

CONTRAT CADRE DE DISTRIBUTION

(EXTRAITS)

Article 1^{er} – CHAMPS D'APPLICATION DU CONTRAT DE DISTRIBUTION.

Ce contrat de distribution s'applique à la vente en magasin sans exclure d'autres formes de distribution.

Les règles applicables à la vente à distance en ligne, d'une part, et à la vente par correspondance, d'autre part, font l'objet de contrats spécifiques.

Article 2 – LE CHOIX DES DETAILLANTS SELON DES CRITERES OBJECTIFS

Le distributeur a été choisi en sa qualité de détaillant distribuant ses produits dans son ou ses magasins mentionnés ci dessous répondant aux critères objectifs suivants :

1) Le point de vente doit être de façon générale représentatif en horlogerie, c'est à dire proposer aux consommateurs un choix minimal de cinq marques horlogères. Les marques FESTINA, CALYPSO, CANDINO, FESTINA OR, LOTUS, étant des marques notoirement

connues, elles ne doivent en aucun cas servir de produits d'appel, ce qui nuirait à leur image auprès des consommateurs.

2) L'emplacement géographique du point de vente est important pour le fournisseur qui dispose actuellement d'un réseau de . . . points de vente et qui doit s'assurer d'une couverture nationale homogène eu égard à la population de chaque département.

3) Le point de vente doit avoir un choix représentatif de la collection des montres FESTINA CALYPSO, CANDINO, FESTINA OR, LOTUS.

Ainsi, pour la marque FESTINA, des montres des lignes CHRONO, DAME, CLASSIQUE, et SPORT doivent être présentes au sein du point de vente.

Pour la marque CALYPSO, des montres en ligne ENFANT, ADO et SPORT doivent également être présentées par le point de vente aux consommateurs.

Ces lignes présentent non seulement l'étendue de la collection FESTINA et CALYPSO mais constituent un ensemble homogène, facteur important sur les ventes.

4) Les montres FESTINA, CALYPSO, FESTINA OR, CANDINO et LOTUS doivent être mises en valeur dans le point de vente, tant au niveau des vitrines extérieures qu'intérieures.

5) Le personnel du point de vente, pour des raisons de sécurité, doit être le plus stable possible. Le nombre de vols et d'agressions, parfois très violentes, dont sont victimes les détaillants, poussent en effet la société FESTINA France à recommander la plus grande vigilance dans le choix du personnel et éviter toute rotation excessive de ce personnel.

Le distributeur se doit de prévoir un personnel affecté au point de vente en mesure de procéder à l'accueil du public.

Dans le cadre d'un contact direct avec la clientèle, le personnel du point de vente doit être en mesure de donner des informations complètes sur le plan technique, en réponse aux questions posées par les clients sur les caractéristiques et le mode de fonctionnement des produits proposés à la vente.

6) Le personnel du point de vente doit être en mesure d'effectuer un service après-vente et de réparation de qualité, dont notamment changement de pile, de bracelet, assurer et contrôler l'étanchéité, remplacer un verre cassé. L'horloger doit ainsi avoir un niveau CAP en horlogerie ou justifier d'une expérience professionnelle minimale de deux ans, En répondant à ces critères, le point de vente est en mesure de montrer sa capacité à promouvoir les marques exploitées par la société FESTINA France, dont il reconnaît qu'il s'agit de marques de renommée concernant des produits de qualité.

Le Service après-vente doit accepter, sans porter atteinte aux services à apporter à ses propres clients, tout client qui désire faire réparer une montre achetée auprès d'un autre distributeur FESTINA France, que l'achat ait eu lieu sur Internet, par correspondance, ou auprès d'un autre magasin.

Article 5 – AUTORISATION DE LA PUBLICITE NON TARIFAIRE

Le distributeur s'engage à ne réaliser aucune forme de publicité ou promotion non tarifaire des marques de la société FESTINA de sa propre initiative sans l'accord préalable et écrit de la société FESTINA sur la forme et sur le contenu de cette publicité.

Le distributeur s'engage à ne pas porter atteinte à l'emballage ou au mode de conditionnement du produit ni à l'emplacement de la marque sur ceux ci.

Article 7 – PRIX PUBLICS LIBRES – INTERDICTION DE LA VENTE A PERTE.

Le distributeur est informé de la prohibition de la vente à perte. Il s'engage également à ne pas pratiquer de promotion tarifaire en utilisant les produits de marques exploitées par FESTINA comme produits d'appel dans des circonstances susceptibles de porter atteinte à l'image de marque de la société FESTINA et à ses marques de renommée.

La société FESTINA France reconnaît que les prix de vente publics sont librement fixés par les détaillants. Cette règle n'est pas remise en cause par la pratique de la maison mère située en Espagne consistant au pré-étiquetage des produits livrés à ses filiales mais dont le prix indiqué ne correspond qu'à un prix public conseillé.