

AVRIL 2015

FLASH CONCURRENCE N°3

Rapprochements à l'achat dans le secteur de la grande distribution
Avis du 1^{er} avril 2015 de l'Autorité de la concurrence

Par Jean-Christophe Grall

On se souvient qu'à la suite des rapprochements opérés dans la grande distribution alimentaire entre les groupements Système U et Auchan, puis en second lieu, EMC Casino et ITM et enfin entre Carrefour et Cora, l'Autorité de la concurrence (« ADLC ») avait été saisie pour avis par le Ministre de l'économie et par la Commission des Affaires économiques du Sénat concernant l'impact concurrentiel de ces rapprochements entre centrales d'achat et/ou de référencement.

L'objectif du présent « **Flash Concurrence** » n'est pas d'analyser en détail chacune de ces alliances, mais de présenter de manière synthétique les enseignements que l'on doit tirer de cet avis de l'ADLC qui a donc porté un regard critique sur ces différents rapprochements.

À titre de simple rappel, quelles sont les parts de marché des principaux acteurs de la distribution à dominante alimentaire sur le marché aval ?

PARTS DE MARCHÉ DES PRINCIPAUX ACTEURS DE LA DISTRIBUTION À DOMINANTE ALIMENTAIRE SUR LE MARCHÉ AVAL

Avant	Parts de marché 2014 selon Kantar	Après	Parts de marché suite aux accords (estimations)
Carrefour	21,8 %	ITM Entreprise/Groupe Casino	25,9 %
E.Leclerc	19,9 %	Carrefour/Cora	25,1 %
ITM Entreprises	14,4 %	Auchan/Système U	21,6 %
Groupe Casino	11,5 %	Leclerc	19,9 %
Groupe Auchan	11,3 %	Lidl	4,7 %
Système U	10,3 %	Aldi	2,2 %
Lidl	4,7 %		
Cora	3,3 %		
Aldi	2,2 %		

Source : étude Kantar Worldpanel données 2014

Membre d'Antitrust Alliance, réseau européen d'avocats en droit de la concurrence : Allemagne, Angleterre, Autriche, Belgique, Bulgarie, Chypre, Danemark, Espagne, Finlande, Grèce, Hongrie, Italie, Lituanie, Pays-Bas, Pologne, Portugal, République Tchèque, Slovénie, Suède, Suisse.

On se souviendra également que ces accords sont intervenus juste avant le début des négociations commerciales annuelles pour 2015 qui auront également été marquées par l'entrée en vigueur de la loi Hamon du 17 mars 2014 qui a, somme toute, apporté son lot de modifications substantielles.

Les négociations commerciales 2015 demeureront donc marquées par l'application, pour la première année, de la loi Hamon et des différents rapprochements qui, pour de très nombreux produits, font désormais passer les points de négociation de 9 à 6, avec trois groupements de distribution représentant à eux seuls près de **75 %** du marché aval de la distribution à dominante alimentaire ; ce n'est pas rien !

L'avis qui a été rendu n'est nullement une décision intervenue à titre contentieux, s'agissant en effet d'un état des lieux matérialisé par ces différentes alliances et des limites à ne pas franchir en termes d'application des règles de concurrence.

Ce qui est certain, c'est que l'ADLC a désormais fourni une grille d'analyse – qui peut être critiquable par ailleurs mais qui existe bel et bien – permettant d'analyser aujourd'hui comme demain, toutes formes d'alliance entre plusieurs distributeurs, que ce soit dans le cadre de la constitution d'une structure commune telle qu'INCAA (« Intermarché Casino Achats ») ou d'un simple mandat de négociation donné par l'un à l'autre, ce qui est le cas du mandat de négociation donné par Système U à Eurauchan ou bien encore d'une simple adhésion à une centrale de référencement existant d'ores et déjà, ce qui est le cas du rapprochement entre Carrefour et Provera (Cora).

