

Programme des formations GRALL INSTITUTE 2018 / 2019



*« Plus que transmettre
des compétences,
partager une expérience »*

Un cabinet d'avocats dédié au droit du marché

Depuis plus de 20 ans, Grall & Associés se consacre exclusivement au droit du marché et des stratégies commerciales, et ainsi au droit économique et de propriété intellectuelle !

Cabinet leader en France, Grall & Associés a développé des expertises de pointe reconnues dans tous les domaines liés au droit de la concurrence, de la distribution, de la consommation et de la propriété intellectuelle. Sa profonde connaissance des acteurs du monde du droit économique, tout particulièrement des autorités de concurrence, qu'elles soient françaises, européennes ou antitrust américaines et de la pratique judiciaire qui y est associée, est un gage d'efficacité pour ses clients.

Grall & Associés accompagne les entreprises françaises de toute taille sur leur marché ou souhaitant s'implanter et développer des réseaux de distribution hors de France, et les entreprises étrangères s'implantant en France.

Grall & Associés aide les entreprises à faire face aux changements permanents de la législation et de la pratique décisionnelle et judiciaire en droit Antitrust, de la distribution et de la consommation, sans oublier la propriété intellectuelle. Tous ses associés et collaborateurs prennent part activement aux colloques, séminaires et congrès professionnels dédiés à la matière.

Nos expertises

Droit de la concurrence

- Pratiques restrictives de concurrence
- Relation industrie / commerce
- Négociations commerciales annuelles
- Proposition d'audit de structures tarifaires
- Pratiques anticoncurrentielles
- Concentrations
- Suivi des enquêtes de concurrence à tous les stades
- Mise en place de programme de conformité (« compliance program ») et d'audit de concurrence

Droit de la distribution

- Mise en place de réseaux de distribution au niveau européen
- Distribution sélective
- Licence d'enseigne
- Concession exclusive de vente
- Distribution automobile
- Franchise
- Agence commerciale
- Courtage
- Commission à la vente ou à l'achat

Droit de la consommation

- Validation d'opérations promotionnelles de vente : vente avec prime / jeux concours – loteries
- Vente jumelée ou subordonnée
- Crédit à la consommation
- Réglementation produits et règles d'étiquetage
- Garantie et sécurité des produits
- E-commerce et vente à distance
- Pratiques commerciales déloyales, trompeuses ou agressives et comportement des entreprises à l'égard des consommateurs

Agriculture et concurrence

- L'incidence du règlement n°1308/2013 du 17 décembre 2013 portant sur l'organisation commune des marchés (OCM).
- Le cadre posé par la loi de modernisation de l'agriculture et de la pêche du 27 juillet 2010 (« LMAP ») en France : la contractualisation obligatoire de la filière de vente
- L'interdiction des rabais, remises et ristournes pour les fruits et légumes : quelle rémunération de la distribution ?

Droit de la propriété intellectuelle

- Marques
- Brevets
- Dessins et modèles
- Droits d'auteur
- Conseil et contentieux

Nous considérons également que l'information et la prévention de nos clients sont inhérentes à notre mission de conseil, c'est pour cette raison que le cabinet a mis en place :

- Des supports d'informations à destination de ses clients : la « Lettre de l'actualité » et des « Flashs concurrence » très récurrents faisant état des actualités majeures en la matière, en temps réel.
- Des séances d'informations trimestrielles : « Le droit en action » avec des partenaires notamment économistes, professeurs de droit ou experts comptables.

Enfin Grall & Associés est un organisme de formation et promeut le droit économique et le droit du marché au travers de formations intra ou interentreprise(s) : Grall Formations.

Procédures et Contentieux

- Suivi et assistance des entreprises à la suite de notification de griefs reçues des autorités de concurrence françaises ou européennes
- Appels d'offres privés ou publics/marchés publics (sous-traitance / co-traitance, groupements ponctuels) et application des règles de concurrence : offres de couverture, faux groupements, échec des projets de sous-traitance et soumission a posteriori, etc.
- Aides d'Etat
- Accompagnement face aux services d'enquête relevant de la DGCCRF, de l'Autorité de concurrence ou de la Commission européenne, voire d'autres autorités étatiques de concurrence en partenariat étroit avec nos correspondants d'Antitrust Alliance
- Assistance et défense devant l'Autorité de concurrence et la Commission européenne, voire devant les juridictions de recours au niveau européen (TPIUE / CJUE)
- Accompagnement et défense devant les tribunaux judiciaires
- Répression des fraudes
- Propriété intellectuelle

Nos secteurs clés

Alimentaire
Agriculture
Cosmétique et parfums, produits de luxe
Produits pharmaceutiques
Industrie automobile
Communication (édition, presse et TV notamment)
Bâtiment
Produits d'isolation, ciment et plaques de plâtre
Electronique grand public
Environnement / collecte et traitement des déchets
Informatique
Textile
Papiers
Bijouterie / Horlogerie
Décoration
Jouets
Chimie
Machines-outils, outillage électro portatif
E-commerce
Distribution

Nos associés formateurs

Grall & Associés est composé de spécialistes hautement reconnus en droit de la concurrence, de la distribution et de la consommation, intervenant dans la conception, l'organisation et la validation des stratégies commerciales et industrielles de ses clients. Le cabinet privilégie le travail d'équipe afin de délivrer le meilleur service et la meilleure qualité à ses clients.



Jean-Christophe Grall

Associé fondateur, gérant, Avocat à la Cour
Avocat au Barreau de Paris (1992)
Conseil juridique, juriste d'entreprise puis responsable juridique

Domaines d'intervention

Concurrence, Distribution, Consommation (France/UE)
Droit pénal des affaires
Droit de la publicité
Contrats commerciaux
Contentieux administratif
Droit de l'informatique
Propriété industrielle

Associations

A.F.E.C. (Association Française d'Etude de la Concurrence)
L.I.D.C. (Ligue Internationale du Droit de la Concurrence)
A.P.D.C. (Association des Avocats pratiquant le Droit de la Concurrence)



Nathalia Kouchnir-Cargill

Associée, Avocat à la Cour
Avocat au Barreau de Paris (1991)
Ancien Membre du Conseil de l'Ordre

Domaines d'intervention

Droit de la concurrence (France/UE)
Droit de la distribution / rédaction de contrats / mise en place de réseaux / contentieux
Droit général des affaires / contrats commerciaux / contentieux des relations commerciales
Droit de la publicité et de la promotion des ventes

Association

A.F.E.C. (Association Française d'Etude de la Concurrence)

Contact : nkc@grall-legal.fr



Emmanuelle Bordenave-Marzocchi

Associée, Avocat à la Cour

Avocat au Barreau d'Aix en Provence (1993)

Avocat au Barreau de Paris (1994)

Domaines d'intervention

Droit commercial / Contrats commerciaux

Droit de la distribution

Droit de la responsabilité / Risques industriels / Déchets

Droit social

Droit pharmaceutique

Droit pénal des affaires

Associations

A.F.E.C. (Association Française d'Etude de la Concurrence)

A.I.G.L.I. (Associazione Internazionale Giuristi di Lingua Italiana)



Thomas Lamy

Associé, Avocat à la Cour

Avocat au Barreau de Paris (1999)

Domaines d'intervention

Droit de la concurrence (France/UE)

Droit de la distribution

Droit de la consommation

Droit de la publicité et de la promotion des ventes

Associations

A.F.E.C. (Association Française d'Etude de la Concurrence)

A.P.D.C. (Association des Avocats pratiquant le Droit de la Concurrence)

Contact: tlamy@grall-legal.fr

Nos formations

"LES ENQUÊTES DE CONCURRENCE DILIGENTÉES PAR LES SERVICES DE LA DGCCRF, DE L'AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE, ET PAR LA COMMISSION EUROPÉENNE" ... page 08

Dates : 07/02/18 - 15/05/18 - 19/12/18 - 06/02/19

NÉGOCIATIONS COMMERCIALES ANNUELLES ... page 11

Dates : 18/01/18 - 19/09/18 - 18/10/18 - 13/11/18 - 06/12/18 - 17/01/19

LES SYSTÈMES DE DISTRIBUTION ... page 16

Dates : 12/04/2018 - 09/10/18 - 17/04/19

"POSITIONNEMENT DU PRIX DE VENTE / REVENTE ET DROIT DE LA CONCURRENCE" ... page 19

Dates : 02/02/2018 - 24/10/18 - 01/02/19

PRATIQUES ANTICONCURRENTIELLES ... page 22

Dates : 06/03/2018 - 03/10/18

"L'ESSENTIEL DU DROIT DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE : LA VENTE EN LIGNE EN 10 POINTS CLÉS" ... page 25

