuvres éphémères, on trouve les expositions et les musées qui peuvent être considérés comme des œuvres en ce qu'elles offrent un agencement original aux visiteurs. L'originalité réside ici dans la composition et les choix opérés par les concepteurs.

Dans cette optique, la Cour d'appel de Paris, dans un arrêt du 8 février 2002, a considéré que « la réalisation architecturale et décorative de salons d'exposition peut être protégeable au titre des droits d'auteur ». En effet, dans cette espèce, il a été jugé au sujet du salon de prêt-à-porter « WHO'S NEXT » qu'en faisant le choix de l'aménagement de l'espace d'accueil comportant une entrée centrale qui se prolonge dans le salon par un podium réalisé en « layer » pouvant être emprunté par les visiteurs, accueil associé à une annonce lumineuse en néon d'un graphisme particulier, « les architectes ont conçu une présentation de l'entrée dans le salon dans une scénographie qui révèle leur effort créatif ». Plus récemment, la Cour d'appel de Bordeaux a confirmé une décision ordonnant la destruction d'un pavillon édifié dans le cadre d'une foire exposition pour contrefaçon de l'œuvre d'un architecte (Bordeaux, 7 juin 2010, n° 09/00205).

Dès lors, et bien que la jurisprudence soit limitée en la matière, la conception originale de certains éléments scénographiques d'un salon peut, dans certaines circonstances, être protégeable au titre du droit d'auteur.

E. Droit des marques et salons

A l'instar du droit d'auteur, le droit des marques trouve à s'appliquer dans le secteur des foires et salons comme en témoigne l'arrêt rendu par la Cour d'appel de Lyon le 30 juin 2011. Un magasin de grande surface avait, dans le cadre d'une foire aux vins qu'il organisait, fait figurer dans son catalogue un vin d'un autre producteur sous la dénomination d'une marque enregistrée. Le titulaire de la marque avait alors assigné l'enseigne en contrefaçon. Cette dernière a logiquement été condamnée sur le fondement de l'article L. 713-2 du Code de la propriété intellectuelle qui prohibe l'usage ou la reproduction illicite d'une marque. Il est à noter que la brièveté de l'atteinte ainsi que l'insignifiance en volume des produits concernés sont indifférents à la constatation de l'existence d'une contrefaçon.

Par ailleurs, il est possible au titulaire d'une marque d'obtenir des mesures provisoires afin de faire cesser une atteinte à son droit. En effet, aux termes de l'article L.716-6 du Code de la propriété intellectuelle, il peut solliciter de telles mesures par voie de référé mais également de requête, c'est-à-dire sans débat contradictoire. Pour ce faire, le demandeur doit démontrer, en plus de l'urgence de la mesure, l'impossibilité d'un tel débat.

Ce dispositif peut s'avérer particulièrement utile dans le cadre des foires et salons en permettant au titulaire ou au concessionnaire d'une marque de voir son droit exclusif mis à mal dans un tel cadre comme l'illustre une affaire récente. En l'espèce, le titulaire de la marque avait obtenu sur requête l'interdiction qu'un produit soit exposé dans le cadre d'un salon professionnel. La Cour d'appel avait cependant rétracté l'ordonnance, estimant qu'un débat contradictoire pouvait légitimement avoir lieu dans la mesure où le salon n'avait pas

encore débuté. Elle est approuvée en cela par la Cour de cassation (Cass.com., 20 mars 2012, n° 11-15.398).

De même, le titulaire d'une marque ou plus généralement d'un droit de propriété intellectuelle (droit d'auteur, droit des dessins et modèles...) peut, s'il estime ses droits violés, saisir le juge afin de faire procéder à des opérations de saisie contrefaçon lors d'une foire ou d'un salon. Si le juge fait droit à sa demande, un huissier se rendra sur place pour saisir les objets litigieux. La Cour d'appel de Paris dans un arrêt du 21 décembre 2012 a précisé que « *s'il est incontestable que les opérations de saisie contrefaçon opérées à l'initiative de la personne qui pense avoir des droits à faire valoir peuvent avoir des répercussions financières et porter atteinte à la réputation d'une entreprise, il n'en demeure pas moins qu'il appartient à celui qui se prétend victime de ces opérations de démontrer que le poursuivant a agi à son encontre de mauvaise foi avec l'intention de nuire* ». En l'espèce, le plaignant estimait que la société qui avait diligenté une saisie contrefaçon dans le cadre d'un salon professionnel avait commis une faute, que la présence d'un huissier à cette occasion a eu de graves répercussions sur son chiffre d'affaire. La Cour l'a débouté de sa demande, l'intention de nuire n'étant pas rapportée.

F. Protection des bases de données et salons

Les articles L.341-1 et suivants du Code de la propriété intellectuelle protègent les producteurs de base de données, compris comme la personne qui prend l'initiative et supporte le risque de sa création lorsque sa constitution, sa vérification ou encore sa présentation atteste d'un investissement financier, matériel ou humain substantiel.

La jurisprudence a reconnu qu'une base de données regroupant des informations sur les exposants de divers foires et salons pouvait être protégée en vertu des dispositions précitées du Code de la propriété intellectuelle (Paris, 20 mars 2002: Ann. propr. ind. 2002/3 . 356; PIBD 2002/3 . III. 331).

G. Priorité d'exposition

L'article 33 du Règlement du Conseil des Communautés européennes n°40/94 du 20 décembre 1993 prévoit une priorité d'exposition qui offre à la personne ayant présenté, sous une marque déposée, des produits ou services lors d'une exposition internationale officielle, un droit de priorité en cas de dépôt, dans un délai de six mois à compter de l'exposition, d'une demande de marque communautaire.

V. Le secteur des foires et salons dans un contexte international

A. Caractère international des manifestations commerciales

Depuis un arrêté du 24 avril 2009, modifié par les arrêtés du 19 mars 2010 et 21 décembre 2010, la qualification de manifestation commerciale « internationale » n'est plus libre. En effet, le terme « international » est désormais labellisé et son utilisation est soumise au respect de certaines conditions.

En réalité, l'arrêté du 24 avril 2009 prévoit deux catégories de manifestations à caractère international :

- Manifestations commerciales à caractère international simple. Ces manifestations bénéficient de la reconnaissance officielle de ce caractère et de l'appellation « international » si elles remplissent les conditions suivantes :
 - Avoir réuni, au cours de sa session précédente au moins 10 % d'exposants étrangers ou avoir accueilli au moins 5 % de visites étrangères ;
 - Pour la session précédant la demande de reconnaissance internationale et pour chaque session durant la validité de la reconnaissance internationale, soumettre au contrôle d'un organisme de certification les caractéristiques chiffrées prévues ci-avant.
- Manifestations commerciales à caractère international confirmé. Ces manifestations bénéficient de la reconnaissance officielle de ce caractère et de l'appellation « international confirmé » si elles remplissent les conditions suivantes :
 - Correspondre à la définition du salon professionnel (art. L. 762-2 du code de commerce) ;
 - Avoir réuni, au cours de sa session précédente, au moins 20 % d'exposants étrangers ;
 - Avoir accueilli, au cours de la session précédente, au moins 25 % de visiteurs professionnels étrangers, y compris les journalistes, ou un minimum de 1 000 visiteurs étrangers.

Outre un intérêt marketing, la labellisation permettra de souscrire l'assurance prospection de la COFACE.

Cette assurance permet de couvrir le risque d'échec ou de succès insuffisant pour amortir les dépenses engagées afin de prospecter les marchés étrangers et permet ainsi d'alléger la charge financière de l'effort de prospection.

Toutefois, seules les manifestations commerciales à caractère « international confirmé » sont présumées éligibles à l'assurance prospection COFACE. Les autres manifestations commerciales pourront bénéficier de cette assurance sur décision, au cas par cas, du ministre en charge du commerce extérieur.

La reconnaissance du caractère international est valable pour une durée de trois ans renouvelable.

B. La convention régionale sur les règles d'origine préférentielles pan euro-méditerranéennes

La Convention régionale sur les règles d'origine préférentielles pan-euro-méditerranéennes est maintenant une réalité. Après différentes étapes préparatoires, ce texte a finalement été ouvert à la signature le 15 Juin 2011. Depuis lors, l'Union européenne, les États de l'AELE, l'ARYM, le Monténégro, la Croatie, l'Albanie, la Turquie, le Maroc, la Suisse, les Iles Féroé, la Jordanie l'ont signé.

A l'article 13 de cette proposition, il est énoncé que les produits originaires envoyés pour être exposés dans un pays autre que ceux avec lesquels le cumul est applicable et qui sont vendus, à la fin de l'exposition, en vue d'être importés dans une partie contractante, bénéficient à l'importation des dispositions de l'accord pertinent, pour autant qu'il soit démontré à la satisfaction des autorités douanières: qu'un exportateur a expédié ces produits d'une partie contractante vers le pays de l'exposition et les y a exposés; que cet exportateur a vendu les produits ou les a cédés à un destinataire dans une autre partie contractante; que les produits ont été expédiés durant l'exposition ou immédiatement après dans l'état où ils ont été expédiés en vue de l'exposition et que, depuis le moment où ils ont été expédiés en vue de l'exposition, les produits n'ont pas été utilisés à des fins autres que la présentation à cette exposition.

Cette disposition est applicable à toutes les expositions, foires ou manifestations publiques analogues à caractère commercial, industriel, agricole ou artisanal, autres que celles qui sont organisées à des fins privées dans des locaux ou des magasins commerciaux et ayant pour objet la vente de produits étrangers, pendant lesquelles les produits restent sous contrôle de la douane.

C. Livre Vert « Libérer le potentiel des industries culturelles et créatives »

Le but de ce livre vert est de susciter un débat sur les conditions nécessaires à un environnement créatif véritablement stimulant pour les Industries Culturelles et Créatives (ICC) de l'Union européenne. Le livre vert aborde de nombreux aspects, de l'environnement des entreprises à la nécessité de créer un espace européen commun de la culture, en passant par le renforcement des capacités, le développement des compétences et la promotion des esprits créateurs européens sur la scène mondiale.

En évoquant les ICC, le livre vert cherche à saisir les différentes connotations attribuées aux termes "culturel" et "créatif" à travers l'Union européenne, reflétant la diversité culturelle de l'Europe.

Pour favoriser le développement d'ICC de niveau international et l'exportation de leurs œuvres, produits et services, il faut naturellement nouer des liens avec des pays tiers. Les PME en particulier ont besoin d'aide pour établir des contacts et faire connaître leurs activités à l'étranger. Le dialogue d'industrie à industrie, les missions de prospection et l'information sur les marchés, de même que la représentation collective aux foires internationales, font partie des outils spécifiques qui ont été mis au point pour soutenir les exportations. L'Union Européenne encourage donc les Etats et les PME à organiser et tenir des salons et des foires afin de promouvoir ces ICC.

VI. Droit de la consommation

A. Obligation d'information du consommateur sur les prix

En application de la circulaire du 19 juillet 1988 concernant l'arrêté du 3 décembre 1987 pour l'information du consommateur sur les prix, les ventes au détail réalisées dans les foires et salons sont soumises aux règles de publicité sur les prix, que la livraison de ces produits exposés soit immédiate ou qu'elle n'intervienne qu'à l'extérieur de ces expositions ou après leur clôture.

B. Délit d'abus de faiblesse

Le délit d'abus de faiblesse institué par la loi n°72-1137 du 22 décembre 1972 a été étendu par la loi n°92-60 du 18 janvier 1992, renforçant la protection des consommateurs aux engagements souscrits dans le cadre de foires et salons, lesquels sont considérés comme des lieux destinés à la commercialisation des produits.

L'article L.122-8 du Code de la consommation, qui s'applique donc aux foires et salons en vertu de l'article L.122-9 du même Code, sanctionne « quiconque aura abusé de la faiblesse ou de l'ignorance d'une personne pour lui faire souscrire, par le moyen de visites à domicile, des engagements au comptant ou à crédit sous quelque forme que ce soit sera puni d'un emprisonnement de cinq ans et d'une amende de 9.000 euros ou de l'une de ces deux peines seulement lorsque les circonstances montrent que cette personne n'était pas en mesure d'apprécier la portée des engagements qu'elle prenait ou de déceler les ruses ou artifices déployés pour la convaincre à y souscrire, ou font apparaître qu'elle a été soumise à une contrainte ».

C. Démarchage – droit de rétractation

Tant selon la jurisprudence que les réponses ministérielles ; les dispositions du Code de la consommation relatives aux ventes par démarchage ne s'appliquent pas aux ventes réalisées dans des foires ou salons.

La Cour d'appel de Reims a ainsi rappelé dans un arrêt du 12 Octobre 2010 qu'il est constant que les foires et les salons sont des lieux destinés à la commercialisation et ne rentrent donc pas dans le champ d'application de l'article L 121-21 du code de la consommation relatif à la pratique du démarchage.

Par conséquent, la Cour de cassation n'accorde pas au consommateur le bénéfice du délai renonciation prévu par l'article L.121-25 du Code de la consommation relatif au démarchage à domicile pour les ventes conclues dans une foire ou un salon, au motif que ces lieux sont bien, au sens de l'article ci-dessus visé, destinés à la commercialisation des produits.

Cette jurisprudence a récemment été consolidée par un arrêt de la Cour d'Appel d'Aix-en-Provence du 22 janvier 2013.

Au travers des réponses aux questions des députés, le Gouvernement a sans cesse confirmé qu'il n'entendait pas proposer une loi étendant le bénéfice du droit de rétractation pour l'achat de produits dans un salon ou une foire. Le 15 mai 2012 il a ainsi rappelé sa position : « les foires et salons sont des lieux habituellement destinés à la vente, où les consommateurs se rendent de leur propre initiative, comme ils le font dans les établissements commerciaux. C'est pourquoi, les règles relatives au démarchage à domicile, qui visent à protéger les consommateurs qui ne se trouvent pas dans un lieu destiné habituellement à la vente, n'ont pas vocation à être étendues aux ventes réalisées dans ces manifestations commerciales. »

Toutefois, une Directive européenne du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs est venue semer le doute quant à ce droit de rétractation pour les ventes conclues lors des foires et salons. En effet, la directive pose le principe du bénéfice au droit de rétractation pour toutes ventes conclues en dehors d'un établissement commercial et le préambule de cette directive précise « qu'il convient de considérer comme établissement commercial tout établissement, de quelque type que ce soit (qu'il s'agisse par exemple d'un magasin, d'un étal ou d'un camion), servant de siège d'activité permanent ou habituel au professionnel. Les étals dans les marchés et les stands dans les foires devraient être considérés comme des établissements commerciaux s'ils satisfont à cette condition. »

Ainsi, par une lecture stricte de cette disposition, il serait possible d'arguer que le professionnel qui n'a pas l'habitude de vendre ses produits ou services lors d'une foire doit faire bénéficier ses acheteurs d'un délai de rétractation.

Ce n'est pas l'interprétation qui a été retenue dans l'avis du Sénat du 6 décembre 2011. En effet, aux termes de cet avis, ses auteurs considèrent que la définition donnée par la directive de « l'établissement commercial » écarte toute possibilité de droit de rétractation pour les ventes conclues lors de foires et salons :

« les définitions posées par l'article 2 de la directive semblent bien écarter les foires et salons du champ d'application des contrats hors établissement, car il faut entendre la notion d'établissement commercial comme « tout site commercial immeuble où le professionnel exerce son activité en permanence ou tout site commercial meuble où le professionnel exerce son activité de manière habituelle. Un stand de foire commerciale peut être considéré comme un site commercial meuble, de sorte que les foires et salons ne relèvent pas du régime des contrats hors établissement ».

Le gouvernement a réaffirmé sa position puisque par la loi Hamon du 17 mars 2014 relative à la consommation, il a inséré un article L 121-97 au code de consommation permettant d'éviter l'assimilation entre les ventes conclues dans les foires et salons à des ventes hors établissements assorties d'un droit de rétractation au profit du consommateur selon la directive 2001/83/UE. Par conséquent, il préserve les foires et salons de l'introduction d'un droit de rétractation au bénéfice du consommateur.

Cet article dispose qu' « avant la conclusion de tout contrat entre un consommateur et un professionnel à l'occasion d'une foire, d'un salon ou de toute manifestation commerciale relevant du chapitre II du titre VI du livre VII du code de commerce, le professionnel informe le consommateur qu'il ne dispose pas d'un délai de rétractation.

Sans préjudice des informations précontractuelles prévues au premier alinéa du présent article, les offres de contrat faites dans les foires et les salons mentionnent l'absence de délai de rétractation, en des termes clairs et lisibles, dans un encadré apparent.

Les modalités de mise en œuvre du présent article sont fixées par arrêté du ministre chargé de l'économie.

Tout manquement au présent article est passible d'une amende administrative dont le montant ne peut excéder 3 000 € pour une personne physique et 15 000 € pour une personne morale. L'amende est prononcée dans les conditions prévues à l'article L. 141-1-2 ».

Un arrêté du 2 décembre 2014, entré en vigueur le 1er mars 2015, précise que « dans les foires, les salons ou à l'occasion de toute manifestation commerciale relevant du chapitre II du titre VI du livre VII du Code de commerce, les professionnels proposant la vente de biens ou la fourniture de services affichent, de manière visible pour les consommateurs, sur un panneau ne pouvant pas être inférieur au format A3 et dans une taille de caractère ne pouvant être inférieure à celle du corps quatre-vingt-dix, la phrase suivante : "*Le consommateur ne bénéficie pas d'un droit de rétractation pour tout achat effectué dans [cette foire] ou [ce salon], ou [sur ce stand]*" ; le professionnel choisissant la formulation la mieux adaptée ».

En outre, « les offres de contrat visées à l'article L. 121-97 mentionnent, dans un encadré apparent, situé en en-tête du contrat et dans une taille de caractère qui ne peut être inférieure à celle du corps 12, la phrase suivante : « *Le consommateur ne bénéficie pas d'un droit de rétractation pour un achat effectué dans une foire ou dans un salon* ».

Il existe donc désormais une obligation d'information précontractuelle de l'exposant effectuant des ventes de biens ou services au consommateur sur l'absence d'un délai de rétractation. Les contrats de vente qui y sont proposés doivent mentionner l'absence de délai de rétractation en des termes clairs et lisibles, dans un encadré apparent selon les modalités de l'arrêté ci-dessus. Cette modalité évitera de dissimuler l'information dans les conditions générales de vente.

De plus, ces derniers sont contraints d'afficher, de manière visible, sur un panneau l'absence de délai de rétractation, dans les conditions de l'arrêté ci-dessus. Cette obligation par affichette apparaît comme fastidieuse dans sa mise en œuvre. Cependant elle a l'avantage de présumer l'accomplissement de l'obligation d'information de l'exposant à l'égard du consommateur étant rappelé que tout manquement à cette obligation d'information est passible d'une amende administrative dont le montant ne peut excéder 3 000 € pour une personne physique et 15 000 € pour une personne morale. Toutefois, on peut regretter l'absence de mise en place d'un système d'information générale des consommateurs comme aux points de vente et de contrôle des billets.

Cas des contrats à crédit : Il convient de préciser que le consommateur retrouve son droit de rétractation lorsque le financement du contrat, conclu à l'occasion d'une foire ou salon, est assuré par un crédit affecté. Le professionnel devra alors informer le consommateur,

dans un dans un encadré apparent, en termes clairs et lisibles, de l'existence d'un droit à rétractation de 14 jours lié au crédit à la consommation et à la résolution du contrat (Article L. 121-98)

En tout état de cause, un justiciable pourra toujours saisir la CJUE d'une question préjudicielle sur la conformité de ladite loi eut égard à la directive en arguant d'une interprétation stricte de celle-ci.

Cette interprétation stricte ne nous semble cependant pas fidèle à l'esprit du texte de la directive. En effet, son préambule justifie le droit de rétractation de la façon suivante : « En ce qui concerne les contrats hors établissement, le consommateur devrait avoir un droit de rétractation compte tenu de la pression psychologique et ou de l'élément de surprise éventuel ». Il donne par ailleurs deux exemples de lieux considérés comme hors établissement : le domicile du consommateur et son lieu de travail. Or, les foires et salons sont des lieux habituellement destinés à la vente et le consommateur s'y rend en connaissance de cause, de sorte que l'on peut difficilement admettre qu'il puisse bénéficier d'un droit de rétractation, à l'inverse des ventes conclues lors de démarchage à domicile ou sur le lieu de travail du consommateur.

Ajoutons enfin que, selon cette même Directive, le consommateur bénéficiera du droit de rétractation lorsque la commande passée sur un salon ou une foire l'a été à la suite d'un démarchage à domicile. La Directive précise en effet qu'un contrat hors établissement recouvre l'hypothèse du contrat conclu dans l'établissement du professionnel, mais immédiatement après une sollicitation personnelle et individuelle du consommateur par le professionnel dans un autre lieu que l'établissement commercial. Cette évolution n'est que formelle puisque la jurisprudence l'avait déjà consacrée : la Cour d'Appel de Paris a, dans un arrêt du 18 mai 2006, déclaré les dispositions sur le démarchage applicables à un contrat signé durant un salon dès lors que la signature a été précédée d'un démarchage à domicile.

Au contraire, la venue au domicile du consommateur du vendeur ou d'un de ses préposés pour procéder à des opérations techniques telles que la prise de mesures à la suite de la conclusion d'un contrat dans une foire ou un salon ne permet pas à celui-ci de se prévaloir des dispositions relatives au démarchage à domicile comme le rappellent tant la Cour de cassation que les juges du fond (Cass. civ. 1ère, 3 mars 2011, n° 10-14.096, Cass. crim., 18 mai 2010, n° 09-88.448, Aix-en-Provence, 9 février 2011, n° 09/07674). De même, dans son arrêt du 22 janvier 2013 précité, la Cour d'Appel d'Aix-en-Provence a précisé que le fait que le chèque d'acompte et le plan (il s'agissait de la vente d'une cuisine lors d'une foire) aient été remis chez les acheteurs ne transforme pas la vente en démarchage à domicile, dans la mesure où les conditions essentielles du contrat ont été définitivement arrêtées lors de la foire.

D. Vente à emporter

En application de l'article L.310-2 III alinéa 1er du Code de commerce, les foires où sont pratiquées des ventes de marchandises au public et qui sont inscrites dans un calendrier agréé par le préfet sont désormais admises.

En effet, l'ordonnance n°2004-274 du 25 mars 2004 met fin à l'interdiction des ventes à emporter. C'est ainsi une adaptation de la réglementation aux besoins actuels du milieu des foires et salons.

La vente à emporter qui est effectuée au cours des manifestations commerciales permet d'établir une distinction entre les foires commerciales et les salons professionnels.

Par ventes à emporter, il faut entendre les ventes comportant livraison immédiate et sur place à l'acheteur. On peut leur assimiler les dégustations payantes consommées sur place.

Les ventes à emporter effectuées au cours des foires et salons peuvent être à l'origine de difficultés avec les commerçants locaux s'estimant victimes de cette concurrence.

Il a cependant été jugé qu'ils ne pouvaient obtenir réparation du préjudice allégué ni du comité d'organisation, ni des exposants eux-mêmes.

E. Protection du consommateur

Plusieurs dispositions du Code de la consommation s'appliquent aux foires et salons et viennent ainsi protéger le consommateur.

Le vendeur dans les foires et salons devra par exemple respecter l'article L. 111-1 du code de la consommation selon lequel tout professionnel vendeur de biens doit, avant la conclusion du contrat, mettre le consommateur en mesure de connaître les caractéristiques essentielles du bien.

Un arrêt de la Cour d'appel de Paris du 18 Mars 2011 le rappelle en énonçant qu'un contrat de vente qui ne respecte pas l'article L. 111-1 du code de la consommation n'est ainsi pas régulièrement formé dès lors que les informations manquantes ou les imprécisions ont privé l'acheteur d'une connaissance fidèle des éléments justifiant son engagement. En l'espèce, pendant la foire de Paris, un vendeur n'a pas été suffisamment précis dans son devis portant sur la vente d'une cuisine équipée et sur la réalisation de travaux, le contrat ne pouvait donc pas se former et ce dernier a dû restituer les 2000 euros qu'il avait perçus et verser 5000 euros à l'acheteur au titre de préjudice moral. Dans le même esprit, la Cour d'appel de Lyon a, par un arrêt du 30 mai 2012, procédé à l'annulation de la vente d'une cuisine conclue dans le cadre d'une foire car le vendeur n'avait pas permis au consommateur de connaître précisément les caractéristiques du bien vendu (Lyon, 30 mai 2012, n° 11/01437). De même, la Cour d'appel de Bordeaux a considéré que le vendeur n'avait pas parfaitement informé l'acquéreur de l'identification exacte du canapé acheté en précisant de manière compréhensible la couleur de ce dernier sur le bon de commande ; en l'occurrence la couleur était indiquée comme suit : « Buffle Viva 989 Minio ».

Au contraire, quand le contrat respecte les dispositions de l'article L111-1 du code de la consommation et répond à la définition de l'article 1583 du code civil, la vente est parfaite et il n'y a pas lieu de l'annuler, c'est ce qui ressort d'un arrêt de la Cour d'appel de Nancy du 29 Novembre 2010 dans lequel un consommateur avait acquis une cuisine lors de la foire

d'exposition de Nancy. La Cour a considéré que le devis précisait bien les caractéristiques des meubles de cuisine, que le prix était fourni, le bon de commande signé par l'acheteur et que par conséquent, le consentement des parties avait porté sur des biens précis et des prestations déterminées respectant les dispositions de l'article L. 111-1 du code de la consommation. En conséquence l'acheteur avait violé ses obligations contractuelles en refusant de payer le prix.

L'article L. 122-3 du Code de la consommation est aussi applicable aux salons et foires, il énonce qu'il est interdit d'exiger le paiement immédiat ou différé de biens ou de services fournis par un professionnel ou, s'agissant de biens, d'exiger leurs renvoi ou leur conservation, sans que ceux-ci aient fait l'objet d'une commande préalable du consommateur, sauf lorsqu'il s'agit d'un bien ou d'un service de substitution fourni conformément à l'article L. 121-20-3.