→ **Quels sont les risques concurrentiels qui émergent au fil de la lecture de l'avis de l'ADLC ?**

Ces risques sont fédérés dans un tableau qui va désormais servir de « Guidelines » lors d'un rapprochement entre distributeurs :

CARTOGRAPHIE DES DIFFÉRENTS NIVEAUX DE RISQUES PAR TYPE D'ACCORD

	Auchan / Système U	Intermarché / Casino	Carrefour / Provera
Risques sur les marchés (aval) de la distribution			
Échanges d'informations sensibles	Risques significatifs concernant l'ensemble des informations faisant l'objet des négociations (risques accrus du fait de l'absence de garantie structurelle et des difficultés liées à la distinction des négociations du triple net et des contreparties).	Risques significatifs concernant notamment les contreparties.	
Collusion liée à la symétrie accrue des coûts	Risques significatifs dans la mesure où les accords portent sur des coûts variables, et où ils représentent une part significative des coûts des distributeurs.		
Limitation de la mobilité inter-enseignes	Risques qui ne peuvent être exclus (et dont le niveau est lié à des considérations comportementales).		

Risques sur les marchés (amont) d'approvisionnement	
Limitation de l'offre, de réduction de la qualité ou de l'incitation de certains fournisseurs à innover ou investir et risques d'éviction	Risques qui ne peuvent être exclus, en particulier concernant les catégories de produits suivantes, pour lesquelles la grande distribution représente le principal débouché :
Droguerie Épicerie sèche Parfumerie / hygiène	Droguerie Épicerie sèche Liquides Parfumerie / hygiène Produits périssables en libre service

- Un point a tout particulièrement été analysé par l'ADLC, à savoir les limites des mécanismes d'étanchéité mis en place par les différents groupements de distribution concernés ; en effet, nous savons que deux concurrents ne peuvent pas s'échanger, de manière très générale, des informations sensibles, sauf à affecter le libre jeu de la concurrence sur le marché.

Sur ce point extrêmement sensible, on ressent un certain inconfort de l'ADLC hésitant à conclure sur le meilleur schéma ; en effet, tout en semblant donner au début de son analyse une sorte de préférence au mandat de négociation :

« 143 - Afin de limiter les échanges d'informations entre eux au seul prix d'achat, certains distributeurs ont fait le choix de ne négocier en commun que le prix triple net, et d'isoler ainsi la négociation du prix triple net de celle des contreparties. Dans la mesure où la définition des contreparties dans l'ossature du plan d'affaires et les modalités d'application de ces contreparties sont contractualisées individuellement par chaque enseigne, **il n'existerait aucun risque d'échange d'informations sensibles entre les deux distributeurs concernant les contreparties ou leurs modalités d'application.** Ces distributeurs n'ont donc pas jugé utile de mettre en place une structure juridique distincte pour assurer l'étanchéité des informations. »

Elle semble ensuite préférer la création d'une véritable entité structurelle comme INCAA :

« 145 - Afin de limiter les informations échangées entre les deux groupes de distribution tout en permettant une négociation conjointe du prix et des contreparties, d'autres distributeurs ont quant à eux choisi de créer une structure juridique distincte. Cette structure, présentée comme la garante de l'étanchéité des informations entre ses maisons-mères négocie ainsi pour leur compte à la fois la dégradation tarifaire et les contreparties, lesquelles seront formalisées dans le contrat-cadre. **Lorsque certaines précautions sont prises, un tel dispositif permettrait d'éviter tout risque d'échange d'informations sensibles,** que ce soit en termes de prix, ou de plan d'affaires, dans la mesure où d'une part chaque enseigne n'a connaissance que de la partie du contrat la concernant, et où d'autre part, à l'instar du premier cas, l'intégralité des modalités des opérations commerciales continuera d'être négociée individuellement par chaque distributeur.

146 - **Si la création d'une structure juridique distincte, au sein de laquelle seraient contenues les informations potentiellement sensibles d'un point de vue concurrentiel, peut être de nature à assurer une meilleure étanchéité, elle ne constitue pas pour autant une garantie absolue. »**

Et de conclure finalement ce qui suit :

« **En réalité, le risque de coordination peut même être accru en cas d'échange dans la mesure où le champ des informations échangées via cette structure est plus large. »**

Autrement dit, on ne sait pas ou plutôt si, tous ces schémas sont licites au regard du droit de la concurrence à la condition que des mécanismes d'étanchéité/confidentialité assurant que les informations ne remontent pas vers les maisons mères, soient conçus et fonctionnent effectivement.

