



VOGEL ACADEMY

PROGRAMME ATELIER RÉSEAUX DE DISTRIBUTION

PARTIE 1 : L'entrée dans le réseau de distribution

I. L'information précontractuelle

- 1) Le document d'information précontractuelle (loi Doubin)
- 2) L'information précontractuelle de droit commun depuis la réforme du droit des contrats

II. L'impératif absolu de la bonne foi lors de la formation du contrat

- 3) La réforme du droit des contrats
- 4) Les négociations contractuelles de bonne foi

III. Le contrôle de l'accès au réseau

- 5) Le changement de paradigme
- 6) Le refus d'agrément en distribution exclusive
- 7) Le refus d'agrément en distribution sélective quantitative
- 8) Le refus d'agrément en distribution sélective purement qualitative
- 9) Les limites du nouveau paradigme

IV. Le droit et la juridiction applicables

- 10) Le choix du juge compétent
- 11) Le choix du droit applicable

V. La durée des contrats

PARTIE 2 : La gestion du réseau de distribution

I. Le prix de vente du fournisseur à son réseau

- 1) La jurisprudence classique sur le prix tarif
- 2) Les nouvelles problématiques résultant de la convention unique et de la réforme du droit des contrats

II. Le prix de revente du réseau à ses clients

- 1) Dans les réseaux de distribution par revendeurs indépendants
- 2) Dans les réseaux de distribution par représentation

III. La convention unique

- 1) Le formalisme
- 2) Les nouveaux risques résultant de la loi Hamon

IV. Les clauses déséquilibrées

- 1) L'application de l'article L. 442-6, I, 2 du Code de commerce
- 2) Les clauses déséquilibrées dans les contrats d'adhésion

V. La bonne foi dans l'exécution du contrat

VI. Les ventes par internet

- 1) Le principe
- 2) Les ventes par internet et les distributions sélective et exclusive
- 3) Les clauses restrictives des ventes par internet interdites
- 4) L'interdiction des ventes sur les places de marché
- 5) La distribution par internet par le fournisseur

VII. La revente hors réseau

- 1) La revente hors du réseau sélectif
- 2) La revente hors du réseau exclusif

VIII. Les restrictions aux ventes hors zone de chalandise

- 1) En distribution exclusive
- 2) En distribution sélective

IX. Éviter les restrictions horizontales entre membres du réseau

X. Éviter les primes fidélisantes et autres abus en cas de position dominante

PARTIE 3 : La sortie du réseau et la fin du contrat de distribution

I. L'arrêt total de la distribution

- 1) Exemples de marques sorties du marché européen
- 2) Les précautions à prendre

II. La fin du contrat

- 1) La multiplication des contentieux
- 2) La résiliation ordinaire avec préavis et sans motif
- 3) La résiliation extraordinaire pour faute sans préavis
- 4) Obligation d'assistance à la reconversion ?
- 5) Faculté d'opposition à la cession du contrat ou de l'entreprise ?
- 6) Le paiement d'une indemnité
- 7) Les conséquences en droit social
- 8) Le droit de la faillite
- 9) La reprise des stocks

Conclusion