

Lettre d'information Le Radar n°7

Evolutions législatives, jurisprudentielles et doctrinales



Sommaire

Actualités du droit de rétractation des « contrats à distance »	3
La Commission Européenne adopte un projet de Règlement instaurant une préférence européenne	7
Condamnation d'un concessionnaire automobile au titre du manque d'information relative à l'autonomie d'un véhicule électrique	9
Franchise : la jouissance paisible de la marque à l'épreuve de la réputation de son fondateur .	10
Concurrence - Violation d'une obligation de non-concurrence : absence de réparation automatique.....	11
Fiscalité automobile 2026 : un parallèle entre la France et l'Allemagne	13
Secteur automobile : les poignées rétractables interdites à terme en Chine	15
Responsabilité du fait des produits défectueux : garantie intégrale du fabricant	16
Distribution : quid du transfert du contrat de distribution et du contrat de licence de marque à l'occasion de la cession du fonds de commerce ?	17



Actualités du droit de rétractation des « contrats à distance »

La fin de l'année 2025 et le début de l'année 2026 ont été marqués par quelques actualités notables, à la fois jurisprudentielles et législatives, concernant le droit de rétractation des contrats conclus à distance.

I- Sur le volet jurisprudentiel

A) Sur la qualification de « contrat à distance »

Dans un arrêt rendu en fin d'année 2025, la Cour de cassation a eu l'occasion de revenir sur la qualification du « contrat à distance »¹.

Pour mémoire, l'article L221-1 du Code de la consommation définit le contrat à distance comme « *Tout contrat conclu entre un professionnel et un consommateur, dans le cadre d'un système organisé de vente ou de prestation de services à distance, sans la présence physique simultanée du professionnel et du consommateur, par le recours exclusif à une ou plusieurs techniques de communication à distance jusqu'à la conclusion du contrat.* »

L'enjeu de l'arrêt résidait dans la détermination du moment de conclusion du contrat et dans l'incidence d'une remise matérielle du contrat postérieure à sa conclusion.

En l'espèce, après un échange par téléphone et par mail, une consommatrice avait signé son contrat à domicile avant de le déposer physiquement dans les locaux du professionnel. Cette dernière avait finalement usé de son droit de rétractation quelques jours après la conclusion du contrat et en demandait le remboursement. Le professionnel contestait l'existence d'un contrat à distance, afin d'écarter le droit de rétractation.

La Cour de cassation confirme la qualification de contrat à distance en considérant que les modalités matérielles de remise du contrat étaient sans incidence dès lors que celui-ci avait été conclu sans présence physique simultanée et exclusivement par des moyens de communication à distance.

B) Les apports de la CJUE en matière de droit de rétractation d'un contrat à distance

Dans le cadre d'un renvoi préjudiciel formé par le Kammergericht de Berlin (l'équivalent d'une Cour d'appel en France), la Cour de Justice de l'Union Européenne (CJUE) s'est prononcée sur quatre questions préjudicielles portant sur le droit de rétractation d'un contrat à distance.

Un particulier avait entrepris des travaux d'aménagement dans son immeuble et mandaté un architecte pour en assurer la gestion. Dans ce cadre, un contrat relatif à la fourniture et au montage d'un échafaudage avait été conclu à distance (par courriels) avec une entreprise spécialisée, sur la base d'échanges réalisés par l'intermédiaire de l'architecte. Au cours de l'exécution des travaux, un avenant au contrat avait également été conclu, lui aussi par courriels, afin d'adapter les prestations initialement prévues.

¹ Cass. 1^{re} civ., **5 nov. 2025**, n° 23-22.883, Bull.



Ni le contrat ni l'avenant ne mentionnaient le droit de rétractation. En l'absence d'information sur ce droit, le délai de rétractation avait été prolongé de 12 mois, ce qui avait permis au consommateur d'exercer son droit de manière tardive. Après exécution des prestations et paiement d'acomptes importants (à hauteur de 95 937,84 €), le consommateur avait ainsi sollicité le remboursement des sommes versées à l'entreprise spécialisée.