C'est ainsi que l'ADLC stigmatise l'éventuel échange d'informations qui pourrait avoir lieu lorsqu'aucune structure juridique distincte de celle des groupements de distribution concernés n'existe :

« 149 - En premier lieu, les acheteurs des deux groupes de distribution peuvent se trouver simultanément dans le même box de négociation. Dans le cadre de deux accords, les deux acheteurs de chaque groupe de distribution étaient initialement présents pour la première phase de négociation portant sur le prix triple net. En second lieu, l'acheteur négociant le prix triple net et celui négociant les contreparties peut être identique. »

D'un autre côté, le seul fait de mettre en place une structure *ad hoc* telle qu'INCAA ne suffit pas en lui-même à garantir une étanchéité suffisante et des risques d'échanges d'informations sur la politique promotionnelle des distributeurs concernés peuvent clairement exister.

C'est donc bien à un mouvement de va et vient entre les deux schémas que le lecteur de cet avis assiste, un véritable coucou suisse.

On peut cependant s'interroger en toute objectivité au regard d'une simple constatation : le schéma du mandat de négociation qui était déjà connu dans le domaine de la distribution, ne serait-il pas finalement plus protecteur que la création d'une structure type super centrale de référencement, compte tenu de la séparation entre **i)** la négociation amont d'un triple net ou d'un objectif indiciaire de triple net et **ii)** la négociation aval par chaque enseigne avec chaque fournisseur concerné des contreparties permettant de répondre effectivement à l'accord intervenu sur ce triple net ?

- Il convient également de relever le risque de « *Hub and Spoke* » évoqué par l'ADLC lorsqu'elle indique que dans une telle configuration, « *il existe également un risque d'échange d'informations au niveau des*

fournisseurs, lesquels devront, suivant les cas, aborder lors des rendez-vous de négociation soit uniquement le plan d'affaires, soit uniquement le prix. Compte-tenu du fait que la dichotomie opérée entre prix et contreparties paraît complexe à mettre en œuvre, et en l'absence de tout cadre contractuel contraignant et précis vis-à-vis des fournisseurs, il n'est pas exclu que ces derniers puissent constituer le vecteur de la communication d'informations sensibles - Point 150. »

- Par ailleurs et cette fois-ci en termes plus pratiques de réalité de la négociation commerciale, l'ADLC relève qu'un mécanisme exigeant qu'un acheteur négocie uniquement le prix triple net, ou se limite aux contreparties, peut poser des difficultés, compte tenu du fait notamment qu'une telle dissociation pourrait être non seulement incompatible avec les autres obligations réglementaires auxquelles les opérateurs sont soumis mais aussi non réalisables en pratique ; c'est là une vraie incursion de l'ADLC sur le terrain des pratiques restrictives de concurrence !

Et d'ajouter ce qui suit :

« 148 - D'un point de vue commercial, il paraît logique de négocier un prix en fonction des contreparties qui seront proposées par le distributeur, afin que le fournisseur dispose d'une certaine visibilité quant aux investissements qu'il consent à travers les conditions commerciales accordées à son client distributeur. De surcroît, la plupart des fournisseurs considèrent qu'une telle dichotomie entre prix et contreparties n'est absolument pas réaliste. C'est notamment pour permettre une négociation conjointe du prix et des contreparties, que d'autres distributeurs ont fait le choix de créer une structure de négociation commune juridiquement distincte. »

- Un autre point est mis en relief par l'ADLC à plusieurs reprises, à savoir l'existence de **contreparties** proposées par les distributeurs.

Nous sommes là, à la limite de l'exercice que pouvait faire l'ADLC puisqu'elle n'est pas compétente au titre des pratiques restrictives de concurrence, c'est-à-dire au titre de la négo-

ciation commerciale en elle-même, autrement dit la négociation de la convention annuelle avec les contreparties qui doivent accompagner les efforts financiers consentis par le fournisseur.