La Cour d'appel de Paris rappelle ce principe dans un arrêt du 26 Mars 2010 et énonce qu'aucune obligation ne peut être mise à la charge du consommateur qui perçoit un bien ou une prestation de services en violation de cette interdiction. En l'espèce, l'appelante avait regardé avec intérêt lors du salon de la foire de Paris une cuisine d'exposition vendue à un prix minoré et à l'issue d'une très longue discussion avait dans la précipitation et sur insistance du vendeur alors même que le salon fermait remis deux chèques au vendeur. En raison qu'aucun bon de commande n'a été signé et du fait que celui fourni par le vendeur était un faux, ce dernier a été tenu de restituer l'acompte et verser des dommages et intérêts au titre du préjudice moral du consommateur.

Les exposants dans les foires et salons devront veiller à ne pas induire le consommateur en erreur. En effet, les articles L.121-1 et suivants prohibent les pratiques commerciales trompeuses. Par ailleurs, lorsque le comportement de l'exposant traduit la volonté de tromper le consommateur sur la nature, l'origine, l'espèce, les qualités substantielles du produit ou encore sur son aptitude à l'emploi, les risques inhérents à son utilisation par exemple, il encourt une sanction de deux ans d'emprisonnement et de 37 500€ d'amende, conformément à l'article L.213-1 du Code de la consommation, comme l'illustre un arrêt de la Cour d'appel de Rennes (Rennes, 27 juillet 2010, n° 09/02408).

Outre les dispositions protectrices du Code de la consommation, les clients des exposants de foires et salons peuvent également chercher à remettre en cause leurs engagements sur le fondement du droit commun des contrats. Dans une affaire récente, un consommateur avait, dans un premier temps, conclu un contrat pour l'installation d'une cuisine. Dans un deuxième temps, un préposé du vendeur s'était rendu à son domicile où un nouveau bon de commande avait été signé, pour un prix supérieur. Alors que les juges du fond avaient considéré que le droit de rétractation ne pouvait jouer dans la mesure où le second bon de commande ne consistait qu'en une adaptation du contrat initial aux contraintes techniques, la Cour de cassation annule l'arrêt lui reprochant un défaut de réponse aux arguments fondés sur l'absence d'accord sur l'objet et le prix (Cass. civ. 1ère, 3 mars 2011, n° 10-14.096).

Il convient enfin de mentionner un arrêt 17 janvier 2013 dans lequel la Cour d'appel de Rennes a fait droit à une demande de résolution d'un contrat pour non-conformité de la chose livrée aux spécifications contractuelles au motif que le bien livré n'était pas neuf contrairement aux spécifications du bon de commande ; le matériel en question avait été utilisé pour la démonstration lors d'une foire.

F. Protection des consommateurs et droit européen

La Commission européenne a publié, le 12 mai 2010, une Recommandation relative à l'utilisation d'une méthode harmonisée pour classer les réclamations et demandes des consommateurs et communiquer les données y afférentes. Cette Recommandation encourage toute action politique ou réglementaire à l'échelle européenne qui aurait pour but de mieux comprendre le marché intérieur du point de vue des consommateurs. Elle s'adresse à toutes les autorités de protection des consommateurs ou de réglementation des États membres, organisations de défense des consommateurs, organismes de résolution extrajudiciaire des litiges, comités de réclamation, médiateurs indépendants institués par les pouvoirs publics, services analogues à une médiation indépendante créés par des professionnels ou organismes d'autocontrôles sectoriels. Son paragraphe 65 étend cette demande d'harmonisation aux réclamations concernant les marchés, foires et salons professionnels.

VII. Règlements divers applicables au secteur des foires et salons

A. Réglementation relative à la vente d'alcool lors des foires et salons

La vente d'alcool à consommer sur place lors d'une foire ou d'un salon constitue un débit de boissons temporaire, soumis, à ce titre, à l'accomplissement de formalités spécifiques telles que prévues aux articles L.3334-1 et L.3334-2 du Code de la Santé Publique :

- Lorsqu'il s'agit d'une foire organisée par l'Etat, les collectivités publiques ou les associations reconnues comme établissements d'utilité publique, l'ouverture de débits de boissons à consommer sur place est autorisée. Cependant, préalablement à l'ouverture, le débitant doit obtenir l'autorisation de l'organisateur de la foire ou du salon et faire une déclaration à la mairie et à la recette buraliste des contributions indirectes. Toutes les catégories de boissons sont autorisées à la vente.
- Pour les autres foires organisées par d'autres personnes, il sera nécessaire d'obtenir l'autorisation de l'autorité municipale. Par ailleurs, une association ne pourra obtenir plus de cinq autorisations par an. Ces débits de boissons ne peuvent vendre que des boissons des deux premiers groupes tels que définis à l'article L.3321-1 du Code de la Santé Publique.

Dans les deux cas de figure, il faudra procéder à autant de déclarations qu'il y aura de points de vente de boissons installés et le débitant devra respecter les autres dispositions du Code de la Santé Publique relatives aux débits de boissons et notamment être titulaire de la licence adéquate. Il faudra en outre s'assurer que le lieu de la foire ne fait pas partie d'un périmètre de protection défini par le préfet à l'intérieur duquel les débits de boissons sont interdits.

Enfin, si en vertu de l'article L.3322-9 du code de la santé publique, il est en principe interdit d'offrir gratuitement à volonté des boissons alcooliques dans un but commercial ou de les vendre à titre principal contre une somme forfaitaire, cette interdiction ne concerne pas :

- Les fêtes et foires traditionnelles. Il s'agit selon le décret n° 2011-613 du 30 mai 2011, des manifestations, autorisées par le préfet du département dans lequel elle a lieu, qui se sont déroulées au moins une fois tous les deux ans, durant au moins dix ans, et pour la dernière fois il y a moins de cinq ans. De plus, le décret précise que ces fêtes et foires doivent être consacrées au patrimoine et produits traditionnels. Enfin, le décret prévoit que l'autorisation doit être sollicitée au moins 90 jours avant le déroulement de la manifestation. Le défaut de réponse dans un délai de deux mois vaut acceptation de la demande. La décision de l'autorité administrative doit veiller à ce que la tenue de la foire garantisse le respect de l'ordre public, la protection des mineurs ainsi que la réglementation relative à la lutte contre l'alcoolisme.
- Les dégustations en vue de la vente au sens de l'article 1587 du Code civil c'est-à-dire pour « les choses qu'il est dans l'usage de goûter avant d'en faire l'achat ». Il ressort de cet article L.3322-9 que tout type d'alcool peut être offert à la dégustation dans la mesure où il s'agit uniquement des boissons alcooliques que le débitant vend et est en droit de vendre (licence à emporter à l'appui). Toutefois, le vendeur doit prendre toutes les précautions nécessaires afin d'éviter la consommation excessive d'alcool et l'ivresse publique.

La réglementation des ventes de boissons alcoolisées lors de manifestations commerciales suscite encore des interrogations. L'idée d'une charte de bonne conduite des exposants distribuant de l'alcool a été évoquée, bien que de sérieuses réserves existent. Il est reproché à cette charte de manquer de prudence concernant la mise en responsabilité qui pourrait en découler.

B. Conséquences de l'exercice d'une activité d'agence de voyages dans le cadre de l'organisation de foires et salons

Les organisateurs de foires et salons peuvent, dans le cadre de l'organisation de foires ou salons, réserver des chambres d'hôtels ou encore organiser le transport pour se rendre sur les lieux de la foire ou du salon.

Or, en exerçant de telles activités, l'organisateur agit comme une agence de voyages, soumis à ce titre à des réglementations particulières.

1. Obligation d'immatriculation

L'article L.211-1 du Code de tourisme prévoit que doivent s'immatriculer auprès de l'agence Atout France « les personnes physiques ou morales qui se livrent ou apportent leur concours, quelles que soient les modalités de leur rémunération, aux opérations consistant en l'organisation ou la vente :

- de voyages ou de séjours individuels ou collectifs ;
- de services pouvant être fournis à l'occasion de voyages ou de séjours et notamment la délivrance de titres de transport, la réservation de chambres dans des

établissements hôteliers ou dans des locaux d'hébergement touristique, la délivrance de bons d'hébergement ou de restauration ;

- de services liés à l'accueil touristique, notamment l'organisation de visites de musées ou de sites historiques »

L'article L.211-3 dispose toutefois que ne doivent pas s'immatriculer « les professionnels qui se limitent à délivrer des titres de transport terrestres pour le compte du transporteur ».

Pour obtenir cette immatriculation, il est impératif de :

- remplir des conditions d'aptitude professionnelle (C. tourisme, art. L. 211-18) ;
- avoir une garantie financière suffisante (C. tourisme, art. L. 211-18). Le montant de cette garantie est calculée par l'agence Atout France au regard du volume d'affaires TTC relevant des opérations et activités mentionnées à l'article L.211-1 du Code du tourisme ;
- souscrire une assurance de responsabilité civile professionnelle (C. tourisme, art. L. 211-16).

Le défaut d'immatriculation est pénalement sanctionné : jusqu'à 6 mois d'emprisonnement, 7500 euros d'amendes, et la fermeture définitive ou temporaire de l'établissement est également encourue.

Adoption de la nouvelle Directive « Voyage à forfait » par le parlement européen :

Le Parlement européen a adopté en séance plénière le 12 mars 2014 la proposition de directive sur les voyages à forfait modernisant celle relative aux voyages à forfait de 1990 (directive 90/314/CEE) avec comme objectif général d'améliorer le fonctionnement du marché intérieur et d'atteindre un niveau élevé de protection des consommateurs par le rapprochement des dispositions relatives aux forfaits et autres combinaisons de services de voyage.

Dans la poursuite de cet objectif, la proposition de directive élargit le champ d'application de la directive 90/314/CEE en faisant entrer aux cotés des forfaits à prestataires uniques les prestataires multiples assistés (autrement dit, les « voyages d'affaires » ou encore « prestations de voyages assistées).

Cependant, l'article 2 prévoit que la directive ne s'applique pas «aux forfaits et prestations de voyage reliées achetées en vertu d'un contrat cadre conclu pour des voyage d'affaires entre une entreprise pour le compte de laquelle le voyageur se déplace et un professionnel». C'est là l'innovation de la directive par rapport à l'ancienne directive 90/314/CEE. Suite à cette modification, les PCO (Professional Congress Organizers) et agences organisatrices d'évènements sont donc exclus du champ d'application de la proposition de directive. Par son article 3, la proposition de directive souhaite continuer à exclure de son champ d'application une autre catégorie, celle des « forfaits dans lesquels un seul service de voyage au sens de l'article 3, paragraphe 1, points a), b) et c) [transport, hébergement, location de voiture, autres service touristique], est combiné à un service de voyage au sens du point d) dudit article[tout autre service touristique non accessoire au transport de

passagers, à l'hébergement ou à la location de voiture], si ce dernier ne représente pas une part significative du forfait »

En bref, sont exclus du champ d'application de la directive :

- Les voyages assistés des contrats-cadres,
- Les voyages où un service de voyage est combiné à tout autre service touristique, du moment que ce dernier ne représente pas une part significative du forfait (autour de 20%).

Des débats ont eu lieu sur l'exclusion seule des voyages d'affaires achetés en vertu d'un contrat-cadre. Pour ne pas exclure également les voyageurs d'affaires se déplaçant via les réseaux de réservation habituels (utilisés par les consommateurs) ? A cette question récurrente de la part des PCO, la Commission répond qu'il n'y a pas lieu d'accorder un niveau similaire de protection entre des voyageurs d'affaires qui obtiennent déjà une protection considérable au sein des contrats-cadres et des voyageurs professionnels ne bénéficiant pas de la même organisation en utilisant les mêmes canaux de réservation que les consommateurs. Exclure les professionnels utilisant les voyages à forfait établis par contrat-cadre ne fait pas une différence majeure. En outre, les utilisateurs des forfaits voyages sont le plus souvent des consommateurs au sens du droit européen, bénéficiant ainsi de l'application de la directive.

2. Conséquence en matière de TVA

En matière de TVA, un régime spécifique s'applique aux agents de voyages: le régime de la TVA sur marge qui, comme son nom l'indique, consiste à n'être redevable de la TVA que sur la marge réalisée. Ce régime a été introduit dès la 6ème directive TVA (directive 77/388/CEE) en 1977.

Il a été élaboré en raison de la spécificité de la profession des agents de voyages. Les prestations fournies par les agences de voyages sont le plus souvent un ensemble de services, comprenant le transport et le logement, consommé tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de l'Etat de l'entreprise à son siège. Les entreprises rencontraient des difficultés concernant les règles du lieu d'imposition, de la base d'imposition et de la déduction de taxe en amont en raison de la complexité et de la localisation des prestations fournies. Par conséquent, le législateur est intervenu et a mis en place ce régime afin de simplifier les règles communautaires en matière de TVA pour ce type de prestation de service et permettre une meilleure répartition des recettes de la TVA entre les Etats membres.

Il s'applique aux ventes de prestations de transport et/ou d'hébergement. Il s'appliquera également à d'autres types de prestations (location de stands, droits d'accès...) dès lors qu'ils sont offerts avec le transport et/ou l'hébergement pour un prix global et forfaitaire et que le vendeur agit en tant qu'intermédiaire opaque.

En résumé, concernant le secteur des foires et salons, ce régime est limité aux prestations de voyages lorsque :

- l'organisateur est propriétaire de la foire ou du salon puisque, pour les prestations telle que la location de stand, il n'agit pas en tant qu'intermédiaire mais pour son propre compte.
- à l'organisateur non propriétaire du salon ou de la foire qui agit en vertu d'un mandat d'intérêt commun avec le propriétaire de la foire ou du salon puisque dans ce cas, il est intermédiaire transparent, c'est-à-dire que l'exposant est informé (via les factures notamment) que le vendeur n'est en réalité qu'un intermédiaire agissant au nom et pour le compte du propriétaire.

Attention toutefois, ce régime de la TVA sur marge s'étendra à toutes les prestations lorsque les deux conditions suivantes sont cumulativement remplies :

- les prestations sont vendues par un organisateur non propriétaire agissant en son propre nom vis-à-vis de l'exposant,
- les prestations sont vendues pour un prix global et forfaitaire.

Eut égard à ce risque de contagion, nous recommandons expressément aux organisateurs non propriétaires :

- d'individualiser les prestations en établissant plusieurs factures de façon à isoler les prestations de voyages et limiter le régime de TVA sur marge aux seules prestations de voyages
- ou d'indiquer dans les factures que les prestations sont vendues au nom et pour le compte du propriétaire de la foire ou du salon (devenant ainsi un intermédiaire transparent, le régime ne s'applique pas à lui)

Le régime de TVA sur marge ne s'applique pas aux relations B to B. De fait, le prix des prestations BtoB est majoré par le régime de TVA sur la marge pour les agences événementielles et les PCO (Professional Congress Organizers). Souhaitant se saisir de cette question juridique pour moderniser le régime de la TVA, la commission propose en 2009 la possibilité pour les opérateurs d'opter pour l'application des règles normales de TVA lorsqu'ils fournissent des prestations à des professionnels assujettis. Mais les négociations n'aboutirent jamais. Elle décide alors d'assigner devant la CJUE 8 Etats membres, dont la France, pour mauvaise application de la directive.

Dans son arrêt rendu le 26 septembre 2013, la CJUE débat de la notion de « client » et de « voyageur », la Commission arguant qu'il faut interpréter la directive comme voulant s'appliquer aux « voyageurs » uniquement alors que la France estime qu'elle s'appliquerait à « tout type de clients ». La France dans cette affaire insiste sur l'emploi par la directive du terme « Customer » dans sa version anglaise - et de nombreuses traductions dans les pays européens allant dans ce sens - prouvant donc la justesse de son interprétation pour une application à « tout type de clients ».

L'intérêt de la Commission était d'amener, pour les PCO et agences événementielles, une liberté de choix entre un régime de TVA normal ou sur la marge dans les relations B to B lorsqu'ils fournissent des prestations à des professionnels assujettis. La Cour rejette le

recours de la commission en estimant que « l'approche consistant à appliquer le régime particulier à tout type de clients est la mieux à même pour atteindre les objectifs de ce régime. En effet, elle permet aux agences de voyages de bénéficier des règles simplifiées quel que soit le type de clients pour lesquels elles fournissent leurs prestations, tout en favorisant une répartition équilibrée des recettes entre les Etats membres ».

La commission est alors impuissante dans sa tentative de modernisation d'un régime pourtant largement critiqué.

L'affaire reste à suivre, les entreprises spécialisées dans l'organisation de voyages persévérant dans la revendication d'une possibilité d'option dans le cadre B to B.

C. Impact du dispositif anti-cadeaux sur l'organisation de congrès par les sociétés savantes

La loi « Bertrand » du 29 décembre 2011 a, lors de son adoption, inquiété les sociétés savantes du milieu médical qui craignaient de ne plus pouvoir financièrement assurer la tenue des congrès scientifiques.

En effet, la loi « Bertrand » étendant l'interdiction faite aux professionnels de santé de recevoir des avantages par les entreprises pharmaceutiques aux associations regroupant lesdits professionnels de santé, les sociétés savantes craignaient d'entrer dans le champ d'application de la loi et de ne plus pouvoir à ce titre recevoir des dons de l'industrie pharmaceutique. Or, une très grande partie du budget des sociétés savantes provient de cette industrie.

La circulaire du 29 mai 2013 est toutefois venue rassurer les sociétés savantes puisqu'elle précise que ces dernières ne sont pas visées par le dispositif anti-cadeaux.

Les congrès scientifiques sont donc saufs !

D. Délit de vente à la sauvette de titres d'accès

Afin de faciliter l'organisation des manifestations commerciales, la loi du 12 mars 2012 a instauré un délit de vente à la sauvette des titres d'accès. Ce délit est intégré au Code pénal à l'article 313-6-2.

Cet article prévoit ainsi que le fait de vendre, d'offrir à la vente ou d'exposer en vue de la vente ou de la cession ou de fournir les moyens en vue de la vente ou de la cession des titres d'accès à une manifestation sportive, culturelle ou commerciale ou à un spectacle vivant, de manière habituelle et sans l'autorisation du producteur, de l'organisateur ou du propriétaire des droits d'exploitation de cette manifestation ou de ce spectacle, est puni de 15 000 euros d'amende. Cette peine est portée à 30 000 euros d'amende en cas de récidive.

E. Exercice d'une activité de foire et salon par une association sans but lucratif

Nombre propriétaires/organisateur de foires ou de salons sont des associations régies par la loi du 1er juillet 1901.

Cette activité de foires et de salons constitue le plus souvent, de facto, un véritable fonds de commerce. L'association pourrait alors souhaiter céder son activité en tant que tel.

La question qui se pose est donc celle de savoir si une association à but non lucratif peut être propriétaire d'un fonds de commerce et le céder à ce titre ?

La jurisprudence est hésitante sur ce point : alors qu'une décision de la Cour de cassation de 1965 admet sans ambiguïté ce droit de propriété commerciale (Cass. Com., 9 décembre 1965, n°63-12.419), une autre de 1988 a jugé que le statut associatif ne permettait pas de bénéficier des droits attachés à la qualité de commerçant (Cass. Com. 19 janvier 1988, n°85-18.443). Une partie de la doctrine et certains Cours d'appel interprètent cette dernière jurisprudence comme un revirement déniait aux associations toute possibilité de constituer un fonds de commerce avec les conséquences en résultant sur la validité de l'acte de cession du fonds.

Ainsi, dans la mesure où il existe un réel risque de voir annuler une cession de fonds de commerce réalisée par une association, il nous semble plus approprié de faire exercer l'activité de foires et salons par une société commerciale dont les parts seraient détenues par l'association ; c'est ce qu'on appelle la filialisation. De cette façon, la société, qui bénéficie d'un droit de propriété commerciale, pourra céder l'activité sans difficulté, ou l'association pourra céder les parts de sa filiale.

Ajoutons que cette solution permettrait en outre d'éviter la soumission de l'association à l'impôt sur les sociétés (cf. XII, D, ci-après)

VIII. Droit fiscal et comptable

A. Application du droit communautaire

L'article 69 de la Directive 2009/132/CE du Conseil du 19 octobre 2009 ainsi que le Règlement (CE) no 1186/2009 du Conseil du 16 novembre 2009 relatif à l'établissement du régime communautaire des franchises douanières dispose que, les droits du tarif douanier commun sont applicables à toutes les marchandises importées dans la Communauté. Néanmoins, une telle taxation ne se justifie pas dans certaines circonstances bien définies, lorsque les conditions particulières de l'importation des marchandises n'exigent pas l'application des mesures habituelles de protection de l'économie. Dans de telles hypothèses, l'importation peut s'effectuer au bénéfice d'un régime de franchise exonérant les marchandises de l'application des droits à l'importation dont elles seraient normalement passibles. L'article 89 (C) énonce que les produits utilisés ou consommés lors d'une

exposition ou d'une manifestation similaire bénéficient d'une telle exemption. Il est ensuite expliqué que par ces notions d'exposition et de manifestation similaire incluent dans leurs champs notamment les foires et les salons.

B. Coût de participation aux foires et salons

Sur un plan général, la CNCC a rappelé récemment que les coûts de participation aux foires ou salons doivent être comptabilisés en charge dès que le salon ou la foire a eu lieu. Cela interdit le report de la déduction des charges à la comptabilisation du chiffre d'affaire correspondant mais ne traite pas de l'hypothèse dans laquelle les frais étaient encourus au titre d'un exercice précédent celui au cours duquel la foire a lieu. Cependant, dans la lignée de la position de l'ex-président du CNCC, et bien que cette position soit dénuée de toute valeur réglementaire, elle autorise une partie de la doctrine comptable à considérer que les frais engagés en vue d'une prestation déjà réalisée mais dont l'utilisation effective n'est pas encore intervenue peuvent être comptabilisés en charges constatées d'avance jusqu'à leur utilisation effective, c'est-à-dire lors du salon ou de la foire.

C. Déduction de la taxe relative à la fourniture onéreuse de logement, repas, d'aliments et de boissons

Les entreprises de formations, y compris celles qui organisent des expositions, des salons ou des congrès peuvent déduire la taxe grevant les dépenses concernant la fourniture à titre onéreux de logements, de repas, d'aliments ou de boissons. Quand celles-ci les refacturent distinctement à leurs clients, ces derniers ne peuvent pas déduire la taxe ainsi facturée, ils peuvent la déduire en cas de facturation globale, par exemple du coût de la formation ou de la manifestation.

D. Régime de l'impôt sur les sociétés pour les organismes sans but lucratif

Comme il a déjà été dit précédemment, nombre de propriétaires/organiseurs de foires ou de salons sont des associations régies par la loi du 1er juillet 1901 ou encore des syndicats professionnels.

Si cette activité est considérée comme lucrative, l'organisme sera en principe soumis à l'impôt sur les sociétés.

Toutefois, un régime d'exonération spécifique existe, ainsi que des solutions pour limiter cet assujettissement.

1. Exonération spécifique

L'article 207-1, 5° du CGI prévoit une exonération de l'impôt sur les sociétés pour les associations sans but lucratif de la loi 1901 qui organisent, avec le concours des communes ou des départements, des foires, des expositions, des réunions sportives et autres

manifestations publiques correspondant à l'objet défini dans leurs statuts et présentant, du point de vue économique, un intérêt certain pour la commune ou la région.

Cette exonération est soumise au respect des conditions suivantes :

- la manifestation doit être largement ouverte au public, que l'accès soit payant ou non, et non réservée aux seuls professionnels s'agissant de l'organisation de foires-expositions ;
- la manifestation doit être organisée avec le concours des collectivités locales. Ce concours peut prendre diverses formes (subventions, mise à disposition de personnels, de matériels) et suppose une implication réelle de la collectivité locale dans l'organisation de la manifestation. Par exemple, une participation financière symbolique d'une collectivité territoriale ne saurait suffire à considérer cette condition comme remplie ;
- la manifestation doit présenter pour la commune ou la région un intérêt économique certain non pas tant par le public qu'elle attire ponctuellement à l'occasion de la manifestation que par la renommée qu'elle procure à la région et à ses activités ;
- l'objet de la manifestation doit correspondre à l'objet prévu par les statuts de l'organisme ;
- en outre, cette exonération ne saurait bénéficier à des organismes dont la gestion est intéressée et donc notamment à ceux dont les dirigeants et les membres tirent un bénéfice direct de l'organisation de la manifestation. De même, il découle des débats parlementaires que cette exonération vise plus particulièrement les associations locales organisant des manifestations publiques non professionnelles. Il est par conséquent exclu qu'elle s'applique à des associations dont l'activité permanente est l'organisation de salons ou foires professionnels quelle que soit la fréquence de ceux-ci.

2. Sectorisation ou filialisation de l'activité lucrative d'organisation de foires ou de salons

Bien qu'une association ou un syndicat professionnel exerce une activité lucrative d'organisation de foires ou de salons, le caractère non lucratif de l'ensemble de l'organisme peut demeurer. En effet, il est possible de limiter l'assujettissement à l'IS aux seules activités lucratives via la sectorisation.

L'organisme peut également décider de filialiser l'activité lucrative.

a) Sectorisation de l'activité lucrative

L'administration fiscale autorise, à certaines conditions, les organismes sans but lucratifs à sectoriser leurs activités lucratives. L'organisme ne sera alors imposable que sur ce seul secteur.

Pour bénéficier de ce régime, l'activité non lucrative de l'organisme doit demeurer prépondérante. En outre, les activités lucratives et non lucratives doivent être dissociables.

Si les activités lucratives sont prépondérantes et non dissociables, l'organisme devient imposable sur l'ensemble de ses activités, y compris non-lucratives.

Pour apprécier le caractère prépondérant ou pas de l'activité lucrative, il convient de comparer la part respective des activités non lucratives et des activités lucratives (le caractère prépondérant de l'une ou l'autre des activités s'appréciant en fonction de la part des recettes commerciales dans l'ensemble des moyens de financement l'association ou du syndicat ou en appréciant la part respective des effectifs et des moyens consacrés à chacune des activités).