- *Les deux premières questions concernaient la qualification de contrat à distance. Il s'agissait pour la Cour de déterminer si le fait que le consommateur ait été assisté par un architecte, ayant préparé le contrat et influé sur ses éléments essentiels, faisait obstacle à une telle qualification.*

En l'occurrence, la CJUE répond par la négative en considérant que l'intermédiation de l'architecte est sans incidence. Le critère déterminant réside dans le fait que le contrat ait été conclu dans le cadre d'un système organisé de vente ou de prestation de services à distance et sans présence physique simultanée du professionnel et du consommateur.

- *La troisième question portait sur le point de savoir si l'avenant conclu pouvait lui-même être qualifié de contrat à distance, y compris dans l'hypothèse où le contrat principal ne le serait pas.*

La Cour répond par l'affirmative en considérant qu'un avenant portant sur des prestations complémentaires ayant une importance secondaire peut constituer un contrat à distance dès lors qu'il est conclu exclusivement à distance et sans présence physique simultanée du professionnel et du consommateur.

- *Enfin, la dernière question concernait la possibilité pour un professionnel d'invoquer un abus de droit lorsqu'un consommateur s'est rétracté tardivement, dans le délai prolongé de 12 mois, alors que les prestations exécutées ne pouvaient plus être restituées.*

La Cour rappelle au préalable le principe selon lequel le consommateur n'est redevable d'aucun coût pour la prestation de services lorsque le professionnel a omis de fournir les informations sur le droit de rétractation.

Toutefois, la Cour considère que le professionnel peut invoquer un abus du droit de rétractation du consommateur dès lors que :

- d'une part, l'exercice du droit de rétractation par le consommateur ne correspond pas aux objectifs poursuivis par la réglementation européenne concernant l'information du consommateur et la sécurité dans les transactions avec le professionnel ;
- et, d'autre part, le consommateur vise, par son comportement, à obtenir de manière abusive un avantage au détriment du professionnel.



II- Sur le volet législatif

Le **5 janvier 2026**, le Gouvernement a adopté une Ordonnance² relative à la commercialisation à distance de services financiers auprès des consommateurs, venant transposer dans le droit national la Directive 2023/2673³. L'Ordonnance a été complétée par un Décret⁴ adopté le même jour, venant préciser certaines dispositions introduites par l'Ordonnance.

Contrairement à ce que peut laisser penser l'intitulé de l'Ordonnance, ses dispositions ne concernent pas seulement les contrats portant sur des services financiers mais visent plus généralement tous les contrats conclus à distance par les consommateurs au moyen d'une interface en ligne.

Ainsi, pour les contrats conclus en ligne, l'Ordonnance impose aux professionnels de mettre à disposition des consommateurs une fonctionnalité (qui prend la forme d'un « bouton » rétractation) leur permettant d'exercer leur droit de rétractation directement depuis la même interface en ligne (sur un site internet ou une application par exemple) que celle utilisée pour conclure ledit contrat.

La fonctionnalité doit répondre aux conditions suivantes prévues par le Décret⁵:

- Être identifiée, de manière lisible, par les mots « *renoncer au contrat ici* » ou par une formule analogue dénuée d'ambiguïté ;
- Être affichée sur l'interface en ligne de manière visible et être directement et facilement accessible au consommateur ;
- Être disponible pendant toute la durée du délai de rétractation ;
- Permettre au consommateur d'envoyer une déclaration de rétractation en ligne par laquelle il informe le professionnel de sa décision de se rétracter du contrat ;
- Être conçue de façon à permettre au consommateur de fournir ou de confirmer facilement son nom et son prénom, des indications détaillées permettant d'identifier le contrat dont il souhaite se rétracter, et le moyen électronique par lequel il souhaite recevoir l'accusé de réception de la rétractation ;
- Prévoir une fonctionnalité de confirmation, une fois la déclaration de rétractation remplie. Cette fonctionnalité doit être identifiée, de manière lisible, par les mots : “*confirmer la rétractation*” ou par une formule analogue et dénuée d'ambiguïté.