L'ADLC estime que « 157 - La mise en œuvre d'un accord de coopération à l'achat peut nécessiter, indépendamment de ce qui sera éventuellement contractualisé, l'échange d'informations relatives aux **contreparties** proposées par les distributeurs et à leur niveau de rémunération, et ce, quelles que soient les contreparties. En effet, les assortiments peuvent être communiqués directement par l'un des deux partenaires, à l'acheteur commun dans le but de servir de base de discussion pour la future négociation commerciale, listant ainsi les références par strate de magasin, en distinguant les produits permanents des produits promotionnels, voire en prévoyant la part d'offre du fournisseur dans les linéaires du distributeur, ou encore les lancements d'innovations prévus par le distributeur au cours de l'année à venir. De la même manière, l'acheteur commun pourrait avoir connaissance des opérations commerciales prévues par chaque distributeur à travers le plan publi-promotionnel prévisionnel (nombre de catalogues, voire produits concernés et période). »

Et d'ajouter ce qui suit :

« 158 - En premier lieu, dans le cadre d'une négociation commune portant à la fois sur le plan d'affaires et sur les **contreparties**, il ne peut être exclu que l'acheteur commun utilise les informations relatives aux **contreparties** afin d'optimiser ses conditions d'achat, notamment en réduisant, à l'issue de leur comparaison, les **contreparties** concédées au fournisseur. En second lieu, la dichotomie opérée dans le processus de négociation entre le prix et l'ossature du plan d'affaires, si elle semble théoriquement présenter davantage de garanties quant à l'absence d'échanges d'informations portant sur les **contreparties**, comporte néanmoins plusieurs limites dans la mesure où d'une part elle pourrait être difficilement réalisable en pratique et où d'autre part elle n'est pas accompagnée par la mise en place d'une structure juridique distincte chargée de négocier le prix (voir supra § 148). »

- Un point mérite également attention, à savoir celui du critère de sélection des fournisseurs ; l'ADLC s'est en effet interrogée sur la définition des critères ayant permis de sélectionner les fournisseurs éligibles à ces différentes alliances dès lors que de tels accords de coopération à l'achat peuvent entraîner des avantages conséquents ou des désavantages concurrentiels, ce type d'accord pouvant alors affecter le développement sur le marché de certains fournisseurs :

« 218 - Dans de nombreuses décisions, l'Autorité a été amenée à examiner le processus et les critères mis en œuvre pour opérer la sélection d'entreprises en vue de leur conférer un avantage concurrentiel. Dans le prolongement de cette pratique décisionnelle, l'Autorité attire l'attention des opérateurs, dans le cas où le fait d'être inclus ou non dans les accords serait susceptible de procurer un avantage concurrentiel à certains fournisseurs, sur la nécessité d'une sélection des fournisseurs fondée sur des critères précis et objectifs. »

→ L'ADLC en conclut que certains des accords en cause reposeraient sur un processus de sélection dont les critères n'ont pas nécessairement été définis de manière très précise.

→ L'ADLC conclut donc très prudemment sur le fait que l'analyse des accords qui ont été communiqués, sous l'angle du droit des ententes, ne permet pas d'exclure complètement certains des risques potentiels qu'elle a identifiés et notamment des risques de coordination entre distributeurs ou certains risques concurrentiels susceptibles de peser sur certains fournisseurs.

Ce sont ces risques qui sont synthétisés dans le tableau ci-avant.

- L'ADLC a du, bien entendu, conduire également une analyse qui va dans le sens de la recherche des effets favorables à la concurrence issus de telles alliances.

L'ADLC constate que les accords en cause ont conduit à la négociation à la baisse des indices trois fois net des opérateurs concernés, ce qui représente un gain d'efficacité en termes de

réduction du coût des distributeurs qui peut être pris en compte dans l'analyse, mais pour autant qu'une partie de ces gains est répercutée à l'aval au bénéfice des consommateurs.

→ **Il ressort de l'avis que l'ADLC est très prudente à cet égard et qu'elle demande à voir !**

- Un autre point est important, à savoir celui de la caractérisation de l'état de dépendance économique qui peut être sanctionné par le droit français des pratiques anticoncurrentielles (cf. article L.420-2-2° du Code de commerce).