Dates : 15/02/2018 - 20/06/18 - 15/11/18 - 14/02/19

DROIT DE LA CONCURRENCE : LE DROIT DE LA CONCURRENCE N'EST PAS ÉTRANGER AUX MARCHÉS PUBLICS ! ... page 28

Dates : 13/06/2018 - 14/05/19

BIEN GÉRER VOS RELATIONS D'ACHAT-VENTE ... page 31

Dates : 10/04/2018 - 27/11/18 - 09/04/19

"DROIT DE LA CONSOMMATION, PUBLICITÉ / MAILING ET OPÉRATIONS PROMOTIONNELLES" ... page 34

Dates : 14/03/2018 - 21/11/18 - 13/03/19

LA RUPTURE BRUTALE DE RELATIONS COMMERCIALES ÉTABLIES ... page 37

Dates : 24/05/2018 - 26/09/18 - 04/12/18

Les enquêtes de concurrence diligentées par les services de la DGCCRF, de l'autorité de la concurrence, et par la Commission européenne

Dates d'intervention : 07 février 2018 - 15 mai 2018 - 19 décembre 2018
06 février 2019

Intervenant



Jean-Christophe
Grall

Public concerné

Présidents / Directeurs généraux / Directeurs administratifs et financiers / Secrétaires généraux / Directeurs commerciaux / Directeurs des achats / Directeurs marketing / Responsables compte clé / Administration des ventes / Directeurs juridiques / Responsables juridiques concurrence / Distribution / Directeurs techniques / Directeurs d'autres départements / Directeurs MDD / Délégués généraux et secrétaires généraux de fédérations professionnelles

Formule : 1 demi-journée / 9h à 13h

Tarif* : 650 € HT

Les objectifs poursuivis

- Acquérir les bons réflexes face à des enquêteurs relevant d'une autorité de concurrence
- Comment se comporter face à des enquêteurs ?
- Appréhender les risques liés à toute enquête de concurrence et ses conséquences potentielles futures
- Participer à des exercices pratiques et à des mises en situation
- Déterminer son comportement au vu de situations pratiques présentées lors de cette formation
- Connaître les suites de toute enquête de concurrence en termes de procédure civile, pénale, ou devant une autorité de concurrence
- Déterminer si son entreprise est en zone de risques ou non

* par participant(e)

Pré-requis :

Etre susceptible de faire l'objet d'une enquête de concurrence par des autorités de concurrence, qu'elles soient françaises ou européennes, en ce compris dans le domaine de la répression des fraudes.

Compétences visées :

A l'issue de la formation, le/la participant(e) sera en mesure de connaître ses droits et obligations face à l'administration procédant à une enquête de concurrence ou de consommation/répression des fraudes, en ayant acquis les réflexes qu'il convient d'avoir dans ce type d'enquête.

Aspects pratiques :

L'intervention comprend la remise de « slides », ainsi que de tous les textes légaux ou réglementaires et décisions de jurisprudence évoqués lors de l'intervention à la demande du participant. Le Cabinet bénéficie des dispositions des articles L.6311-1 et suivants du Code du travail sur la formation professionnelle continue – Numéro d'enregistrement 11753760075 auprès du Préfet de région d'Ile de France. Une convention de formation professionnelle peut, à cet égard, être adressée en fonction de la durée de la formation ou de l'intervention et de l'OPCA de branche.

Il est cependant précisé que :

- la convention de formations est signée entre le Cabinet Grall & Associés et la société dont le/les salarié(s) participe(nt) à la formation ;
- le règlement du coût de la formation est effectué directement auprès du Cabinet Grall & Associés par la société dont le/les salarié(s) participe(nt) à la formation.

Programme :

Présentation des services de contrôle

- DGCCRF
- Autorité de la concurrence
- Commission européenne
- Les modifications apportées par la loi consommation

Motifs d'intervention de la DGCCRF, de l'autorité de la concurrence et de la Commission européenne

- Motifs d'intervention de la DGCCRF
 - Premier type d'intervention : pratiques anticoncurrentielles
 - Ententes
 - Abus de position dominante
 - Abus d'état de dépendance économique
 - Deuxième type d'intervention : pratiques restrictives de concurrence
 - Prix minima imposés
 - Facturation non-conforme
 - Absence de convention annuelle
 - Revente à perte
 - Négociation commerciale
- Motifs d'intervention de l'Autorité de la concurrence/de la Commission européenne
 - Ententes
 - Abus de domination
 - Aides d'État

Les trois types d'enquêtes de concurrence

- Les enquêtes dites légères ou simples
 - Définition de ce type d'enquête
 - Droits et obligations des enquêteurs
 - Droits et obligations des personnes auditionnées
- Les enquêtes exceptionnelles ou lourdes
 - Définition de ce type d'enquête
 - Droits et obligations des enquêteurs
 - Droits et obligations des personnes visitées
 - Les saisies informatiques
- Focus sur l'évolution de la jurisprudence de la Cour d'appel de Paris, puis de la Cour de cassation sur les saisies massives de documents contenus dans des boîtes de messagerie et le « legal privilege »

- Les inspections communautaires
 - Définition de ce type d'enquête
 - Droits et obligations des enquêteurs
 - Droits et obligations des personnes visitées
 - Les saisies informatiques

Les recours en matière d'enquêtes de concurrence

Les sanctions en cas d'opposition à fonction

Les suites des enquêtes de concurrence

- Procédure civile
- Procédure pénale
- Procédure devant l'Autorité de la concurrence et les juridictions de recours
- Procédure devant la Commission européenne et les juridictions de recours
- Procédures alternatives
- Procédures de clémence

Négociations commerciales 2019 : de vrais changements attendus avec les nouvelles dispositions législatives !

Dates d'intervention : 18 janvier 2018 - 19 septembre 2018 - 18 octobre 2018
13 novembre 2018 - 06 décembre 2018 - 17 janvier 2019

Intervenants



Jean-Christophe
Grall



Thomas Lamy

Public concerné :

Directeurs commerciaux / Directeurs des achats / Responsables comptes clés / Administration des ventes / Services commerciaux / responsables MDD / Directeurs juridiques / Responsables juridiques concurrence / Distribution / Directeurs administratifs et financiers / Secrétaires généraux

Formule : 1 journée / 9h à 17h

Tarif* : 1 000 € HT

Les objectifs poursuivis

- Maîtriser les aspects juridiques des négociations commerciales dans le cadre de la LME, des modifications introduites par les lois Hamon, Macron, Sapin II et demain par la loi Travert sur les EGA et les ordonnances réformant le droit de la négociation commerciale ;
- Connaître la qualification des avantages financiers versés par un fournisseur à ses clients et les obligations induites en termes de facturation de services ou de mention sur facture des réductions de prix ;
- Savoir rédiger un plan d'affaires annuel rendu obligatoire par la LME et précisé par la loi Hamon dont la signature au plus tard le 1er mars de chaque année est impérative ;
- Différencier les plans d'affaires pour les négociants-grossistes (" B to B ") et identifier les obligations issues de la loi Macron ;
- S'assurer de la pertinence de sa communication sur les prix de revente au regard du droit Antitrust ;
- Connaître les sanctions applicables en la matière et rôle de la CEPC, des services de la DGCCRF et des tribunaux administratifs aujourd'hui - quelles incidences liées à l'application de la loi Macron ;
- Tirer les enseignements de l'avis de l'Autorité de la concurrence du 31 mars 2015 sur les regroupements à l'achat et envisager les nouveautés en la matière prévues par la loi Travert de 2018 ;
- Appréhender et évaluer les risques potentiels liés à certains comportements afin de mieux les éliminer ;
- Déterminer au vu des exemples pratiques donnés au cours de cette formation si son entreprise est en zone de risques ou non ;
- Actualiser ses connaissances au vu des dispositions connues à ce jour de la future loi Travert sur l'équilibre des relations commerciales et son cortège d'ordonnances !

* par participant(e)

Pré-requis :

Intervenir dans la préparation/conclusion des accords commerciaux et, de manière plus générale, dans les négociations commerciales annuelles.

Compétences visées :

A l'issue de la formation, le/la participant(e) doit être en mesure de connaître et évaluer les risques liés à la négociation commerciale afin de pouvoir définir une stratégie juridique propre à conclure tout accord commercial respectueux de la réglementation applicable.

Aspects pratiques :

L'intervention comprend la remise de « slides », ainsi que de tous les textes légaux ou réglementaires et décisions de jurisprudence évoqués lors de l'intervention à la demande du participant. Le Cabinet bénéficie des dispositions des articles L.6311-1 et suivants du Code du travail sur la formation professionnelle continue – Numéro d'enregistrement 11753760075 auprès du Préfet de région d'Ile de France. Une convention de formation professionnelle peut, à cet égard, être adressée en fonction de la durée de la formation ou de l'intervention et de l'OPCA de branche.