Une fois que le consommateur a soumis sa déclaration de rétractation, le professionnel est en outre tenu de lui envoyer, dans un délai raisonnable, un accusé de réception de celle-ci, faisant mention notamment du contenu de la déclaration de rétractation ainsi que de la date et l'heure de son envoi, sur support papier ou sur tout autre support durable.

L'Ordonnance renforce également les obligations d'informations précontractuelles du professionnel à l'égard du consommateur. Il appartient en effet au professionnel d'informer le consommateur non

² Ordonnance n° 2026-2 du 5 janvier 2026 relative à la commercialisation à distance de services financiers auprès des consommateurs

³ Directive (UE) 2023/2673 du Parlement européen et du Conseil du 22 novembre 2023 modifiant la directive 2011/83/UE en ce qui concerne les contrats de services financiers conclus à distance et abrogeant la directive 2002/65/CE

⁴ Décret n° 2026-3 du 5 janvier 2026 relatif à la commercialisation à distance de services financiers auprès des consommateurs

⁵ Nouvel article D221-5 au Code de la consommation



seulement de son droit de rétractation mais également de l'existence et de l'emplacement de la fonctionnalité de rétractation en ligne, une fois celle-ci mise en place⁶.

Ces nouvelles obligations entreront en vigueur à compter du 19 juin 2026, étant précisé que les contrats en cours à cette date resteront régis par les dispositions légales et réglementaires applicables dans leur rédaction antérieure au 19 juin 2026.

Anaïs Bayeul (ADALTYS)

⁶ Article L221-5 du Code de la consommation



La Commission Européenne adopte un projet de Règlement instaurant une préférence européenne

La Commission européenne a adopté le **4 mars 2026** une proposition législative visant à accroître la demande de technologies et de produits à faible intensité de carbone fabriqués en Europe (*).

Dans un contexte de concurrence mondiale toujours plus déloyale et de dépendance croissante à l'égard de fournisseurs de pays tiers dans des secteurs stratégiques, cette proposition de Règlement dite « **Industrial Accelerator Act** » (AAI) a pour objet de renforcer l'industrie et de créer des emplois en Europe, tout en soutenant l'adoption par l'industrie de technologies plus propres et prêtes pour l'avenir.

Conformément aux recommandations du [rapport Draghi](#), l'AAI introduit des exigences ciblées et proportionnées « made in EU » et/ou à faible intensité de carbone pour les marchés publics et les régimes d'aide publique. Celles-ci s'appliqueront à certains secteurs stratégiques (ceux dépassant 100 millions d'€ lorsqu'un seul pays tiers contrôle plus de 40 % de la capacité manufacturière mondiale), notamment l'acier, le ciment, l'aluminium, **l'automobile** et les technologies « zéro net » (telles que **les batteries**, l'énergie solaire, l'énergie éolienne, les pompes à chaleur et le nucléaire), tout en établissant un cadre qui peut être étendu, le cas échéant, à d'autres secteurs à forte intensité énergétique tels que les produits chimiques.

La proposition encourage une plus grande réciprocité dans les marchés publics, en accordant un traitement égal aux pays qui offrent aux entreprises de l'UE l'accès à leurs marchés, conformément au rapport Draghi.

La proposition vise aussi une simplification des procédures d'autorisation. L'AAI rationalise et numérise les procédures d'autorisation pour les projets industriels, notamment par l'introduction d'un « guichet unique » numérique assorti de délais clairs ainsi que du principe de l'approbation tacite aux étapes intermédiaires de la procédure d'octroi de permis pour les projets de décarbonation à forte intensité énergétique.

S'agissant de la création d'emplois en Europe, les investissements bénéficiant de l'AAI devront garantir un niveau minimal d'emploi européen de 50 %.

Enfin, afin de stimuler la fabrication durable, l'AAI introduit des zones d'accélération industrielle conçues pour permettre la symbiose industrielle et encourager la création de « grappes » de projets de fabrication propre. La création de telles grappes facilitera les investissements essentiels dans les infrastructures énergétiques et favorisera l'obtention de permis à l'échelle de la région.

