



VOGEL ACADEMY

PROGRAMME MODULE CONSOMMATION

Objectifs :

- Appréhender les clauses abusives dans les CGV.
- Connaître la réglementation en matière de publicité comparative et d'information du consommateur.
- Maîtriser la gestion de l'après-vente (vices cachés, conformité, tromperie, produits défectueux).

Modalités d'évaluation :

Cette formation se conclut par un test final de compétence de 40 minutes en ligne (20 QCM et 1 cas pratique), dont la réussite conditionne l'obtention d'un certificat de formation.

Accessibilité :

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap. Pour plus d'information, nous contacter.

Lieu :

La formation se fait exclusivement en ligne.

Date :

La formation peut démarrer à la discrétion l'étudiant.

Durée :

45h de formation estimée, dont 7h de formation tutorée.

Pré-requis :

Etre titulaire d'un Master 1 de droit ou d'un diplôme équivalent et avoir une expérience professionnelle en entreprise et/ou en cabinet.

Tarifs :

2 000 € HT.

Moyens pédagogiques :

Formation tutorée :

- 1 atelier animé par les avocats du cabinet Vogel & Vogel : Publicité / Vente / Après-vente (voir programme détaillé)
10 et 11 mars 2022 – 9h-11h
- 50 QCM et 2 cas pratiques

Supports pédagogiques :

- 1 ouvrage pratique, Les Fondamentaux du droit de la consommation



VOGEL ACADEMY

- 5 vidéos théoriques animées par Louis et Joseph Vogel :
 - Comment éviter un grief de clause abusive en droit de la consommation ?
 - Comment se défendre contre une action en suppression de clauses abusives initiée par une association de consommateurs ?
 - Comment se défendre face à une action en responsabilité du fait des produits défectueux ?
 - Les entreprises doivent-elles craindre les actions de groupe ?
 - Comment se défendre contre une accusation de tromperie en droit de la consommation ?
 - 5 vidéos pratiques :
 - CGV – clauses abusives, animée par Benoît Gaboriau, Directeur juridique de Bouygues Telecom
 - La gestion de l'après-vente au sein d'un service juridique, animée par Jean-Christophe Laprée, Responsable du département juridique de Mercedes-Benz France
 - Vices cachés, animée par Natalia Van Oost, Responsable juridique d'Evobus France
 - Publicité comparative, animée par Patrick Rémot, Directeur juridique de Clear Channel
 - Obligation d'information et devoir de conseil du vendeur, animée par Georges Doulain, Directeur SAV de Espace Suffren
 - Support de l'atelier.
-

PROGRAMME DÉTAILLÉ DE L'ATELIER PUBLICITE / VENTE / APRES-VENTE

Introduction

PARTIE I : PUBLICITE ET PROMOTION DES VENTES

Section 1 : Pratiques commerciales déloyales

I. Règles générales

Rappel rapide sur le droit de l'Union – Problématiques et avantages de la directive d'harmonisation maximale (directive 2005-29 du 11/05/2005)

II. Pratiques commerciales trompeuses

1. Champ d'application
2. Règles matérielles
 - a) PCT par action
 - b) PCT par omission

3. Sanctions

III. Pratiques commerciales agressives

Section 2 : Autres pratiques commerciales interdites

PARTIE II : VENTE

Section 1 : Conditions de validité

I. Le consentement

- A. Erreur
- B. Dol

II. Obligation d'information

- A. Obligation du code civil
- B. Obligation du code de la consommation
- C. Question de la preuve
- D. Sanction du défaut d'information

Section 2 : Les clauses abusives

I. Champ d'application

- A. Notion de consommateur ou de non-professionnel
- B. Notion de professionnel

II. Le contrôle du déséquilibre significatif

- A. Clauses relatives à la conclusion du contrat
- B. Clauses relatives au périmètre du contrat
- C. Clauses relatives à l'exécution du contrat
 1. Obligations des parties
 2. Inexécution des parties
 - a) Responsabilité du professionnel
 - b) Responsabilité du consommateur ou du non-professionnel
- D. Clauses relatives à la fin du contrat
 1. Clause de tacite reconduction
 2. Clause de retenue ou de restitution
 3. Clause de résiliation



- E. Clauses relatives à la résolution des litiges

III. Les pouvoirs du juge

- A. Obligation de relever d'office les clauses abusives dans un contrat soumis à son contrôle
 - B. Sanction des clauses abusives
-

PARTIE III : CONTRATS A DISTANCE ET HORS ETABLISSEMENT

- I. Les ventes à distance**
 - II. Le démarchage téléphonique**
 - III. Contrats conclus hors établissement**
-

PARTIE IV : ACTIONS DES ASSOCIATIONS DE CONSOMMATEURS

I. L'action de groupe

- 1. Les différentes actions de groupe
- 2. Cas pratique : exemple de défense à une action de groupe pour vices cachés suite à une action de rappel

II. Autres actions possibles

- 1. Action exercée dans l'intérêt collectif des consommateurs
 - 2. Action conjointe et intervention en justice
 - 3. Action en représentation conjointe
-

PARTIE V : APRES-VENTE

Section 1 : Conformité des produits

I. Obligation générale de conformité

II. Obligation de livrer la chose convenue

- A. Obligation de délivrance conforme
 - 1. Notion et contenu de l'obligation
 - 2. Régime
 - a) Preuve
 - b) Responsabilité du vendeur
 - c) Sanction



VOGEL ACADEMY

- B. Garantie légale de conformité
 - 1. Notion et champ d'application
 - 2. Conditions
 - 3. Régime
- C. Garantie commerciale de conformité (garantie contractuelle)

III. Tromperie

IV. Falsification et infractions relatives aux produits

Section 2 : Garantie des vices cachés

I. Conditions de la garantie

- A. Existence d'un contrat de vente
- B. Antériorité du vice
- C. Non-apparence du vice (appréciation in concreto)
- D. Impropiété de la chose (vice inhérent et vice affectant l'usage de la chose)

II. Mise en œuvre de la garantie

- A. Fondement de l'action
- B. Prescription en matière de garantie des vices cachés

Section 3 : Sécurité des produits

I. Droit commun de la sécurité des produits

II. Responsabilité civile du producteur/fournisseur

- A. Responsabilité contractuelle
- B. Responsabilité extracontractuelle

III. Responsabilité du fait des produits défectueux

- A. Conditions
 - 1. Produit défectueux
 - 2. Dommage
 - 3. Lien de causalité
- B. Exonérations
- C. Régime de la réparation

IV. Obsolescence programmée