Il est cependant précisé que :

- la convention de formations est signée entre le Cabinet Grall & Associés et la société dont le/les salarié(s) participe(nt) à la formation ;
- le règlement du coût de la formation est effectué directement auprès du Cabinet Grall & Associés par la société dont le/les salarié(s) participe(nt) à la formation.

Les conditions de vente et leur négociabilité

Les conditions de vente :

- Le contenu des conditions générales de vente (CGV) ;
- Référence au prix d'achat prévisionnel moyen : quelles obligations ? quelles limites ?
- CGV et conditions tarifaires ; quelles différences ?
- Le renforcement du rôle des conditions générales de vente du fournisseur par la loi Hamon et peut-être plus encore demain avec le projet de loi Agriculture et Alimentation ;
- La déclinaison des conditions de vente du fournisseur :
 - Conditions catégorielles de vente ;
 - Conditions particulières de vente : quelles nouveautés en termes de contreparties ?
 - Conditions particulières de vente et services de « coopération commerciale » ;
 - Conditions particulières de vente et « autres obligations » visées par la LME ;

Les conditions générales d'achat :

- Confrontation entre les CGV et les CGA ;
- Rôles des CGA et valeur ;
- Limite des CGA ;
- Pénalités logistiques.

La négociabilité des tarifs :

- Comment peut s'exercer la différenciation tarifaire et quelles sont les implications des lois Hamon et Macron ?
- Quelle marge de négociation pour les opérateurs économiques ?
- Quelle relation avec le formalisme induit par la conclusion d'un accord cadre ou unique annuel visé par l'article L.441-7 du Code de commerce et la nécessité de préciser les obligations convenues entre les parties pour fixer le prix d'achat des produits ? quelles sont les implications de la loi Hamon en termes de reprise des CGV du fournisseur et de contreparties que l'on devrait retrouver dans le plan d'affaires ?
- Différencier tarifs / prix convenus d'achat / prix de revente des produits
- La limite de la négociabilité des tarifs : arrêt Galec du 25 janvier 2017 ;
- Les sanctions potentielles ;
- Rappel de la définition de la coopération commerciale ;
- Les « autres obligations » prévues par le Code de commerce ;

- La facturation des services de coopération commerciale par les distributeurs (détaillants et/ou grossistes) - la rémunération des services en valeur absolue ou relative ;
- La qualification et la rémunération des autres obligations (ex services distincts de la coopération commerciale).

La formalisation des documents concourant à la contractualisation de la formation commerciale entre un fournisseur et un distributeur

Contenu de la convention annuelle ou pluriannuelle :

- Le « plan d'affaires » annuel : définition / contenu / formalisation / délai maximal de conclusion ;
- Rappel des conditions générales de vente dans le plan d'affaires annuel ;
- Modifications instituées par la loi Hamon et la loi Sapin II ;
- L'insertion d'une clause de révision du prix convenu dans l'accord-cadre ou unique pluriannuel ;
- L'insertion obligatoire d'une clause de renégociation ;
- Quelles spécificités pour les grossistes (convention loi Macron) ?

Les nouveautés qui devraient être apportées par le projet de loi Agriculture et Alimentation :

- L'obligation de faire référence à des indicateurs (corrélation amont-aval) – la loi Travert et la cascade des indicateurs : jusqu'où et comment ?

Comment renégocier ses prix en cours d'année ?

- La clause de renégociation du prix : les modalités d'application – déclenchement de la clause, compte rendu de renégociation, etc. ;
- Les nouvelles dispositions de l'article L.441-8 du Code de commerce revu par la loi Travert
- L'imprévision ;
- Les dispositions de l'article L. 442-9 du Code de commerce sur les prix de cession abusivement bas ;
- Quelles nouveautés avec la loi Agriculture et Alimentation ?

Point sur les alliances à l'achat (internationales ou non) – où en est-on ? quelles sont les nouveautés de la loi Travert – comment réagir ?

- Projet de modification l'article L.462-10 du Code de commerce pour que les accords d'achat ou de référencement groupé ne donnent plus simplement lieu à une information de l'ADLC mais à un véritable contrôle de celle-ci sur la base d'un bilan concurrentiel pouvant conduire à la remise en cause de ces accords et à leur modification.
- La proposition d'ériger les articles L. 441-7 et L. 442-6 du Code de commerce en loi de police applicable à tout contrat qui a pour objet l'approvisionnement d'un acheteur de produits destinés à la revente sur le territoire français.

Seuil de revente à perte et promotions :

- Le calcul du seuil de revente à perte aujourd'hui ;
- Quelle définition du seuil de revente à perte à l'issue des Etats généraux de l'alimentation ?
- Comment calculer le « trois fois net » ?
- Que recouvrent « l'ensemble des avantages financiers » ?
- Quid des ristournes conditionnelles et de l'impact des rémunérations de services facturés par les distributeurs sur le SRP ?
- Le plafonnement des nouveaux instruments promotionnels
- Quel encadrement pour les promotions demain ?

Présentation du déséquilibre significatif dans le domaine de la grande distribution alimentaire :

Définition du déséquilibre significatif visé par l'article L.442-6-I-2° du Code de commerce :

- Quelles sont les notions que recouvre précisément la LME du 4 août 2008 en ayant créé le déséquilibre significatif dans les droits et obligations des parties à un contrat ?
- Comment s'articulent le Code de commerce et le Code civil sur cette notion de déséquilibre significatif ?
- Déséquilibre significatif et contrats d'adhésion ;
- Déséquilibre significatif et définition du prix ;
- Déséquilibre significatif et obtention de conditions particulières de vente ;
- Quelles sont les sanctions prévues par le texte de l'article L.442-6-I-2° du Code de commerce ?

- Nullité de la clause ;
- Caractère abusif ;
- Sanctions civiles ;
- Dommages et intérêts ;

• Quelle procédure peut être engagée dont l'objet est de dénoncer une clause figurant dans un contrat proposé par un distributeur ?

- Action ministérielle ;
- Action individuelle de l'entreprise ;
- Rôle de la DGCCRF et des fédérations professionnelles.

Quelles sont les limites aux clauses insérées dans les contrats dits d'« enseigne », qu'il s'agisse de conditions générales d'achat, de conditions logistiques, de contrats d'enseigne, de contrats de référencement, de contrats de collaboration commerciale, de contrats d'approvisionnement, de plan d'affaires annuel, etc. ?

- Les clauses stigmatisées par les assignations « Novelli » et les dernières assignations en date du ministre de l'économie
- Point complet sur la jurisprudence issue de l'ensemble des décisions rendues par les Tribunaux de commerce, la Cour d'appel de Paris et aujourd'hui la Cour de cassation ;
- Tableau panoramique de l'ensemble des clauses qui ont à ce jour été dénoncées par le ministre de l'économie et qui ont été sanctionnées ;
- Quelles sont les sanctions prononcées ?

Autres infractions du code de commerce :

- L'obtention d'une rémunération non justifiée par une contrepartie ou manifestement disproportionnée ;
- L'interdiction des compensations de marge et les demandes d'alignement ;
- La menace de déréférencement afin d'obtenir de meilleures conditions tarifaires ;
- Les nouvelles infractions créées par la loi Sapin II : centrales internationales / promotions des ventes / pénalités / etc.

Programme :

Voies d'actions du ministère de l'économie :

- Précisions apportées sur le cadre d'action des services de la DGCCRF et de ses entités locales (DIRECCTE) au titre de ses pouvoirs d'injonction/sanction
 - Au titre de quelles infractions ?
 - Quelle procédure est applicable ?
 - Quelles sont les sanctions pouvant être prononcées ?
 - Quels sont les recours prévus ?