Cette proposition intéresse tout particulièrement le secteur automobile. Elle vise seulement les véhicules électrifiés : voitures électriques à batterie, hybrides rechargeables et véhicules à hydrogène (les véhicules thermiques ne sont donc pas concernés), et uniquement lorsqu'ils sont achetés dans le cadre de marchés publics ou bénéficient d'aides publiques.

Pour être éligible aux dispositifs mis en place par l'AAI, un véhicule devra répondre à plusieurs critères de contenu local, notamment un assemblage dans l'Union européenne et l'intégration d'au moins 70 % de la valeur des composants d'origine européenne (hors batterie) ; ce seuil serait calculé véhicule par véhicule, et non à l'échelle de la production globale d'un constructeur.

La proposition prévoit également des exigences spécifiques pour les batteries, au cœur de la chaîne de valeur du véhicule électrique. Dans un premier temps, les batteries devront intégrer au moins 3



composants essentiels d'origine européenne, parmi lesquels les cellules, ce nombre devant être ensuite porté à 5 composants, dont le matériau actif de cathode et le système de gestion de batterie.

La prochaine étape sera la négociation du Règlement proposé par le Parlement européen et le Conseil de l'Union européenne, avant son adoption et son entrée en vigueur.

(*) Une partie de cette brève reproduit la formulation du communiqué de la Commission Européenne, accessible sous le lien suivant : https://france.representation.ec.europa.eu/informations/la-commission-propose-une-loi-sur-lacceleateur-industriel-pour-renforcer-lindustrie-et-creer-des-2026-03-04_fr

Olivier Gaucière (ADALTYS)



Condamnation d'un concessionnaire automobile au titre du manque d'information relative à l'autonomie d'un véhicule électrique

La société CGEM Construction, avait fait l'acquisition d'un véhicule utilitaire électrique auprès de la société STELLANTIS & YOU France (anciennement PSA RETAIL France) pour les besoins de son activité professionnelle. Après la livraison, la société acquéreuse constatait que l'autonomie réelle du véhicule était très inférieure à l'autonomie annoncée commercialement (« jusqu'à 170 km »).

Une expertise judiciaire était ordonnée, et moyennant un essai dans des conditions normales d'utilisation – au demeurant sans climatisation, ni chauffage, ni autoradio, ni feux de route – il était constaté que l'autonomie du véhicule était inférieure de 23% par rapport à celle annoncée.

Estimant que cette insuffisance d'autonomie rendait le véhicule inadapté à ses besoins et qu'elle n'avait pas été correctement informée avant la conclusion du contrat, la société CGEM Construction assignait la société STELLANTIS & YOU FRANCE en résolution de la vente et en indemnisation de ses préjudices. Le Tribunal des affaires économiques de Toulouse considérait que le véhicule était fonctionnel et utilisable, rejetant ainsi la demande de résolution de la vente, forçant la société CGEM Construction à interjeter appel.

Dans un arrêt du **18 novembre 2025**⁷, la Cour d'appel de Toulouse confirmait le jugement de première instance en ce qu'il considérait que le véhicule n'était pas impropre à son utilisation et qu'en conséquence, la garantie des vices cachés n'était pas mobilisable.

En revanche, affirmant qu'il s'agissait d'une donnée déterminante du consentement, la Cour retenait que la société vendeuse avait manqué à son **obligation d'information précontractuelle** en ne délivrant pas à l'acquéreuse une information complète, précise et intelligible sur l'autonomie réelle du véhicule utilitaire électrique acquis.

En effet, après avoir rappelé qu'il appartient au professionnel de prouver qu'il a fourni l'information due, la Cour relève que la seule mention d'une autonomie « jusqu'à 170 km » dans la brochure commerciale, sans précision sur les conditions d'essai normalisées ni sur l'impact du type de parcours, du style de conduite ou du chargement, ne constitue pas une information précontractuelle suffisante et transparente.

Constatant ainsi que le vendeur connaissait une information déterminante qu'il n'a pas communiquée, la Cour caractérisait le manquement au devoir d'information et en déduisait la résolution de la vente.