Toutefois, dans la mesure où l'activité de foires et salons constitue en général, de facto, un fonds de commerce, il est préférable, compte tenu des risques soulevés au titre VIII E. ci-avant, de filialiser l'activité.

b) Filialisation de l'activité lucrative

La filialisation consiste à apporter l'activité lucrative d'organisation de foires ou de salons à une société nouvelle ou préexistante. Ainsi, ce n'est plus l'association qui exerce l'activité lucrative mais une société distincte et c'est donc cette société qui sera imposée.

Pour terminer sur ce point, nous attirons l'attention du lecteur sur le fait que la filialisation pourrait toutefois remettre en cause le caractère non lucratif général de l'association dans la mesure où il existerait des relations privilégiées entre la filiale et l'association mère. Les relations privilégiées sont caractérisées dès lors qu'il existe une complémentarité économique entre les deux structures, c'est-à-dire lorsque notamment l'activité de l'association non lucrative consiste en réalité à développer l'activité de la société. Il y aura également relations privilégiées en cas de répartition de clientèle, d'échanges de services...

E. Exonération d'impôt sur les sociétés pour les collectivités territoriales

Il convient d'observer par ailleurs que si les collectivités territoriales sont normalement exonérées de l'impôt sur les sociétés en vertu de l'article 207, 1, 6° du Code général des impôts, elles peuvent néanmoins être amenées à l'acquiescer lorsqu'elles se livrent à une exploitation ou à des opérations de caractère lucratif, conformément à l'article 206 du même code. C'est ce qu'a récemment rappelé la Cour administrative d'appel de Bordeaux. Etait en cause l'organisation régulière par une commune d'un marché de véhicules d'occasion sur le domaine public. Dans la mesure où cette activité est assurée dans des conditions similaires à celles des entreprises de droit privé et que sa gestion n'est pas désintéressée, les bénéfices qu'elle génère sont susceptibles d'être assujettis à l'impôt sur les sociétés. Cependant, en l'espèce, la nature fiscale des droits de place perçus par la commune a fait obstacle à leur imposition (Bordeaux, 16 février 2010, n° 08BX01470). A l'inverse, si le droit de participer au marché avait été fonction des services rendus aux exposants, c'est-à-dire une taxe, son imposition n'aurait pas fait débat.

F. Les manifestations commerciales exemptées du paiement de la taxe sur les spectacles

Les manifestations commerciales, industrielles, artistiques notamment les foires et salons, sont exemptés du paiement de la taxe sur les spectacles lorsqu'elles sont subventionnées par une collectivité publique et ne comportent aucune attraction.

G. Crédit d'impôt concernant les dépenses de participation à des salons, foires-expositions

L'article 23 de la loi de finances pour 2005, modifié par les articles 52 et 53 de la loi de finances rectificative pour 2005, a instauré un crédit d'impôt, codifié à l'article 244 quater H du Code général des impôts, en faveur des petites et moyennes entreprises et des sociétés des professions libérales soumises à un statut législatif ou réglementaire ou dont le titre est protégé et des sociétés de participations financières de professions libérales visées par la loi n° 90-1258 du 31 décembre 1990 qui exposent des dépenses de prospection commerciale afin d'exporter des services, des biens et des marchandises.

Les dépenses de prospection commerciale éligibles à ce crédit d'impôt incluent les dépenses de participation à des salons et à des foires-expositions (article 244 quater H II c du CGI).

L'obtention du crédit d'impôt est subordonnée au recrutement d'une personne affectée au développement des exportations ou au recours à un volontaire international en entreprise affecté à la même mission. Sur ce point, la Cour administrative d'appel de Paris, dans un arrêt du 14 février 2013, a jugé que c'est à bon droit que l'administration fiscale avait remis en cause le crédit d'impôt dont avait bénéficié une société au motif que le fait qu'un salarié participe à deux salons situés à l'étranger ne démontrait pas qu'il se consacrait principalement au développement de l'activité commerciale de la société sur des marchés étrangers.

Par ailleurs, l'entreprise doit compter moins de 250 salariés et réaliser un chiffre d'affaire inférieur à 50 millions d'euros.

Les dépenses éligibles sont les dépenses exposées pendant les vingt-quatre mois qui suivent le recrutement de cette personne. Le crédit d'impôt est égal à 50 % de ces dépenses et est plafonné à 40 000 euros pour la période de vingt-quatre mois mentionnée ci-avant. Ce montant est porté à 80 000 euros pour les associations régies par la loi du 1er juillet 1901 et soumise à l'impôt sur les sociétés.

L'instruction fiscale BOI-BIC-RICI-10-30-10 précise que les dépenses de participation à des salons et foires entrent dans l'assiette du crédit d'impôt prospection commerciale si la manifestation a pour objet l'exportation.

Elle ajoute que lorsque l'entreprise participe de manière active au salon ou à la foire en tant qu'exposant, les dépenses éligibles sont celles afférentes à la location du stand, aux frais de montage et démontage de ce dernier, ainsi qu'aux droits de participation. Lorsque la participation est simplement passive (l'entreprise n'est que simple visiteur), les droits d'entrées seront considérés comme des dépenses éligibles si la manifestation a pour objet l'exportation.

H. Extension du bénéfice de l'amortissement dégressif aux immeubles destinés à accueillir des expositions et congrès et aux équipements affectés à ces immeubles

L'amortissement dégressif tend à répartir différemment les annuités d'amortissement de façon à pratiquer des amortissements d'importance décroissante en profitant d'une dépréciation plus importante que celle du régime linéaire (de 1,5 à 2,5 fois celui-ci).

L'article 79 de la loi n° 2006-1771 de finances rectificative pour 2006 a étendu le bénéfice de l'amortissement dégressif aux immeubles destinés à accueillir à titre exclusif des expositions et congrès ainsi qu'aux équipements affectés à ces mêmes immeubles, acquis ou créés à partir du 1er janvier 2007, en application de l'article 39 A 2 4° du Code Général des impôts.

Quelques précisions doivent être apportées au sujet de cette extension :

- Sur la nature des immeubles : l'article vise les parcs d'exposition enregistrés et les centres de congrès. En revanche sont exclus les biens déjà usagés au moment de leur acquisition par l'entreprise. En conséquence, l'article 79 ne concerne que les immeubles que les entreprises construisent ou font construire, à l'exclusion de ceux acquis après leur achèvement ;
- Sur l'utilisation exclusive à des fins d'exposition et de congrès : l'article 79 dispose que sont éligibles à cet amortissement dégressif les parcs d'exposition et centres de congrès affectés exclusivement à l'accueil et la tenue d'expositions et de congrès. Les immeubles n'accueillant qu'occasionnellement de telles manifestations sont donc exclus de son champ d'application et ne peuvent bénéficier de cet amortissement dégressif. Il en va de même des bureaux et autres locaux commerciaux situés dans l'enceinte du parc-centre, mais non affectés à l'accueil des manifestations, tels que les boutiques ou les espaces de restauration... Dans l'hypothèse où un immeuble est affecté à l'accueil exclusif de manifestations commerciales mais qu'il comprend de tels locaux, il sera éligible à l'amortissement mais seulement à proportion de la superficie consacrée à cet accueil;
- Sur les équipements concernés : l'article 39 A du Code général des impôts vise les équipements utilisés pour les besoins de l'exposition ou du congrès. Ces équipements regroupent notamment les matériels sanitaires, de chauffage, de climatisation etc. Ils doivent cependant être neufs et d'une durée normale d'utilisation au moins égale à trois ans comme l'exige l'article 22 de l'Annexe II. Ils doivent par ailleurs également posséder un caractère permanent. Cela exclut donc les matériels et équipements qui sont la propriété des exposants qui, bien qu'utilisés à titre exclusif lors des manifestations commerciales, ne sont pas affectés aux centres et parcs.

Pareillement, sont exclus les chapiteaux qui ne répondent pas non plus à cette exigence de permanence.

I. Inapplicabilité de l'exonération fiscale pour le carburant dans le transport aérien

Par ailleurs, la même juridiction a dit pour droit que le transport de son personnel par une entreprise en vue de la participation à des foires et salons ne saurait bénéficier de l'exonération fiscale pour le carburant prévue à l'article 14 de la directive n° 2003/96 (CJUE, 1er décembre 2011, n° C-79/10).

J. TVA

Absence de TVA pour l'organisation d'exposition d'intérêt local

En vertu de l'article 256 B du Code général des impôts, les droits d'entrée perçus au titre de l'organisation d'exposition d'intérêt local sont placés hors du champ d'application de la TVA en tant que prestation sportive ou culturelle.

TVA à taux réduit pour les foires et salons déclarés

L'article 279 b bis du Code général des impôts dispose que les droits d'entrée dans les foires et salons déclarés relèvent du taux réduit de TVA de 10% depuis le 1er janvier 2014.

TVA applicable aux prestations conception/montage/réalisation de spectacles

L'article 278-0 bis du Code général des impôts dispose que les droits d'entrée dans les spectacles de variété relèvent du taux réduit de TVA de 5,5% : Par spectacle de variété s'entend les spectacles suivants : théâtres, théâtres de chansonniers, cirques, concerts ; spectacles de variétés à l'exception de ceux qui sont donnés dans les établissements où il est d'usage de consommer pendant les séances.

L'application de la TVA à taux réduit ne s'applique cependant pas, à en croire le BOFIP, à la « fourniture de spectacles ». Donc, deux prestations sont à distinguer car relevant de deux régimes de TVA différents :

- D'une part les prestations de conception/montage/réalisation de spectacles qui relèvent du taux normal lorsqu'elles sont rémunérées par l'exploitant d'une salle ou l'organisateur d'un évènement – Prestations que le BOFIP désigne comme « la fourniture » d'un spectacle ;
- D'autre part les prestations de conception/montage/réalisation de spectacles qui relèvent du taux réduit lorsqu'elles sont rémunérées par une fraction des recettes de billetterie – Prestations que le BOFIP désigne comme « la coréalisation » d'un spectacle.

Cette TVA à taux réduit pour les spectacles de variété génère du contentieux. Par deux fois les Cours administratives d'appel en 2013 ont donné raison aux administrations remettant en

cause l'application par certains organisateurs d'une TVA à taux réduit au lieu du taux normal (CAA Nantes 17 janvier 2013 n°11NT02155 et CAA Lyon 02 juillet 2013 n°12LY02924).

Assujettissement à la TVA française des entreprises établies à l'étranger réalisant des prestations d'organisation de salon en France

Les règles d'imposition des prestations de service réalisées à l'occasion de foires, salons, congrès et événements ont largement évolué au cours des dernières années. Jusqu'au 31 décembre 2010, l'article 259 A, 5° du Code général des impôts s'appliquait. Ces prestations étaient donc imposables à la TVA en France, que le preneur des prestations ait la qualité d'assujetti à la TVA ou non, dès lors que les prestations étaient matériellement exécutées en France.

Ce régime a été modifié par l'article 102, II de la loi de finances pour 2010 (Loi n° 2009-1673 du 30 décembre 2009). Ces nouvelles règles dites « paquet TVA » sont elles-mêmes issues de deux directives communautaires 2008/8/CE et 2008/117/CE des 12 février et 16 décembre 2008 relatives aux règles de TVA sur les prestations de services. L'application de ces nouvelles règles, applicables depuis le 1er Janvier 2010, avait toutefois été repoussée au 1er janvier 2011 pour les prestations ayant pour objet des activités culturelles et autres auxquelles le secteur d'activité des foires, salons et expositions est rattaché. Ces règles ont fait l'objet de l'instruction fiscale n° 3 A-1-10 du 4 janvier 2010 pour l'ensemble des prestations de services et de l'instruction n° 3 A-2-AA du 28 mars 2011 pour les prestations spécifiques liées aux activités et manifestations culturelles, artistiques, sportives et aux foires et expositions.

Depuis cette dernière instruction, contrairement au régime précédent, il convient de distinguer pour les prestations fournies par les organisateurs de foires et salons aux visiteurs et celles fournies aux exposants.

- **Concernant les prestations fournies aux visiteurs** : que le visiteur soit ou non assujetti à la TVA, les prestations de services consistant à donner accès (billetterie) à des foires et expositions ainsi que les prestations accessoires à cet accès (utilisation de vestiaires, parkings, installations sanitaires) conduisent à une imposition au lieu de la manifestation sur le fondement de l'article 259 A 5°bis du Code Général des impôts. Les autres services éventuellement rendus aux visiteurs par l'organisateur lorsqu'ils ne sont pas accessoires à l'accès à la manifestation, suivent chacune leur propre régime de TVA (par exemple un service de restauration). Par exception, s'il peut être considéré que l'organisateur fournit au visiteur un ensemble de services comprenant, outre l'accès à la manifestation et les prestations accessoires à cet accès, d'autres prestations de service qui peuvent être considérées comme une prestation unique, il y a lieu de rechercher l'élément prédominant pour déterminer le lieu de taxation de cette prestation unique. Par exemple en cas de prise en charge par l'organisateur en sus de l'accès à la manifestation, d'une prestation d'organisation du séjour du visiteur (voyage, hébergement,...). Dans ce cas, il peut s'agir d'une prestation unique de voyages.
- **Concernant les prestations fournies aux exposants** : de manière générale, la prestation ne se résume pas à la mise à disposition d'un espace réservé mais consiste en une combinaison entre la mise à disposition d'un espaces et des services de communication, de logistique, et de promotion commerciale dont l'objectif est de permettre à l'exposant de présenter son offre au public. La prestation de service rendue par l'organisateur est un ensemble complexe de services pour un prix global

et l'ensemble doit être considéré comme une prestation unique dont les diverses composantes ne peuvent être scindées. A cet égard, le fait que chacun des différents éléments composant une opération donne lieu, sur la facture, le contrat ou tout autre document, à une valorisation ne signifie pas que l'on est en présence d'une opération composée des prestations distinctes (CJCE, 27 octobre 2005, aff. C41/04, « Levob »).

- **Lorsque la prestation de service rendue par l'organisateur est un ensemble complexe de services pour un prix global**, l'ensemble doit être considéré comme une prestation unique dont les diverses composantes ne peuvent être scindées ;

Ce principe n'est normalement pas remis en cause même si la facture ou le contrat individualise les différentes composantes de la prestation unique pour une valorisation propre mais qu'il ressort des faits qu'il s'agit bien d'une prestation unique composée d'opérations complexes. Ainsi, sera normalement considérée comme une prestation unique l'ensemble des prestations suivantes vendues ensemble : la location d'espace, l'aménagement de stands, la fourniture de fluides, de moyens de communication, d'accueil, de restauration, de surveillance des lieux, de publicité, de marketing, de mise à disposition de lieux de réunions. Il en découle que si l'exposant n'est pas assujéti à la TVA, la prestation unique est imposable en France si la manifestation s'y déroule en application de l'article 259 A 5° du CGI. En revanche, et il s'agit de la principale innovation, si l'exposant est un assujéti à la TVA, le droit d'accès donné à l'exposant n'est pas considéré comme un élément prédominant de la prestation rendue par l'organisateur et ne relève donc pas de l'article 259 A 5° bis du CGI. Dans ce cas, cette prestation unique relève du régime général de territorialité des prestations de services de l'article 259-1° du CGI et est imposable au lieu d'établissement du preneur et donc pas en France.

Il convient néanmoins de faire attention, l'administration précise que si le contrat passé entre l'organisateur et l'exposant porte sur un nombre restreint de services et qu'il s'avère que la mise à disposition d'espace constitue l'élément prédominant, la prestation de services rendue par l'exposant sera taxable au lieu de l'immeuble. L'administration donne l'exemple de l'organisateur qui propose une formule à la carte dans laquelle l'exposant coche dans le contrat, les services auxquels il désire souscrire en sus de la location de stands. La simple addition des options choisies ne permet pas de considérer qu'il s'agit d'une prestation complexe. Chaque option doit alors suivre ses propres règles de TVA (location du stand, droits d'accès, fourniture des fluides, par exemple). Pour éviter cet écueil, il faut donc veiller à ce que, dans la présentation des contrats, les prestations de services à rendre a minima (location de stands seuls) soient présentées comme contenant un minimum de services annexes permettant de qualifier la prestation de services comme une prestation unique composée de services complexes (accueil, surveillance, publicité, marketing, référencement dans le catalogue,...) pour un prix forfaitaire global. Aucune ambiguïté ne devra exister sur le fait qu'il s'agit d'une prestation complexe et non pas d'une simple location de stands. Les organisateurs devront également valoriser « les frais de dossiers » et indiquer qu'ils sont obligatoires et inclus dans chaque formule. L'ensemble des prestations devra être détaillé, pas seulement les frais de dossier, les assurances obligatoires, les cartes d'invitations où encore les badges mais aussi les prestations jamais valorisées et qui sont naturellement incluses dans le service comme le temps passé à la commercialisation de l'événement, les frais généraux (électricité, chauffage, billetterie etc.), les prestations de service (nettoyage, gardiennage, collecte des déchets etc) et les prestations de marketing (présence sur le site internet, sur les plans, sur le catalogue des exposants etc.).

Certaines prestations ne doivent plus être proposées en prestations complémentaires au risque d'être taxées au lieu de la manifestation, c'est le cas des badges exposants

supplémentaires qui pris individuellement pourraient être considérés comme des droits d'accès alors qu'ils ne le sont pas. La présence sur le site internet et, ou, sur le catalogue des exposants ne doit plus également être proposée en prestation complémentaire. Il conviendra aussi d'éviter les termes « stand nu », « emplacement », « location de stand » sauf quand cela est nécessaire et préférer les termes « formules », « package », « clef en main » et en dernier lieu de valoriser les formules à prix forfaitaire sur la facture par des libellés explicites. Tous ces éléments faciliteront la qualification de prestation globale.

Lorsque la prestation de service rendue par l'organisateur ne peut pas être considérée comme un ensemble complexe de services, chacune des prestations relève donc de son propre régime. Dans ce cas, la location du stand seul accompagné de la fourniture des fluides se rattachera à l'immeuble et sera imposable en France si la manifestation s'y déroule (article 259-A-2° du CGI), il en sera de même de la location de salles au sein de la manifestation (salle de conférence, de réunion,...), les droits d'accès à la manifestation et les services accessoires seront imposables en France si la manifestation s'y déroule (article 259 A 5°bis du CGI), les services de restauration également. Les organisateurs devront veiller à adapter voir modifier leur documentation contractuelle et leur facturation à ce nouveau cadre fiscal.

La Cour de justice de l'Union européenne a récemment été amenée à préciser l'interprétation des dispositions de la directive TVA n° 2006/112 concernant la localisation d'une prestation de services consistant en la conception, la mise à disposition d'un stand et, le cas échéant, son transport et son montage dans une foire ou exposition. Ainsi, cette activité est susceptible de relever de l'article 52 §1 lorsqu'elle s'inscrit dans le cadre d'une foire déterminée ayant un thème culturel, artistique, sportif, d'enseignement ou de divertissement. La prestation est alors localisée à l'endroit où elle est matériellement exécutée. Elle peut également relever de l'article 56 §1, b lorsqu'elle s'inscrit indissociablement dans le cadre d'une campagne publicitaire ou encore de l'article 56 §1, g lorsque la location du mobilier constitue un élément déterminant de la prestation. La localisation est alors déterminée en fonction de l'endroit où est établi le preneur (CJUE, 27 octobre 2011, n° 530/09).

Le régime d'autoliquidation de la TVA

Une instruction fiscale de décembre 2014 fait automatiquement bénéficier du principe général d'autoliquidation la prestation de mise à disposition d'un espace d'exposition et les services d'accompagnements fournis à l'exposant étranger. Le mécanisme d'autoliquidation de la TVA consiste à inverser le redevable de la TVA : le vendeur ou le prestataire de service facture HT, le client ayant la charge de payer la TVA aux impôts.

Concrètement, la prestation de mise à disposition doit être facturée :

- HT si le preneur étranger de la prestation, établi ou non dans un Etat de l'UE, est un professionnel assujetti. Le client facturé HT autoliquide la TVA dans l'Etat dans lequel il est établi.
- TTC si le preneur étranger de la prestation n'est pas un professionnel assujetti.

La mention légalement requise est « autoliquidation » à reporter sur la facture en cas de facturation HT et d'autoliquidation par le preneur.

K. L'absence de taxe sur les surfaces commerciales

L'administration fiscale considère que la taxe sur les surfaces commerciales s'applique à un établissement présentant un caractère de permanence. Une présentation temporaire n'a pas le caractère d'un établissement. Elle nous précise que les stands de ventes installés temporairement dans un local à l'occasion d'une foire ou d'une exposition ne constituent pas des établissements et ne sont pas soumis à la taxe sur les surfaces commerciales (BOI-TFP-TSC-20150506).

IX. Les organisateurs et les relations contractuelles avec les exposants et les parcs

A. Les organisateurs

En principe, l'organisation de manifestations commerciales peut être le fait d'un simple particulier ou d'une entreprise. Elles peuvent également être organisés à l'initiative d'un comité de commerçants ou d'industriels, auxquels sont généralement associés les collectivités publiques et établissements publics intéressés par la manifestation et susceptibles de lui apporter une aide, notamment financière.

Par ailleurs, l'organisateur des foires et salons peut être une association régie par la loi du 1er juillet 1901. Certaines foires offrent ainsi l'exemple d'une double structure : une société, dans laquelle se retrouvent les membres de l'association, gère le patrimoine immobilier, en l'occurrence des terrains et locaux qui sont le plus souvent la propriété de la commune ou de la Chambre de commerce et d'industrie.

L'organisateur peut être propriétaire de la manifestation ou copropriétaire (à travers une société en partenariat avec un syndicat professionnel ou une association) ou se voir confier l'organisation d'une manifestation par le biais d'un mandat d'intérêt commun, plus rarement d'un contrat de location-gérance.

B. Nature juridique du contrat entre exposants et organisateurs et entre organisateurs et parcs d'exposition

1. Le contrat entre l'organisateur et l'exposant

Le contrat entre l'organisateur et chaque exposant s'analyse en un contrat d'adhésion, dont les clauses, établies d'avance sont identiques pour chaque exposant. La nature du contrat n'appartient à aucune catégorie juridique connue. Il met à la charge de l'organisateur un ensemble complexe de prestations et prévoit les obligations des exposants. Ce contrat résulte le plus souvent du bon de participation et du règlement de la manifestation.

Ce contrat ne devant faire l'objet d'aucunes formalités particulières, la Cour d'appel de Paris a condamné un organisateur au motif qu'il ne pouvait valablement refuser à une société d'exposer, dans la mesure où le contrat avait déjà été formé : en effet, la société avait envoyé une demande d'admission accompagnée d'un acompte et l'organisateur avait renvoyé un accusé de réception faisant mention notamment du numéro d'exposant attribué à la société et avait émis une facture d'acompte, ce faisant, il avait manifesté son accord (Cour d'appel de Paris, 10 janvier 2013). Cet arrêt a d'ailleurs été confirmé récemment par la Cour de cassation (Cass.com 20 mai 2014, n°13-17.041)

La formation du contrat peut également résulter, dans certaines circonstances, du silence gardé par l'un des cocontractants à la suite d'une offre comme l'illustre un arrêt récent de la chambre commerciale de la Cour de cassation. En l'espèce, un organisateur de salon avait réservé pour trois ans le Palais des festivals de Cannes. Le gestionnaire du parc lui avait par la suite envoyé une offre lui proposant une réservation pour les trois prochaines années sans que l'organisateur ne l'accepte expressément. Ce n'est que plusieurs mois plus tard que ce dernier apprit que le Palais avait été réquisitionné et que, par conséquent, le salon ne pourrait avoir lieu dans cette enceinte. Contrainte de trouver une alternative, elle décida d'engager la responsabilité contractuelle du gestionnaire du parc. Alors qu'il semblait qu'en l'absence d'acceptation aucun contrat n'avait pu se former, les juges du fond, approuvés par la Cour de cassation, estiment qu'étant donné les circonstances un contrat existait néanmoins. En effet, les parties étaient en relation d'affaires depuis trois ans, même s'il semble qu'un seul contrat n'ait été conclu, que l'offre ne comportait pas de date butoir obligeant son destinataire à prendre position et que le gestionnaire n'avait pas soulevé l'absence de réponse de son client au cours de leurs correspondances ultérieures (Cass. com., 15 mars 2011, n° 10-16.422).

Il ressort de cet exposé des faits que les circonstances ont été déterminantes pour conclure à l'existence d'un contrat en dépit de l'absence d'acceptation expresse. Pour autant, cet arrêt a le mérite de rappeler que, lorsque les parties entretiennent des relations d'affaires suivies, le silence peut valoir acceptation et les obliger. Par conséquent, les entreprises du secteur des foires et salons veilleront à sécuriser tant la phase précontractuelle que la rupture de leurs relations commerciales (v. infra). Un moyen de prévenir l'insécurité juridique résultant de cette jurisprudence consistera à introduire une date butoir dans les offres de contracter afin d'obliger leur destinataire à prendre explicitement position avant une certaine échéance, permettant ainsi aux parties de chercher d'autres débouchés.

Les exposants, en signant leur demande de participation, acceptent les prescriptions du règlement de la manifestation. Ainsi selon la Cour de cassation l'organisateur qui ferme le stand d'un exposant ayant transgressé le règlement en ayant présenté des produits non conformes à ses prescriptions ne commet pas de voie de fait.