Les systèmes de distribution

Dates d'intervention : 12 avril 2018 - 09 octobre 2018 - 17 avril 2019

Intervenants



Jean-Christophe
Grall



B U H U ' U ' ? c i W b] r 7 U f [] '

Public concerné

Présidents / Directeurs généraux / Directeurs commerciaux / Directeurs marketing / Directeurs administratifs et financiers / Secrétaires généraux / Directeurs juridiques / Responsables juridiques concurrence / Distribution / Délégués et secrétaires généraux de fédérations professionnelles

Formule : 1 journée / 9h à 17h

Tarif* : 850 € HT

Les objectifs poursuivis

- Maîtriser les aspects juridiques des contrats de distribution dans le cadre de l'architecture contractuelle européenne
- Connaître la qualification des différents statuts de distributeurs existants
- Savoir mettre en place un réseau de distribution exclusive ou sélective au niveau français et européen
- S'assurer de la pertinence de son réseau en termes d'étanchéité lorsqu'il s'agit d'un réseau de distribution sélective
- Savoir rédiger les différents contrats de distribution ; quelles sont les clauses sensibles (les « clauses noires ») ?
- Savoir intégrer des clauses relatives à la communication sur les prix de revente au regard du droit antitrust
- Savoir appréhender la distribution sur Internet (e-commerce)
- Savoir maîtriser le « dual pricing »
- Appréhender les importations parallèles et savoir réagir efficacement
- Comment réagir judiciairement dans chaque Etat membre de l'Union Européenne ?
- Connaître les sanctions encourues et les responsabilités de chacun
- Connaître les pratiques de nature anticoncurrentielle et la définition d'une entente verticale ayant comme support un contrat de distribution
- Appréhender et évaluer les risques potentiels liés à certains comportements afin de mieux les éliminer
- Auto-évaluer son contrat de distribution dans le cadre du règlement 1/2003
- Déterminer si son entreprise est en zone de risques ou non
- Connaître les sanctions applicables et le rôle des autorités de concurrence en matière d'entente verticale

* par participant(e)

Pré-requis :

Intervenir dans le cadre d'un réseau de distribution de quelque nature qu'il soit : agence commerciale/commission à la vente ou à l'achat/distribution exclusive ou non exclusive/distribution sélective/commission affiliation/commerce électronique.

Compétences visées :

A l'issue de la formation, le/la participant(e) doit être en mesure de déterminer les avantages et inconvénients liés à chacun des réseaux de distribution présentés lors de la formation lui permettant de retenir le type de réseau le mieux à même de répondre à ses besoins et contraintes, tout en connaissant les risques potentiels de l'utilisation de tel ou tel réseau de distribution.

Aspects pratiques :

L'intervention comprend la remise de « slides », ainsi que de tous les textes légaux ou réglementaires et décisions de jurisprudence évoqués lors de l'intervention à la demande du participant. Le Cabinet bénéficie des dispositions des articles L.6311-1 et suivants du Code du travail sur la formation professionnelle continue – Numéro d'enregistrement 11753760075 auprès du Préfet de région d'Ile de France. Une convention de formation professionnelle peut, à cet égard, être adressée en fonction de la durée de la formation ou de l'intervention et de l'OPCA de branche.

Il est cependant précisé que :

- la convention de formations est signée entre le Cabinet Grall & Associés et la société dont le/les salarié(s) participe(nt) à la formation ;
- le règlement du coût de la formation est effectué directement auprès du Cabinet Grall & Associés par la société dont le/les salarié(s) participe(nt) à la formation.

Programme :

Introduction

- La base juridique de la relation : distinction entre le distributeur indépendant et l'intermédiaire
- Les règles de droit applicables : lois spécifiques, droit commun des contrats et droit de la concurrence
- La réforme européenne des accords verticaux

Les conditions de validité des accords de distribution au regard du droit de la concurrence

La prohibition des ententes verticales anticoncurrentielles

- Définition de l'entente verticale
 - Notion d'accord vertical
 - Notion d'entente anticoncurrentielle
- Le principe de l'exemption de certaines catégories d'accords verticaux
 - Exemption par catégorie : Règlement de la Commission européenne n° 330/2010 du 20 avril 2010 : règlement, lignes directrices, application uniforme dans l'ensemble des pays européens.
 - Exemption individuelle : évolution de la position de la Commission européenne.

Les conditions de l'exemption au regard du règlement n° 330/2010

- Le seuil de part de marché :
 - Définition du marché pertinent
 - Le seuil de 30 %
 - La problématique de la part de marché du distributeur et la notion de marché de l'approvisionnement
 - Les accords d'importance mineure
- Les « clauses noires » / les « clauses grises »
 - Les prix imposés
 - Clauses de répartition de marchés ou de clients
 - Règles spécifiques à la distribution sélective
 - Les obligations de non-concurrence

La problématique de la revente des produits via Internet

- Principe de l'interdiction d'interdire de vendre sur Internet
- Les assouplissements vis-à-vis des « Pure Players »
- La question du « dual pricing »

La question des « contrats d'agence » : point sur les règles applicables et les apports du règlement n° 330/2010

- La question de la conformité des contrats d'intermédiation aux règles du droit de la concurrence
- Les conditions d'application des règles relatives aux ententes verticales
- Focus sur la question de la fixation du prix de revente

Typologie des accords de distribution

Les distributeurs intermédiaires

- La base juridique : le mandat
- Les différentes formes de représentation
 - L'agence commerciale
 - Le contrat de commission
 - La différence avec le contrat de courtage
- Le statut protecteur de l'agent commercial
 - L'exécution du contrat
 - Le droit à indemnité de l'agent à la cessation du contrat
- Les points clés de ces différents statuts
 - Le rôle de l'intermédiaire
 - La propriété du fond de commerce et de la clientèle
 - La propriété et la gestion des stocks
 - La facturation
 - Le statut de vendeur et la responsabilité vis-à-vis du client
 - L'indemnité de fin de contrat

Les distributeurs indépendants

- Les différents types d'accords de distribution : caractéristiques et critères de choix
 - La distribution sélective
 - La distribution exclusive
 - La franchise
 - L'exclusivité d'approvisionnement
 - La licence d'enseigne
- L'organisation globale de la relation contractuelle
 - L'obligation d'information précontractuelle
 - La distinction entre le contrat-cadre et les contrats d'application
 - L'interaction entre les dispositions du contrat cadre et les CGV

Positionnement du prix de vente / revente et droit de la concurrence

Dates d'intervention : 02 février 2018 - 24 octobre 2018 - 01 février 2019

Intervenants



Jean-Christophe
Grall



B U H U '] U '
? c i W \ b] r 7 U f [] '

Public concerné :

Présidents / Directeurs généraux / Directeurs commerciaux / Directeurs des achats / Responsables compte clé / Services commerciaux / Responsables MDD / Directeurs juridiques / Responsables juridiques concurrence / Distribution / Directeurs administratifs et financiers / Secrétaires généraux

Formule : 1 demi-journée / 9h à 13h

Tarif* : 650 € HT

Les objectifs poursuivis

- Maîtriser les aspects juridiques liés à la communication des prix
- S'assurer de la pertinence de sa communication sur les prix de revente au regard du droit antitrust
- Connaître les pratiques de nature anticoncurrentielle et la définition d'une entente verticale en matière de prix de revente
- Appréhender les comportements à risques afin de mieux les éliminer
- Connaître les sanctions encourues et les responsabilités de chacun
- Evaluer les risques potentiels liés à certains comportements
- Déterminer au vu des exemples pratiques donnés au cours de cette formation si son entreprise est en zone de risques ou non
- Connaître les sanctions applicables en la matière et le rôle des autorités de concurrence

* par participant(e)

Pré-requis :

Intervenir dans la communication de prix de vente aux consommateurs ou aux professionnels et ainsi dans la politique marketing visant à construire un discours portant sur le positionnement marketing des prix de vente.

Compétences visées :

A l'issue de la formation, le/la participant(e) doit savoir ce qu'il peut faire en matière de communication de prix de vente, que ce soit à des consommateurs ou à des professionnels, en connaissant les risques liés à toute pratique de prix de vente imposés et les sanctions qui y sont associées.

Aspects pratiques :

L'intervention comprend la remise de « slides », ainsi que de tous les textes légaux ou réglementaires et décisions de jurisprudence évoqués lors de l'intervention à la demande du participant. Le Cabinet bénéficie des dispositions des articles L.6311-1 et suivants du Code du travail sur la formation professionnelle continue – Numéro d'enregistrement 11753760075 auprès du Préfet de région d'Ile de France. Une convention de formation professionnelle peut, à cet égard, être adressée en fonction de la durée de la formation ou de l'intervention et de l'OPCA de branche.

Il est cependant précisé que :

- la convention de formations est signée entre le Cabinet Grall & Associés et la société dont le/les salarié(s) participe(nt) à la formation ;
- le règlement du coût de la formation est effectué directement auprès du Cabinet Grall & Associés par la société dont le/les salarié(s) participe(nt) à la formation.