Charles Corcia (ADALTYS)

⁷ CA Toulouse, 2e ch., 18 nov. 2025, n° 23/02304



Franchise : la jouissance paisible de la marque à l'épreuve de la réputation de son fondateur

Dans un jugement en date du **17 décembre 2025**, le Tribunal des Activités Économiques (TAE) de Paris a retenu la responsabilité du franchiseur lorsque, dans le cadre d'un réseau de franchise reposant sur une marque patronymique intimement liée à la personne et à sa réputation, la marque subit une baisse d'attractivité en raison de la dégradation de la popularité de la personne⁸.

En l'occurrence, le réseau de franchise dont il était question dans cette affaire concernait les agences immobilières « Stéphane Plaza Immobilier », lesquelles exploitent à titre de marque le nom patronymique du présentateur emblématique de M6 Stéphane Plaza.

Suite à la publication d'un article de presse en 2023 ayant fait état de faits répréhensibles reprochés à Stéphane Plaza, un franchisé a recherché la responsabilité du franchiseur sur le fondement, notamment, de la violation de son obligation de garantir la jouissance paisible de la marque.

Le TAE de Paris fait droit à la demande du franchisé en considérant que la perte d'attractivité de la marque « *prive le contrat [de franchise] d'un élément essentiel et réduit le bénéfice économique pour le franchisé, les clients se détournant de l'enseigne, et ne permet plus à celui-ci d'en jouir pleinement et paisiblement* ».

La perte d'attractivité en question était due notamment, selon le Tribunal, « *aux faits allégués à l'encontre de Monsieur Stéphane Plaza « de violences sur conjoint » qui ont suscité une large couverture médiatique très négative pour l'image publique du réseau* ».

Le TAE relève qu'il revenait au franchiseur de prendre toutes les mesures pour atténuer les conséquences de la perte d'attractivité, ce que le franchiseur n'a pas été en mesure de démontrer malgré quelques mesures prises (notamment la création d'une nouvelle marque « Sixième Avenue »).

Ainsi, le TAE condamne le franchiseur au remboursement de diverses sommes en réparation du préjudice subi par le franchisé, le tout à hauteur de 117 000 €.

En dehors du cadre de la franchise, le TAE de Paris sera prochainement confronté à un nouveau cas de trouble de jouissance d'une marque, là aussi en lien avec la dégradation de la réputation de son fondateur bien qu'il ne s'agisse pas d'une marque éponyme. Plusieurs propriétaires de véhicules de la marque Tesla ont en effet engagé, en juin dernier, une action collective devant le TAE considérant que les engagements politiques et déclarations publiques d'Elon Musk ne leur permettent plus de jouir paisiblement de leur véhicule de la marque Tesla, devenus des « *totems de l'extrême-droite* » selon les termes employés par leur avocat.

Anaïs Bayeul (ADALTYs)
Chloé BOUCONTET (Stagiaire)

⁸ TAE Paris, 17 décembre 2025, n° 2025061426



Concurrence - Violation d'une obligation de non-concurrence : absence de réparation automatique

Par un arrêt du **3 décembre 2025**⁹, la Cour de cassation confirme que la réparation du préjudice résultant de la violation d'une clause de non-concurrence relève des règles traditionnelles de la responsabilité contractuelle.

Ainsi, l'inexécution de la clause de non-concurrence ne suffit pas : il faut démontrer un préjudice certain et un lien de causalité entre le manquement contractuel et le préjudice subi.

En l'occurrence, une société avait confié à un agent commercial la commercialisation de ses produits pendant plus de vingt ans. À la suite de la rupture du contrat, l'agent avait conclu un contrat d'agent avec un concurrent. Considérant que l'agent commercial avait ainsi violé une clause de non-concurrence post-contractuelle, le co-contractant initial a sollicité la réparation du préjudice commercial prétendument subi.