De même, selon la Cour d'appel de Versailles l'exposant qui a signé une demande de participation à un salon, ainsi que le règlement intérieur de ce salon, est tenu de se conformer à toutes les obligations qui y sont contenues. A défaut, il commet une faute contractuelle à l'égard de l'organisateur du salon dont il doit réparation. De même, dans une décision du 12 mars 2009, la Cour d'appel de Lyon a jugé que le non-respect du règlement du salon pouvait justifier l'exclusion d'un participant du salon. En l'espèce, un contrat de réservation de stands pour un salon d'antiquités et brocantes avait été conclu, mais le stand de l'exposant proposait des objets neufs parmi des objets anciens alors que la vente d'objets

neufs était strictement interdite par le règlement. La Cour considère aussi que cette exclusion, expressément prévue par le règlement, n'était pas brutale, la fermeture immédiate des stands constituant la seule sanction appropriée compte tenu de la brièveté de la manifestation (une journée) et de la nécessité pour l'organisateur de préserver la crédibilité du salon.

La jurisprudence opte même pour une application stricte du règlement intérieur. Ainsi la Cour d'appel de Paris dans une décision du 28 septembre 2011 a décidé qu'une société qui a annulé la réservation d'un stand d'exposition dans un salon professionnel ne peut s'opposer à la demande en paiement du prix de la location formulée par le bailleur. Cette annulation est, au sens du règlement intérieur du salon porté à la connaissance du locataire et accepté par lui, tardive et ne l'autorise pas à s'affranchir de son obligation de paiement. En effet, le règlement stipulait expressément que les sommes versées et, ou, restant dues partiellement ou totalement au titre de la location du stand sont acquises à l'organisateur, même en cas de relocation à un autre exposant.

Cependant, l'organisateur d'un salon ne peut se prévaloir d'un règlement que s'il s'est engagé à s'y conformer. Ainsi, par un arrêt du 31 janvier 2012, la Cour de cassation a censuré la décision d'une Cour d'appel qui avait appliqué le règlement général « foires, salons et congrès de France » de la fédération des Foires Salons Congrès Evènements de France, pour justifier d'un refus d'admission à un congrès, et ce, sans vérifier si l'organisateur était effectivement membre de cette structure (Cass. com., 31 janvier 2012, n° 11-10.632).

De même, la Cour d'appel de Versailles, dans une décision du 7 février 2012, a jugé que le bailleur n'était pas fondé à réclamer le paiement du loyer du stand à la société qui ne s'était pas régulièrement engagée à son égard. En l'espèce, le préposé qui avait signé le bon de participation n'était pas habilité à engager la société. De plus le contrat ne remplissait les conditions de forme exigées par les conditions générales puisqu'il devait comporter, outre la signature du représentant légal, le cachet de la société et devait être accompagné d'un acompte.

La jurisprudence administrative consacre également l'opposabilité du règlement de la manifestation aux intervenants comme l'illustre une récente décision du Conseil d'Etat statuant en matière de référé-liberté (CE, 27 avril 2012, n° 358794). Cette question se pose avec une acuité particulière en la matière dans la mesure où ledit règlement est susceptible d'être opposable aux exposants alors même que ces derniers n'y auraient pas expressément consenti dans la mesure où il peut prendre la forme d'un acte réglementaire émanant de l'autorité domaniale.

Pour autant, le Conseil d'Etat considère que le fait qu'un texte réglementaire ne prévoit pas de possibilité de dérogation ne saurait exclure qu'il y soit dérogé au cas par cas afin de concilier ses dispositions avec une liberté fondamentale. La jurisprudence administrative a récemment offert un exemple de ce droit à la dérogation. En l'espèce, des commerçants s'étaient vu octroyer une convention d'occupation domaniale sur un marché dont le règlement les astreignait à certains horaires en contradiction avec leurs convictions religieuses. Le Conseil d'Etat consacre la possibilité de solliciter des dérogations personnelles. Pour autant, ces dernières doivent être compatibles avec les impératifs d'un bon fonctionnement du service public (CE, 23 décembre 2011, n° 323309). Il importe de préciser que cette jurisprudence a trait au respect de la liberté religieuse, mais elle pourrait

éventuellement être étendue à d'autres libertés fondamentales telles que la liberté du commerce et de l'industrie ou la liberté d'entreprendre pour contester des règlements trop restrictifs.

En l'absence de dispositions légales spécifiques concernant les formalités du contrat entre l'organisateur et l'exposant, la jurisprudence a donc précisé ses contours. Cependant toutes les difficultés n'ont pas été résolues. Il est fréquent que les conditions générales de vente des foires et salons stipulent que les candidats postulant doivent remplir un contrat de réservation accompagné d'un règlement. Le fait pour le candidat postulant de remplir le contrat de réservation et de l'adresser à l'organisateur doit s'analyser en une simple sollicitation, c'est-à-dire une offre de contracter. Un contrat se formant à la rencontre d'une offre et d'une acceptation, l'acceptation a pour effet de figer, de donner une consistance juridique à l'offre du promettant, en la fixant contractuellement, empêchant ainsi toute rétractation (Cass. 1re civ. 11 mai 1965). Par conséquent, le contrat ne sera formé que lors de l'acceptation du contrat par l'organisateur.

Toutefois cette offre de contracter est assortie d'une condition suspensive : celle de joindre le règlement pour constituer une candidature valide. Or cette condition dépend de la seule volonté du débiteur. De sorte qu'elle constitue une condition purement potestative prohibée par l'article 1174 du code civil (« *Toute obligation est nulle lorsqu'elle a été contractée sous une condition potestative de la part de celui qui s'oblige* »).

Le cabinet Carler recommande de ne pas conditionner l'acceptation de la commande au versement d'un règlement. Il est parfaitement possible de stipuler la possibilité pour l'organisateur d'exiger la remise du règlement à une date déterminée et de prévoir qu'à défaut l'accès au stand pourra être refusé. Il est préférable de prévoir que le prix sera intégralement du même que l'exposant prenne possession ou non du son stand afin d'éviter une quelconque confusion.

La question de l'applicabilité de la procédure de mise en concurrence du contrat conclu entre l'exposant personne de droit public et l'organisateur

Les exposants sont majoritairement des personnes privées. Cependant, il n'est pas rare que des personnes publiques participent en tant qu'exposant à des foires et salons. Dès lors, la question se pose de savoir si le contrat passé entre un organisateur et un exposant personne publique est un marché public ? Dans l'hypothèse d'une réponse positive, doit-il fait l'objet d'une publicité et d'une procédure de mise en concurrence préalable ?

La qualification du contrat

L'article 1 du Code des marchés public définit les marchés publics comme des « *contrats conclus à titre onéreux entre les pouvoirs adjudicateurs définis à l'article 2 et des opérateurs économiques publics ou privés, pour répondre à leurs besoins en matière de travaux, de fournitures ou de services* ».

Le contrat est donc un marché public si trois conditions cumulatives sont remplies :

- Les parties doivent être l'Etat, les établissements publics autres que ceux ayant un caractère industriel et commercial, les collectivités territoriales et les établissements publics locaux ainsi qu'un opérateur économique public ou privé.
- Le contrat doit être formé à titre onéreux. Ce type de contrat est conclu contre une somme d'argent déterminée en fonction de l'emplacement du stand, la fréquentation du salon...
- Le contrat doit répondre à des besoins en matière de travaux, fournitures ou de services. En l'espèce, la location d'un stand correspond à une prestation de service.

Dès lors, le contrat conclu entre l'exposant personne publique et l'organisateur, réunissant les trois conditions de l'article 1 du Code, est un marché public.

Cependant, on pourrait envisager d'appliquer l'article 3 du Code des marchés publics qui prévoit que certains contrats passés par les pouvoirs adjudicateurs ne sont pas soumis au Code des marchés publics permettant ainsi d'éviter la procédure de mise en concurrence.

Il s'agit des « accords-cadres et marchés de services qui ont pour objet l'acquisition ou la location, quelles qu'en soient les modalités financières, de terrains, de bâtiments existants ou d'autres biens immeubles, ou qui concernent d'autres droits sur ces biens (...) ».

Toutefois, bien qu'une part importante des services rendus par l'organisateur consiste en la mise à disposition d'une surface d'exposition pouvant s'analyser comme une location immobilière, les prestations sont plus complexes et comprennent d'autres services. Par conséquent, ce contrat ne peut être qualifié de seule location immobilière et ne peut donc bénéficier de l'exonération visée à l'article 3.

Dès lors, le contrat étant un marché public, il devrait, en application du Code des marchés publics, faire l'objet des procédures de publicité ainsi que de mise en concurrence.

Toutefois, dès lors qu'il n'existe qu'un seul cocontractant possible pour une manifestation commerciale donnée, ces procédures semblent en pratique inappropriées.

Il faut donc examiner quelles dispositions du Code des marchés publics peuvent permettre à la personne publique de s'exonérer de ces procédures.

La procédure applicable

Les procédures de publicité et de mise en concurrence à suivre dépendent d'une part de la nature des prestations fournies par l'organisateur et d'autre part du montant du contrat.

- La nature des prestations fournies

Le contrat entre l'exposant personne publique et l'organisateur ne se limite pas à la mise à disposition d'une surface d'exposition. En effet, ce dernier contient d'autres services comme notamment l'équipement du stand, la sécurité, l'animation, etc...

Le Code des marchés publics distingue deux types de services dont vont dépendre les procédures applicables : ceux relevant de son article 29 et ceux relevant de son article 30.

Les services relevant de l'article 30 sont celles qui ne relèvent pas de l'article 29. Ce dernier dresse une liste de services comme notamment les services d'entretien et de réparation, les services de publicité (relations publiques, publicité proprement dite et promotion), les services informatiques et services connexes, etc...

A priori, les prestations rendues par l'organisateur ne nous semblent pas relevées par nature de la liste visée à l'article 29 du Code. Il convient toutefois de faire une analyse au cas par cas.

Partant de ce principe, les prestations de l'organisateur relèvent plutôt de l'article 30 qui renvoie à la procédure « adaptée » visée à l'article 28 du Code des marchés publics.

- La procédure en découlant

L'article 30 du Code des marchés publics dispose que « *les marchés et les accords-cadres ayant pour objet des prestations de services qui ne sont pas mentionnées à l'article 29 peuvent être passés, quel que soit leur montant, selon une procédure adaptée, dans les conditions prévues par l'article 28* ». De plus, il précise que « *lorsqu'un marché ou un accord-cadre a pour objet à la fois des prestations de services mentionnées à l'article 29 et des prestations de services qui n'y sont pas mentionnées, il est passé conformément aux règles qui s'appliquent à celle de ces deux catégories de prestations de services dont le montant estimé est le plus élevé* ».

Dès lors, le contrat peut être soumis à la procédure dite « adaptée » visée à l'article 28 du Code et ce quel que soit son montant.

A noter que cette procédure serait en tout état de cause également applicable, même si les services rendus par l'organisateur relevaient de l'article 29 du Code, dès lors que le contrat sera inférieur à 134.000 euros HT.

Dans ce cadre, l'acheteur public peut se dispenser de publicité et de mise en concurrence préalable sur le fondement des articles 28-II et 35-II-8° du Code des marchés publics.

- Application de la dispense de publicité et de mise en concurrence visée à l'article 28-II du Code des marchés publics

L'article 28-II dispose en effet que « *II.-Le pouvoir adjudicateur peut décider que le marché sera passé sans publicité ni mise en concurrence préalables dans les situations décrites au*

Il de l'article 35 ou lorsque ces formalités sont impossibles ou manifestement inutiles en raison notamment de l'objet du marché, de son montant ou du faible degré de concurrence dans le secteur considéré ». Dès lors, il y a deux fondements pour obtenir la dispense de publicité et de mise en concurrence : l'article 35-II et 28-II.

Il n'existe qu'une application de cet article qui a donné lieu à un arrêt du conseil d'Etat en date du 28 janvier 2013. En l'espèce, le Département du Rhône avait acheté, sans mise en concurrence, des places permettant d'assister à des matchs du club de football de l'Olympique lyonnais. Les juges avaient conclu qu'il n'y avait pas besoin de mise en concurrence préalable puisque seul le club de football distribuait ces places.

Les raisons (multiples) qui conduiront l'acheteur public à participer à une manifestation spécifique semblent à l'évidence impossible à concilier avec une quelconque mise en concurrence : date de la manifestation, lieu, thème, caractère selon le cas local ou au contraire national ou international,... et unique organisateur de la manifestation sont autant de raisons qui permettent de justifier que la mise en concurrence est impossible et le recours à cet article.

- Application de la dispense de publicité et de mise en concurrence visée à l'article 35-II-8° du Code des marchés public.

De surcroît, l'article 35-II du Code des marchés publics, lui-même visé par l'article 28, dispose également que « *Peuvent être négociés sans publicité préalable et sans mise en concurrence* :

8° Les marchés et les accords-cadres qui ne peuvent être confiés qu'à un opérateur économique déterminé pour des raisons techniques, artistiques ou tenant à la protection de droits d'exclusivité ; »

En matière de foires et salons, il est d'évidence encore une fois que le marché ne peut-être confié qu'à un opérateur économique déterminé puisqu'il n'y a qu'un seul organisateur.

Si les raisons artistiques ou tenant à la protection des droits d'exclusivité ne peuvent être invoquées ici (car visant des cas précis particuliers non applicables en l'espèce), l'acheteur public pourrait ici également invoquer les spécificités de la manifestation évoquées ci-dessus comme constitutives des raisons « techniques » empêchant toutes publicité et mise en concurrence.

Le recours à cet article permettra de se dispenser de publicité et de mise en concurrence, même si les services rendus par l'organisateur devaient entrer dans la catégorie de l'article 29 du Code des marchés public et pour un contrat supérieur à 134.000 euros HT (recours à la procédure des marchés « négociés »).

C'est notamment sur ce fondement que la communauté urbaine de Lyon, dans une décision du 13 octobre 2014 concernant sa présence à deux salons spécifiques, s'est déjà appuyée pour avoir recours à une procédure (en l'espèce négociée) sans mise en concurrence.

2. Le contrat entre les organisateurs et les gestionnaires de parc

S'agissant de la relation entre organisateurs et gestionnaires de parcs, outre mutatis mutandis l'existence de problématiques similaires dans le cadre d'une relation relevant du droit privé, il est important de relever que les relations liant les parties sont dans bien des cas régies par le droit administratif, dès lors que le site est public et est géré par une personne publique ou pour son compte. Nous sommes ainsi en présence de conventions d'occupation du domaine public, peu importe la nature administrative du gestionnaire.

L'article L.2331-1 du code général de la propriété des personnes publiques dispose que « sont portés devant la juridiction administrative les litiges relatifs 1° aux autorisations ou contrats comportant occupation du domaine public, quelle que soit leur forme ou leur dénomination, accordés ou conclus par les personnes publiques ou leurs accessoires ».

Le contrat entre organisateur et gestionnaire sera ainsi régi par le droit public à deux conditions : si celui-ci est conclu par une personne publique ou leur concessionnaire, et s'il comporte occupation du domaine public.

S'agissant de la nature même de la convention entre le gestionnaire et l'organisateur, celle-ci porte sur un espace destiné à être affecté au service public, à accueillir des événements et des activités aussi bien économiques, culturelles ou encore artistiques. C'est cette vocation qui va leur conférer leur nature de domaine public. Le Conseil d'Etat considère par exemple qu'une salle de fête utilisée par la municipalité pour des concerts ou autres réunions « est affectée à des activités culturelles ou récréatives d'intérêt général présentant un caractère de service public pour lesquelles elle est spécialement aménagée et fait ainsi partie du domaine public communal » (CE, 25 novembre 1981, n°20539, Commune de la Roche sur Foron).

Or la jurisprudence s'accorde pour considérer que le simple fait qu'un contrat comporte occupation du domaine public lui confère un caractère administratif (C.Cass. 6 mars 2001, n°98-23120).

Le contrat passé entre les gestionnaires de sites publics et les organisateurs est ainsi dans la majeure partie des cas une convention d'occupation du domaine public, contrat administratif relevant du droit public.

La seconde condition est que cette convention doit être conclue par une personne publique ou un de ses concessionnaires.

En effet, si l'une des parties au contrat est une personne publique, celui-ci sera forcément régi par le droit administratif. Le cas de figure le plus simple est celui où le gestionnaire de site est une mairie ou encore une commune, mais cette situation est assez rare, les autorités publiques faisant presque systématiquement appel à des délégataires privés ou publics.

L'un des exemples les plus courants est la délégation de service public en faveur d'une chambre de commerce et d'industrie, définie à l'article L.710-1 du code de commerce comme un « établissement public placé sous la tutelle de l'Etat et administré par des dirigeants d'entreprises élus ». Ce sont des établissements publics chargés de représenter les intérêts des entreprises commerciales, industrielles et de service.

Leur nature intrinsèquement administrative répond ainsi aux conditions de l'article L.2331-1 du code général de la propriété des personnes publiques.

Mais il est également important de noter que l'exploitation de ces domaines publics peut également être confiée à des personnes privées. Le Conseil d'Etat avait notamment reconnu ce principe dans un avis du 7 octobre 1986, stipulant que «le caractère administratif d'un service public n'interdit pas à la collectivité territoriale compétente d'en confier l'exécution à des personnes privées, sous réserve toutefois, que le service ne soit pas au nombre de ceux qui, par leur nature ou par la volonté du législateur, ne peuvent être assurés que par la collectivité territoriale».

C'est notamment le cas des associations, des sociétés d'économie mixte (SEM), et depuis une loi du 1er juillet 2014 des sociétés d'économie mixte à opération unique (SemOp).

Or c'est bien là que la subtilité réside : si la délégation de service public est confiée par l'administration à une entité privée, l'une des conditions posées par l'article L.2331-1 du code général de la propriété des personnes publiques n'est pas respectée. Il serait alors logique de croire que le contrat passé entre le gestionnaire et l'organisateur est bel et bien régi par le droit privé (C.Cass, 6 mars 2011, n°98-23.120). En réalité, il n'en est rien, et si les délégataires privés ont tout d'une véritable entreprise, leur activité est entièrement tournée vers l'intérêt général et le développement local, faisant d'eux des « agents publics par transposition ». La convention d'exploitation sera alors malgré tout régie par le droit public.

C. Sécurité dans les manifestations commerciales, clauses d'exonération de responsabilité et assurance

Les textes réglementaires applicables en matière de sécurité :

L'arrêté du 18 novembre 1987 complétant celui du 25 juin relatif à la protection contre les risques d'incendie et de panique dans les établissements recevant du public s'applique aux établissements à vocation commerciale destinés notamment à des foires et salons ayant un caractère temporaire appelés établissements de type T,.

Le devoir de sécurité et de vigilance de l'organisateur

L'organisateur d'une foire ou d'un salon est titulaire d'un devoir de sécurité et de vigilance à l'égard de ses exposants et visiteurs. En cas de manquement à cette obligation, sa responsabilité délictuelle pourra être engagée sur le fondement de l'article 1384 du Code civil.

Malgré ce devoir, il est fréquent qu'une clause de gardiennage soit incluse dans le contrat entre l'organisateur et l'exposant notamment en raison de la valeur des biens exposés. Dès lors, la responsabilité contractuelle de l'organisateur pourra être engagée sur le fondement de l'article 1147 du Code civil en cas de manquement à cette obligation.

Que l'on soit en présence ou non d'une clause de gardiennage, le contrat peut contenir une clause limitative ou exonératoire de responsabilité au profit de l'organisateur. Cette clause va permettre à l'organisateur de voir sa responsabilité écartée totalement ou partiellement dans les conditions prévues par le contrat. Cette responsabilité ne pourra être écartée qu'en cas de dol ou de faute lourde du débiteur (Cass. civ. 1ère, 24 février 1994). Il a été précisé que la faute lourde de nature à tenir en échec une clause limitative ou exonératoire de responsabilité ne saurait résulter du seul manquement à une obligation contractuelle, fût-elle essentielle, mais doit se déduire de la gravité du comportement du débiteur (Cass. Com. 21 février 2006).

Ce devoir de sécurité et de vigilance a fait l'objet d'une jurisprudence importante marquée par des revirements.

Dans un arrêt du 18 décembre 2001, la Cour d'Appel de Paris a jugé que l'obligation de sécurité et de vigilance pesant sur l'organisateur était une obligation de moyen et que seule la faute lourde était susceptible d'engager la responsabilité de ce dernier. Elle a précisé que cette obligation revêtait pour les exposants un caractère essentiel de sorte que le manquement à cette obligation constituait une faute lourde. Dès lors, cette obligation de moyen s'apparente à une obligation de résultat.

En l'espèce, les juges constatent qu'au regard des nombreuses carences telles que la facilité d'accès au site, l'absence de contrôle, de système de vidéo surveillance et d'alarme, que l'organisateur avait manqué à son obligation essentielle d'assurer la sécurité des biens exposés.

En revanche, dans un arrêt du 11 avril 2006, le Tribunal de grande instance d'Avignon a opté pour une solution différente. Il a jugé que n'est pas responsable l'organisateur d'un salon d'antiquités en cas de vol en réunion et à main armée du stand d'un exposant de bijoux anciens et de collection demeurant sous sa responsabilité.

En l'espèce, le contrat contenait une clause de gardiennage ainsi qu'une clause exonératoire de responsabilité au bénéfice de l'organisateur du salon.

Les juges du fond ont considéré que le fait d'avoir laissé les véhicules et en particulier celui des malfaiteurs, s'approcher des stands ne constitue pas une faute de l'organisateur puisqu'il est indispensable pour toute foire ou tout salon d'exposition de disposer d'un parking permettant d'accueillir les visiteurs qui viennent en voiture. D'autant plus que s'agissant d'un salon d'antiquités, il est normal de prévoir la possibilité de laisser certains véhicules s'approcher des stands pour permettre de charger les objets encombrants et fragiles achetés. Enfin, l'insuffisance du nombre d'agents de sécurité présents sur le site pour effectuer le gardiennage lors du braquage ne peut pas rendre responsable l'organisateur car, comme l'ont rappelé les juges du fond en l'espèce, « l'organisateur d'un salon d'antiquités n'est tenu que d'une obligation de moyens en ce qui concerne la sécurité des exposants et des visiteurs ».

Cependant, dans un arrêt du 20 janvier 2009, la Cour d'appel de Nîmes a écarté la clause exonératoire de responsabilité et casse la décision du Tribunal de grande instance d'Avignon. Elle a reconnu l'organisateur responsable d'une faute lourde dans l'exécution de

son obligation de sécurité et l'a condamné à réparer le préjudice subi par la société exposante du fait du vol en réunion et à main armée.

Les juges ont considérés que dans le cadre de la vente au public de biens anciens de valeur, susceptible d'attirer la convoitise des malfaiteurs, il incombe à l'organisateur d'une telle exposition de prendre les mesures adaptées pour prévenir les vols. Dans ce cas, l'obligation de sécurité de l'organisateur présente un caractère essentiel pour les exposants qui sont fondés à attendre de l'organisateur la mise en œuvre d'une sécurité maximale. La Cour relève également ce qu'elle considère comme étant des carences de la part de l'organisateur en matière de sécurité : elle constate que seuls trois agents de sécurité étaient affectés à la surveillance du salon ; qu'aucun contrôle n'a été mis en place concernant les véhicules pénétrant sur le parking à proximité de l'entrée du parc ; qu'aucun contrôle des badges n'était effectué, et qu'aucune alarme sonore ni contrôle vidéo ni système de liaison direct avec la police n'avaient été prévus.

Les juges du second degré en déduisent donc que le Tribunal a à tort retenu que des mesures de sécurité plus importantes n'auraient pu empêcher le vol par des malfaiteurs déterminés et armés. Tout comme dans l'arrêt de la Cour d'appel de Paris précédemment évoqué, la Cour met à la charge de l'organisateur une obligation de moyen qui s'apparente à une obligation de résultat.

Toutefois, la Cour d'appel d'Aix en Provence, 2ème chambre, du 18 septembre 2015 opère un revirement de jurisprudence en mettant à la charge de l'exposant les mesures spécifiques de sécurité autres que celles relevant de son devoir de sécurité et de surveillance. En l'espèce, un contrat de louage d'un emplacement d'exposition avait été conclu entre un organisateur de salon et un exposant. Ce dernier comprenait une clause exonératoire de responsabilité. En raison d'un vol à main armée, l'exposant invoqua une exception d'inexécution de son obligation de paiement causée par le manquement à l'obligation de sécurité et de surveillance de l'organisateur alors qu'aucune prestation de gardiennage n'avait été incluse. La Cour relève que l'organisateur assurait son devoir de sécurité et de vigilance et par conséquent rejeta la demande des parties. En l'espèce, le salon était gardé la nuit par 2 agents cynophiles et la journée par deux agents de surveillance, un responsable de sécurité en plus des rondes de police et de gendarmerie.

Aujourd'hui, il appartient donc à l'exposant de prendre les mesures spécifiques de sécurité relative à son stand notamment en raison de la valeur des biens exposés.

Sans être relatif aux foires et salons, un arrêt de la Cour de cassation, 1ère chambre civile, du 18 juin 2014 valide cette jurisprudence de la Cour d'appel d'Aix.

En l'espèce, une association d'élèves organisa une soirée dite « boum » où un participant a été retrouvé mort pour cause la plus probable une noyade par hydrocution survenue dans un contexte d'alcoolisation aiguë. Sa famille reproche à l'association un manquement à ses obligations de vigilance et de sécurité.

La Cour de cassation constate que l'association avait conclu avec une société de surveillance une convention visant à assurer la mission de surveillance et de sécurité. En l'espèce, elle a fourni pour ladite soirée cinq agents de sécurité et un maître-chien. La mission de surveillance et de sécurité de la société Tango T Sécurité s'est effectuée aux entrées, à l'intérieur et aux abords directs du chapiteau, dans un rayon de cinquante mètres autour de celui-ci, ainsi que sur le parking de l'île du Saulcy où les clients de la « boum » étaient susceptibles de stationner, ce, de vingt deux heures à quatre heures du matin sans

interruption. Par conséquent, les juges conclurent que l'association organisatrice a rempli son obligation de moyen en prenant toutes les mesures nécessaires pour assurer la sécurité des participants, de sorte qu'elle n'a commis aucune faute lourde susceptible d'engager sa responsabilité. Comme dans l'arrêt précédent, la Cour de cassation ne fait pas peser une obligation de moyen s'apparentant à une obligation de résultat sur l'association.