Programme :

Introduction

- La base juridique de la relation : distinction entre le distributeur indépendant et l'intermédiaire
- Les règles de droit applicables : lois spécifiques, droit commun des contrats et droit de la concurrence
- La réforme européenne des règles sur les accords verticaux

Le nouveau seuil de revente à perte issu de la loi Chatel du 3 janvier 2008 et les incidences de la loi de modernisation de l'économie (LME)

- Quelle définition du seuil de revente à perte ?
- Comment calculer le « trois fois net » ?
- Que recouvrent « l'ensemble des avantages financiers » ?
- Quid des ristournes conditionnelles et de l'impact des rémunérations de services sur le SRP ?
- Quelles sont les mentions obligatoires sur factures ?
- Définition du « prix unitaire net »

Qualification des pratiques susceptibles d'être pour-suivies par les autorités de concurrence

- Procédures
- Les sanctions applicables

Attention aux pratiques collectives anticoncurrentielles : ententes verticales portant sur la fixation d'un prix minimal ou d'une marge minimale

- Bref rappel des principes applicables à la détermination des prix de vente conseillés
- Interdiction des pratiques de prix imposés
- Légitimité de principe des prix maxima
- Légitimité des prix conseillés, suggérés, préconisés ou indicatifs
- Rappel de la pratique décisionnelle de l'Autorité de concurrence dans différents secteurs
- Les risques de condamnations liés à des pratiques de prix de vente conseillés
- La méthode du triple test :
 - Communication de prix de revente
 - Application de ces prix
 - Mise en place d'une police des prix
- Le lancement de nouveaux produits
 - Focus sur une question en pleine évolution
 - La question du lancement de nouveaux produits
- Les produits complexes et la possibilité d'imposer un prix minimal

Pratiques anticoncurrentielles

Dates d'intervention : 06 mars 2018 - 03 octobre 2018

Intervenants



Jean-Christophe
Grall



Thomas Lamy

Public concerné

Présidents / Directeurs généraux / Directeurs commerciaux / Directeurs des achats / Services commerciaux / Responsables MDD / Directeurs juridiques / Responsables juridiques concurrence / Distribution / Directeurs administratifs et financiers / Secrétaires généraux

Formule : 1 journée / 9h à 17h

Tarif* : 850 € HT

Les objectifs poursuivis

- Connaître les pratiques de nature anticoncurrentielle et la définition d'une entente, celle d'une position dominante ou bien encore celle d'un état de dépendance économique
- S'assurer de la pertinence de sa communication sur les prix de revente au regard du droit antitrust
- Les échanges d'informations sensibles
- Appréhender et évaluer les risques potentiels liés à certains comportements afin de mieux les éliminer
- Connaître les sanctions encourues et les responsabilités de chacun
- Déterminer au vu des exemples pratiques donnés au cours de cette formation si son entreprise est en zone de risques ou non
- Connaître les sanctions applicables en la matière et le rôle des autorités de concurrence françaises et européennes

* par participant(e)

Pré-requis :

Intervenir dans le cadre d'un réseau de distribution de quelque nature qu'il soit (distribution non exclusive/distribution sélective/commission affiliation), dans la négociation commerciale annuelle entre fournisseurs et distributeurs et, de manière générale, intervenir dans la conclusion d'accords commerciaux.

Compétences visées :

A l'issue de la formation, le/la participant(e) devra être en mesure de connaître le périmètre de ce que l'on dénomme "les pratiques anticoncurrentielles" et donc la notion d'entente horizontale ou verticale, celle d'abus de position dominante ou de dépendance économique, avec dans chacun des cas la marge de manœuvre autorisée sans encourir de sanctions, que ce soit au niveau français ou au niveau européen avec les procédures associées mises en place par les autorités de concurrence.

Aspects pratiques :

L'intervention comprend la remise de « slides », ainsi que de tous les textes légaux ou réglementaires et décisions de jurisprudence évoqués lors de l'intervention à la demande du participant. Le Cabinet bénéficie des dispositions des articles L.6311-1 et suivants du Code du travail sur la formation professionnelle continue – Numéro d'enregistrement 11753760075 auprès du Préfet de région d'Ile de France. Une convention de formation professionnelle peut, à cet égard, être adressée en fonction de la durée de la formation ou de l'intervention et de l'OPCA de branche.

Il est cependant précisé que :

- la convention de formations est signée entre le Cabinet Grall & Associés et la société dont le/les salarié(s) participe(nt) à la formation ;
- le règlement du coût de la formation est effectué directement auprès du Cabinet Grall & Associés par la société dont le/les salarié(s) participe(nt) à la formation.

Qualification des pratiques susceptibles d'être poursuivies par les autorités de concurrence

Les ententes

- Définition d'une entente anticoncurrentielle
- Ententes horizontales et verticales
- Définition de l'objet et de l'effet anticoncurrentiel
- Descriptions des comportements et des pratiques susceptibles d'être qualifiées d'ententes horizontales ou verticales.

Les abus de position dominante

- Définition de la position dominante et de ses abus
- Les situations visées en l'espèce
- Quelques décisions de l'Autorité de la concurrence et des autorités communautaires.

Procédures et sanctions

- Les procédures suivies
- Les sanctions encourues

Focus sur les ententes verticales

Attention aux pratiques collectives anticoncurrentielles : ententes verticales portant sur la fixation d'un prix minimal ou d'une marge minimale notamment : les risques accrus d'ententes anticoncurrentielles

- Bref rappel des principes applicables à la détermination des prix de vente conseillés
- Interdiction des pratiques de prix imposés
- Légitimité de principe des prix maxima et des prix de vente conseillés
- Légitimité des prix conseillés, suggérés, préconisés ou indicatifs
- Rappel de la pratique décisionnelle de l'Autorité de concurrence dans différents secteurs
- Les risques de condamnations liés à des pratiques de prix de vente conseillés
- La méthode du triple test :
 - Communication de prix de revente
 - Application de ces prix
 - Mise en place d'une police des prix
- Le lancement de nouveaux produits :
 - Focus sur une question en pleine évolution
 - La question du lancement de nouveaux produits

Les réseaux de distribution et les clauses sensibles

- La distribution agréée / sélective
- La distribution exclusive
- La franchise

Focus sur les échanges d'information

Une pratique sensible : les échanges d'informations au sein d'une organisation ou entre professionnels

- Interdiction de principe des échanges directs d'informations entre concurrents
 - Nature des informations échangées directement entre concurrents
 - Modalités retenues pour l'échange direct d'informations
- Légitimité de principe portant sur la diffusion d'informations statistiques par une organisation professionnelle à ses membres
 - Licéité de principe des organisations professionnelles
 - Rôle des organisations professionnelles et limites
 - Structure du marché concerné et identification des leaders
 - Nature et détail des informations diffusées
 - Périodicité de la diffusion et ancienneté des informations
- Des pratiques « noires » à l'illicéité évidente
 - Ententes sur les prix et les marges
 - Recommandations tarifaires (prix, barèmes ou taux horaires conseillés)
 - Répartition de marché
 - Pratiques de boycott
- Quelques décisions de l'Autorité de la concurrence et des autorités communautaires

L'essentiel du droit du commerce électronique : la vente en ligne en 10 points clés

Dates d'intervention : 15 février 2018 - 20 juin 2018 - 15 novembre 2018
14 février 2019

Intervenants



BUNUJU
?ci WAb]f! 7 Uf[]`



Eléonore
Camilleri

Public concerné

Directeurs généraux / Directeurs commerciaux /
Directeurs des achats / Directeurs juridiques /
Responsables juridiques / Directions techniques /
Directeurs marketing / Directeur clientèle

Formule : 1 demi-journée / 9h à 13h

Tarif* : 650 € HT

Les objectifs poursuivis

- Identifier les problématiques juridiques du commerce en ligne en fonction de vos objectifs
- Maîtriser le cadre juridique des relations B to B dans le cadre des stratégies de distribution du fournisseur / gérer la problématique des plateformes de vente en ligne
- Maîtriser le cadre juridique des relations B to C lié à la création et au développement d'un site de commerce en ligne
- Connaître les conditions de la validité de la vente à distance en ligne au vu des dernières évolutions législatives
- Bien rédiger les mentions légales, les conditions générales d'utilisation et les conditions générales de vente de votre site de commerce en ligne
- Données personnelles/cookies : anticiper la mise en conformité au nouveau règlement européen entrant en application le 25 mai 2018 (RGPD) et les éventuels contrôles de la CNIL

* par participant(e)

Pré-requis :

"Gérer des problématiques relatives à une activité commerciale susceptible d'être développée via internet".

Compétences visées :

A l'issue de la formation, le/la participant(e) doit être en mesure d'appréhender les questions juridiques relatives à la création d'un site de commerce électronique et aux règles applicables à la vente de produits sur internet.

Aspects pratiques :

L'intervention comprend la remise de « slides », ainsi que de tous les textes légaux ou réglementaires et décisions de jurisprudence évoqués lors de l'intervention à la demande du participant. Le Cabinet bénéficie des dispositions des articles L.6311-1 et suivants du Code du travail sur la formation professionnelle continue – Numéro d'enregistrement 11753760075 auprès du Préfet de région d'Ile de France. Une convention de formation professionnelle peut, à cet égard, être adressée en fonction de la durée de la formation ou de l'intervention et de l'OPCA de branche.