La Cour d'appel de Paris avait accueilli la demande de réparation, considérant que les agissements de l'ex-agent, dont l'ancrage sur le secteur est ancien et la connaissance de la clientèle étendue, ont nécessairement causé un trouble commercial à l'ex-donneur d'ordres. Elle avait en conséquence condamné l'ex-agent à payer à ce dernier 50 000 € de dommages-intérêts au titre du préjudice lié à la désorganisation de son réseau commercial.

L'agent commercial s'est pourvu en cassation, posant la question de savoir si la seule violation de la clause de non-concurrence ouvrait droit à réparation au bénéfice de la société créancière.

Au visa de l'ancien article [1147](#) du Code civil (applicable aux faits d'espèce), la Cour de cassation répond par la négative à la question, énonçant le principe selon lequel « *le créancier d'une obligation de non-concurrence qui invoque son inexécution par le débiteur doit établir le principe et l'étendue du préjudice dont il demande réparation* ».

La Cour de cassation casse et annule ainsi l'arrêt d'appel, confirmant l'exigence de la démonstration d'un dommage réel, ainsi que d'un lien de causalité direct et certain entre la violation de la clause et le préjudice allégué.

Au vu de la généralité de ses termes et du fait qu'elle a été rendue au visa de l'ex-article 1147 du Code civil, cette solution posée par la Chambre commerciale de Cour de cassation à propos d'un contrat d'agence commerciale peut être étendue aux clauses de non-concurrence figurant dans d'autres contrats commerciaux.

Elle s'inscrit en outre dans un mouvement jurisprudentiel plus large tendant à refuser toute automaticité de la réparation. Elle rejoint notamment l'évolution observée en droit du travail, où la nullité d'une clause de non-concurrence ne suffit plus, à elle seule, à caractériser un préjudice indemnisable. Il est dès lors probable que la Chambre civile de la Cour de cassation suive le

⁹ Com. 3 déc.2025, n° 24-16.029 B



mouvement, notamment s'agissant des contrats de collaboration en matière médicale, au titre desquels elle a pu considérer que la violation de la clause doit, en elle-même, être sanctionnée.¹⁰

L'arrêt de la Cour de cassation du 3 décembre 2025 rappelle, en tout état de cause, que l'efficacité d'une clause de non-concurrence ne tient pas seulement à la qualité de sa rédaction, mais également à la capacité, pour celui qui s'en prévaut, à apporter la preuve concrète du préjudice que sa violation lui a causé.

Françoise Brunagel (ADALTYS)

¹⁰ Civ. 1re, 1er mars 2017, n° 16-12.498



Fiscalité automobile 2026 : un parallèle entre la France et l'Allemagne

En France, la Loi de Finances a été promulguée le **19 février 2026**, et publiée au JO le 20 février. Contrairement à ce qui était envisagé via le PLF, la loi de Finances ne prévoit pas pour 2028 un nouveau durcissement du Malus CO2 ou de la taxe annuelle sur les émissions de CO2, l'une des composantes de la taxe sur l'utilisation des véhicules (TUV).

En revanche, la 2^e composante de la TUV, la taxe relative aux émissions de polluants atmosphériques, évolue dans ses seuils d'abattement en 2026, après avoir été stable depuis 2024.

Parmi les autres mesures qui méritent d'être relevées :

➤ Malus au poids

L'application du malus au poids aux véhicules électriques ne bénéficiant pas de l'éco-score, qui devait s'appliquer au 1^{er} juillet 2026, a été supprimée. L'ensemble des véhicules électriques et hydrogène restent donc - pour le moment - exonérés de la taxe sur la masse en ordre de marche.

Pour les autres motorisations, la loi de Finances 2026 fixe un calendrier d'abattements.

➤ Taxe annuelle incitative (TAI) au verdissement des flottes

La loi de Finances 2026 apporte également quelques précisions sur l'application de la Taxe annuelle incitative au verdissement des flottes. Elle entérine notamment le fait qu'un « *véhicule qualifié de véhicule à faible empreinte carbone pendant une partie de l'année civile est réputé répondre à cette qualification pendant l'intégralité de cette année* ». Autrement dit, un véhicule électrique qui obtiendrait l'éco-score alors qu'il a déjà été immatriculé et attribué à un conducteur serait à considérer comme un véhicule à faible empreinte carbone sur toute sa durée de détention pour la détermination de la taille annuelle de la flotte de véhicules légers taxables à faibles émissions. Pour mémoire, ces véhicules bénéficient d'une majoration jusqu'à 150 %.