On peut alors s'interroger sur d'éventuels moyens destinés à réduire le plus possible la responsabilité de l'Organisateur d'une foire ou salon.

Une solution pourrait résider dans l'obligation faite à l'exposant de déclarer le montant des biens exposés sur son stand comme condition d'accès au salon. Ainsi, la responsabilité de l'organisateur serait limitée au montant déclaré par l'exposant. Cependant, ce moyen peut se révéler inefficace : si l'exposant déclare des biens de grande valeur pour un montant important, on ne pourra plus parler de limitation de responsabilité. D'autre part, si la valeur globale des biens exposés sur le stand dépasse un certain montant, l'Organisateur pourrait obliger l'exposant, sous peine de rejet de sa demande de participation, à mettre en place son propre système de sécurité (vidéosurveillance, présence d'un garde à l'entrée du stand,...).

Par ailleurs, l'Organisateur pourrait imposer une assurance obligatoire à la charge de l'exposant : la participation au salon serait conditionnée par la souscription, par l'exposant, d'une assurance couvrant tous les dommages pouvant survenir du fait des vols (comme une attaque à main armée) commis sur le salon. L'Organisateur se réserverait également la possibilité de vérifier les cas de sinistres couverts par l'assurance et si les plafonds d'indemnisation maximum de la police correspondent au montant des biens présents sur le stand de l'exposant. Ainsi, en cas de vol, l'assurance prendrait en charge l'entière indemnisation des préjudices subis par l'exposant.

Enfin, dans le cas particulier des manifestations commerciales, comme nous l'avons vu précédemment, l'Organisateur n'est tenu que d'une obligation de sécurité de moyen, et c'est donc à l'exposant en tant que tel d'organiser sa sécurité notamment en présence d'objets de grande valeur susceptibles d'attirer les convoitises. Dans cette optique, l'exposant pourrait se voir imposer la mise au coffre-fort systématique de ses objets de valeur pendant les heures d'ouverture, s'il s'absente de son stand, ainsi qu'à la fermeture du salon au public.

Malgré les différents moyens précédemment exposés, il est difficile de donner une réponse exhaustive, chaque salon étant différent et la responsabilité de l'exposant pouvant être engagée sur de multiples fondements.

D. Les clauses limitatives de responsabilité : le cas de force majeure

En ce qui concerne les aléas pouvant surgir après la formation du contrat liant l'organisateur d'un événement et ses exposants, notamment dans un cas de force majeure, et afin d'éviter certaines difficultés d'interprétation, il est nécessaire que l'organisateur définisse les conditions d'exonération de responsabilité propre à caractériser la notion de

force majeure au sein même du contrat.

En effet, une affaire récente illustre le risque de laisser la définition de cette notion ouverte.

A la suite des attentats du 13 novembre 2015, l'organisateur d'un salon annuel, a annoncé qu'il était, à la demande de l'Etat, dans l'obligation de reporter l'événement initialement prévu à la mi-novembre. Cet organisateur s'est fondé sur un échange avec les pouvoirs publics pour s'assurer que les conditions de la force majeure étaient réunies afin de s'exonérer de toute responsabilité de remboursement intégral.

Ainsi, les exposants à ce salon, ayant engagé des frais et dépenses en vue de leur participation à cet événement, se sont vus opposer par l'organisateur de l'événement, les conditions générales de vente du salon prévoyant le remboursement proportionnel de la participation versée par les exposants à hauteur du montant restant disponible après paiement de toutes les dépenses engagées par la société organisatrice (clause assez fréquente chez les organisateurs).

Certains exposants se sont donc interrogés sur l'applicabilité desdites conditions générales à leur cas spécifique.

L'article des conditions générales visant la force majeure constituait une clause limitative de responsabilité exposant une liste d'événements et de situations (parmi lesquels figuraient le « cas de force majeure » et l'interdiction des pouvoirs publics) rendant impossible l'exécution de tout ce qui doit être fait pour la manifestation » permettant :

- à l'organisateur de se dégager de toute responsabilité,
- à l'organisateur de ne rembourser au participant uniquement un prorata des sommes restant disponibles au titre des participations qui lui auront été versées.

A travers plusieurs communications officielles, l'organisateur a affirmé qu'à la demande de Monsieur le Premier Ministre, la manifestation ne pouvait être maintenue en raison des événements tragiques du 13 novembre 2015.

Pourtant, les termes du courrier de Monsieur le Premier Ministre écrit quelques jours après la survenance des attentats ne se sont pas révélés aussi affirmatifs sur l'imputabilité d'une telle décision. En effet, plutôt qu'une décision administrative unilatérale, au vu de ce courrier, le report de la manifestation serait en fait une décision prise d'un commun accord avec l'organisateur.

Plus encore, si l'état d'urgence prévoit, conformément à l'article 8 de la loi n°55-385 du 3 avril 1955 modifiée par la loi n°2011-525 du 17 mai 2011, que le « ministre de l'intérieur pour l'ensemble du territoire où est institué l'état d'urgence, et le préfet, dans le département peuvent ordonner la fermeture provisoire des salles de spectacles, débits de boissons et lieux de réunions de toute nature dans les zones déterminées par le décret prévu à l'article 2 » il n'apparaît qu'aucune décision n'a été prise par le Ministre de l'intérieur dans ce cadre.

En conséquence, dans le cas en l'espèce, il apparaît que la preuve d'une « interdiction des pouvoirs publics » n'était pas démontrée. D'autant plus que d'autres manifestations prévues à des dates similaires dudit salon ont été maintenues.

Aucune définition n'étant apportée quant au « cas de force majeure » au sein dudit article il

est donc d'usage de se référer à la jurisprudence constante applicable en la matière.

La force majeure, selon la définition classique qui en est donnée par la jurisprudence, est un événement qui se caractérise par trois éléments : son extériorité, son imprévisibilité et son irrésistibilité. Traditionnellement, ces éléments sont cumulatifs.

En l'espèce, la force majeure dont pourrait se prévaloir l'organisateur serait le fort risque d'attentat justifiant notamment le déclenchement de l'état d'urgence.

L'existence des trois éléments constituant le cas de force majeure relève en premier lieu de l'appréciation souveraine des juges du fond, mais la Cour de Cassation opère un contrôle strict.

- extériorité de l'événement :

Dans la conception classique, l'événement constitutif de la force majeure doit être extérieur (ou résulter d'une cause étrangère), c'est à dire doit être indépendant de la volonté de l'agent.

En l'espèce, le fort risque d'attentat dont pourrait se prévaloir l'organisateur revêt un caractère nécessairement extérieur.

- imprévisibilité de l'événement :

Ce critère repose essentiellement sur une appréciation du comportement du contractant « avant la réalisation du dommage » ; en matière contractuelle, ce critère s'apprécie au jour de la formation ou de la conclusion du contrat, le débiteur ne s'étant engagé qu'en fonction de ce qui était prévisible à cette date.

Néanmoins, la chambre commerciale, la première chambre civile, rejointes par la chambre sociale (cass. Soc. 12 février 2003) de la Cour de Cassation, ont abandonné le critère de l'imprévisibilité. Elles estiment ainsi qu'un événement prévisible peut néanmoins constituer un cas de force majeure dès lors que ses effets sont irrésistibles et que celui qui s'en prévaut a pris toutes les précautions rendues nécessaires par la prévisibilité de l'événement.

D'autres chambres demeurent attachées à la définition classique de la force majeure : ainsi la 3ème chambre civile de la Cour de Cassation a jugé que la destruction partielle d'un immeuble en construction par des charges explosives posées par des terroristes était imprévisible et irrésistible pour le constructeur de cet immeuble et constituait un cas de force majeure ayant entraîné l'interruption des délais contractuels de livraison (Cass, 3e civ, 28 janvier 1998)

En l'espèce, le risque d'attentat dont peut se prévaloir l'organisateur comme cas de force majeure revêt un caractère nécessairement imprévisible.

- irrésistibilité de l'événement :

L'irrésistibilité implique, quant à elle, une appréciation du comportement de l'individu « pendant la réalisation » de l'événement. Il faut que la personne concernée ait été dans l'impossibilité d'agir autrement qu'elle l'a fait. Il faut que l'événement la laisse impuissante. La doctrine recourt également, à cet égard, à la notion d'événement « inévitable » ou « insurmontable ».

Pour apprécier cet élément, le juge se livre à une appréciation « in concreto » en recherchant si l'événement a engendré ou non pour le sujet une impossibilité d'exécuter l'obligation et en vérifiant si un individu moyen, dans la même situation, aurait pu résister et surmonter l'obstacle.

Comme exposé précédemment, l'évolution récente de la jurisprudence tend d'ailleurs à faire de l'événement « irrésistible » le critère sinon unique, du moins central de la force majeure.

Tel est le cas notamment de la première chambre civile, mais aussi de la chambre commerciale de la Cour de cassation (Cass. 1ère civ. 9 mars 1994, com.1er octobre 1997) , pour lesquelles « l'irrésistibilité de l'événement est, à elle seule constitutive de la force majeure, lorsque sa prévision ne saurait permettre d'en empêcher les effets ».

En l'espèce, le caractère d'irrésistibilité est sujet à discussion:

- La Cour de Cassation, dans un arrêt du 14 janvier 1997, a refusé de qualifier de force majeure, en l'absence de caractère irrésistible, « des nombreuses incertitudes » fondées sur les circonstances de la Guerre du Golfe engendrant un risque d'attentat dont se prévalait une Commune pour s'exonérer de sa responsabilité dans sa décision, prise 4 mois plus tôt, d'annuler une manifestation qu'elle devait organiser dans la mesure où celle-ci n'apportait aucun élément justifiant que la sécurité de cette manifestation ne pourrait être assurée.

Dans notre cas d'espèce, aucun élément n'est fourni par l'organisateur qui permettrait de démontrer que la sécurité du salon reporté n'aurait pas pu être assurée.

- Un parallèle peut également être fait avec les décisions rendues en matière de tourisme : la Cour de Cassation a jugé dans un arrêt du 8 décembre 1998 que la société qui a chargé une agence de voyages d'organiser un séjour pour 500 salariés à Marrakech du 21 au 24 janvier 1991, ne peut, le 14 janvier 1991, annuler le voyage et demander le remboursement de sommes versées à l'agence en invoquant, pour justifier la rupture unilatérale du contrat, la force majeure résultant de la guerre du Golfe. Cet argument a été écarté au motif que les circonstances invoquées n'étaient pas insurmontables. En effet, la ville de Marrakech et le Royaume du Maroc n'étaient pas, en janvier 1991, des lieux à haut risque d'attentats et le ministre des Affaires, dans la circulaire du 17 janvier 1991, n'avait pas cité le Maroc parmi les pays dans lesquels il dissuadait les ressortissants français de se rendre, mais seulement parmi ceux pour lesquels des conseils de prudence étaient prodigués aux touristes.

Si on se livre à une lecture à contrario de cette jurisprudence appliquée au présent cas de l'espèce, le caractère de force majeure pourrait être retenu pour qualifier le fort risque d'attentat qui pourrait être invoqué par l'organisateur. En effet, le courrier du Premier Ministre mentionné ci-dessus ainsi que le déclenchement de l'état d'urgence érigent la France, et Paris tout particulièrement comme lieu à haut risque d'attentat. Cette qualification permettrait ainsi à la société organisatrice de justifier du 3ème critère de la force majeure : celui de l'irrésistibilité.

- Enfin, la Cour d'Appel de Paris a jugé que la crainte d'un attentat permet au propriétaire d'une salle de cinéma de se dégager d'un contrat d'occupation précaire consenti à une association pour y organiser un festival du cinéma juif, les caractères d'imprévisibilité et d'insurmontabilité étant réunis en l'espèce (CA Paris 14 mars 1990, 8ème ch B : D.1990 IR 84)

Ces jurisprudences successives laissent subsister un doute non-négligeable quant à la manière d'interpréter la force majeure. Il est ainsi très difficile de déterminer avec certitude si le cas de force majeure est caractérisé dans le cas d'espèce.

Ainsi, l'analyse de ce cas d'espèce nous permet tout d'abord de délimiter nettement la notion d' « interdiction des pouvoirs publics ».

En effet, une prise de décision impliquant un membre du gouvernement ne suffit pas à caractériser l'interdiction. Pour constater une véritable proscription de la part des pouvoirs publics, une décision unilatérale et impérative de l'administration doit être prise, émanant plus particulièrement du ministre de l'intérieur.

Ce cas d'espèce nous permet également d'établir que la notion de « cas de force majeure » est complexe à définir. En effet, aucune ressource de droit positif ne permet de délimiter de manière précise cette notion.

Bien que la jurisprudence constante en donne une définition dite traditionnelle de trois critères cumulatifs, définis ci-dessus, il n'est pas rare que les juges s'en écartent et étendent cette notion à des cas où l'un des critères n'est pas rempli.

Le risque qui découle du caractère fluctuant de la notion de force majeure définie par la jurisprudence est illustré dans le cas analysé précédemment. En effet, il s'est posé en l'espèce, un problème crucial d'interprétation lors de l'annulation de la manifestation.

Il sera, en cas de litige, difficile pour la partie qui ne remplit pas ses obligations de prouver qu'elle est effectivement victime d'un cas de force majeure,

Rappelons que l'article 1134 du code civil dispose que « les conventions légalement formées tiennent lieu de loi à ceux qui les ont faites ».

Pour prévenir ce risque, il est donc possible, voire nécessaire que l'organisateur établisse au préalable, dans le contrat qui le lie aux exposants, une définition précise des cas d'exonération totale contractuelle de sa responsabilité assimilables à des « cas de force majeure ». L'idée principale est de contractuellement définir ce qui est insurmontable ou pas, par une rédaction appropriée. A titre d'exemples : l'impossibilité d'accéder à un parc, voir même à un hall donné, prévu pour accueillir la manifestation sans que l'organisateur n'ait à démontrer l'impossibilité de trouver un autre lieu pour organiser sa manifestation, mais aussi un contexte de risque d'attentats très élevé traduit par un niveau rouge nonobstant l'absence d'interdiction administrative.

En effet il a été reconnu par la jurisprudence que les parties pouvaient énumérer les événements (faits de la nature ou d'un tiers, notamment fournisseur, sous-traitant, autorité publique) qu'elles considèrent comme constitutifs de force majeure (CA Aix 6-3-1980 : Bull. Cour d'Aix 1980/1 p. 68).

La seule survenance de l'événement visé constitue la force majeure, sans qu'il y ait lieu de rechercher, comme il est de règle pour la force majeure prévue par la loi, si le fait a été irrésistible (Cass. com., 8 juil. 1981, n° 79-15626).

Cette solution réduit considérablement l'aléa découlant de la seule définition jurisprudentielle de la force majeure qui est insuffisante au cas particulier de l'organisation d'évènements accessibles au public.

X. Le Droit de la concurrence appliqué au secteur des foires, salons et congrès-expositions

A. La concentration économique : le cas VIPARIS

Le cas VIPARIS : Commentaires sur le BOCDRF du 6 décembre 2007

La Chambre de commerce et d'industrie de Paris (CCIP) et la société UNIBAIL holding ont créé quatre filiales communes, détenues à parité, destinées à regrouper leurs activités dans le domaine de la gestion de sites de congrès-expositions et dans celui de l'organisation de foires et de salons pour la ville de Paris.

Cette concentration a été considérée par le ministre chargé de l'économie ainsi que par le conseil de la concurrence comme étant de nature à porter atteinte à la concurrence. En effet, la création d'une nouvelle entité disposant d'une position de quasi-monopole à l'amont (gestion des sites) et de [35-45]% de parts de marché à l'aval (organisation des foires et salons) entraîne des conséquences importantes au niveau vertical, la situation de quasi-monopole sur le marché de la gestion de sites susceptibles d'accueillir des foires et salons en région parisienne faisant peser des risques sur le marché de l'organisation.

La CCIP et UNIBAIL ont donc déposé des engagements afin d'y remédier. Un mandataire veillera à la stricte application des engagements pris par les parties. Il sera nommé par les parties puis proposé au ministre qui pourra, à sa discrétion, approuver ou rejeter le mandataire proposé.

Le développement qui suit identifie les risques afférents à la création de cette nouvelle entité ainsi que les engagements pris par les parties afin de parer à ces risques.

- **Discrimination des concurrents dans l'élaboration des calendriers**

Dans le but de garantir que les parties ne discriminent pas les tiers en élaborant des calendriers d'utilisations des sites favorisant leurs propres activités d'organisation de foires et salons, les parties se sont engagées à mettre en place et appliquer un certain nombre de procédures.

Elles se sont tout d'abord engagées à limiter le délai de réservation de surfaces : la réservation sera impossible plus de 24 mois avant la tenue de la manifestation , « sauf exception pour les grands salons internationaux tournant dont le cahier des charges prévoit une réservation à plus long terme », les grands salons internationaux étant des salons professionnels « se déroulant à cadence régulière dans un pays différent d'une session à l'autre ».

Ensuite, afin d'optimiser les plannings tout en évitant les risques de discrimination, les parties se sont engagées à respecter une hiérarchie dans le positionnement des manifestations ;

En premier lieu, les parties positionneront dans le calendrier les « salons pivots », définis comme les salons occupant une surface brute supérieure ou égale à 100 000 m², qui seront prioritaires pour la reconduction de leur créneau. L'organisateur d'un salon pivot (qu'il s'agisse d'un organisateur contrôlé par les parties ou d'un organisateur tiers) devra confirmer qu'il réserve le créneau pour « au moins 11 mois avant la tenue de son salon, si le dit salon est annuel, ou au moins 15 mois avant la tenue de son salon, si le dit salon est biennal ou triennal ». S'il ne le fait pas l'organisateur perdra le bénéfice de son droit de priorité pour la reconduction du créneau en cause et la surface réservée sera remise sur le marché. Les autres salons bénéficieront quant à eux d'un « droit du grand père ». Les parties se sont engagées à proposer aux organisateurs titulaires de ce droit un créneau d'une surface et d'une durée identique à celles de la session précédente de la foire ou du salon éventuellement supérieure ou inférieure de 10% si l'organisateur le demande. La période et le hall proposé, sans être identique à ceux de la session précédente, devront être d'une attractivité comparable. Les parties ont précisé que « l'application du droit du grand-père est sans préjudice de la priorité accordée aux salons pivots », et qu'en cas de modification du créneau d'un titulaire du droit du grand-père en raison du positionnement d'un salon pivot, ce titulaire se verra proposer un créneau « aussi proche que possible » du créneau précédemment accordé.

En cas de désaccord avec les parties, le tiers pourra, au cas d'espèce, saisir le mandataire, qui délivrera un avis motivé sous huit jours ouvrables. Si cet avis conclut que le créneau proposé n'a pas une attractivité comparable à celle des créneaux des manifestations précédentes, les parties feront, sous sept jours, une nouvelle proposition de créneau « tenant compte des éléments retenus par le mandataire dans la motivation de son avis » à l'organisateur concerné.

En deuxième lieu, concernant les nouveaux salons, les parties se sont engagées à les positionner selon des règles destinées à garantir aux tiers un traitement transparent, équitable et non discriminatoire. A cette fin, le gestionnaire de sites acceptera tout salon, sous réserve de disponibilité d'une part et de solvabilité de l'organisateur concerné d'autre part.

De plus, toujours dans le cadre de la protection des nouveaux salons, les parties ne pourront pas contractuellement ou dans les faits, conditionner l'octroi d'un créneau à la thématique des projets, sous la seule réserve que ces derniers ne portent pas atteinte à l'ordre public et ne portent pas préjudice aux salons organisés concomitamment sur le même site. En cas de refus sur ce fondement, les parties devront en informer sous 5 jours ouvrables le mandataire, qui pourra être saisi par tout tiers en cas de conflit sur ce point.

Par ailleurs, en vue de permettre une transparence effective dans l'élaboration du calendrier, les parties se sont obligées à instaurer des réunions de présentation des calendriers de l'ensemble des sites, sur la base de projets de calendrier proposés par le gestionnaire des sites. Ces réunions auront lieu deux fois par an, en avril et en octobre.

Le mandataire s'assurera de la transparence dans l'élaboration des calendriers. Il recevra une fois par mois une liste de demandes de nouveaux salons sollicitant un nouveau créneau indiquant l'identité du demandeur, la manifestation prévue, la surface et la durée souhaitées, et il pourra en obtenir le détail.

Enfin, toujours dans le but de limiter ce risque de discrimination, les parties ont pris un engagement concernant « la respiration du marché de l'organisation ». Elles se sont en effet engagées à limiter leur part relative dans l'occupation de leurs propres sites par leurs propres salons et ont proposé de donner à la notion de « propre salon » un sens large : ce terme recouvre les salons pour lesquels OpCo (filiale détenue à parité par les parties et qui regroupera à l'issue de l'opération l'ensemble des sociétés d'organisation de foires et salons détenues aujourd'hui par la CCIP et UNIBAIL) est signataire du contrat avec le site ainsi que ceux dans lesquels les parties détiennent un intérêt significatif, possédant plus de 25% de leur capital, étant entendu que les propres salons devront représenter au moins 90% du chiffre d'affaire d'OpCo. Les parties se sont engagées à ce que la part occupée par leurs propres salons ne dépasse pas 45%. En cas de dépassement de ce seuil, les parties devront être redescendu sous ce plafond à la fin de l'année suivante. Cet engagement expire avec la mise en exploitation de la deuxième tranche d'agrandissement du site de Paris Nord Villepinte (PNV) (prévue en 2013), qui correspond à une part significative des nouvelles surfaces d'exposition prévues.

Le mandataire a également vocation à contrôler le respect de cet engagement : de sa propre initiative, sur saisine d'un tiers ou à la requête du ministre, via les rapports périodiques qu'il doit adresser au ministre ou via un rapport qu'il prend l'initiative de transmettre au ministre, en se fondant si nécessaire sur les informations internes aux parties auxquelles il a accès.

- **Discrimination des concurrents dans les prix**

Afin d'éviter que les parties ne soient en mesure d'imposer un traitement discriminatoire à leurs concurrents en augmentant les loyers qu'ils doivent acquitter ou les prix des prestations annexes, par exemple en accroissant la complexité des grilles tarifaires, les parties ont pris deux engagements ; le premier concernant des extensions de capacité, et le second concernant une régulation tarifaire pure et simple.

Actuellement, sur le marché national de la gestion des sites de foires et salons, la demande excède structurellement l'offre. L'élément décisif pour améliorer la situation de la concurrence est d'augmenter la taille des sites. Cette opération est en effet susceptible de permettre une compétition entre villes, aussi bien au national qu'à l'international, dans laquelle des opérateurs verticalement intégrés essaient de capter ou de développer les manifestations les plus importantes. C'est dans cette optique que les parties ont pris l'engagement de réaliser une extension nette des surfaces couvertes sur le site de Paris Nord Villepinte (PNV) de 135 000 m². Cette extension se fera en quatre tranches successives. Cette création d'actifs diminuera la contrainte de rareté qui existe actuellement et donc l'incitation de l'entité à augmenter les prix de locations de sites dont elle assure la gestion ; dans un objectif de rentabilisation de lourds investissements, la nouvelle entité devrait rechercher le remplissage de ses sites.

L'extension des capacités d'accueil n'étant pas un engagement suffisant pour modérer les prix, une régulation directe de leurs tarifs s'impose. Les parties ont ainsi déclaré qu'elles « n'augmenteront pas les loyers des sites gérés en Ile-de-France, hors le site de la porte de Versailles, d'un taux annuel supérieur à celui autorisé par la ville de Paris dans le cadre de la concession sur ce dernier site, ou au taux d'évolution annuel de l'indice du coût de la construction (ICC), lissé sur les neuf années précédant l'année de l'augmentation, le plafond le plus bas de ces deux indicateurs étant retenu [...] Le prix des loyers s'entend comme la valeur du locatif et des prestations annexes incluses ». Le site du PNV fait figure d'exception dans la mesure où les clauses du contrat de concession de PDV continuent de s'y appliquer. Or, étant donné que certaines prestations, directement liées à l'infrastructure des sites, sont proposées de manière obligatoire ou exclusive par leurs gestionnaires, l'encadrement tarifaire des prestations annexes est aussi un élément essentiel de régulation de quasi-monopole. Les parties se sont donc engagées « à ne pas modifier le périmètre des prestations annexes obligatoires et exclusives, site par site, tel qu'agréé par le ministre ». Elles ont fourni un document annexe aux engagements dans lequel elles ont précisé les raisons économiques ou techniques permettant de justifier le caractère obligatoire ou exclusif d'une série de prestations annexes.

Le mandataire a vocation à contrôler le respect de cet engagement : de sa propre initiative, sur saisine d'un tiers ou à la requête du ministre, via les rapports périodiques qu'il doit lui adresser ou via un rapport qu'il prend l'initiative de transmettre au ministre, en se fondant si nécessaire sur les informations internes aux parties auxquelles il a accès.

- **Confidentialité**

Les parties étant présentes sur les deux marchés, elles pourraient être tentées de tirer profit des informations stratégiques auxquelles tout gestionnaire de sites a accès pour favoriser leur branche organisatrice de foires et salons, notamment pour réagir de manière anticipée à la création d'un nouveau salon par un concurrent. Elles se sont donc engagées à ne pas utiliser à des fins commerciales les informations confidentielles qui leur seraient transmises par les organisateurs tiers ou leurs clients dans le but de régler des questions d'ordre techniques ou organisationnelles.