Il est cependant précisé que :

- la convention de formations est signée entre le Cabinet Grall & Associés et la société dont le/les salarié(s) participe(nt) à la formation ;
- le règlement du coût de la formation est effectué directement auprès du Cabinet Grall & Associés par la société dont le/les salarié(s) participe(nt) à la formation.

Les dix points clés

1. Élaborer votre stratégie de distribution au regard des obligations pesant sur la vente en ligne

- La coexistence des circuits de vente directe et des distributeurs indépendants
- La liberté des distributeurs de vendre en ligne
- La problématique des « pure players » et des plates-formes de vente en ligne
- Les critères qualitatifs de la vente en ligne

2. Gérer les interactions entre la vente en ligne et les autres canaux de distribution : le « cross canal »

- Gérer la pluralité de canaux de distribution
- La question de la différenciation des conditions tarifaires
- La question de la différenciation des conditions d'approvisionnement
- Les exclusivités de fourniture / les gammes de produits différenciées

3. Créer juridiquement un site de commerce électronique

- Définir un nom de domaine, l'enregistrer, gérer les risques juridiques y afférents
- Déclarer son site Internet à la CNIL : obligations et principes

4. Rédiger les mentions légales de votre site de commerce en ligne

- Les mentions légales obligatoires

5. Rédiger les conditions générales d'utilisation (CGU) de votre site de commerce en ligne

- Des CGU pour mieux protéger le contenu du site et limiter votre responsabilité
- L'essentiel du droit du commerce électronique - Programme

6. Les règles de la vente à distance depuis les dernières évolutions législatives

- Information renforcée du consommateur avant la commande
- Les droits des consommateurs (droit de rétractation...)
- Les obligations du vendeur

7. Rédiger les conditions générales de vente en ligne

- Quelles sont les implications de la loi Hamon et des ordonnances de 2016 ?
- Quelles sont les clauses que vous devrez absolument faire figurer dans vos CGV ?

8. Gérer le paiement à distance et sécuriser les transactions

- Les données pouvant être collectées ou non lors d'un paiement à distance
- La sécurisation des paiements électroniques

9. Respecter les textes en matière de données personnelles et éviter les sanctions de la CNIL

- Entrée en application du RGPD le 25 mai 2018
- Collecte et traitement des données personnelles des consommateurs
- Opt in / opt out
- Accroissement des sanctions

10. Gérer les « cookies » conformément aux recommandations de la CNIL

- Cadre juridique applicable aux "cookies" et autres traceurs
- Ce que vous pouvez faire /ne pas faire

Droit de la concurrence :

Le droit de la concurrence n'est pas étranger aux marchés publics !

Dates d'intervention : 13 juin 2018 - 14 mai 2019

Intervenant



Jean-Christophe
Grall

Public concerné

Directeurs administratifs et financiers / Secrétaires généraux / Responsables collectivités publiques / Département appels d'offres / Directeurs juridiques / Responsables juridiques concurrence / Directeurs commerciaux / Services commerciaux

Formule : 1 demi-journée / 9h à 13h

Tarif* : 600 € HT

Les objectifs poursuivis

- Connaître les pratiques de nature anticoncurrentielle et la définition d'une entente anticoncurrentielle, celle d'un abus de position dominante ou bien encore celle d'un état de dépendance économique ; qu'est-ce qu'un prix anormalement bas au regard du Code de commerce et du Code des marchés publics ?
- Les échanges d'informations dans le domaine des appels d'offres
- Les appels d'offres et leur réponse (sous-traitance – groupement – appartenance à un même groupe d'entreprises – etc.)
- Appréhender et évaluer les risques potentiels liés à certains comportements afin de mieux les éliminer
- Déterminer au vu des exemples pratiques donnés au cours de cette formation si son entreprise est en zone de risques ou non
- Identifier la responsabilité de chacun
- Connaître les sanctions applicables en la matière et le rôle des autorités de concurrence françaises et européennes, mais aussi l'intervention des juridictions administratives
- Les actions en réparation du dommage concurrentiel (Directive 2014/104 du 26 novembre 2014)
- Évaluer le préjudice subi du fait d'une pratique anticoncurrentielle et comment s'y préparer

* par participant(e)

Pré-requis :

Intervenir dans la commande publique et donc être susceptible de répondre ou d'accompagner les opérationnels dans la réponse à des appels d'offres relevant du Code des marchés publics.

Compétences visées :

A l'issue de la formation, le/la participant(e) doit être en mesure de déterminer les pratiques susceptibles de revêtir un caractère anticoncurrentiel dans le domaine des marchés publics et plus précisément du droit de la commande publique en connaissant tout aussi bien les dispositions relevant du Code des marchés publics que celles du Code de commerce, voire du Code pénal.

Aspects pratiques :

L'intervention comprend la remise de « slides », ainsi que de tous les textes légaux ou réglementaires et décisions de jurisprudence évoqués lors de l'intervention à la demande du participant. Le Cabinet bénéficie des dispositions des articles L.6311-1 et suivants du Code du travail sur la formation professionnelle continue – Numéro d'enregistrement 11753760075 auprès du Préfet de région d'Ile de France. Une convention de formation professionnelle peut, à cet égard, être adressée en fonction de la durée de la formation ou de l'intervention et de l'OPCA de branche.

Il est cependant précisé que :

- la convention de formations est signée entre le Cabinet Grall & Associés et la société dont le/les salarié(s) participe(nt) à la formation ;
- le règlement du coût de la formation est effectué directement auprès du Cabinet Grall & Associés par la société dont le/les salarié(s) participe(nt) à la formation.

Qualification des pratiques susceptibles d'être poursuivies par les autorités de concurrence et d'être appréhendées par les juridictions administratives

Les ententes

- Définition d'une entente anticoncurrentielle
- Ententes horizontales et verticales
- Définition de l'objet et de l'effet anticoncurrentiel
- Descriptions des comportements et des pratiques susceptibles d'être qualifiées d'ententes horizontales ou verticales.

Les abus de position dominante

- Définition de la position dominante et de ses abus
- Les situations visées en l'espèce
- Quelques décisions de l'Autorité de la concurrence, des autorités européennes et des juridictions administratives

Procédures et sanctions

- Les procédures suivies
- Les sanctions encourues

Focus sur les échanges d'informations

Une pratique sensible : les échanges d'informations entre concurrents

- Interdiction de principe des échanges directs d'informations entre concurrents
 - Nature des informations échangées entre concurrents
 - Modalités retenues pour l'échange d'informations
- Légitimité de principe portant sur la diffusion d'informations statistiques par une organisation professionnelle à ses membres
 - Structure du marché concerné et identification des leaders
 - Nature et détail des informations diffusées
 - Périodicité de la diffusion et ancienneté des informations
- Des pratiques « noires » à l'illicéité évidente
 - Ententes sur les prix et les marges
 - Répartition de marchés
 - Pratiques de boycott
- Légitimité des recommandations tarifaires (prix, barèmes ou taux horaires conseillés) et limites

→ À titre d'illustration, quelques décisions de l'Autorité de la concurrence, des autorités européennes et des juridictions administratives

Focus sur les appels d'offres publics

- Les différents types de pratiques répréhensibles ou susceptibles de le devenir
 - Les offres de couverture
 - Les offres dites « cartes de visite »
 - L'appartenance à un groupe d'entreprise
 - Le cas de la sous-traitance et de l'échec de celle-ci
 - Appréhension par le Code des marchés publics
 - Appréhension par le Droit de la concurrence
- Le cas des groupements constitués afin de répondre à un appel d'offres
 - Appréhension par le Code des marchés publics
 - Appréhension par le Droit de la concurrence

Focus sur les offres paraissant anormalement basses

- Rappel de l'article 55 du Code des marchés publics
- Appréhension par le Droit de la concurrence et des autorités de concurrence de la notion de prix prédateurs
- Qu'est-ce qu'un prix anormalement bas ?
- Appréciation par les juridictions administratives

Focus sur la procédure suivie devant les autorités de concurrence

- Autorités compétentes
- Juridictions de recours

Focus sur l'appréhension des pratiques anticoncurrentielles par les juridictions administratives

- Comment et à quel titre ?