➤ Puissance administrative des véhicules électriques et carte grise

Autre changement à noter dès cette année : les formules de calcul de la puissance administrative (ou puissance fiscale - ligne P6 de la carte grise) des véhicules électriques évoluent en 2026. Ce changement de calcul devrait entraîner une légère diminution de la puissance administrative des véhicules électriques, impactant directement le coût de la carte grise puisque les modèles 100 % électriques n'en sont plus exemptés depuis mai 2025 (excepté dans les Hauts-de-France).

En Allemagne, après avoir reculé sur ce sujet en 2024 (ce qui avait entraîné une chute de 27% des ventes de véhicules électriques), le Gouvernement réintroduit un bonus pour les voitures électriques en 2026. Ce bonus s'inscrit dans un cadre pluriannuel, les conducteurs pouvant prétendre à une aide dont le montant est compris entre 1 500 et 6 000 € selon le type de motorisation, les revenus du foyer et la composition familiale. Comme en France, l'idée est de cibler en priorité les ménages à revenus faibles et intermédiaires.

En revanche, et contrairement au gouvernement français et à notre « éco-score », le Bundestag décide de ne pas faire de favoritisme selon l'origine des modèles. Autrement dit, tous les modèles électriques neufs immatriculés en Allemagne à partir du 1^{er} janvier 2026 sont éligibles, y compris



ceux produits hors d'Europe. L'idée est de favoriser l'accès des ménages à la voiture électrique, quitte à ouvrir grand la porte aux constructeurs étrangers. Cette aubaine pour les constructeurs chinois s'explique sans doute par la volonté allemande de ne pas pénaliser les exportations d'automobiles vers la Chine, préoccupation qui n'est pas celle des Français, ou en tout cas ne l'est que dans une moindre mesure.

Olivier Gaucière (ADALTYS)



Secteur automobile : les poignées rétractables interdites à terme en Chine

De plus en plus d'automobiles sont équipées de poignées de portière « affleurantes », appelées également « rétractables », intégrées à la carrosserie pour des raisons de design et d'aérodynamisme.

À partir du **1^{er} janvier 2027**, les véhicules équipés exclusivement de poignées affleurantes ne pourront plus être commercialisés en Chine.

La raison de cette interdiction est que les poignées affleurantes génèrent un risque majeur pour la sécurité des occupants et des secours lorsque les systèmes électriques sont hors-service après un accident. Leur fonctionnement dépendant de l'électronique, les poignées affleurantes peuvent devenir inopérantes en cas de choc, transformant l'habitacle en piège.

Un incident très médiatisé s'est produit en octobre 2025 lorsque des secouristes ont été dans l'incapacité d'ouvrir les portes d'un véhicule électrique de la marque Xiaomi qui avait pris feu après un accident dans la ville de Chengdu. Le conducteur, qui aurait été sous l'emprise de l'alcool, est décédé.

De nombreux constructeurs « non-chinois » équipent leurs véhicules de poignées affleurantes. Parmi ceux-ci, Tesla aurait elle aussi, aux U.S.A, été confrontée à une situation de défaillance des poignées emprisonnant le passager dans sa voiture en feu.

Il n'est donc pas incohérent d'en conclure que les poignées affleurantes pourraient peu à peu disparaître des carrosseries automobiles.

Olivier Gaucière (ADALTYS)



Responsabilité du fait des produits défectueux : garantie intégrale du fabricant

Selon les faits, dans le cadre d'un accident sur un manège à élastiques, l'exploitant et son assureur, condamnés à indemniser intégralement la victime en raison de leur obligation de sécurité de résultat, recherchaient la garantie du fabricant des élastiques.