- **Le marché des prestations annexes**

Comme évoqué ci-dessus, les parties disposeront d'une position de quasi-monopole sur les marchés des prestations annexes obligatoires et exclusives, étroitement liées à la location des sites. La nouvelle entité sera ainsi en mesure de coupler des prestations obligatoires (prestations directement liées au site qui ne peuvent être rendues sans disposer d'une très bonne connaissance des sites et dont le gestionnaire peut par conséquent exiger qu'elles soient réalisées par lui-même ou par une entreprise agréée par lui) attachées à l'infrastructure du site (fluides, télécoms, sécurité, élingage, assurance) avec des prestations habituellement concurrentielles (conception-fabrication des stands, sonorisation, communication...) par le biais d'une obligation de couplage ou d'une remise de couplage ; ces couplages entre des prestations obligatoires et des prestations concurrentielles seraient susceptibles d'introduire une distorsion de concurrence par rapport aux autres offreurs de prestations annexes et aux organisateurs (ces concurrents ne peuvent pas réagir en

proposant la même gamme de services)., Les parties se sont donc engagées à ne pas pratiquer de couplage entre les prestations annexes obligatoires et exclusives et les prestations annexes concurrentielles sauf justification par des raisons techniques ou économiques objectives, acceptées par écrit par le ministre, étant entendu que l'assiette d'éventuelles remises de couplage ne pourra comprendre que le prix des prestations non concurrentielles. Notons que le ministre n'a accepté qu'un seul couplage de ce type à savoir la vente couplée d'élingues et ponts-lumières.

Par ailleurs, cette position des parties en matière de prestations annexes obligatoires et exclusives leur confère une situation de quasi-monopole vis-à-vis de certains de leurs fournisseurs. Afin d'éviter le risque d'atteinte à la concurrence résultant de cette puissance d'achat, les parties se sont engagées à sélectionner leurs fournisseurs et leurs sous-traitants pour ces prestations à l'issue de procédures d'appel d'offres et pour des durées de contrat raisonnables.

- **Durée de ces engagements et clause de rendez-vous**

A l'exception de l'engagement relatif à la respiration du marché qui expirera avec la mise en exploitation de la deuxième tranche (prévue au plus tard le 1er janvier 2013), les engagements demeureront en vigueur tant qu'une des parties notifiantes sera titulaire de la concession du Parc des Expositions de la Porte de Versailles (la convention d'exploitation actuelle expirant le 31 décembre 2026).

Autrement dit, à l'exception de l'engagement concernant la respiration du marché de l'organisation de sites, les engagements prendront fin avec la situation de quasi-monopole de la nouvelle entité en matière de gestion de sites.

En effet, l'engagement relatif à la respiration du marché de l'organisation des sites prendra fin à une date à laquelle les risques verticaux induits par l'opération seront atténués par l'extension des capacités du site de PNV, qui constituera une incitation pour les parties à optimiser l'occupation des surfaces, y compris par l'accueil de salons organisés par les opérateurs concurrents.

Enfin, le ministre pourra, à la demande des parties, modifier ou supprimer une ou plusieurs des obligations prévues par les engagements, en cas de circonstances nouvelles ou exceptionnelles de nature à modifier substantiellement la situation du marché « notamment si celle-ci venait à être substantiellement affectée par un aménagement significatif de l'opération notifiée ou par un changement de la nature du contrôle des parties sur OpCo ».

En date du 20 novembre 2014, l'Autorité de la concurrence a donné une suite favorable à la demande de la société VIPARIS de réviser les engagements pris en 2007.

Cette modification ne concerne que le Parc des Expositions de la Porte de Versailles pour une période de travaux s'étendant de 2015 à 2025. Elle vise à autoriser VIPARIS à déroger à ses obligations au titre du « droit du grand-père » pour les nouveaux salons ainsi qu'au droit de bénéficier d'une année à l'autre de halls dont les entrées principales sont situées à moins de 200 mètres l'une de l'autre.

Cette dérogation a été entérinée, par l'Autorité de la concurrence sous réserve que VIPARIS informe le mandataire de tout refus d'appliquer le « droit du grand-père » à un nouveau salon.

B. Les pratiques anticoncurrentielles hors le cas parisien

1. Les conditions

a) *Le marché pertinent*

La définition du marché pertinent est la condition sine qua non de l'existence des pratiques anticoncurrentielles. Il permet d'identifier et de définir le périmètre à l'intérieur duquel s'exerce la concurrence entre les entreprises. Cette notion est essentielle en matière de pratiques anticoncurrentielles puisqu'elle va notamment permettre de démontrer l'effet restrictif de concurrence des pratiques.

La communication de la Commission européenne du 9 décembre 1997 permet de comprendre les méthodes de délimitation du marché pertinent. Ce dernier combine un marché de produit ou de service ainsi qu'un marché géographique.

Le marché pertinent des gestionnaires de site

Le marché de produit des gestionnaires de site revient à se poser la question : quels sont les sites que les organisateurs considèrent comme substituables en raison des caractéristiques, des prix et des usages auxquels ils sont destinés ?

L'une des caractéristiques essentielles d'un salon est sa surface d'exploitation. Par exemple, on peut affirmer qu'est substituable pour un salon de 13000m² un site de 15000m² avec un autre de 14000m². En effet, dans cette hypothèse, l'organisateur pourra organiser son événement dans les conditions initialement prévues. A contrario, quand est-il si le second site offre une surface de 10000m² ? Avec une surface restreinte, l'organisateur sera dans l'embarras pour organiser son salon. Par conséquent, il ne reportera pas son événement sur ce site montrant ainsi l'absence de substituabilité des deux. A notre connaissance, aucune affaire n'a tranché cette question sur le fondement de l'abus de position dominante ou de l'entente

En outre, les salons ont des thèmes et une nomenclature spécifiques. C'est notamment le cas des salons attachés à des thèmes locaux. Dès lors, il peut arriver que le site soit déterminant du thème du salon. Par conséquent, les sites ne seront pas aisément substituables.

De plus, la disponibilité des sites doit aussi être prise en compte. Un organisateur ne considérera pas comme substituable un site autre qui lui propose des dates inadaptées de sorte qu'il ne sera plus intéressant d'organiser son événement.

Le marché géographique des gestionnaires de site « comprend le territoire sur lequel les entreprises concernées sont engagées dans l'offre des biens et des services en cause, sur lequel les conditions de concurrence sont suffisamment homogènes et qui peut être distingué de zones géographiques voisines parce que, en particulier, les conditions de concurrence y diffèrent de manière appréciable ». Le Ministre de l'Economie, dans sa décision du 13 novembre 2007, relative à une concentration dans le secteur de l'organisation de foires, considère que le marché géographique de la gestion de site grand public est de dimension locale et de dimension nationale pour les sites de la région parisienne.

A priori, il convient donc distinguer entre les sites provinciaux eux-mêmes. Tous ces sites ne sont pas sur le même marché pertinent. Par exemple, on peut affirmer qu'un site se trouvant en Bretagne et un autre en Provence Alpes Côte d'Azur ne sont pas sur le même marché pertinent. A contrario, si les deux sites se situent dans un même département, il est probable qu'ils soient sur le même marché pertinent. Pour autant ces deux sites ne seront pas obligatoirement sur le même marché pertinent si on combine le marché géographique au marché de services.

Le marché pertinent des organisateurs

Ce marché pertinent revient à se poser la question : quels sont les événements que les exposants considèrent comme substituables en raison de la localisation, des dates, des caractéristiques, des prix et des usages auxquels ils sont destinés ?

Les exposants sont très sensibles à la thématique, nomenclature du salon. Seuls seront substituables les salons qui ont une thématique, nomenclature proche. Ensuite, ces derniers vont être réceptifs à la fréquentation de l'évènement. Deux événements dont la fréquentation diffère de manière considérable ne se situent pas sur le même marché pertinent. Ils vont aussi être sensibles aux surfaces d'exposition qui leurs sont accordées. En effet, la taille des stands attribués devra être similaire d'un salon à un autre pour qu'il soit sur le même marché de produits. Ces caractéristiques ne sont pas limitatives, il est possible qu'il y en ait d'autres.

Quant au marché géographique, il devrait logiquement être similaire à celui des gestionnaires de site.

b) Une restriction de concurrence

Les ententes

Les ententes, pour être sanctionnées, doivent produire un effet restrictif de concurrence de niveau sensible. Il convient de procéder en 2 étapes. Il faut d'abord chercher si l'entente à un objet anticoncurrentiel. D'une manière générale, ont un objet anticoncurrentiel les ententes les plus graves comme les boycotts. En l'absence d'objet anticoncurrentiel, il faudra démontrer que la pratique a un effet restrictif de concurrence de niveau sensible.

Les abus de position dominante

Pour être sanctionnées, l'ensemble de ces pratiques doivent induire une restriction de concurrence. Cette restriction de concurrence comprend deux aspects :

- D'une part un aspect qualitatif. Ne peuvent être sanctionnés que les abus de position dominante dont les effets, actuels ou potentiels, qui sont suffisamment tangibles. Pour mesurer cet effet d'éviction, on a recours au test du contrefactuel. Ce test vise à comparer deux situations : la situation actuelle dans laquelle la pratique a été mise en œuvre et la situation dans laquelle on se trouverait si la pratique n'avait pas été mise en œuvre. S'il en ressort un effet d'éviction du fait de la pratique, l'abus est constitué. Par exemple, dans l'hypothèse où un organisateur est victime de prix discriminatoires, il faut comparer la situation où il n'est pas victime de cette discrimination à celle où il est victime de discrimination tarifaire. S'il ressort que l'organisateur ne peut plus accéder au site, du fait de la discrimination tarifaire, alors il y a un effet d'éviction.
- D'autre part un aspect quantitatif. Comme l'a rappelé la Cour de cassation, seule une atteinte sensible à la concurrence peut caractériser une pratique anticoncurrentielle (Cass. Com., 15 juillet 1992). En matière d'abus de position dominante, la restriction de concurrence provoquée par la pratique mise en œuvre par une entreprise en position dominante est de niveau sensible.

2. L'entente

a) *L'entente entre les organisateurs de salon et les exposants*

Le Tribunal de commerce de Nanterre a admis, dans un jugement du 28 mars 1995, que la demande de participation d'un exposant à un salon peut valablement être refusée par l'organisateur si celle-ci présente un caractère anormal et de nature à troubler le bon déroulement de la manifestation.

Mais, la décision d'écarter un exposant prise par l'organisateur d'une foire-exposition aux fins de préserver les intérêts des autres exposants constitue une entente au sens de l'article 420-1 du Code de commerce.

Une telle entente, même fondée sur un règlement régissant l'organisation du fonctionnement de la foire-exposition et qui prévoit que l'organisateur reçoit les demandes et statue sans obligation de motiver ses décisions ne peut bénéficier de l'exception de licéité des ententes selon une décision du Conseil de concurrence du 7 juillet 1992.

Est également interdite comme entente prohibée, l'action concertée par laquelle des entreprises tentent de s'opposer à la participation d'un concurrent à un salon professionnel. A ainsi été condamnée, la pétition de plusieurs entreprises subordonnant leur participation à un salon à l'exclusion d'une autre entreprise dudit salon.

Les organisateurs de salons peuvent légitimement, pour des raisons de sécurité et d'efficacité, limiter le nombre d'entreprises auxquelles les exposants ont la faculté de s'adresser, par exemple pour la manutention de ces salons.

Cependant, le Conseil de la concurrence considère que la convention d'exclusivité conclue entre l'organisateur du salon et les entreprises de manutention, sans mise en concurrence préalable des autres entreprises de manutention existant sur le marché et aptes à répondre à l'offre, révèle une entente au sens de l'article 7 de l'ordonnance du 1er décembre 1986.

Par conséquent toute différence de traitement n'est pas condamnable per se, mais seulement dans les cas où elle n'est pas fondée sur une différence objective de situation entre les partenaires. C'est ce qu'a décidé la Cour administrative d'appel de Douai en confirmant l'annulation d'une décision par laquelle un maire avait rejeté une demande d'emplacement sur le fondement d'un arrêté municipal qui refusait toute ancienneté sur la foire à certains forains du seul fait qu'ils se trouvaient installés sur une partie déterminée du terrain occupé par la foire. La Cour a considéré qu'il y avait en l'espèce une atteinte au principe d'égalité entre forains ayant la même ancienneté. Elle a donc condamné cette pratique discriminatoire qui n'était pas justifiée par une quelconque différence objective de situation (CAA Douai, n° 96DA01670).

Par ailleurs, le refus systématique, fondé sur le règlement de la foire ou sur une pratique, d'exposants appartenant à des Etats membres de l'Union européenne peut également s'analyser comme une restriction prohibée à la libre prestation de services consacrée par le Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (CJCE, 15 janvier 2002, n° C-439/99).

Les pratiques discriminatoires relevant d'éventuelles ententes dans le secteur des foires et salons peuvent revêtir des formes diverses et variées, ce qui bien sûr rend leur détection plus complexe. Voici quelques exemples, non exhaustifs et à valeur indicative, de possibles pratiques discriminatoires dans le secteur des foires et salons et des solutions pouvant être appliquées en la matière :

La pratique dite « d'embouteillage des salons » est un phénomène posant problème. Dans cette situation, l'organisateur restreint volontairement l'accès à son salon en appelant en premier les exposants qu'il souhaite voir exposer. Lorsque les autres exposants souhaitent s'inscrire au salon, celui-ci est déjà complet depuis plusieurs jours, semaines voire mois. Une telle pratique n'est pas nécessairement condamnable, notamment lorsqu'elle est fondée sur des différences objectives. Par exemple, il est légitime que l'organisateur veuille donner une priorité aux exposants ayant une certaine ancienneté dans la participation au salon ou encore ceux ayant l'activité la plus conforme à la nomenclature du salon. Mais il faut que cette pratique soit transparente, c'est à dire que tous les exposants soient au courant de l'existence de cette priorité. On remarque encore une fois qu'une bonne communication entre l'organisateur et ses exposants, mêmes potentiels, est d'une importance capitale et peut faire la différence entre une pratique discriminatoire condamnable et une différence de traitement justifiée.

Le fait pour l'organisateur de refuser à certains exposants l'accès à son salon en raison de leur « origine » peut s'avérer être une pratique discriminatoire. Il faut que l'organisateur soit en mesure de justifier cette différence de traitement. Par exemple, un salon sur le thème des fabricants européens est une chose imaginable. Il y a bien une différence objective entre les

fabricants ressortissants de l'UE et les fabricants non ressortissants. Mais, dans ce cas, le Règlement intérieur, dans ses dispositions ayant attrait aux conditions d'accès au salon, doit être d'une clarté exemplaire. Encore une fois, aucune ambiguïté, aucun subjectivisme ne sera toléré. Une définition précise de ce qu'est un fabricant issue de l'Union Européenne devra être donnée, afin d'éviter tout litige.

Le fait pour un exposant puissant ou un groupe d'exposants de faire pression sur l'organisateur afin qu'il rejette l'inscription au salon d'un de leur concurrent. L'organisateur se voit alors pris en étau entre, d'une part, les exposants et, d'autre part, la menace de poursuites pour pratiques discriminatoires. Le but de l'organisateur est de faire de son salon un succès et si un important exposant ou groupe d'exposant refuse de participer en raison de la présence d'un autre exposant perçu par eux comme un concurrent déloyal.

Une autre solution peut consister en une modification du thème de son salon de manière à en exclure l'exposant concurrent. Mais bien évidemment, une telle manœuvre n'est pas aisée à réaliser, car si l'exposant est vu comme un concurrent c'est qu'il est positionné sur le même secteur d'activité que le groupe d'exposants mécontents. De plus, l'exposant évincé peut tout à fait engager une action visant à condamner l'organisateur pour pratique discriminatoire. L'organisateur n'a donc aucune garantie quant au succès d'un tel stratagème. Par ailleurs, si l'exposant en question est un habitué du salon, l'en exclure peut revenir à une rupture au moins partielle, voire totale, des relations commerciales établies. Dans cette hypothèse l'organisateur se verra dans l'obligation de lui donner un préavis, ce qui peut causer un problème de délais, notamment si la pression du groupe d'exposants intervient peu avant le déroulement du salon.

En conclusion, la meilleure solution pour l'organisateur est de privilégier le dialogue avec ses exposants afin de désamorcer le conflit en amont. Dans ce cas de figure précis, l'organisateur va devoir négocier avec tous ses exposants afin de trouver un compromis à ce délicat problème.

Dans le même esprit, certains salons sont encore rattachés à des fédérations professionnelles françaises. Ces dernières peuvent parfois être tentées d'empêcher des entreprises étrangères ou concurrentes des fabricants dits « traditionnels » d'accéder au salon. Il est alors possible que l'exposant éconduit veuille voir l'organisateur condamné pour pratique discriminatoire. Dans ce cas de figure, la solution, pour la fédération, est de s'assurer que les conditions d'admission au salon sont claires et que les différences de traitement entre exposants étrangers/non traditionnels et les exposants traditionnels/français sont fondées sur des différences de situation objectives.

Une autre pratique potentiellement discriminatoire est le fait que les conditions d'accès au salon favorisent les membres de la fédération-association organisant le salon. Il ne saurait être question d'interdire tout avantage aux membres de la fédération/association, ce qui ôterait tout intérêt aux fédérations/associations, mais ces avantages doivent être objectivement justifiés. Une fédération organisant un salon peut donc limiter l'accès au salon aux seuls exposants fabricants de machines outils, si tel est le thème du salon, mais ne peut interdire l'entrée aux non membres [Déc. Comm. 24/09/1971 CEMATEX : JOCE n° L227 p. 26]. De la même façon, on peut imaginer qu'une certaine priorité d'accès soit donnée aux exposants membres de la fédération si cela est clairement stipulé dans le règlement intérieur. Ici la différence de traitement est fondée sur une différence de situation objective, certains exposants étant membres de la fédération, et versant une cotisation, alors que

d'autres sont indépendants de cette fédération. Sur ce sujet, la Commission Européenne a admis que n'était pas anticoncurrentielle une différence de l'ordre de 20% dans les tarifs appliqués aux exposants selon qu'ils sont ou non membres des associations participant à l'organisation des expositions, cette différence paraissait justifiée par les frais de préparation et d'exécution de l'exposition couverts par les cotisations versées par les membres des sociétés organisatrices ; une telle différence ne constitue pas une discrimination à l'égard des participants non membres desdites associations. Comme toujours, une bonne communication de la part de l'organisateur peut prévenir des conflits.

Il se peut, au contraire, que l'organisateur veuille favoriser les exposants étrangers. Par exemple, dans un secteur mondialisé, il est possible que l'organisateur veuille favoriser les fabricants venus des pays émergents car ces derniers lui semblent plus compétitifs et en phase avec le marché. Il cherchera donc à leur conférer une certaine priorité, ce que les fabricants français, déjà échaudés par cette concurrence, percevront, à raison, comme une pratique discriminatoire. L'organisateur ne cherche ici qu'à rester compétitif et à suivre l'évolution du marché, marché dont son salon doit être un reflet. Néanmoins, une telle pratique discriminatoire est fautive car non fondée sur une différence objective de situation. L'organisateur ne peut favoriser un pays par rapport à un autre sauf si cela est fondé par exemple sur un critère objectif ou un thème précis à connotation nationale etc. La seule solution envisageable serait pour l'organisateur de changer le thème de son salon, en ne donnant accès qu'aux exposants issus de pays émergents ou en limitant l'accès au salon aux exposants favorisant un type de vente, de fabrication particulière. La rédaction d'un Règlement contenant des conditions d'admission claires et précises reste le meilleur moyen pour l'organisateur de se préserver d'éventuelles poursuites. Mais ici, l'organisateur devra veiller à ne pas rompre les relations commerciales établies avec ses précédents exposants sans respecter un préavis suffisant.

Le gestionnaire peut vouloir modifier la date du salon. Cependant, cette modification ne doit pas traduire une pratique discriminatoire. En effet, le changement de date ne peut servir à avantager, à préserver les intérêts d'un organisateur, voire d'un groupe d'organisateur, au détriment de l'organisateur « victime » de cette altération du programme du parc. De la même façon, un organisateur, ou groupe d'organisateur, ne peut faire pression sur le gestionnaire afin d'écarter un organisateur concurrent. De telles manœuvres sont condamnables et condamnées.

Le gestionnaire doit donc veiller à avertir l'organisateur suffisamment à l'avance, à lui donner un préavis d'une durée raisonnable. Par ailleurs, malgré l'absence d'obligation légale, on ne peut que conseiller au gestionnaire d'expliquer les raisons du changement de date, afin d'écarter tout soupçon de pratique discriminatoire révéler une entente.

b) L'entente entre le gestionnaire de site et l'organisateur

L'hypothèse d'un refus d'admission d'un organisateur par un gestionnaire de site peut être sanctionné sur le fondement de l'entente sous certaines conditions.

Pour diverses raisons, il est possible qu'un gestionnaire et un organisateur s'entendent afin d'interdire l'accès à des concurrents de l'organisateur. Par exemple, lorsqu'un organisateur veut rentrer sur un marché alors qu'un organisateur concurrent est déjà présent, il peut être tenté de s'entendre avec le gestionnaire afin qu'il rejette la demande d'admission de son

concurrent. En échange, l'organisateur pourrait notamment s'engager à se fournir en prestations annexes auprès du gestionnaire ou à souscrire un engagement pluriannuel.

En l'espèce, il s'agira d'un boycott (pratique ayant un objet anticoncurrentiel) qui est « une action délibérée en vue d'évincer un opérateur du marché ». Dès lors, il ne sera pas nécessaire de démontrer des effets restrictifs de concurrence de cette pratique pour qu'elle soit condamnée sur le fondement de l'entente.

A notre connaissance, aucune condamnation n'a été prononcée pour ce type de comportement sur ce fondement.

3. L'abus de position dominante

A titre préliminaire, dans la Charte évolutive d'actions responsables des entreprises du secteur des foires, salons, congrès et événements de France de juillet 2011, les entreprises du secteur se sont engagées à lutter contre les abus de position dominante dans le troisième thème sur les relations intra-professionnelles.

Outre la restriction de concurrence, l'abus de position dominante nécessite deux éléments :

a) Une position dominante

Selon la Cour de Justice de la Communauté Européenne (CJCE, 14 février 1978, United Brands), une position dominante est constituée par « une position de puissance économique détenue par une entreprise qui lui donne le pouvoir de faire obstacle au maintien d'une concurrence effective sur le marché en cause en lui fournissant la possibilité de comportements indépendants dans une mesure appréciable vis-à-vis de ses concurrents, de ses clients et finalement des consommateurs. ».

Encore selon la Cour de Justice de la Communauté Européenne (CJCE, 13 décembre 1979, Hoffman La Roche), la notion d'exploitation abusive est une notion objective qui vise les comportements d'une entreprise en position dominante qui sont de nature à influencer la structure d'un marché où, à la suite précisément de la présence de l'entreprise en question, le degré de concurrence est déjà affaibli et qui ont pour effet de faire obstacle au maintien du degré de concurrence existant encore sur le marché ou au développement de cette concurrence.

Il y a de multiples indices pour déterminer la position dominante et la Cour de justice comme notamment les parts de marché des entreprises.

De manière générale, l'abus va se dérouler sur le marché sur lequel l'entreprise est en position dominante, c'est-à-dire sur le marché dominé. Cependant, la Commission européenne a admis qu'une position dominante, détenue sur un marché, pouvait être exploitée abusivement par un comportement adopté sur un marché différent de celui où cette

position dominante s'exerçait. Dans ce cas, il faut un lien de connexité entre les deux marchés ce qui suppose de démontrer que c'est grâce à sa position dominante sur le marché dominé que l'entreprise a pu mettre en œuvre l'abus sur le marché non dominé.

b) Une pratique abusive

L'article 420-2 du Code de commerce prohibant les abus de position dominante cite différentes pratiques abusives comme les conditions de vente discriminatoires, les ventes liées et l'exploitation abusive d'un état de dépendance économique. Cependant, cette liste n'est pas exhaustive et a été complétée par la jurisprudence avec notamment le refus de contracter.

(1) Les conditions de vente discriminatoires

La discrimination dans l'élaboration des calendriers et les choix du site

Les organisateurs sont attachés à la date et aux lieux qui leurs sont réservés. Dans le secteur des foires et salons, il s'agit d'éléments essentiels pour la réussite d'un salon. A l'heure actuelle, il existe une tension sur les dates et lieux du fait de la rareté des surfaces d'exposition disponibles en région parisienne, notamment pour les périodes calendaires les plus demandées.

Dans son avis n° 07-A-10 du 26 septembre 2007 relatif au rapprochement des activités de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris et de la société Unibail Holding SA dans le secteur de la gestion de sites de congrès-expositions et de l'organisation de foires et salons, le Conseil de la concurrence relève que la nouvelle entité pourrait « offrir aux salons de sa filiale organisatrice des options de réservations plus longues que celles offertes aux autres organisateurs, retirant ainsi artificiellement de nombreux créneaux du marché, et limitant ainsi significativement l'activité de ses concurrents ».

On peut ainsi relever la pratique qui consiste à accorder un "go/no go" beaucoup plus tardif à des organisateurs. L'un des éléments clés pour les créateurs-organisateur de nouveaux salons est la date à laquelle l'engagement devient irréversible et où, concrètement, un versement est opéré pour sécuriser la réservation, notion que les professionnels désignent sous l'expression "go / no go". Plus le "go / no go" est tardif, plus le risque financier pour les organisateurs est faible.

La discrimination dans les prix

Le gestionnaire de site est susceptible d'opérer une discrimination tarifaire entre les organisateurs. Il pourrait notamment être tenté de choisir de privilégier sa filiale d'organisation par le biais de tarifs privilégiés sur la location du site. Cette pratique sera d'autant plus facile en l'absence de grilles tarifaires.

Cette discrimination tarifaire peut se retrouver dans la relation organisateur/exposant. L'organisateur peut proposer différents prix à différents exposants en fonction de l'emplacement souhaité. Il peut être légitime qu'un organisateur décide de demander des prix différents en fonction de l'emplacement du stand. Toutefois, cette différence de prix doit être fondée, par exemple sur la visibilité dudit emplacement, sa taille, ses facilités etc. A partir du moment où la différence de prix trouve son origine dans des différences de situation objectives, la différence de traitement n'est pas condamnable. L'organisateur doit donc veiller à bien expliquer les justifications de ces différences de prix, par exemple au sein de son Règlement intérieur. Mais, dans cette hypothèse, il est capital que les dispositions du Règlement intérieur soient sans aucune ambiguïté quant aux critères de différenciation. Aucun subjectivisme ne peut être admis en la matière, sous peine de voir cette différence de traitement condamnée par les tribunaux en tant que pratique discriminatoire. On constate que c'est toujours cette notion de communication entre l'organisateur et ses exposants qui se trouvent au centre du problème, et de sa solution. C'est pourquoi l'organisateur doit veiller à bien informer ses exposants, dans ses conditions générales, des différents prix et de leurs fondements.