On aurait pu attendre beaucoup plus de l'ADLC sur une meilleure définition de l'état de dépendance économique, sachant cependant qu'il était difficile d'aller au-delà de la pratique décisionnelle connue en la matière et qui n'a jamais donné lieu à sanction dès lors que les quatre critères, considérés comme cumulatifs, pour caractériser l'état de dépendance économique d'un fournisseur vis-à-vis d'un distributeur, sont extrêmement difficiles à réunir :

« 239 - La pratique décisionnelle et la jurisprudence ont progressivement établi des conditions strictes à la caractérisation de l'état de dépendance économique. Quatre

critères, considérés comme cumulatifs, sont retenus pour caractériser l'état de dépendance économique d'un fournisseur vis-à-vis d'un distributeur :

- l'importance de la part du chiffre d'affaires réalisé par ce fournisseur avec le distributeur ;
- l'importance du distributeur dans la commercialisation des produits concernés ;
- l'absence de choix délibéré du fournisseur de concentrer ses ventes auprès du distributeur (l'Autorité examine si la concentration des ventes résulte d'un choix stratégique ou d'une nécessité technique), et ;
- l'absence de solutions alternatives pour le fournisseur. »

Comme le dit l'ADLC, ces critères sont difficiles à hiérarchiser dans la mesure où la répartition des pouvoirs de négociation dépend très largement de la structure des marchés de chaque famille de produits concernés.

A cet égard, le poids moyen des principaux distributeurs ou regroupements de distributeurs dans le chiffre d'affaires des fournisseurs est intéressant :

POIDS MOYEN DES PRINCIPAUX DISTRIBUTEURS OU REGROUPEMENTS DE DISTRIBUTEURS DANS LE CHIFFRE D'AFFAIRES DES FOURNISSEURS¹

	Poids moyen	Écart	Proportion de fournisseurs pour lesquels le poids est inclus dans la fourchette			
			[0 - 10 %]	[10 - 20 %]	[20 - 30 %]	[30 - 40 %]
Carrefour/Cora	23,4 %	[14 % ; 31,1 %]	0 %	29 %	62,5 %	8,5 %
Intermarché/Casino	20,2 %	[4,9 % ; 34,7 %]	8,5 %	33,5 %	54 %	4 %
Auchan/Système U	19,3 %	[12,4 % ; 27,6 %]	0 %	50 %	50 %	0 %
E.Leclerc	15,6 %	[4 % ; 28,3 %]	16,5 %	66,5 %	16,5 %	0 %

Source : données communiquées par les fournisseurs, traitement par l'Autorité.

¹ Le dénominateur utilisé pour le calcul de cette part est le chiffre d'affaires total réalisé par les fournisseurs interrogés, tous canaux confondus, et les chiffres ont été calculés sur la base des données relatives à 24 fournisseurs ou filiales.

- L'ADLC termine sur les adaptations envisageables du cadre juridique, conformément à la demande d'avis. Deux propositions sont ainsi exposées par l'ADLC : d'une part, l'introduction dans le Code de commerce d'un nouvel article L. 462-10 visant à créer une obligation de notification préalable à l'ADLC des regroupements à l'achat les plus importants et, d'autre part, l'assouplissement des conditions de qualification de la situation de dépendance économique en accordant dans l'analyse une place centrale à l'appréciation de la capacité de l'opérateur en situation de dépendance alléguée, de mettre en œuvre une solution de remplacement dans un délai raisonnable. Ces propositions ont été retenues dans le cadre du projet de loi Macron à l'issue de son examen par l'Assemblée nationale et le Sénat. Rappelons que ce projet de loi prévoit également l'introduction d'une procédure d'injonction structurelle permettant aux autorités françaises de concurrence d'ordonner des cessions de magasins dans certaines zones de chalandise déterminées où le niveau de concurrence existant serait insuffisant.

