

Les Bases du Droit Commercial

OBJECTIF :

Comprendre les grands principes du droit commercial pour intégrer ces notions dans la fonction commerciale afin d'améliorer l'efficacité commerciale des participants, éviter les litiges, limiter les contentieux et améliorer l'image de marque de l'entreprise.

Intégrer les fondamentaux du droit commercial dans la prise de décision de la gestion commerciale

CONTENU :

1^{er} jour : Les grandes règles du Droit commercial

- Qu'est-ce qu'un contrat ? L'achat, La vente, Les conditions de validité,
- Les principales notions du droit des contrats et des obligations : oblig. de résultat, moyen, de faire, etc.
- Notions sur la théorie du mandat et de l'apparence : qui a le pouvoir de signer quoi ? (la délégation de signature, la signature électronique)
- Les vices cachés, les clauses limitatives de responsabilité, les clauses résolutoires, etc.
- Les Conditions générales de vente et d'achat, la loi NRE (Dutreil), les clauses essentielles auxquelles ils faut être vigilant et qu'on doit négocier, Les documents contractuels, : avant-contrat, préliminaire, lettre d'intention, études, devis, pro-forma, etc. Étude de clauses et de cas pratiques.
- Comment utiliser au mieux les dispositions contractuelles pour se prémunir en cas de litige
- L'organisation Judiciaire commerciale : les tribunaux de commerce, la procédure commerciale, le contentieux commercial, la preuve dans le droit commercial, redressement et liquidation judiciaire.

2^{ème} Jour : Matin : Le Droit de la Consommation et du Consommateur

- Les obligations du Commercial et du Vendeur : L'obligation d'information et de conseil,
- B to B et B to C : Vente à Entreprise ou Particulier : Les différences, les règles,
- La législation protégeant le consommateur : Crédit à la consommation, offre préalable, droit et délai de rétractation, démarchage à domicile par téléphone et par marketing direct, abus de faiblesse, la jurisprudence, le problème des clauses abusives dans les contrats de vente, le refus de vente, les problèmes spécifiques de la livraison, Responsabilités du fabricant et du distributeur, Les différents recours du consommateur, etc.

2^{ème} Jour Après-midi : Le Droit de la Concurrence et des Contrats

- Les principes tirés du droit européen, les tendances de la jurisprudence et panorama de la législation,
- L'influence du droit de la concurrence sur la liberté contractuelle : transparence des offres et non-discrimination,
- Les différents contrats de distribution commerciale, les contrats cadres, le droit des ententes, les clauses de non-concurrence,
- Le commerce international : les précautions à prendre, les pièges à éviter
- L'e-business : les règles à respecter. Les grands principes des transactions par Internet

OPEDAGOGIE MISE EN ŒUVRE :

Définition des objectifs et des pratiques des participants. Identification des problèmes intégrant de courtes périodes magistrales. Exercices pratiques et cas concrets. Pédagogie interactive de QCM.

PARTICIPANTS :

Aucun Prérequis. Cette formation s'adresse à des non-juristes.

Toute personne ayant à exercer une fonction Commerciale directe ou indirecte ou en contact avec la clientèle : cadres des fonctions commerciales, marketing, gestion et communication, responsables de centres de profit, ingénieurs commerciaux, commerciaux, assistants (es), etc.

DURÉE : Deux Journées.

FORMATEUR :

Séminaire assuré par un formateur juriste d'entreprise et ancien avocat.