Le marché des prestations annexes : les ventes liées

Les prestataires de services annexes sont chargés de mettre en œuvre et de fournir divers éléments nécessaires à la réalisation d'une manifestation comme la téléphonie-internet, le nettoyage, la restauration.... Ces prestations peuvent être offertes soit par les gestionnaires de sites, soit par les organisateurs, soit enfin par des prestataires indépendants extérieurs.

Il est de pratique constante de coupler des prestations obligatoires attachées à l'infrastructure du site (fluides, télécoms, sécurité, élingage, assurance) avec des prestations habituellement concurrentielles (conception fabrication des stands, sonorisation, communication...) par le biais d'une obligation de couplage ou d'une remise de couplage. Ces pratiques de couplages sont susceptibles d'introduire une distorsion de concurrence (en particulier sur les prix, par rapport aux autres offreurs de prestations annexes et aux organisateurs.

Cette pratique est susceptible d'être qualifiée de vente liée pure. Cette dernière consiste en l'impossibilité d'acheter 2 produits séparément.

- Cette qualification nécessite 2 conditions :Le produit lié et le produit liant soit 2 produits distincts. Comme vu précédemment, il faut distinguer les prestations obligatoires et celles concurrentielles. Les prestations obligatoires ne peuvent faire l'objet d'une vente séparée contrairement à celles concurrentielles. Dès lors, cette condition est remplie pour les prestations obligatoires.
- Il faut que la pratique soit susceptible d'évincer des concurrents et cela peut être des concurrents sur le marché d'un des deux produits qu'il s'agisse du marché dominé par l'entreprise dominante ou sur le marché dominé. En l'espèce, cette pratique

évince des concurrents sur le marché des prestations concurrentielles et notamment les fournisseurs de prestations annexes.

La vente liée pourra donc être caractérisée.

(2) Le refus de contracter : principe et exceptions

Le principe du refus de contracter

Il existe une certaine liberté de choix pour un organisateur de salons ou foires pour l'admission des exposants.

Cette liberté doit cependant être nuancée par le fait que s'il est possible de prouver que le choix d'un organisateur est fondé sur un motif discriminatoire, il pourra être condamné. Toute la difficulté va être de savoir quelles sont les pratiques discriminatoires condamnées par les juges.

Dans une décision du 29 janvier 2009 la Cour d'appel de Colmar juge que l'éviction d'un candidat à la participation à un salon ne caractérise pas une discrimination prohibée dans la mesure où l'organisateur n'avait aucun intérêt établi à préférer telle ou telle candidature puisqu'il n' a pas été demandé de sacrifice financier ou de prestations particulières pour la participation aux foires précédentes.

Cependant les juges du fond n'exige pas de l'organisateur qu'il se justifie sur les motifs ayant guidé son choix de refuse la participation d'un exposant. Un arrêt de la Cour d'appel de Paris du 16 Novembre 2010 illustre cette difficulté. En l'espèce, il s'agissait d'une société d'éditions qui avait déjà participé près de quatorze fois au congrès annuel de l'Association Dentaire Française qui s'était vu refuser l'admission au salon alors qu'elle considérait que l'association avait contractuellement accepté qu'elle y participe. La Cour autorise ce refus de l'organisateur au regard du règlement général et celui propre au congrès de l'Association Dentaire Française qui comprend en son article « l'admission », des précisions quant au formalisme à respecter lors du dépôt de la demande mais ne remet pas en cause ces dispositions et notamment le principe général de liberté de refuser une demande d'admission sans motivations. La Cour fait donc une application stricte du règlement et n'examine pas les motivations du refus de l'admission de la société. Cette dernière reprochait à l'organisateur de ne pas l'avoir admise en raison d'un délit d'opinion ce qui pourrait très bien constituer une pratique discriminatoire.

Les limites au refus de contracter

La liberté de refuser un contractant peut être atténuée. En effet, les orientations de la Commission européenne du 24 février 2009 ont posé 4 conditions qui permettent de qualifier le refus de contracter d'abus de position dominante :

- Le refus porte sur un produit ou service objectivement nécessaire à l'activité en aval. En matière de foires et salons, on distingue le marché amont de la gestion de site ainsi que le marché aval de l'organisation d'événements. Cette question est celle de la détermination du marché pertinent que nous avons vu précédemment. Il faut déterminer quels sont les sites que l'organisateur considère comme substituables pour l'organisation de son salon. Dans l'hypothèse où le site n'est pas substituable, le refus portera sur un service objectivement nécessaire à l'activité aval et pourra être qualifié d'infrastructure essentielle.
- Le refus est susceptible de conduire à l'élimination d'une concurrence effective en aval. En l'espèce, en cas de non substituabilité des sites, le refus entraînerait une élimination de la concurrence.
- Le refus est susceptible de léser les visiteurs. Cela peut être le cas si la pratique les prive de l'accès à un événement présentant une offre particulière.
- Il faut que le refus ne puisse pas recevoir une justification objective. Ce sera notamment le cas d'indisponibilité du site reposant sur l'absence de créneaux temporels.

Ce refus peut aussi s'appliquer dans la relation organisateur/exposant. En effet, il est possible qu'un organisateur refuse à certains exposants l'accès à son salon. Dès lors, il faudra que l'organisateur soit en mesure de justifier objectivement cette différence de traitement. Par exemple, s'il décide de refuser les exposants étrangers pour un salon sur le thème des fabricants européens. Il y a bien une différence objective entre les fabricants ressortissants de l'UE et les fabricants non ressortissants. Mais, dans ce cas, le Règlement intérieur, dans ses dispositions ayant trait aux conditions d'accès au salon, doit être d'une clarté exemplaire. Encore une fois, aucune ambiguïté, aucun subjectivisme ne sera toléré. Une définition précise de ce qu'est un fabricant issue de l'Union Européenne devra être donnée, afin d'éviter tout litige.

Il est aussi possible pour un organisateur de refuser la participation de certains exposants en raison du thème du salon. En effet, il est tout à fait habituel, voire nécessaire, qu'un exposant limite les inscriptions à son salon au travers d'un thème donnant lieu à une nomenclature. Cette pratique n'est aucunement condamnable puisqu'elle est objective mais ne doit pas se transformer en pratique discriminatoire injustifiée. C'est pourquoi, encore une fois, les conditions d'admission doivent être claires et déterminer un thème précis qui devra être respecté par les exposants. Un exposant dont l'activité est sans rapport avec le thème ne pourra invoquer une pratique discriminatoire à son encontre. En revanche, dans l'hypothèse où l'organisateur décide de faire évoluer le thème de son salon et, à ce titre, refuse l'inscription d'anciens exposants, on retombe dans le cadre de la rupture des relations commerciales établies. L'organisateur devra alors veiller à informer ses exposants suffisamment à l'avance du rejet de leur inscription.

4. L'exploitation abusive d'un état de dépendance économique (article L.420-2 al,2 du Code de commerce)

Il s'agit de la situation dans laquelle un prestataire de services est obligé de poursuivre ses relations commerciales avec un gestionnaire de site, ou un organisateur de salon, qui dispose sur lui d'une puissance économique certaine et qui exploite abusivement cet état de

dépendance (par exemple en lui refusant certaines prestations ou en lui imposant des conditions discriminatoires) affectant le fonctionnement ou la structure de la concurrence.

Dans la Charte d'actions responsable de 2011, les entreprises du secteur se sont engagées à agir pour adapter la notion de dépendance économique aux contraintes spécifiques du secteur des foires, salons et congrès-expositions.

C. Les pratiques restrictives de concurrence

A la grande différence des pratiques anticoncurrentielles, les pratiques restrictives de concurrence ne nécessitent pas une restriction de concurrence. Dès lors, elles sont plus faciles à mettre en œuvre et constituent une voie de recours efficace en l'absence d'effets restrictifs de concurrence.

1. Le déséquilibre significatif

L'article L.442-6 I 2° du Code de commerce interdit « de soumettre ou de tenter de soumettre un partenaire commercial à des obligations créant un déséquilibre significatif dans les droits et obligations des parties »

Cette pratique constitue un rempart efficace contre les abus engendrés par le principe de libre négociabilité des conditions générales de vente.

En pratique, l'article L. 442-6 I 2° vise les hypothèses où un opérateur use de son fort pouvoir de négociation pour imposer à son partenaire des obligations qui relèvent manifestement de ses propres devoirs et qui sont à son seul bénéfice et, le plus souvent, d'un montant exorbitant.

En matière de foires et salons, il est fréquent que le gestionnaire du site impose des prestations annexes à l'organisateur. Face à cette pratique, l'organisateur, peut aussi agir sur le fondement du déséquilibre significatif en plus de celui l'abus de position dominante. En effet, le prix des prestations obligatoires ne correspondant aux prix effectifs, les obligations entre les parties sont déséquilibrées.

De plus, il est possible que les contrats entre le gestionnaire de site et l'organisateur ou l'organisateur et l'exposant contiennent des clauses déséquilibrées. En s'inspirant de la jurisprudence rendue en matière de grande distribution, on peut penser qu'il est possible de faire sanctionner :

- Clauses imposant à l'organisateur dans le contrat gestionnaire/organisateur ou à l'organisateur dans le contrat organisateur/gestionnaire des pénalités excessives, systématiques et unilatérales en cas de désistement dans la location du site ou de l'emplacement.
- Clauses imposant des modalités de règlement abusives et non-réciproques ;
- Clauses prévoyant des modalités asymétriques de révision des tarifs, au bénéfice du gestionnaire dans le contrat gestionnaire/organisateur ou de l'organisateur dans le contrat organisateur/gestionnaire.

2. Les ruptures brutales des relations établies

a) La rupture brutale des relations établies entre l'organisateur et l'exposant

L'article L 442-6 5° dispose qu'engage la responsabilité de son auteur et l'oblige à réparer le préjudice causé, le fait, par tout producteur, commerçant, industriel ou artisan, « *de rompre brutalement, même partiellement, une relation commerciale établie, sans préavis écrit tenant compte de la durée de la relation commerciale et respectant la durée minimale de préavis déterminée, en référence aux usages du commerce, par des accords interprofessionnels* ». Le texte ajoute qu'à « *défaut de tels accords, des arrêtés du ministre chargé de l'économie peuvent, pour chaque catégorie de produits, fixer, en tenant compte des usages du commerce, un délai minimum de préavis et encadrer les conditions de rupture des relations commerciales, notamment en fonction de leur durée* ».

Il convient tout d'abord de définir cette notion de « relations commerciales établies ». En premier lieu, l'article L.442-6 5° du Code de commerce s'applique quelque soit la nature des relations commerciales en question car les termes de la loi ne permettent pas d'instaurer des réserves ou des exceptions selon tel ou tel type de marché ou contrat (Douai, 15 mars 2001). Le champ d'application du texte est donc très vaste, la nature de la relation commerciale qu'elle soit précontractuelle, contractuelle ou même post-contractuelle, n'étant pas un élément pertinent (Montpellier, 11 août 1999). Le législateur exige simplement que la relation commerciale soit établie. La jurisprudence est venue compléter cette définition, une relation commerciale établie doit être suivie, stable et habituelle, ce qui peut se déduire d'éléments tels sur l'ancienneté des relations et leur exécution loyale et franche (T. com. Avignon, 26 juin 1999).

Bien évidemment, cette notion ne devient intéressante que lorsque la relation commerciale établie en question est rompue et que la partie victime de la rupture, l'estimant abusive, use de son droit d'ester en justice afin d'obtenir réparation du préjudice subi. Mais le droit français prohibant les engagements perpétuels, la rupture d'une relation commerciale n'est pas condamnable per se. Seule une rupture dite brutale, donc abusive, est sanctionnée.

Il ressort de l'article L 442-6 5° du Code de Commerce que la brutalité de la rupture découle de l'absence de préavis ou de l'insuffisance de sa durée au regard des relations commerciales antérieures.

La jurisprudence a également posé des critères qui permettent de déterminer si une rupture des relations commerciales établies est abusive et en conséquence condamnable. Une rupture, pour être préjudiciable et ouvrir droit à des dommages et intérêts doit être brutale, c'est à dire : imprévisible, soudaine et violente (Montpellier, 11 août 1999, Rouen, 30 mai 2002).

Une précision importante est à faire sur la rupture des relations commerciales établies. L'article L 442-6 5° du Code de Commerce ne fait qu'imposer au professionnel (organisateur de salons ou gestionnaire de parc d'exposition) le respect d'un préavis. Contrairement à beaucoup d'idées reçues, il est de jurisprudence constante que cette rupture n'a pas à être

motivée (Cass com., 6 janvier 1987, Bull. Civ. 1987, IV, n° 7, Cass com. 30 novembre 1982, Bull. civ.1982, IV, n° 392].

Néanmoins, il convient de préciser qu'une rupture non motivée peut traduire une pratique discriminatoire et devenir condamnable. Par exemple, dans le secteur des foires et salons, si la rupture fait suite à une entente entre l'organisateur et un groupe d'exposants ou une fédération ayant pour but d'évincer l'exposant éconduit, la rupture est alors révélatrice d'une pratique discriminatoire condamnable. La rupture ne peut avoir pour but de préserver les intérêts des autres exposants ou de la fédération. Le même constat peut être fait à l'échelle de la relation existant entre le gestionnaire d'un parc d'exposition et les organisateurs de salons. En pratique, il peut donc être préférable pour le gestionnaire ou l'organisateur de motiver sa rupture afin d'éviter toute poursuite et la possible condamnation pouvant en résulter.

Il y a encore peu de temps, un véritable conflit de jurisprudence existait quant à l'application des dispositions de l'article L 442-6 5° du Code de commerce au secteur des foires et salons.

Certaines Cours considéraient que la notion de relations commerciales établies ne s'étendait pas à la relation liant l'organisateur de la manifestation et l'exposant. En effet, il avait été affirmé par plusieurs Cours d'Appel que la nature précaire de cette relation empêchait l'établissement d'une réelle relation commerciale stable (Colmar, 20 juin 2006, n° 1A05-02968, Colmar, 29 janvier 2009, n° 1A05-02969). Il ne pouvait y avoir de relation commerciale établie du fait du caractère intermittent des relations entre les parties qui excluait tout engagement contractuel de renouvellement de l'organisateur. Par ailleurs, la Cour se basait également sur l'existence d'une clause d'occupation précaire incluse dans le contrat liant l'organisateur et l'exposant pour rejeter l'application de l'article L 442-6 5°. Elle considérait que la précarité résultant de cette clause suffisait à exclure le principe d'une relation commerciale établie.

S'il n'y avait pas de relations commerciales établies, il ne pouvait y avoir rupture, et encore moins de rupture brutale. En effet, une rupture n'est qualifiée de brutale par la jurisprudence que si elle est « imprévisible, violente et soudaine ». Or, selon certaines cours, la précarité contractuelle résultant du caractère intermittent de la relation et de la clause d'occupation précaire incluse dans le contrat, par ailleurs d'usage dans la profession, enlevait à la rupture toute imprévisibilité. De par ce fait, la rupture ne pouvait donc être brutale et abusive.

En totale opposition avec ces décisions, d'autres cours d'Appel avaient décidé, en se fondant sur la stabilité du courant d'affaires, qu'un exposant pouvait se prévaloir d'une rupture de relations commerciales établies et demander réparation de son préjudice (Douai 2 mai 2006). Il a ainsi plusieurs fois été jugé que des opérations ponctuelles régulièrement renouvelées ou remplacées par d'autres de même nature étaient suffisamment stables pour s'analyser en relations commerciales établies dès lors qu'elles s'étaient succédé sur de longues périodes. (Paris 13 septembre 2006 et 6 décembre 2007).

Il n'existait donc pas de jurisprudence constante en la matière, ce qui mettait en danger la sécurité et la prévisibilité juridique et rendait nécessaire une décision de la Cour de cassation afin de trancher cette divergence d'interprétation entre les juridictions du second degré.

Sur le sujet de la rupture des relations commerciales établies et le caractère ponctuel des relations, la Cour de Cassation avait déjà jugé qu'une succession de missions s'analysait par leur durée, leur intensité et leur quasi-exclusivité comme des relations commerciales établies (Cass. soc., 16 décembre 2008, n° 07-18050). La solution posée par l'arrêt du 15 septembre 2009 est donc dans la continuité de cette jurisprudence (Cass. com., 15 septembre 2009, n° 08-19.200).

En l'espèce, une société exerçant une activité de négociant en vin commercialisait une importante partie de ses produits lors des foires et salons et, dans cette optique, participait depuis plusieurs années au salon « Vins et Gastronomie » de la Foire de Paris. Son inscription ayant été refusée pour l'édition 2005, elle intenta une action en justice sur le fondement de l'article L.442-6 5° du Code de Commerce, arguant d'une rupture brutale et donc abusive de la relation commerciale.

Les juges du second degré avaient condamné la société organisatrice à payer à l'exposant des dommages et intérêts à hauteur de 25 000€ pour rupture de relations commerciales établies. Cela a conduit l'organisateur à se pourvoir en cassation au motif notamment qu'il n'y avait pas en l'espèce de relations commerciales établies en raison du caractère ponctuel des contrats successifs, le courant d'affaires n'était pas assez stable pour qualifier les relations liant l'exposant et l'organisateur d'établies. Par ailleurs, la relation était précaire et incertaine, du fait que les conditions d'éligibilité au salon étaient unilatéralement arrêtées par l'organisateur, la rupture était donc prévisible et la relation commerciale instable.

La Cour de Cassation a en partie tranché en faveur de l'exposant en affirmant clairement que l'existence d'une relation commerciale établie, au sens de l'article L.442-6 5° du Code de Commerce, n'est pas conditionnée par l'existence d'un échange permanent et continu entre les parties. Une telle relation peut être caractérisée par une succession de contrats ponctuels lorsqu'il en résulte une relation commerciale régulière, significative et stable.

Cet arrêt revêt une importance considérable. Tout d'abord, il s'agit de la première décision de la Cour de cassation sur ce sujet de la rupture de relations commerciales établies dans le secteur des foires et salons. Ensuite, il s'agit d'un arrêt de principe, la jurisprudence dégagée étant applicable à l'ensemble des intervenants dans le domaine des foires et les salons. Cet arrêt déborde donc largement des faits qui ont conduit au procès. Par ailleurs, sa publication au Bulletin témoigne de la publicité qu'entend lui donner la Haute juridiction.

Cet arrêt vient donc contredire les juridictions qui se fondaient sur le caractère précaire des relations dans le secteur des foires et salons pour rejeter l'application de l'article L.442-6 5° du Code de commerce. Par conséquent, l'organisateur de salons qui cherche à évincer un exposant doit respecter un préavis. Même l'existence d'une clause d'occupation précaire ne fait pas obstacle à l'application de la prohibition de la rupture brutale de relations commerciales établies.

Il convient de faire une précision des plus importantes. L'arrêt du 15 septembre 2009 n'oblige en aucun cas l'organisateur à assurer un stand à l'exposant d'une année à l'autre. En revanche, il l'oblige à respecter un préavis suffisant, afin de donner à l'exposant le temps de se réorganiser.

Il s'agit certainement d'un progrès pour les exposants qui voient leur situation précaire en quelque sorte régularisée. En effet, certains d'entre eux basent une partie importante de leur activité commerciale et de leur chiffre d'affaires sur ces salons. Par conséquent, en cas de refus par l'organisateur de les laisser exposer, ces petits exposants se retrouvaient dans une situation délicate.

Cependant, la Cour doit veiller à ce que cette tendance de protection ne dépasse pas certaines limites. Une situation dans laquelle ne pas admettre un exposant au salon deviendrait trop complexe pourrait avoir des effets pervers désastreux. Il est évident que les organisateurs ont la nécessité de veiller à la réussite de leurs salons et à prendre en considération l'évolution des secteurs d'activité qu'ils promeuvent.

Cette jurisprudence est d'ailleurs suivie par les juges du fond. Ainsi la Cour d'appel d'Aix-en-Provence, dans un arrêt du 22 mars 2012, a constaté l'existence de relations commerciales établies entre l'organisateur d'un salon et un participant. Ce participant s'était vu refuser la location d'un stand en 2008 alors qu'il avait participé à cet événement annuel depuis 2005. .

D'un point de vue pratique, la question se pose alors pour les organisateurs de salon de savoir comment éviter des poursuites pour rupture abusive des relations commerciales établies.

Il semble que la réponse se situe au niveau de la notion de préavis, véritable pierre angulaire du problème. A partir du moment où l'organisateur donne, au moment opportun, un préavis de non-reconduction de l'inscription suffisamment long, la rupture perdra son caractère brutal et, par conséquent, ne sera plus abusive. Comme souligné précédemment, en théorie, la rupture n'a en aucune façon besoin d'être motivée. Cependant, la rupture ne doit pas traduire une pratique discriminatoire. C'est pourquoi l'organisateur, afin lever tout doute à ce sujet, peut avoir intérêt à motiver sa décision, malgré l'absence d'obligation légale de le faire.

Mais cette exigence de préavis, en apparence simple, n'est pas sans poser problème. En effet, des interrogations importantes subsistent :

- Quelle forme doit prendre ce préavis ?
- Quel est son point de départ ?
- Combien de temps doit durer ce préavis ?
- A quelles normes, quels critères doit-on se référer dans la détermination de sa durée ?
- Quand doit-il être donné ?

Ces questions mettent en exergue le caractère complexe du problème non seulement du préavis en particulier mais des relations organisateurs-exposants et organisateur-parcs d'exposition.

Sur la forme du préavis, l'article L 442-6 5° du Code de Commerce se réfère à un préavis écrit. Mais, selon la Cour de Cassation, l'exigence est énoncée ad probationem : en l'absence d'un préavis écrit, c'est à l'auteur de la rupture de démontrer la connaissance par son partenaire de la dénonciation intervenue et de sa date. S'il y parvient, il établira ne pas avoir commis de faute (Cass com., 3 mars 2004).

Le point de départ du préavis coïncide avec le moment où la partie qui entend dénoncer la relation manifeste à son cocontractant son intention de ne pas poursuivre les relations commerciales dans les conditions antérieures (Cass com., 6 juillet 2007, n° 01-01.41).

L'organisateur devra donc informer par écrit afin d'éviter tout problème en cas de procès, son exposant de sa volonté de ne pas reconduire sa participation au salon et de la durée du préavis. Il s'agit d'un courrier préventif, concernant la prochaine édition du salon, en prévision de l'évolution de la manifestation. Il marque le point de départ du délai.

Un arrêt récent de la Cour d'appel de Lyon offre un exemple de motivation adéquate de la rupture d'une relation commerciale établie dans le secteur des foires et salons. En l'espèce, la société avait informé son partenaire par une lettre dans laquelle elle indiquait « *que la qualité globale des prestations confiées lors des derniers stands n'avait pas été satisfaisante, qu'elle avait d'ores et déjà engagé une réflexion stratégique sur l'ensemble de son image de marque et allait développer une nouvelle politique de communication qui sera déclinée autour d'un logo totalement nouveau, que par conséquent elle était amenée à revoir sa démarche concernant ses prochains stands, que la conception et le suivi de réalisation de ses stands sera assuré par un prestataire également en charge d'étudier un stand modulaire qui sera réalisé en interne à l'horizon 2008, que pour les prochains salons elle ne manquera pas de la consulter pour la réalisation des stands qui seront conçus par ce prestataire et que pour le salon de l'Emballage elle la recontactera dans les prochaines semaines pour étudier le dossier* » (Lyon, 25 novembre 2010, n° 09/06091).

Concernant la durée du préavis, l'article L.442-6 5° du Code de commerce fait référence aux usages du commerce, aux des accords interprofessionnels et à défaut aux arrêtés ministériels réglementant le secteur. En l'absence d'usage, d'accord interprofessionnel ou d'arrêté ministériel dans le secteur concerné, c'est le juge qui déterminera lui-même la durée d'un préavis raisonnable.

La doctrine et la jurisprudence reconnaissent que le délai de préavis doit surtout permettre à la partie qui se voit rompre le contrat de prendre ses dispositions et de donner, en temps utiles, une nouvelle orientation à ses activités. Plus l'activité et le chiffre d'affaires de cette partie est dépendant du contrat rompu, plus le délai sera long. On commence à parler de dépendance économique lorsque :

- La société qui invoque une situation dépendance économique réalise une part importante de chiffre d'affaires avec son (ancien) partenaire (Paris 12 septembre 2001),
- Ce partenaire exerce une grande influence sur les organes de décision de la société,
- Cette société n'a pas de solution alternative.

Mais la rédaction de l'article L.442-6 5° du Code de commerce ne subordonne pas la rupture brutale des relations commerciales à l'existence d'un état de dépendance économique de la victime (T com. Amiens, 22 octobre 1999).

A titre d'exemple, dans le cadre d'une relation ancienne de 4 ans, la jurisprudence a considéré un préavis de 6 mois comme étant raisonnable (Versailles, 27 avril 2000, RJDA 9-10/00, n° 834). Dans une autre espèce, il a été jugé qu'un préavis de 2 ans préalable à la rupture d'une relation vieille de 11 ans était suffisant (T com. Roubaix-Tourcoing, 26

novembre 1998 Lettre Distrib. 03/1999, p. 1). Enfin, pour une relation ayant duré moins de 3 ans, un préavis de 2 mois a été retenu (CA Paris, 25e Ch. A, 11 juillet 2005).

De manière générale, on peut constater que la durée d'un préavis varie entre quelques mois et 2 ans. Dans des circonstances exceptionnelles, il peut arriver qu'il soit porté à 3 ans.

