

**DOCUMENT SOUMIS AUX DROITS D'AUTEUR : SOUS LICENCE CREATIVE  
COMMONS**

**CITEZ-NOUS DE LA FAÇON SUIVANTE :**

Cass. com., 9 déc. 2020, n° 19-15551 F-D, [bjda.fr](http://bjda.fr) 2021, 2021, n° 73, note L. Lefebvre et S. Bauhardt

**Contestation de la rémunération versée par un courtier**

**Cass. com., 9 déc. 2020, n° 19-15551 F-D**

**Assureur et distributeurs d'assurance - Rémunération – Budget marketing – Obligation de renégociation contractuelle (non)**

*L'article 7.2 de la convention stipule : « les parties conviennent que ce budget, défini pour la première année contractuelle, pourra être révisé lors des réunions de suivi définies à l'article 6 des présentes », la cour d'appel, qui en a dénaturé les termes clairs et précis, en décidant qu'une obligation de révision annuelle s'imposait aux parties, a violé le principe susvisé.*

En application de l'article 1192 du Code civil, le juge ne peut « *interpréter les clauses claires et précises à peine de dénaturation.* » Ce principe, rappelé à de nombreuses reprises par la haute juridiction<sup>1</sup>, limite la possibilité pour les juridictions du fond de se livrer à une interprétation des dispositions contractuelles en l'absence d'ambiguïté.

Ce principe trouve une application claire en l'espèce, dans le cadre d'une convention de partenariat ayant pour objet de fixer les conditions dans lesquelles la société de courtage s'engageait à « *concevoir, développer, mettre en place et gérer les modalités de souscription de contrats d'assurance* ». Il était convenu dans le cadre de cette convention que le courtier procéderait au règlement des frais liés aux opérations de marketing et de publicité dans les locaux du vendeur, dont le budget fixé pour la première année contractuelle pouvait être révisé tous les ans.

Devinant une intention des parties, la Cour d'appel de Montpellier avait alors estimé que le refus de paiement du Courtier était justifié en considérant que la renégociation devait permettre d'adapter le budget selon les « *les résultats commerciaux liés à la commercialisation des produits d'assurance* » de sorte qu'à défaut d'accord chaque année, les parties excluait toute prise en charge de ces frais par le Courtier.

---

De cette analyse découlait une obligation ou devoir de renégocier que ne spécifiait pourtant pas les termes contractuels.

La censure semblait inévitable, le contrat stipulant clairement que le budget « *défini pour la première année contractuelle, pourra être révisé lors des réunions de suivi définies à l'article 6 des présentes* ». Ce qui est possible n'est pas contraint et le terme « *Pourra* » n'emporte aucune obligation de sorte, faute d'accord contraire, le budget aurait dû être réglé comme prévu.

Cette analyse doit à notre sens être approuvée dès lors que, même au-delà des termes, l'intention des parties était uniquement de prévoir la possibilité de réadapter le budget de communication si celui-ci s'avérait décorrélé des résultats commerciaux réalisés.

Le contrat est un acte de prévision et il en va de la sécurité juridique qu'une partie ne puisse s'exonérer d'elle-même de ses obligations quand elle ne les estime plus adaptées. On soulignera d'ailleurs l'importance de prévoir avec précision, en cas de dispositif de renégociation, les conséquences de l'échec des discussions, à défaut de quoi l'intérêt de la clause serait extrêmement limité.

Cette précaution est particulièrement nécessaire en matière d'intermédiation et de courtage, la rémunération étant souvent assise sur les primes réglées dans le cadre d'une relation entre le preneur et l'assureur appelée à durer, notamment en assurance vie. La complexité des montages observés mêlant commissions, sur-commissions, précomptes et reprises ou participation aux bénéfices exige aussi des règles claires et une possibilité d'évolution dans le temps, ne serait-ce que pour tenir compte des nombreuses réglementations et positions de marché évolutives sur ce sujet.