Focus sur la réparation du préjudice subi dans le cadre des actions en réparation des dommages liés à une pratique anticoncurrentielle

Bien négocier et gérer vos relations d'achat-vente

L'obligation d'information due par le vendeur et ses conséquences, la négociation commerciale, les conditions de validité et de conclusion du contrat de vente, les règles de facturations, les problématiques liées aux livraisons ou à l'inexécution du contrat de vente, la rupture de la relation commerciale établie

Dates d'intervention : 10 avril 2018 - 27 novembre 2018 - 09 avril 2019

Intervenants



Emmanuelle
Bordenave-
Marzocchi



Thomas Lamy

Public concerné

Directeurs généraux / Directeurs commerciaux /
Directeurs des ventes / Directeurs juridiques /
Directeurs administratifs / Directeurs financiers /
Responsables juridiques / Directions techniques /
Services techniques / Services commerciaux /
Service administration des ventes / Service
logistique / etc..

Formule : 1 demi-journée / 14h à 17h

Tarif* : 750 € HT

Les objectifs poursuivis

- Appréhender les différentes étapes de la négociation commerciale
- Connaître les règles juridiques qui encadrent la négociation commerciale dans le contexte des lois « Macron » du 6 août 2015 et « Sapin II » du 8 décembre 2016 et de la réforme des droits et obligations
- S'assurer de la régularité de ses factures
- Conclure un contrat de vente
- Connaître les règles de la détermination du prix : évolution, révision, imprévision
- Connaître l'obligation d'information pesant sur le vendeur et ses conséquences
- Gérer la résolution d'un contrat de vente
- Gérer les problématiques liées à la livraison
- Gérer et analyser le risque lié à la fin des relations commerciales

* par participant(e)

Pré-requis :

Intervenir dans la conclusion et la résiliation d'accord commerciaux.

Compétences visées :

A l'issue de la formation, le/la participant(e) doit être en mesure de gérer la négociation commerciale, d'appréhender les règles de la fixation et de l'évolution du prix de vente, mettre en œuvre la résolution d'un contrat de vente et savoir gérer la fin des relations commerciales établies.

Aspects pratiques :

L'intervention comprend la remise de « slides », ainsi que de tous les textes légaux ou réglementaires et décisions de jurisprudence évoqués lors de l'intervention à la demande du participant. Le Cabinet bénéficie des dispositions des articles L.6311-1 et suivants du Code du travail sur la formation professionnelle continue – Numéro d'enregistrement 11753760075 auprès du Préfet de région d'Ile de France. Une convention de formation professionnelle peut, à cet égard, être adressée en fonction de la durée de la formation ou de l'intervention et de l'OPCA de branche.

Il est cependant précisé que :

- la convention de formations est signée entre le Cabinet Grall & Associés et la société dont le/les salarié(s) participe(nt) à la formation ;
- le règlement du coût de la formation est effectué directement auprès du Cabinet Grall & Associés par la société dont le/les salarié(s) participe(nt) à la formation.

Programme :

De la prise de commande à la facturation, les documents commerciaux

- Le bon de commande
- Les conditions générales de vente
 - Les mentions obligatoires
 - La communication des CGV
- L'opposabilité de vos CGV face aux CGA de vos clients
- Les conditions catégorielles de vente
- Les conditions particulières de vente
- La négociation commerciale
- La formalisation du résultat de votre négociation commerciale
- Le plan d'affaires annuel et les relations avec vos clients

La facture et le droit de la facturation

- Les mentions obligatoires !
- Comment établir une facture conforme au droit de la facturation ?
- Les délais de règlement
- Les pénalités de retard
- L'escompte

Les conditions de validité du contrat de vente

- La formation du contrat de vente
- Le prix déterminé ou déterminable
- L'obligation de conseil et d'information du vendeur

La livraison

- Notion de livraison du produit
- Modalités contractuelles de livraison
- Le non-respect de la date de livraison et ses conséquences

La rupture d'une relation commerciale établie

- Qu'est-ce qu'une rupture ?
- Comment déterminer le préavis minimal devant être laissé ?
- Quelles conséquences d'une rupture brutale ?
- Quelle indemnisation du préjudice subi ?

Droit de la consommation, publicité / mailing et opérations promotionnelles

Dates d'intervention : 14 mars 2018 - 21 novembre 2018 - 13 mars 2019

Intervenants



Jean-Christophe Grall



Caroline Bellone-Closset



Eléonore Camilleri

Public concerné

Directeurs et services marketing / Directeurs commerciaux / Directeurs des achats / Secrétaires généraux / Services commerciaux / Directeurs MDD / Directeurs administratifs et financiers / Directeurs juridiques / Responsables juridiques concurrence / Distribution

Formule : 1 journée / 9h à 17h

Tarif* : 850 € HT

Les objectifs poursuivis

- 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 et de la loi du 20 décembre 2014 relative à la simplification de la vie des entreprises
- 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 règles relatives à la médiation de la consommation, dont la mise en place est obligatoire depuis l'entrée en vigueur, le 1er janvier 2016, de l'ordonnance du 20 août 2015 transposant la Directive 2013/11/UE du 21 mai 2013
- 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

* par participant(e)

Pré-requis :

Intervenir dans le domaine du marketing, de la construction d'opérations publicitaires, promotionnelles, d'animation sur le lieu de vente (ALV), de publicité sur le lieu de vente (PLV) ou d'informations données sur le lieu de vente (ILV) et ce tant du côté du fournisseur que des enseignes de distribution.

Compétences visées :

A l'issue de la formation, le/la participant(e) doit être en mesure de connaître les ressorts juridiques animant les différents types de mécaniques promotionnelles, le contenu des informations dont le consommateur doit impérativement avoir connaissance, la notion de pratiques commerciales déloyales et pouvoir adapter ses campagnes publicitaires ou promotionnelles dans le cadre du commerce électronique, en ayant également une bonne connaissance des nouvelles dispositions protectrices des données personnelles (RGPD).

Aspects pratiques :

L'intervention comprend la remise de « slides », ainsi que de tous les textes légaux ou réglementaires et décisions de jurisprudence évoqués lors de l'intervention à la demande du participant. Le Cabinet bénéficie des dispositions des articles L.6311-1 et suivants du Code du travail sur la formation professionnelle continue – Numéro d'enregistrement 11753760075 auprès du Préfet de région d'Ile de France. Une convention de formation professionnelle peut, à cet égard, être adressée en fonction de la durée de la formation ou de l'intervention et de l'OPCA de branche.

Il est cependant précisé que :

- la convention de formations est signée entre le Cabinet Grall & Associés et la société dont le/les salarié(s) participe(nt) à la formation ;
- le règlement du coût de la formation est effectué directement auprès du Cabinet Grall & Associés par la société dont le/les salarié(s) participe(nt) à la formation.

Les opérations promotionnelles

Les différents types d'opérations promotionnelles

- Les ventes avec primes et cadeaux
- Les offres de remboursement et réductions de prix aux consommateurs
- Les ventes liées, subordonnées ou jumelées
- Les jeux concours et loteries

Les réglementations applicables

Quelques conseils pratiques

Tableaux des sanctions applicables en matière d'opérations promotionnelles

Définition du consommateur

La revue légale des publicités et des mailings

L'information des consommateurs

- L'application des articles L.111-1 et suivants du Code de la consommation sur l'obligation générale d'information des consommateurs
- La détermination du prix des prestations offertes et des conditions de vente : loyauté et transparence des informations données
- Les engagements proposés
- Les conditions particulières de vente ou de prestations de service

Les mentions obligatoires dans tout document publicitaire

Le commerce électronique

- Quelles mentions prévoir ?
- Quelles sanctions ?

Les pratiques commerciales déloyales

- Les pratiques commerciales trompeuses :
 - La publicité fautive ou de nature à induire en erreur
 - La référence au consommateur d'attention moyenne
 - L'absence d'élément intentionnel
 - Les sanctions encourues
 - Exemples de comportements sanctionnés
 - Les responsables : personnes physiques et/ou morales
- La publicité comparative :
 - Application des articles L.121-8 à 14 du Code de la consommation
 - Les conditions de licéité
 - Les motifs généraux d'illicéité
 - Les obligations de l'annonceur
 - Les relations entre publicité comparative et publicité fautive ou de nature à induire en erreur
 - Les sanctions et injonctions

- Les pratiques commerciales illicites :
 - Refus et subordination de vente ou de prestation de services
 - Ventes et prestations de services sans commande préalable
 - Ventes ou prestations «à la boule de neige»
 - Abus de faiblesse
 - Pratiques commerciales agressives.

