

# PROGRAMME DES FORMATIONS GRALL INSTITUTE - 2020/2021



« 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.

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.

## 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 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

### Droit de la propriété intellectuelle

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

### 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 ?

### Procédures et Contentieux

- Suivi et assistance des entreprises à la suite de notation de griefs reçues des autorités de concurrence françaises ou européennes
- Appels d’offres privés ou publics/marchés publics (soustraction / co-traitance, groupements ponctuels) et application des règles de concurrence : offres de couverture, faux groupements, échec des projets de soustraction 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 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**  
**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)



**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)

✉ [tlamy@grall-legal.fr](mailto:tlamy@grall-legal.fr)

# NOS FORMATIONS

10

PAGE 10

## NÉGOCIATIONS COMMERCIALES ANNUELLES : NOUVELLES OPPORTUNITÉS OU NOUVELLES CONTRAINTES POUR 2020 ?

Dates : 16/01/2020 - 15/09/2020 - 20/10/2020 - 17/11/2020 - 15/12/2020 - 19/01/2021

14

PAGE 14

## PRATIQUES ANTICONCURRENTIELLES

Dates : 19/03/2020 - 06/10/2020 - 24/11/2020 - 07/10/2021

18

PAGE 18

## POSITIONNEMENT DU PRIX DE VENTE / REVENTE ET DROIT DE LA CONCURRENCE

Dates : 12/02/2020 - 26/03/2020 - 24/09/2020 - 25/03/2021

22

PAGE 22

## DROIT DE LA CONSOMMATION, PUBLICITÉ / MAILING ET OPÉRATIONS PROMOTIONNELLE

Dates : 10/03/2020 - 10/12/2020 - 11/03/2021

26

PAGE 26

## BIEN GÉRER VOS RELATIONS D'ACHAT-VENTE

Dates : 07/04/2020 - 26/11/2020 - 08/04/2021

30

PAGE 30

## LES SYSTÈMES DE DISTRIBUTION

Dates : 23/04/2020 - 15/10/2020 - 20/04/2021

34

PAGE 34

## LA RUPTURE BRUTALE DE RELATIONS COMMERCIALES ETABLIES

Dates : 04/06/2020 - 17/09/2020 - 03/12/2020 - 04/05/2021

38

PAGE 38

## LES ENQUÊTES DE CONCURRENCE DILIGENTÉES PAR LES SERVICES DE LA DGCCRF, DE L'AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE, ET PAR LA COMMISSION EUROPÉENNE

Dates : 02/04/2020 - 19/06/2020 - 17/12/2020 - 01/04/2021

42

PAGE 42

## L'ESSENTIEL DU DROIT DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE : LA VENTE EN LIGNE EN 10 POINTS CLÉS

Dates : 21/01/2020 - 16/04/2020 - 18/06/2020 - 19/01/2021

46

PAGE 46

## DROIT DE LA CONCURRENCE : LE DROIT DE LA CONCURRENCE N'EST PAS ÉTRANGER AUX MARCHÉS PUBLICS !

Dates : 14/05/2020 - 23/06/2020 - 11/05/2021



# NÉGOCIATIONS COMMERCIALES ANNUELLES : NOUVELLES OPPORTUNITÉS OU NOUVELLES CONTRAINTES POUR 2020 ?

Dates d'intervention : 16 janvier 2020 - 15 septembre 2020 - 20 octobre 2020 - 17 novembre 2020 - 15 décembre 2020  
19 janvier 2021

Formule : 1 journée / 9h à 17h  
Tarif : 1000 € HT par participant(e)



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

### 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 désormais par la loi EGAlim et les ordonnances réformant en profondeur le droit de la négociation commerciale et les promotions ;
- Connaître et savoir appliquer le jeu de la cascade des indicateurs amont/aval pour les produits alimentaires (art. L. 631-24-1 du CRPM et L. 441-8 du C. com) ;
- 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 le Code de commerce dont la signature au plus tard le 1er mars de chaque année est impérative ;
- Connaître les spécificités juridiques réservées aux négociants-grossistes (« B to B ») ;
- Appréhender les dispositions applicables aux MDD versus les marques de fournisseurs (MDF) ;
- Savoir ce qui est permis ou non dans une alliance à l'achat et ce qui peut être demandé ou non ; envisager les nouveautés en la matière prévues par la loi EGAlim et les suites possibles de l'enquête ouverte le 16 juillet 2018 par l'Autorité de la concurrence sur les derniers regroupements à l'achat ;

- 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 de la loi EGAlim et de son cortège d'ordonnances !