Programme des interventions et des formations 2015 :

[un catalogue fédérant l'ensemble des propositions d'intervention/formation est disponible sur notre site www.grall-legal.fr]

Toute l'année, Grall & Associés dispense des formations au sein de votre entreprise ou dans ses bureaux. Les thèmes abordés en 2015 seront notamment :

- **La négociation commerciale 2015 et les évolutions liées à la loi Hamon sur la consommation :**

Les futures négociations commerciales interviendront dans un cadre évolutif fortement marqué par la volonté du gouvernement de faire appliquer strictement la LME et ce, dans toutes ses dispositions, outre toutes les nouvelles dispositions issues de la loi sur la consommation du 17 mars 2014 (« loi Hamon ») qui vont dans le sens de la fermeté et dont certaines s'appliquent immédiatement :

- Des conditions générales de vente dont le rôle est renforcé ;
- Un plan d'affaires annuel qui devra prévoir les contreparties aux avantages financiers accordés par le fournisseur ;
- Des avantages financiers dont l'assiette de calcul ne pourra pas rétroagir à une date antérieure à celle de l'application du nouveau tarif du fournisseur ;
- Les nouveaux instruments promotionnels (« NIP ») qui sont désormais contractualisés ;
- L'instauration de la règle de la concurrence entre la date de prise d'effet du tarif et celle des avantages financiers consentis au distributeur ;
- L'interdiction des demandes d'alignement et des compensations de marge ;
- L'impossibilité de modifier son tarif en cours d'année par l'industriel, sauf accord ou clause autorisée de renégociation ;
- Un mécanisme de facturation périodique mensuelle institutionnalisé ;
- L'instauration de sanctions administratives et d'un pouvoir de sanction donné aux services de la DGCCRF, sans oublier désormais un pouvoir d'injonction.

- **La mise en place de Programme de « compliance » pour se conformer aux règles de concurrence et vérifier la légalité des pratiques des entreprises au droit de la concurrence et de la distribution ;**

- **Le contrôle des concentrations :**

- Contrôle européen des concentrations : [règlement n°139/ 2004 du 20 janvier 2004 relatif au contrôle des concentrations entre entreprises] ;

- Contrôle français des concentrations dans le cadre des pouvoirs conférés à l'Autorité de la concurrence [détermination des seuils, définition du marché pertinent, procédure de notification / Lignes directrices de l'ADLC de décembre 2009] ;

- **La rupture fautive des relations commerciales établies [rupture brutale et rupture abusive] : risques liés à la rupture et conséquences financières ;**

- **L'audit juridique des accords de distribution dans le cadre du Règlement 330/2010 du 20 avril 2010 et de ses lignes directrices du 19 mai 2010 : incidences sur les contrats de distribution au regard des articles 101 et 102 du TFUE et des articles L.420-1 et L.420-2 du Code de commerce sanctionnant les ententes et les abus de domination**
– Définition des marchés pertinents à prendre en considération désormais – marché de l'approvisionnement ; Dual pricing ; Prix imposés ; vente sur internet ; distribution sélective / exclusive, etc. ;

- **La définition des pratiques anticoncurrentielles aux termes des dispositions des articles L.420-1 et L.420-2 du Code de commerce, et 101 et 102 du TFUE [ententes et abus de domination / pratiques concertées / standard de preuves requis par les autorités de concurrence] ;**

- **Les enquêtes de concurrence françaises et européennes [droits et obligations des personnes enquêtées et des enquêteurs] et ce, dans le cadre des pouvoirs conférés à l'Autorité de la concurrence par la LME du 4 août 2008 et l'ordonnance du 13 novembre 2008 + loi du 12 mai 2009, et à la Commission européenne ;**

- **Les échanges d'informations et de statistiques entre entreprises et/ou au sein de fédérations professionnelles [droit français et européen de la concurrence] ;**

- **L'application des règles de concurrence aux marchés publics ; appels d'offres : que peut-on faire, quelles sont les pratiques interdites / les offres de couverture / les offres dites « cartes de visites » / la sous-traitance et les groupements / etc. ;**

- **Les promotions des ventes [pratiques commerciales déloyales / trompeuses dans le cadre de la loi Hamon sur la consommation du 17 mars 2014, la loi de simplification du droit du 17 mai 2011, la loi Chatel du 3 janvier 2008 et de la LME du 4 août 2008 et de la jurisprudence européenne de 2009 à 2014 : jeux – concours – loteries, ventes avec primes, ventes par lots / liées / subor-**

données, offres de réductions de prix aux consommateurs, cartes de fidélité, publicité comparative, etc.].