L'application de la loi Toubon

- Définition des contraintes légales au regard de la loi du 4 août 1994, du décret du 3 mars 1995, de la circulaire du 19 mars 1996 et des textes subséquents
- Exemples de mentions sanctionnées
- Les sanctions applicables

La publicité comme support d'agissement parasitaire

- Définition du parasitisme – notion de copie ou d'imitation
- Éléments à prouver
- Exemples d'agissements parasites reconnus
- Exemples de rejet d'actions en parasitisme
- Les sanctions applicables

L'application du droit des marques et du droit d'auteur en matière de publicité et de mailing

- La publicité dite « imitante »
- Le droit des marques est-il applicable ?
- Les dispositions relatives aux droits d'auteur
- Quelques lignes directrices à respecter
- Les comportements prohibés
- Les sanctions applicables

Le droit des personnes dont l'image est reproduite dans un document publicitaire

L'application de la loi informatique et libertés du 6 janvier 1978 modifiée et les mentions obligatoires sur les documents publicitaires

L'action de groupe dans le cadre de la loi Hamon

Rappel du contexte législatif

De quel préjudice parle-t-on ?

Quelle procédure doit-on retenir ?

Selon quelle modalité interviendra l'indemnisation ?

Le jugement de responsabilité

L'interaction avec les actions civiles individuelles

Le problème de la prescription

La spécificité de la réparation du dommage en matière d'infractions au droit de la concurrence

La rupture brutale de relations commerciales établies

Dates d'intervention : 24 mai 2018 - 26 septembre 2018 - 04 décembre 2018

Intervenants



Jean-Christophe
Grall



Guillaume Mallen

Public concerné

Présidents / Directeurs généraux / Secrétaires généraux / Directeurs administratifs et financiers / Directeurs commerciaux / Directeurs des achats / Directeurs marketing / Directeurs de la logistique / Directeurs techniques / Responsables compte clé / Services commerciaux / Directeurs MDD / Délégués secrétaires généraux de fédérations professionnelles / Directeurs juridiques / Responsables juridiques concurrence / Distribution

Formule : 1 demi-journée / 9h à 13h

Tarif* : 650 € HT

Les objectifs poursuivis

- Maîtriser les aspects juridiques liés à la rupture de relations commerciales établies
- Savoir accompagner les opérationnels dans le cadre d'une rupture que l'on en soit l'auteur ou la victime
- Savoir évaluer le préjudice subi lors d'une rupture fautive de relation commerciale établie
- Déterminer le préavis devant être respecté
- Savoir identifier le préjudice subi et l'indemnisation induite
- Identifier les indemnisations périphériques : investissements, capital humain, moyens techniques
- Faire le lien avec les pratiques anticoncurrentielles (abus de position dominante)
- Savoir faire intervenir des économistes et des experts comptables
- 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 la pratique judiciaire, les sanctions applicables en la matière et le rôle des Tribunaux et des services de la DGCCRF

* par participant(e)

Pré-requis :

Intervenir dans la négociation d'accords commerciaux et par conséquent dans la rupture de ceux-ci quels que soient les accords : simple accord portant sur la vente d'un produit ou d'une prestation de service/conclusion d'accords complexes de distribution (distribution exclusive ou non, franchise, distribution automobile, distribution sélective, mandataire, etc.).

Compétences visées :

A l'issue de la formation, le/la participant(e) devra pouvoir rompre un contrat de distribution, mettre fin à un courant d'affaires, sans prendre de risques inconsidérés en termes de rupture brutale, d'absence de préavis ou d'inexécution du préavis laissé et les risques de condamnation associés à toute rupture brutale d'une relation commerciale établie.

Aspects pratiques :

L'intervention comprend la remise de « slides », ainsi que de tous les textes légaux ou réglementaires et décisions de jurisprudence évoqués lors de l'intervention à la demande du participant. Le Cabinet bénéficie des dispositions des articles L.6311-1 et suivants du Code du travail sur la formation professionnelle continue – Numéro d'enregistrement 11753760075 auprès du Préfet de région d'Ile de France. Une convention de formation professionnelle peut, à cet égard, être adressée en fonction de la durée de la formation ou de l'intervention et de l'OPCA de branche.

Il est cependant précisé que :

- la convention de formations est signée entre le Cabinet Grall & Associés et la société dont le/les salarié(s) participe(nt) à la formation ;
- le règlement du coût de la formation est effectué directement auprès du Cabinet Grall & Associés par la société dont le/les salarié(s) participe(nt) à la formation.

La distinction entre rupture brutale et rupture abusive

La rupture brutale, application de l'article L.442-6-i-5° du code de commerce

- Qu'est-ce qu'une relation commerciale établie ?
- Qu'est-ce qu'une rupture ?
 - Totale
 - Partielle
 - Le déréférencement des produits par une GSA / GSS
- Les conditions à respecter pour éviter une rupture brutale
 - Une condition de forme (l'écrit)
 - Une condition de fond (un préavis)
 - Les critères d'évaluation du préavis
 - Légaux
 - Jurisprudentiels
 - Le point de départ du préavis
 - Le cas spécifique des appels d'offres / les contrats de MDD
- Les exceptions à l'exigence d'un préavis écrit
 - L'inexécution des engagements contractuels
 - La force majeure
 - Les éventuelles autres exceptions
 - La mauvaise foi
 - La baisse d'activité

La rupture abusive : application des règles classiques de la responsabilité contractuelle ou délictuelle

- Le principe
 - Droit de rompre sans motivation un contrat à durée indéterminée ou de ne pas renouveler un contrat à durée déterminée sous réserve de respecter un délai de préavis
 - Droit de faire application des clauses résolutoires prévues au contrat
- La limite : l'abus de droit
 - Qu'est-ce qu'un abus de droit ?
 - Typologie des composants abusifs
 - Exemples de comportements jugés non fautifs
- Le préjudice lié à la rupture fautive de relations commerciales établies
 - Quelle réparation pour quel préjudice ?
 - Les facteurs aggravants
 - L'influence du comportement de la victime de la rupture
 - Typologie des postes de préjudice

Contacts

Françoise Bey : fbey@grall-legal.fr

Christiane Jean-Pierre : cjp@grall-legal.fr

Frédérique Ferali : fferali@grall-legal.fr

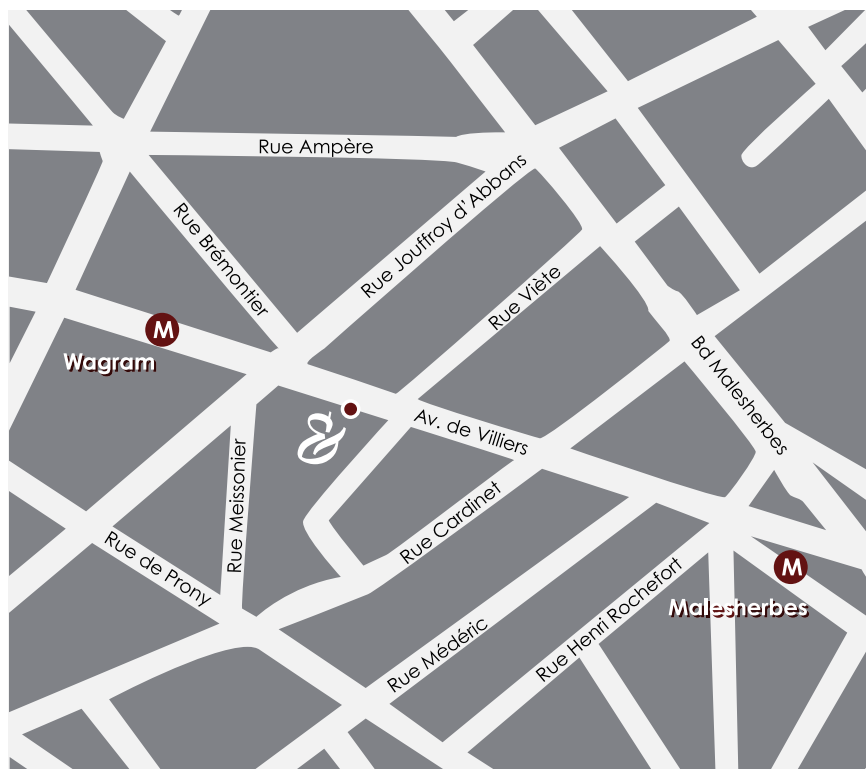
63, avenue de Villiers - 75017 Paris

Tél : +33 (0)1 53 57 31 70 - Fax : +33 (0)1 47 20 90 40

Mail : contact@grall-legal.fr

Palais P 40

www.grall-legal.fr



Conditions générales de vente

Les formations décrites dans le présent catalogue peuvent être dispensées dans les entreprises ou organisations professionnelles.

Le cabinet bénéficie des dispositions des articles L.6311-1 et suivants du Code travail sur la formation professionnelle continue - Numéro d'enregistrement 11753760075 auprès du Préfet de région d'Ile-de-France. Une convention de formation professionnelle peut, à cet égard, être adressée en fonction de la durée de la formation ou de l'intervention et de l'OPCA de branche.

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

© Tous droits réservés