### PRÉ-REQUIS

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

### COMPÉTENCES VISÉES

- À 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 majorations du SRP et limitation des promotions (produits alimentaires et petfood) en 2019

- I La majoration du SRP de 10% :
  - Quels opérateurs économiques sont concernés ?
  - Quels produits ?
  - À partir de quand ?
  - Rappel sur le calcul du SRP
- I L'encadrement des promotions :
  - Quel encadrement pour les promotions demain ?
    - La limitation en valeur (34%) ;
    - La limitation en volume (25%) ;
    - Comment définit-on ces limites ? Quelle assiette de calcul retenir dans la convention annuelle (marques(s)/ catégories/ensemble du CA et période couverte) ?
    - Les conséquences en termes de formalisation du plan d'affaires annuel 2019 ; que faudra-t-il préciser dans la convention 2020 ?
  - L'interdiction du mot « gratuit » et ses conséquences
- I La majoration du SRP de 10% :
  - Quelles obligations en termes de prise en compte d'indicateurs ?
  - De quels indicateurs parle-t-on ?
  - Qui est concerné par ces nouvelles obligations ?
  - Comment prendre en compte ces indicateurs ?
  - Quelles sanctions ?
  - Indicateurs et prix de cession abusivement bas

Les conditions de vente et leur négociabilité

- I Les conditions de vente :
  - Le contenu des conditions générales de vente (CGV) - des chiffres et des lettres ;
  - CGV et conditions tarifaires ?
  - Le renforcement du rôle des conditions générales de vente du fournisseur qui va s'accroître demain avec la loi EGAlim ;
  - La déclinaison des conditions de vente du fournisseur :
    - Conditions catégorielles de vente par circuit de distribution : un jeu de cartes ;
    - Conditions particulières de vente (CPV) : quid des contreparties ?
- I Les conditions générales d'achat :
  - Confrontation entre les CGV et les CGA ;
  - Rôle et valeur des CGA ;
  - Limite des CGA ;
  - Pénalités logistiques.
- I La négociabilité des tarifs :
  - Comment peut s'exercer la différenciation tarifaire ?
  - Quelle marge de négociation pour les opérateurs économiques ?
  - Différencier tarifs / prix convenus / prix de revente des produits ;
  - Le principe d'intangibilité du prix convenu : quel avenir avec la loi Egalim ?
  - La limite de la négociabilité des tarifs : l'affaire Galec du 25 janvier 2017 – suite et fin ; mais aussi les affaires ITM et Système U de 2017 et 2018 ; qu'en conclure sur le plan pratique ?
  - La QPC Carrefour ;

La formalisation des documents concourant à la contractualisation de la relation commerciale entre un fournisseur et un distributeur (un impératif qui sera encore renforcé par la loi EGAlim)

- I Contenu de la convention annuelle ou pluriannuelle ; le plan d'affaires annuel ou pluriannuel ; les nouveautés de la loi EGA :
  - Le « plan d'affaires » annuel : définition / contenu / formalisation / délai maximal de conclusion ;
  - Rappel des conditions générales de vente dans le plan d'affaires annuel ; tarifs / contreparties / engagements ;
  - Les prestations de services : « coopération commerciale » et « autres obligations » : qu'attendre de la loi EGAlim ?
  - Le renforcement des contreparties et des engagements de l'acheteur ;
  - Modification en cours d'année : possible ou non et si oui comment et jusqu'où ?
  - Modifications instituées par la loi EGAlim.
- I Comment renégocier ses prix en cours d'année : quelles nouveautés avec la loi EGA ?
  - Les nouvelles dispositions de l'article L.441-8 du Code de commerce revu par la loi EGA : quels produits sont concernés ?
  - La clause de renégociation du prix : les modalités d'application – déclenchement de la clause, compte rendu de renégociation, etc. ;
  - Quelles conséquences en cas d'échec de la renégociation ?

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

- Modification du Code de commerce pour que les accords d'achat ou de référencement groupé ne donnent plus lieu à une information limitée de l'Autorité de la concurrence (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 ;
- L'auto-saisine de l'ADLC du 16 juillet 2018 (alliances Carrefour/Système U, Carrefour/Tesco et Auchan/Casino) : qu'attendre de l'ADLC demain ?