La Cour d'appel de Bourges avait retenu le défaut du produit et la responsabilité du fabricant, tout en limitant sa part contributive à 50 %, considérant que l'exploitant, tenu d'une obligation de sécurité de résultat envers la victime, devait supporter l'autre moitié de la dette finale.

Par arrêt du **18 février 2026**¹¹, la Cour de cassation casse cette décision sur ce point précis.

Elle rappelle en effet que lorsqu'un professionnel voit sa responsabilité engagée, au titre d'une **obligation de sécurité de résultat**, sans faute d'utilisation, et que le dommage trouve son origine dans un produit défectueux, l'exploitant peut demander la garantie intégrale du producteur.

La Haute juridiction respecte ainsi le principe de la responsabilité des produits défectueux, lequel fait peser le risque du défaut du produit sur le producteur en priorité, et non sur le professionnel qui en fait un usage normal.

Charles Corcia (ADALTYS)

16

¹¹ Cass. Civ 1., 18 février 2026, 24-19.881, publié au bulletin



Distribution : quid du transfert du contrat de distribution et du contrat de licence de marque à l'occasion de la cession du fonds de commerce ?

La question du transfert d'un contrat de distribution et/ou de celle d'un contrat de licence de marque à l'occasion de la cession du fonds de commerce, ou de la cession d'actifs, par le fournisseur est rarement abordée par la jurisprudence. C'est pourquoi l'arrêt que la Cour de cassation a rendu le **18 février 2026**¹² mérite l'attention.

J. (le fournisseur) est un fabricant de pantoufles, que A. et L. (les distributeurs) commercialisent. A l'issue de plusieurs cessions et de la Liquidation judiciaire d'un des cessionnaires, les actifs de J. reviennent finalement à une société AC. L. et A. assignent J. en exécution des contrats de licence de marque et de distribution sélective conclus avec J.

Devant la Cour de cassation, après avoir été déboutées par la Cour d'appel de Bordeaux, les distributeurs font valoir que (1) la cession de la marque, assimilable à une vente, avait opéré transfert du contrat de licence de marque, qui lui est accessoire ; et que (2) le contrat de distribution sélective formant un tout indivisible, le contrat de distribution avait été transféré avec la licence de marque à l'occasion des cessions d'actifs.

Sur le point (1), la Cour de cassation exclut traditionnellement le transfert du contrat de distribution à l'occasion de la cession de fonds de commerce, ou d'actifs. Même s'il est nécessaire à l'exploitation, le contrat de distribution n'est pas un élément du fonds de commerce (notamment en raison de son caractère *intuitu personae*).

L'intérêt de l'arrêt du 18 février 2026 est que s'il réitère le principe de non-transmissibilité du contrat de distribution, il réserve toutefois l'hypothèse d'une « *stipulation contraire de l'acte de cession* ». Au cas présent, le contrat de distribution et le contrat de licence de marque n'étaient pas mentionnés à l'acte de cession ; ils n'ont donc pas été transférés.

Sur le point (2), la solution traditionnelle est que la cession des droits de propriété intellectuelle entraîne en principe celle des contrats de licence portant sur ces droits, ceci au visa de l'article 1616 du Code civil selon lequel « *l'obligation de délivrer la chose comprend ses accessoires* ».

Toutefois, les distributeurs sont également déboutés sur ce fondement au nom de l'indivisibilité des contrats de distribution et de licence de marque, expressément stipulée dans le contrat de distribution. Le contrat de distribution n'ayant pas été transféré, le contrat de licence de marque ne l'a pas été non plus, ce que la Cour de cassation formule en un attendu de principe : « *La cession d'un fonds de commerce qui comprend la cession de la propriété des droits sur des marques n'emporte pas, sauf stipulation contraire de l'acte de cession, cession du contrat de distribution sélective des produits revêtus de ces marques, ni, en cas d'indivisibilité de ce contrat et d'une licence d'exploitation desdites marques, la cession de cette licence* ».

Olivier Gaucière (ADALTYS)

¹² Cass Com, 18 février 2026, n°23-23.681, publié au Bulletin