On peut en conclure que l'organisateur souhaitant se séparer de l'un de ses exposants devra veiller à informer ce dernier suffisamment à l'avance afin qu'il puisse se réorganiser. En pratique, cette capacité de réorganisation peut se traduire par la possibilité pour l'exposant de s'inscrire à un autre salon, ou à défaut, à réorienter son budget de communication.

C'est aussi la raison pour laquelle l'organisateur doit veiller à donner son préavis en temps utile. En d'autres termes, l'organisateur ne doit pas donner son préavis alors qu'il est conscient que toutes les dates d'inscription aux autres salons sont dépassées, ce qui met l'exposant dans l'incapacité totale d'exposer dans tout autre salon.

Par conséquent, concernant un exposant ayant participé plusieurs fois au même salon, il est conseillé à l'organisateur de prévenir l'exposant de la non-reconduction de son inscription deux sessions à l'avance, en fonction de la durée de la relation. En d'autres termes, si un salon est annuel, l'organisateur devrait donner son préavis à l'exposant une à deux sessions avant celle pour laquelle l'exposant ne sera plus autorisé à exposer.

L'article L. 442-6, I, 5° prohibe également la rupture partielle d'une relation commerciale établie. Il s'agit d'une rupture qui laisse toutefois subsister un courant d'affaires et rend donc la preuve de la rupture plus difficile. En effet, les juges sont plus réticents à sanctionner une rupture partielle car nul ne peut être tenu à un maintien constant de son niveau d'affaires qui peut être altéré par des éléments extérieurs. Le critère dans la qualification de rupture partielle fautive est une réduction substantielle, sensible du courant d'affaires préluce à une rupture totale (Rouen, 31 novembre 1998, avec pourvoi en cassation rejeté sur d'autres éléments, Cass Civ. 2ème, 17 juillet 2001, n° 98-21569).

En matière de foires et salons, il ne s'agit donc pas d'une rupture totale des relations, se traduisant par un refus de l'organisateur de laisser l'exposant exposer d'une année sur l'autre. Il peut notamment s'agir :

- des dates du salon, si les nouvelles dates ont pour but d'empêcher l'exposant de participer à un salon concurrent, ou si les nouvelles dates sont manifestement désavantageuses pour les affaires de l'exposant ou de l'organisateur, il pourrait y avoir rupture partielle,
- d'une modification des conditions d'exposition et plus particulièrement de l'emplacement de l'exposant, si le nouvel emplacement est manifestement moins avantageux que l'ancien il pourrait y avoir rupture partielle des relations commerciales établies.
- du contenu du salon, lorsqu'un salon change radicalement de thème et que cela a des résultats négatifs pour l'exposant,
- des conditions de la programmation du salon.

Cette question de la rupture partielle est délicate car il est évident que l'organisateur doit pouvoir modifier son salon, afin de rester compétitif. Il doit pouvoir faire évoluer son salon qui doit être le reflet de l'évolution de la profession. L'organisateur est à l'origine de la

manifestation qui sans lui n'existerait pas, il est donc légitime qu'il ait un certain contrôle sur son salon. Au contraire, l'exposant n'intervient qu'à posteriori et vient utiliser le tremplin mis à sa disposition par l'organisateur. C'est pourquoi l'exposant n'est fondé à engager la responsabilité de l'organisateur que dans l'hypothèse d'un abus, à savoir une modification substantielle pour l'exposant de son contrat d'inscription ou une absence de préavis raisonnable à la rupture partielle.

A ce sujet, le Règlement de l'Union Française des Métiers de l'Événement (UNIMEV), contient des dispositions intéressantes.

L'UNIMEV cherche à promouvoir l'utilisation des foires, salons, congrès et autres événements d'entreprises et à favoriser la mise en place d'un environnement favorable au développement de ce secteur. Pour cela, l'UNIMEV a notamment édicté un Règlement Général des Manifestations Commerciales qui aborde, entre autres, ce délicat sujet.

Les dispositions de ce règlement sont supplétives et non impératives : le RGMC ne s'applique que dans le silence du règlement particulier de la manifestation. Il inspire et supplée en cas de lacune, les conditions particulières de vente exposées dans le règlement particulier. Le juge s'y réfère régulièrement lorsqu'un différend est porté devant un tribunal.

Ce Règlement est une réglementation de type privé, c'est à dire qu'il ne s'impose qu'aux organisateurs membre de l'UNIMEV, les organisateurs non membres n'ont donc aucune obligation de l'appliquer. Néanmoins, ces derniers peuvent tout à fait décider de l'appliquer de manière volontaire, en l'intégrant à leur propre règlement, l'avantage étant que ce Règlement, du fait de sa rédaction par des professionnels, est d'une grande qualité. Par ailleurs, de par le nombre croissant de ces adoptants, ce Règlement promeut également une uniformité des pratiques en tout état de cause souhaitable.

Conformément aux rappels préliminaires contenus dans le Règlement, en intégrant l'UNIMEV, un organisateur accepte de se conformer à son Règlement. De la même façon, les exposants liés à un organisateur membre de l'UNIMEV devront appliquer et respecter le Règlement. C'est pourquoi le Règlement rappelle qu'une référence au Règlement doit nécessairement être intégrée au règlement particulier des organisateurs et que ces derniers doivent systématiquement communiquer aux exposants une copie du Règlement, ou tout du moins en tenir une copie à leur disposition. L'article 4 du Règlement traite de la modification des emplacements et de la programmation de l'évènement.

L'article 4-3 dudit Règlement énonce de manière claire et sans ambiguïté que l'admission à exposer ne confère aucun droit à l'occupation d'un emplacement déterminé. En outre, la participation à des manifestations antérieures ne crée, en faveur de l'exposant, aucun droit acquis à un emplacement déterminé.

L'article 4-4 vient quelque peu adoucir la position de l'UNIMEV en encourageant l'organisateur ou le comité de sélection à tenir compte du souhait exprimé par les exposants, de la nature et de l'intérêt des articles ou services qu'ils se proposent de présenter, de la disposition du stand qu'ils envisagent d'installer. Néanmoins, il semble que cet article n'impose aucune obligation, si ce n'est de moyens, à l'organisateur, ce qui reste encore à établir.

De la même façon, l'article 4-6 donne à l'organisateur le droit de modifier à tout moment, avant et pendant la manifestation, la décoration générale et particulière, les horaires d'ouverture, la programmation des animations, et ce sans avoir à en avertir l'exposant. Ses seules limites sont l'existence d'une nécessité impérieuse et l'absence de modification substantielle du contrat initial liant l'organisateur et l'exposant. L'organisateur doit également faire son possible pour trouver une solution convenant à l'exposant.

De la même façon que pour la rupture totale, la question se pose pour l'organisateur de savoir comment éviter des poursuites pour rupture partielle des relations commerciales établies. La réponse est ici la même, tout réside dans l'information en temps utile par l'organisateur à ses exposants de ses intentions. Si l'organisateur prévient préalablement ses exposants de son intention de modifier l'organisation du salon, ou les conditions faites à l'exposant, que cela soit au niveau de ses dates, de son contenu, de sa programmation que des différents emplacements, sa responsabilité ne pourra pas être engagée. L'important pour l'organisateur est l'adoption d'une ligne de conduite en cohérence avec le message véhiculé.

Pareillement, l'organisateur se verra dans l'obligation de respecter un préavis, dont les modalités présentées ci-dessus sont également applicables aux cas de ruptures partielles.

b) La rupture brutale des relations établies entre le gestionnaire de site et l'organisateur

La situation apparaît identique concernant les relations entre organisateurs et gestionnaires de sites dans la mesure où elles obéissent aux mêmes principes ; les relations sont là encore intermittentes et se matérialisent aussi la plupart du temps par des conventions d'occupation précaire.

Un organisateur de foires et salons semblait donc également dans l'impossibilité d'opposer l'article L442-6, 5° à un gestionnaire de site qui ne reconduirait pas son créneau.

Mais, on peut considérer que la jurisprudence dégagée par la Cour de Cassation en 2009 peut être étendue à la relation organisateur / gestionnaire. En conséquence, malgré le caractère précaire du lien, un gestionnaire ne souhaitant plus voir un organisateur planifier une manifestation sur son parc sera obligé de respecter un préavis raisonnable, sous peine de se voir condamné au versement de dommages et intérêts pour rupture des relations commerciales établies.

Par ailleurs, si le parc en question est un parc parisien concerné par les engagements pris par VIPARIS et développés supra, la situation est désormais différente. L'un des engagements concerne en effet le « droit du grand-père » et permet à tout organisateur de salons de se voir octroyer une période et un hall d'une attractivité comparable à ceux de la session précédente. Ce droit du grand-père va donc à l'encontre de cette précarité sus décrite.

Enfin, concernant la notion de rupture partielle de relations commerciales établies appliquée à la relation gestionnaire de site/organisateur de salon, en théorie, le gestionnaire d'un parc d'exposition est libre de modifier les dates des salons devant avoir lieu sur son site. Cette hypothèse a donné lieu à des conflits opposant les gestionnaires de parcs aux organisateurs de salons.

Néanmoins, plusieurs restrictions viennent limiter les pouvoirs du gestionnaire. Tout d'abord, à la lumière d'une analyse étendue de la jurisprudence de 2009, cette modification peut constituer une rupture partielle des relations commerciales établies. En effet, la relation n'est pas totalement rompue, étant donné que le salon peut avoir lieu, mais, si le changement est manifestement désavantageux pour l'organisateur, la modification peut être considérée comme une rupture partielle des relations commerciales établies.

On pourrait aussi considérer que relève de la rupture partielle :

- La modification de la surface. L'organisateur est très attaché à la surface qui lui est accordée. Une réduction importante de la surface accordée ne permettrait plus d'organiser son salon.
- La modification du hall attribué. Il y a des halls plus fréquentés, plus accessibles, plus adaptés que d'autres. L'organisateur Dans certains cas, la modification du hall attribué pourrait s'analyser en rupture partielle.

Cela n'implique pas que le gestionnaire ne puisse plus modifier les dates de tenue, la surface, le hall attribué à l'organisateur du salon mais l'oblige, en revanche, à respecter un préavis raisonnable. En d'autres termes, il doit nécessairement prévenir l'organisateur suffisamment à l'avance de ce changement.

Cette analyse pleinement efficace dans une relation régie par le droit privé doit être tempérée s'agissant d'une relation soumise au droit public.

La question de l'occupation du domaine public

En effet, les règles de droit imposées à la puissance publique dans ses relations contractuelles sont différentes des règles de droit privé, conférant à l'administration des prérogatives extrêmement importantes, telles que le pouvoir de direction et de contrôle de l'exécution du contrat, le pouvoir de sanction en cas de faute du cocontractant, ainsi que le pouvoir de modification, voire même de résiliation pour motif d'intérêt général.

La convention portant occupation du domaine public implique ainsi, en théorie, une asymétrie entre gestionnaire et organisateur. L'exemple le plus frappant est celui du préavis, aucune règle de droit ne l'imposant à l'autorité administrative. La rupture du contrat peut ainsi, en théorie, être immédiate.

Cependant, il est essentiel de noter que la frontière entre droit public et droit privé, auparavant si hétérogène, s'est perméabilisée, permettant ainsi à certaines règles de droit des obligations d'influencer les relations contractuelles de l'administration. Ainsi, la

puissance publique et ses concessionnaires commencent à manipuler la notion de préavis de manière coutumière lors de leurs résiliations contractuelles.

Un autre exemple : la motivation des décisions administratives, en principe facultative (CE 30 avril 1880 Harouel et Morin c : min. Guerre), est aujourd'hui obligatoire en ce qui concerne les décisions individuelles défavorables ou délégatoires, et ce depuis l'adoption de la loi du 11 juillet 1979. L'exception est devenue la règle, la motivation un « élément typique du droit public » (S. Daël, concl. Sur CE, sect., 7 mai 1993, n°135815, Lallemand et JurisData n°1993-041847 ; RFD adm. 1993, p. 499). Quand cette motivation est rendue obligatoire, elle doit de plus être contemporaine de la décision et suffisamment éclairante pour son destinataire, au risque que l'administration entache sa décision d'illégalité. Cette obligation étant d'ordre public, même une clause contractuelle ne peut y faire échec. Cependant, elle disparaît quand la décision est dépourvue de caractère sanctionnateur, même si ses effets sont défavorables au cocontractant.

Il est également important de noter que le non renouvellement d'un contrat ou d'un engagement n'est pas considéré comme une sanction (CE 14 mai 1997 Ben Achour).

Enfin, en cas de rupture du contrat administratif sans faute, le cocontractant doit théoriquement bénéficier d'une réparation intégrale du préjudice subi, lui assurant « tous les avantages qu'il aurait tiré » de l'exécution de la convention (CE, 23 mai 1962, Ministre des Finances et des Affaires économiques c/Société financière d'Exploitations industrielles). Tous les chefs de préjudice peuvent a priori être retenus, tels que les pertes subies ou les gains manqués, à conditions qu'ils soient directs et certains.

Cependant, cette question de l'indemnisation se révèle en réalité très épineuse. En effet, dans le cadre d'un contrat à durée indéterminée, l'administration aura souvent tendance à respecter un certain préavis, bien que le droit public ne l'y oblige pas, afin d'éviter de voir sa décision sanctionnée et ainsi de devoir d'indemniser son cocontractant.

En revanche, comme le dispose l'article L. 2122-3 du code général de la propriété des personnes publiques : « *L'autorisation [d'occupation du domaine public] présente un caractère précaire et révocable* ». Il a ainsi été jugé que ce contrat à durée déterminée n'ouvrait ainsi aucun droit au renouvellement et ne faisait naître aucun droit permanent d'occupation. Ce n'est ainsi pas la rupture du contrat qui peut potentiellement être sanctionnée, mais bien le refus de renouvellement, et plus précisément son éventuel défaut de motivation. Ce vice de forme emporte en théorie l'illégalité de l'acte et son annulation. Toutefois, le juge administratif n'a tendance à indemniser que si l'acte est entaché d'une irrégularité grave, allant à l'encontre de l'intérêt public. Ainsi, certaines décisions, bien que non motivées, ont été déclarées « *justifiées au fond* », et n'ont ainsi donné lieu à aucune indemnisation, celles-ci n'allant pas à l'encontre de l'intérêt public.

Ces nombreux exemples permettent de comprendre que les relations contractuelles entre gestionnaire et organisateur, quand elles appartiennent à la sphère administrative, sont régies par un « droit public économique », un droit plus hybride et mouvant, dont les changements sont loin d'être sans conséquences juridiques.

3. L'obtention d'un avantage préalable à toute passation de commandes

Se trouve ainsi condamné par l'article L.442-6 I 3°) du Code de commerce la pratique de gestionnaires de sites qui consiste à n'accepter de référencer un prestataire de service qu'à la condition, préalable à toute passation de commande, de l'octroi d'un ou plusieurs avantages ou du paiement d'une contrepartie financière dite « prime de référencement ».

Une telle prime ne peut être licitement versée que lorsque le prestataire reçoit une contrepartie s'exprimant en volume d'achat. Cette prime peut s'apparenter au verdissement d'un droit d'accès au référencement. La clause ou le contrat prévoyant ce droit d'accès est nul (article L.442-6 II b du Code de commerce).

D. Concurrence déloyale (faute sanctionnée au titre de l'article 1382 du Code civil)

1. Parasitisme économique

Le parasitisme économique comprend l'ensemble des comportements par lesquels un agent économique s'immisce dans le sillage d'un autre afin de tirer profit, sans rien dépenser, de ses efforts et de son savoir-faire. En fait, un agent économique cherchera non pas à concurrencer un salon mais à profiter de sa réputation, de son nom ou de sa clientèle pour ses propres intérêts. La jurisprudence condamnera donc l'activité parasitaire. Ainsi la deuxième chambre de la Cour d'appel d'Aix en Provence, dans un arrêt en date du 6 juillet 1987, a considéré qu'un garagiste qui intitule « salon d'exposition des automobiles Mercedes » une exposition de véhicules en laissant entendre que celle-ci est organisée à l'initiative ou sous le patronage de la société Mercedes Benz, commet une faute. Par ailleurs, la Cour d'appel de Paris a jugé, dans un arrêt du 2 juin 2006, que la reprise d'une dénomination proche d'un salon existant pouvait s'analyser comme un acte parasitaire fautif. Il s'agissait en l'espèce d'une société ayant intitulé son salon de recrutement « journée de recrutement médical et infirmier » alors qu'une autre société organisait depuis plusieurs années un salon intitulé « *journée du recrutement infirmier* ».

Pour autant, la frontière entre le parasitisme et la libre concurrence est ténue. En effet, la coexistence de plusieurs salons ou le chevauchement de certains de leurs thèmes n'impliquent pas nécessairement des actes de parasitisme dès lors que les thèmes peuvent légitimement relever de l'un et l'autre salon et qu'il n'est pas démontré d'intention de se placer dans le sillage d'un événement reconnu afin de profiter indûment de sa notoriété (Paris, 14 décembre 2011, n° 08/13821). Ou encore, il n'y aura vraisemblablement pas de parasitisme économique lorsque les deux manifestations ont eu lieu dans des régions différentes à des époques différentes.

On ne pourrait également reprocher de parasitisme à un commerçant qui, sans participer à une foire, tirerait profit de cette manifestation en annonçant à ses clients que, du fait de l'économie ainsi réalisée pour sa non participation à la foire, il leur offrait, pendant toute sa durée, des articles à des prix défiant toute concurrence. En effet, la chambre commerciale de la Cour de cassation dans un arrêt rendu en date du 24 janvier 1983 a considéré qu'il ne ferait « qu'user du droit dont dispose tout commerçant dans un système de libre

concurrence, dès lors qu'une foire-exposition a pour fonction de créer une incitation dynamique dont peut bénéficier l'ensemble du commerce local ». La Cour d'appel de Toulouse a récemment repris cet attendu de principe pour débouter des exposants d'un salon qui reprochait à un commerçant local, ne participant pas à la manifestation, d'avoir distribué des tracts vantant sa politique de prix (Toulouse, 30 mai 2012, n° 07/0627).

2. Désorganisation commerciale de l'entreprise d'un concurrent

La foire internationale d'une grande agglomération qui modifie l'époque de sa manifestation et la reporte aux dates, connues depuis toujours et qu'elle ne pouvait ignorer, de la foire d'une ville moyenne voisine, fait preuve d'une « désinvolture fautive » et « franchit les limites de la concurrence déloyale ». Dans un arrêt du 14 décembre 1993, La Cour d'appel de Rennes a donc condamné cette dernière à réparer le préjudice commercial subi par les organisateurs ayant dû reporter cette manifestation.

Pendant cet arrêt a été censuré par la Cour de cassation qui a considéré que seul le fait, pour l'organisateur de la foire internationale d'avoir tardé à faire connaître la date à laquelle elle aurait lieu ne constituait pas une faute.

E. Application du droit communautaire de la concurrence

Principe de liberté d'exposer

L'article 101 du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne s'applique aux mesures incluses dans les règlements des organisateurs de foires et salons tendant à restreindre la liberté d'exposer dans les foires, salons et expositions. La plus courante de ces mesures consiste à interdire aux entreprises de participer, directement ou indirectement pendant un certain délai allant de quelques mois à quelques années, à des manifestations autres que celles organisées périodiquement par l'association elle-même.

Mais la Commission tient aussi pour illicites d'autres restrictions par exemple :

- l'interdiction de participer aux expositions dites « nationales » faites aux entreprises du marché commun situées en dehors du pays d'organisation ou n'y disposant pas de lien quelconque (établissement, comptoir de vente, agent exclusif, etc.);
- l'interdiction faite aux membres d'une association professionnelle de participer aux foires et expositions internationales qui ne figurent pas dans le calendrier établi par ladite association ;
- l'interdiction pour les exposants de présenter des documents et d'entreprendre des démarches commerciales auprès des visiteurs pour d'autres produits que ceux exposés dans leur stand.

Pendant, la Commission accorde généralement le bénéfice de l'exemption individuelle des ententes prévues à l'article 101§ 3 du Traité, considérant que les règlements des foires et

salons permettent une rationalisation et des économies de coûts tout en présentant pour l'utilisateur des avantages qui l'emportent nettement sur les aspects restrictifs.

Quelques illustrations

La Commission a admis que n'était pas anticoncurrentielle une différence de l'ordre de 20% dans les tarifs appliqués aux exposants selon qu'ils sont ou non membres des associations participant à l'organisation des expositions, cette différence paraissait justifiée par les frais de préparation et d'exécution de l'exposition couverts par les cotisations versées par les membres des sociétés organisatrices ; une telle différence ne constitue pas une discrimination à l'égard des participants non membres desdites associations.

La participation à une foire ou à un salon peut aussi poser de délicats problèmes de concurrence. Il est clair, en effet, que l'accès à un salon peut être un moyen d'accès au marché et, pour cette raison, être particulièrement attractif pour un opérateur. A l'inverse, l'organisateur peut légitimement prétendre sélectionner les participants dans le but de défendre la qualité de la manifestation, et ce faisant, l'existence même de son entreprise. Lorsque le salon est organisé par une association d'entreprises, la question est plus délicate encore. Les autorités communautaires se sont préoccupées de cette question, à la suite de plusieurs affaires contentieuses. Une communication, rendue publique en date du 8 mai 1998, résume leur position qui se fonde sur la mise en œuvre des libertés de marché.

Par ailleurs, la Cour de justice a rendu un arrêt concernant les contrats de bail portant sur la location de terrains avec halls d'exposition destinés à accueillir divers foires et salons. En l'espèce, les parties, la ville de Cologne, et la société GKM-GbR, avaient conclu leur contrat sans appliquer de procédure de passation avec appel d'offres européen conformément aux dispositions de l'article 7 de la directive 93/37/CEE du Conseil, du 14 juin 1993. Par ce contrat, GKM-GbR avait accordé la jouissance dudit terrain ainsi que des bâtiments à la ville de Cologne. Par la suite, par un contrat de sous-location, cette dernière avait concédé à KölnMesse la jouissance des bâtiments à construire décrits dans le contrat principal.

La Cour a jugé qu'une interprétation fonctionnelle de l'opération litigieuse ne saurait remettre en cause la constatation selon laquelle la ville qui est un pouvoir adjudicateur au sens de l'article 1er, sous b), de la directive 93/37. Elle a également décidé que le contrat principal constituait bien un marché public dès lors que le contrat a comme objectif primaire l'édification desdits halls et que ces derniers constituent un «ouvrage» au sens de l'article 1er, sous c), de la directive. Un tel marché doit être passé conformément aux obligations de publicité imposées par la Directive. La ville de Cologne aurait donc du réaliser un appel d'offres européen.

En conclusion, dans une situation dans laquelle une ville et une société d'investissement privée concluent un contrat portant sur la location, par la première, de halls d'exposition à construire par la seconde, et dans laquelle ces halls seront sous-loués par la ville à une société de droit privé dont l'objet est d'organiser des foires et des expositions, la procédure de publicité de la Directive 93/37/CEE doit être suivie, du fait que le contrat principal constitue un marché public et ne remplit pas les conditions nécessaires pour qu'il soit dérogé à cette procédure aux termes de l'article 7 paragraphes 2 et 3 de ladite Directive.

Régime des aides d'Etat

Les articles 108 et suivants du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne prohibe les aides d'Etat ayant pour conséquence de favoriser une entreprise et de perturber la concurrence. Les projets d'aide doivent être préalablement soumis à la Commission européenne qui peut les autoriser.

Une entreprise ayant perçu une aide qui n'aurait pas été notifiée préalablement à la Commission risque d'être contraint de la rembourser ou du moins de reverser les intérêts qu'elle aurait du acquitter si elle avait eu recours à un financement privé. Si l'aide était déclarée incompatible avec le marché commun par la Commission, l'entreprise serait alors obligée de restituer l'aide dans son intégralité.

Les intervenants du secteur des foires et salons doivent donc se montrer vigilants dans leur relations avec les pouvoirs publics, notamment lorsque ces derniers participent à l'organisation d'une manifestation commerciale. En effet, comme l'illustre un arrêt récent de la Cour de justice de l'Union européenne, elles risquent de profiter d'aides incompatibles avec le droit européen et d'être contraint de les rembourser (CJUE, 5 mai 2011, n° 305/09). Il s'agissait, en l'espèce, d'un dispositif fiscal italien incitant les entreprises à participer à des foires à l'étranger.

XI. Fusions et acquisitions

Garantie de passif : exemple de mise en jeu s'agissant d'une foire relevant précédemment du régime des ventes au déballage.

Dans un arrêt rendu en date du 24 juin 2005, la Cour d'appel de Paris a débouté l'acquéreur de la majorité des actions d'une société d'organisation de salons de sa demande concernant le préjudice subi du chef des pertes générées par les modifications des dates de la vente au déballage et de sa demande de réparer les conséquences de l'inexactitude des déclarations faites dans la convention de garantie de passif.

En l'espèce, la société d'organisation de salons avait été informée par voie d'arrêté préfectoral que la manifestation qu'elle organisait deux fois par an depuis 1973 ne pourrait plus se tenir aux dates habituelles, mais à l'intérieur des dates prévues pour les soldes.

Le cessionnaire invoquait la mise en jeu de la garantie de passif en raison de l'atteinte considérable portée par ces modifications à son principal actif et soutenait que les nouvelles exigences de l'administration étaient connues du cédant avant la cession sans l'en informer pour autant.

Les juges du fond ont constaté que le cédant ne s'était engagé, aux termes de la convention de garantie de passif, sur aucune date des manifestations organisées par la société. De plus, il lui était impossible de garantir au cessionnaire la pérennité des pratiques antérieures, tributaires de décisions de l'administration Enfin, le cédant s'était borné à indiquer qu'aucune anomalie n'avait, au jour de la cession, affecté le mode d'exploitation des salons organisés par la société.

JUIN 2016



CARLER AVOCATS

Tél. : +33 1 56 91 24 24

Fax : +33 1 56 91 24 25

bvidal@carler-france.com

www.carler-france.com