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

- I Définition du déséquilibre significatif et conséquences sur la négociation commerciale en termes de contreparties : les suites des affaires Galec (2017), ITM (2017) et Système U (2018) ; la QPC Carrefour !
  - Déséquilibre significatif et contrats d'enseigne ;
  - Déséquilibre significatif et définition du prix issu de la négociation commerciale annuelle ;
  - Déséquilibre significatif et obtention de conditions particulières de vente non justifiées ;

Voies d'actions du ministère de l'économie :

- I 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 ?

# PRATIQUES ANTICONCURRENTIELLES

Dates d'intervention : 19 mars 2020 - 06 octobre 2020 - 24 novembre 2020 - 07 octobre 2021

Formule : 1 journée / 9h à 17h  
Tarif : 850 € HT par participant(e)



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

### 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

### 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

- À 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

- I 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.
- I 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
- I Procédures et sanctions

  - Les procédures suivies
  - Les sanctions encourues

- 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

Focus sur les ententes verticales

- I 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

Focus sur les échanges d’information

- I 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
- 16
- 17

# POSITIONNEMENT DU PRIX DE VENTE / REVENTE ET DROIT DE LA CONCURRENCE

Dates d'intervention : 12 février 2020 - 26 mars 2020 - 24 septembre 2020 - 25 mars 2021

Formule : 1 demi-journée / 9h à 13h

Tarif : 750 € HT par participant(e)



Intervenants  
JEAN-CHRISTOPHE GRALL  
NATHALIA KOUCHNIR-CARGILL

### 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

### 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
- Évaluer 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

### 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

- À 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.

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

I 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 rému-nérations de services sur le SRP ?
- Quelles sont les mentions obligatoires sur factures ?
- Définition du « prix unitaire net »

I 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 indi-catifs
- 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

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

- Procédures
- Les sanctions applicables

# DROIT DE LA CONSOMMATION, PUBLICITÉ / MAILING ET OPÉRATIONS PROMOTIONNELLES

Dates d'intervention : 10 mars 2020 - 10 décembre 2020 - 11 mars 2021

Formule : 1 journée / 9h à 17h

Tarif : 850 € HT par participant(e)



Intervenants

JEAN-CHRISTOPHE GRALL

CAROLINE BELLONE-CLOSSET

ÉLÉONORE 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

## 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
- 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

## 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

- À 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

- I 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
- I Les réglementations applicables
- I Quelques conseils pratiques
- I Tableaux des sanctions applicables en matière d’opérations promotionnelles
- I Définition du consommateur

La revue légale des publicités et des mailings

- I 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
- I Les mentions obligatoires dans tout document publicitaire
- I Le commerce électronique
  - Quelles mentions prévoir ?
  - Quelles sanctions ?

- I Les pratiques commerciales déloyales
  - Les pratiques commerciales trompeuses
    - La publicité fausse 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 :
    - L’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 fausse 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.

- I 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
- I La publicité comme support d’agissement parasitaire
  - Définition du parasitisme – notion de copie ou d’imitation
  - Éléments à prouver
  - Exemples d’agissements parasitaires reconnus
  - Exemples de rejet d’actions en parasitisme
  - Les sanctions applicables
- I 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

- I 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



# 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 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 : 07 avril 2020 - 26 novembre 2020 - 08 avril 2021

Formule : 1 demi-journée / 9h à 13h

Tarif : 750 € HT par participant(e)



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..

## LES OBJECTIFS POURSUIVIS

- 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

## PRÉ-REQUIS

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

## COMPÉTENCES VISÉES

- À 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

- I 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
- I 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

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

# LES SYSTÈMES DE DISTRIBUTION

Dates d'intervention : 23 avril 2020 - 15 octobre 2020 - 20 avril 2021

Formule : 1 journée / 9h à 17h  
Tarif : 850 € HT par participant(e)



Intervenants  
JEAN-CHRISTOPHE GRALL  
NATHALIA KOUCHNIR-CARGILL

### 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

### 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

### 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

- À 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.