- **Les responsabilités et obligations des producteurs et fournisseurs :** responsabilité contractuelle, responsabilité pénale, responsabilité du fait des produits défectueux, obligation générale de sécurité, garantie légale des vices cachés, garantie légale de conformité, garantie commerciale et contractuelle, clauses limitatives de responsabilité.

* * *

- **Proposition d'audit de structures tarifaires : Tarifs / Réductions de prix / CGV / CCV / CPV / services de coopération commerciale et autres obligations SRP / prix de vente conseillés et limites / NIP ;**

- **Proposition de rédaction de plan d'affaires annuel, comprenant la rédaction d'un contrat cadre et d'un modèle de contrat d'application ou celle d'un contrat unique reprenant l'ensemble de la négociation commerciale : CGV / CCV / CPV et les autres obligations définies par l'article L.441-7-I-3° du Code de commerce + les services de coopération commerciale, avec différentes options rédactionnelles en termes de définition de services et de modalités de rémunération + Contrat de mandat (NIP) ;**

- **Proposition d'accompagnement juridique de la négociation commerciale annuelle ;**

- **Proposition de mise en place de programmes de compliance orientés sur les pratiques antitrust et d'accompagnement lors du déploiement de tels programmes dans l'entreprise.**

- **Proposition d'intervention sur la communication des prix dans la relation verticale fournisseurs / distributeurs ; que dire, qu'écrire ; quelles limites ? « Do and don't » !**

Retrouvez les Lettres du Cabinet
sur notre site
www.grall-legal.fr

Rappel des prochaines formations

Droit de la consommation, publicité / mailing et opérations promotionnelles à jour des modifications prévues par la loi consommation

2 juin 2015

Intervenants : Jean-Christophe & Martine Béhar-Touchais

Formule 1 journée - Tarif * : 850 € HT

Objectifs principaux

- Appréhender les modifications issues de la loi Hamon du 17 mars 2014 relatives à la consommation
- Maîtriser les aspects juridiques des promotions des ventes dans le cadre de la loi Hamon du 17 mars 2014
- Connaître les règles applicables à chaque type d'opération promotionnelle
- Savoir appréhender l'impact européen sur l'organisation d'opérations promotionnelles
- Identifier les opérations promotionnelles à risques
- Bien connaître la notion de pratique commerciale déloyale dans le cadre de la Directive du 11 mai 2005
- Savoir accompagner les services marketing et attirer leur attention sur les risques encourus
- S'assurer de la pertinence de sa communication au regard du droit de la consommation
- Connaître les sanctions encourues et les responsabilités de chacun
- Appréhender et évaluer les risques potentiels liés à certains comportements afin de mieux les éliminer
- Déterminer si son entreprise est en zone de risques ou non
- Connaître les sanctions applicables en la matière et le rôle des Tribunaux

Bien gérer vos relations d'achat-vente : l'obligation d'information due par le vendeur et ses conséquences, la négociation commerciale, les conditions de validité du contrat de vente, les règles de facturation, les problématiques liées aux livraisons, la rupture de la relation commerciale établie

8 octobre 2015

Intervenants : Emmanuelle Bordenave-Marzocchi & Thomas Lamy

Formule 1 journée - Tarif * : 750 € HT

Objectifs principaux

- Appréhender les différentes étapes de la négociation commerciale
- Connaître les règles juridiques qui encadrent la négociation commerciale dans le contexte de la loi « consommation » du 17 mars 2014
- S'assurer de la régularité de ses factures
- Connaître les conditions de la validité du contrat de vente
- Connaître l'obligation d'information pesant sur le vendeur et ses conséquences
- Gérer les problématiques liées à la livraison
- Gérer et analyser le risque lié à la fin des relations commerciales

Et aussi...

Création des « **Essentiels du droit** » pour répondre aux besoins de formation synthétique des entreprises en concurrence / distribution / consommation / propriété intellectuelle : à titre d'exemple, les essentiels de la facturation, les essentiels des enquêtes de concurrence / consommation, les essentiels de la rupture d'une relation commerciale établie.