Lionel Lefebvre & Sébastien Bauhardt  
ORID Avocats

### L'arrêt :

#### Faits et procédure

1. Selon l'arrêt attaqué (Montpellier, 8 janvier 2019), par un acte du 7 mars 2007, la société Courtage d'assurances transeuropéen (la société Courtage), exerçant, sous l'enseigne Quattro assurances, une activité de courtage en assurance, et la société Narbonne accessoires, ayant pour activité la vente et la location de camping-cars, ont conclu une convention dont l'objet est de définir les conditions dans lesquelles la société Courtage s'engage à concevoir, développer, mettre en place et gérer les modalités de souscription de contrats d'assurance pour la clientèle de la société Narbonne accessoires sous la marque « Naccess ». La rémunération due par la société Courtage à la société Narbonne accessoires, prévue par une annexe 3, modifiée par un avenant prenant effet le 10 février 2008, consiste, d'une part, en une rétribution d'indicateurs en assurances, fixée en pourcentage de la prime réglée par l'assuré, et, d'autre part, en un budget annuel lié aux opérations de marketing, à la publicité sur le lieu de vente et à l'animation des réseaux de magasins et de concessions de la société Narbonne accessoires. La société Courtage ayant contesté des factures relatives à cette seconde forme de rémunération émises par la société Narbonne accessoires, cette dernière et la filiale de celle-ci, la société Eole.com, qui exerce une activité de conseil en marketing et communication, l'ont assignée en paiement.

Examen du moyen

Sur le moyen, pris en sa première branche

Enoncé du moyen

2. Les sociétés Narbonne accessoires et Eole.com font grief à l'arrêt de rejeter leur demande en paiement au titre des factures F904-13070010 du 11 juillet 2013, F904-1507006 et F904-1608001 des 17 juillet 2015 et 2 août 2016, alors « que l'article 7.2 de la convention conclue entre la société Narbonne Accessoires et la société de Courtage stipulait que Quattro Assurances s'engage à verser à la société Narbonne accessoires, "les sommes mentionnées au titre du budget annuel lié aux opérations marketing, à la PLV (et balisage des magasins et de concessions), et à l'animation des réseaux de magasins et de concessions de Narbonne accessoires. Les parties conviennent que ce budget, défini pour la première année contractuelle, pourra être révisé lors des réunions de suivi définies à l'article 6 des présentes. De plus, il est convenu que ce budget de communication et de marketing de l'année N+1 devra être arrêté au plus tard le 30 juin de l'année N afin que les Parties puissent anticiper les opérations promotionnelles et marketing de l'année N+1" ; que cette clause faisait uniquement obligation aux parties de réviser le prix à l'issue de la première année, sans faire naître la moindre obligation de révision pour les années postérieures à N+1 ; qu'en jugeant que cette clause imposait la redéfinition périodique du budget de communication dans le cadre de réunions de suivi, à l'initiative de la partie la plus diligente, la cour d'appel a dénaturé la clause 7.2 du contrat, violant l'article [1134](#), devenu [1103](#), du code civil. »

Réponse de la Cour

Vu l'obligation pour le juge de ne pas dénaturer l'écrit qui lui est soumis :

3. Pour rejeter la demande en paiement des factures litigieuses, l'arrêt retient qu'en dépit de la rédaction de l'article 7.2 de la convention énonçant que la participation budgétaire de Quattro assurances pourra être révisée lors des réunions de suivi définies à l'article 6, tout en prévoyant que le budget de communication et de marketing de l'année N+1 devra être arrêté au plus tard le 30 juin de l'année précédente, l'intention des parties contractantes a bien été de subordonner la définition du budget de communication à une négociation dans le cadre des réunions de suivi prévues à l'article 6, dont l'objet était précisément d'analyser les résultats commerciaux liés à la commercialisation des produits d'assurance sous la marque « Naccess » et d'adapter le budget promotionnel et de marketing en fonction de ces résultats, après avoir, éventuellement, modifié la stratégie relative à la politique de gestion commerciale des offres d'assurances. Il en déduit que la société Narbonne accessoires et la société Eole.com ne sont pas fondées à solliciter le paiement d'un solde sur la facture du 11 juillet 2013, ni des factures éditées les 17 juillet 2015 et 2 août 2016, au titre de budgets de communication et de marketing, dont les montants correspondants, pour les exercices 2012-2013, 2014-2015 et 2015-2016, n'ont pas été définis en commun par les parties lors de réunions de suivi prévues à cet effet.

4. En statuant ainsi, alors que l'article 7.2 de la convention stipule : « les parties conviennent que ce budget, défini pour la première année contractuelle, pourra être révisé lors des réunions de suivi définies à l'article 6 des présentes », la cour d'appel, qui en a dénaturé les termes clairs et précis, en décidant qu'une obligation de révision annuelle s'imposait aux parties, a violé le principe susvisé.

PAR CES MOTIFS, la Cour :

CASSE ET ANNULE, mais seulement en ce qu'il rejette les demandes des sociétés Narbonne accessoires et Eole.com en paiement de la somme de 5 523,52 euros restant due sur la facture F904-13070010 du 11 juillet 2013 et des factures F904-1507006 et F904-1608001 des 17 juillet 2015 et 2 août 2016, chacune de 15 600 euros, l'arrêt rendu le 8 janvier 2019, entre les parties, par la cour d'appel de Montpellier ;