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

- I La prohibition des ententes verticales anticoncurren-tielles

• 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 Com-mission européenne.
- I 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
- I 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 »

I 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
- I 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

I 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
- 32
- 33

# LA RUPTURE BRUTALE DE RELATIONS COMMERCIALES ÉTABLIES

Dates d'intervention : 04 juin 2020 - 17 septembre 2020 - 03 décembre 2020 - 04 mai 2021

Formule : 1 demi-journée / 9h à 13h

Tarif : 650 € HT par participant(e)



Intervenants  
JEAN-CHRISTOPHE GRALL  
GUILLAUME MALLÉN

### 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

### 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

### 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

- À 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

- I 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

- I 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

# LES ENQUÊTES DE CONCURRENCE DILIGENTES PAR LES SERVICES DE LA DGCCRF, DE L'AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE, ET PAR LA COMMISSION EUROPÉENNE

Dates d'intervention : 02 avril 2020 - 19 juin 2020 - 17 décembre 2020 - 01 avril 2021

Formule : 1 journée / 9h à 17h  
Tarif : 1000 € HT par participant(e)



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

### 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

### 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

- À 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

- I DGCCRF
- I Autorité de la concurrence
- I Commission européenne
- I Les modifications apportées par la loiconsommation

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

- I Motifs d’intervention de la DGCCRF
  - Premier type d’intervention : pratiques anticoncurrentielles
    - Entente
    - 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
- I 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

- I Les enquêtes dites légères ou simples
  - Définition de ce type d’enquête
  - Droits et obligations des enquêteurs
  - Droits et obligations des personnes auditionnées
- I 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
- I 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 »
- I 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

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

# L'ESSENTIEL DU DROIT DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE : LA VENTE EN LIGNE EN 10 POINTS CLÈS

Dates d'intervention : 21 janvier 2020 - 16 avril 2020 - 18 juin 2020 - 19 janvier 2021

Formule : 1 demi-journée / 9h à 13h

Tarif : 650 € HT par participant(e)



## PUBLIC CONCERNÉ

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

Intervenants  
NATHALIA KOUCHNIR-CARGILL  
ÉLÉONORE CAMILLERI

## 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

## PRÉ-REQUIS

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

## COMPÉTENCES VISÉES

- À 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

- I

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
- I

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
- I

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
- I

Rédiger les mentions légales de votre site de commerce en ligne
  - Les mentions légales obligatoires
- I

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
- I

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
- I

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 ?
- I

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
- I

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
- I

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 : 14 mai 2020 - 23 juin 2020 - 11 mai 2021

Formule : 1 demi-journée / 9h à 13h

Tarif : 750 € HT par participant(e)



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

### 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.

### 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

- À 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**

**I 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.

**I 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

**I Procédures et sanctions**

- Les procédures suivies
- Les sanctions encourues

**Focus sur les échanges d’informations**

**I 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 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 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 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 ?

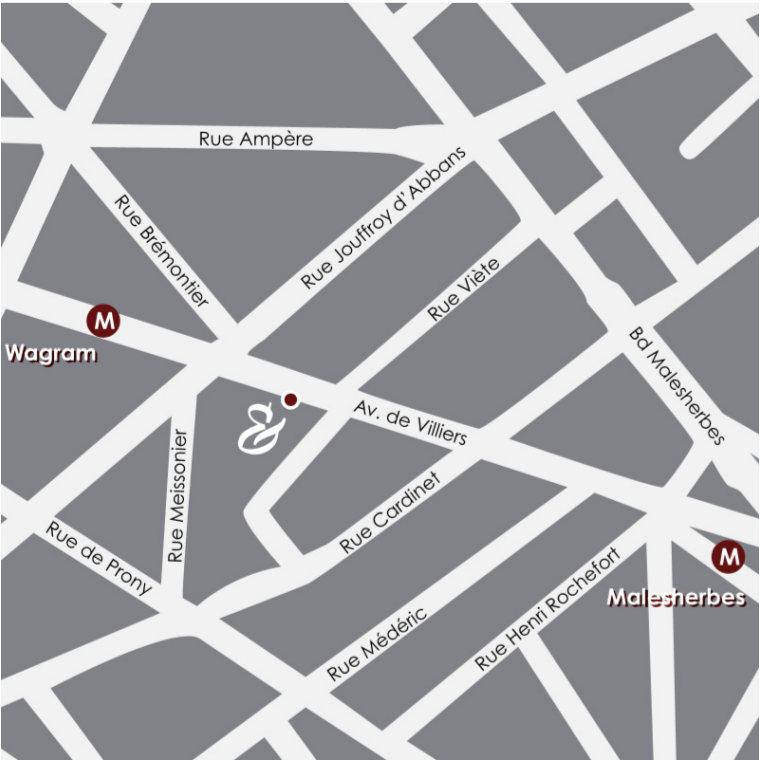
**Focus sur la réparation du préjudice subi dans le cadre des actions en réparation des dommages liés à une pratique anticoncurrentielle**

# 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-formations.fr](http://www.grall-formations.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

