

Droit de la distribution BUT TC 3 : Jeux d'entreprise

Bienvenue à toutes et à tous, et félicitations pour votre entrée dans le module Droit de la distribution,

Durant les prochaines semaines, vous allez vivre une expérience d'immersion professionnelle au sein d'une entreprise fictive, NuevaMerkat, un supermarché de nouvelle génération que vous allez contribuer à faire vivre, gérer et développer à travers l'ensemble du cours.

Le but de ce cours n'est pas seulement d'apprendre le droit de manière théorique.

Il s'agit avant tout de comprendre comment le droit de la distribution s'applique concrètement dans le fonctionnement quotidien d'un point de vente.

Autrement dit, vous allez apprendre à raisonner comme un futur manager ou responsable d'un espace de vente, en intégrant la dimension juridique dans vos décisions commerciales, marketing et managériales.

NuevaMerkat est un supermarché fictif inspiré des grandes enseignes françaises.

C'est une structure omnicanale qui s'adresse à une clientèle familiale et urbaine, sensible à la qualité, à la transparence et à la responsabilité sociétale.

Vous êtes les collaborateurs de ce magasin : certains d'entre vous seront responsables de rayon, d'autres chargés de la sécurité, du marketing ou des relations fournisseurs.

L'ensemble des jeux d'entreprise s'appuieront sur NuevaMerkat.

Chaque équipe de 5 étudiants représentera un service opérationnel (sécurité, commercial, juridique, qualité, marketing, etc.), chargé de résoudre des situations réelles de droit de la distribution inspirées de la jurisprudence, des contrôles DGCCRF.

Vous participerez à 10 séances (4 CM et 6 TD) alternant apports théoriques et pratiques.

Chaque séance traitera une thématique concrète : sécurité client, transparence tarifaire, produits dangereux, concurrence, relations fournisseurs, litiges, etc.

Les jeux d'entreprise se dérouleront dans le cadre de NuevaMerkat, avec des cas pratiques à analyser et à résoudre comme si vous étiez de vrais professionnels.

Vos propositions devront être argumentées juridiquement, réalistes et applicables dans le fonctionnement d'un point de vente.

Ce cours se veut dynamique, collaboratif et professionnalisant.

Votre participation active, vos analyses et votre capacité à travailler en équipe feront toute la différence.

Le droit n'est pas qu'un ensemble de textes : c'est un outil stratégique au service de la performance commerciale et de la protection du consommateur.

Dans le traitement des dossiers, soyez créatifs (pas le choix puisqu'il s'agit d'une entreprise fictive), je ne vous demande pas de faire preuve d'une exhaustivité parfaite mais simplement de repérer et de traiter les points principaux des dossiers.

Bienvenue donc chez NuevaMerkat,

Séance 3 : Jeux d'entreprise la sécurité du client dans l'espace de vente (Groupe 1)

Contexte :

NuevaMerkat exploite un supermarché de périphérie avec un vaste parking et une galerie marchande attenante.

Un après-midi, un client se gare, traverse le parking puis glisse et tombe lourdement dans l'allée extérieure du magasin. Il se fracture la cheville. Il affirme :

- que l'éclairage de cette zone était défaillant ;
- que l'écoulement d'eau provenant d'une gouttière non entretenue avait formé une flaque glissante ;
- qu'aucun panneau « sol glissant » ou signalisation n'était installé ;
- que le sol avait visiblement des irrégularités mineures que le service sécurité n'avait pas inspectées depuis plusieurs jours.

Le service sécurité de NuevaMerkat admet qu'il n'avait pas prévu d'inspection spécifique ce jour-là et n'a pas de journal interne d'entretien pour ce secteur.

Mission du groupe :

- Effectuer un audit-sécurité du parking et des abords du magasin (circulation piétons/voitures, signalétique, éclairage, revêtement, entretien) ;
- Identifier les responsabilités encourues (la responsabilité du magasin peut-elle être engagée ? Si oui, sur quel fondement ? Quels arguments juridiques le magasin pourrait-il mettre en avant pour se défendre ?) ;
- Proposer un plan d'action pour éviter que ces problématiques se répètent ;
- Quelle réponse apportez-vous au client ?

À vérifier / pistes de réflexion :

- Quelle est l'étendue de l'obligation de l'exploitant vis-à-vis de la circulation piétonne sur le parking ?
- Quelle preuve la victime doit apporter ?
- Quels sont les éléments de preuve NuevaMerkat doit produire pour limiter sa responsabilité ?

Séance 4 : Jeux d'entreprise, la transparence tarifaire (Groupe 2)

Contexte :

NuevaMerkat annonce une opération promotionnelle « – 50 % sur tous les chocolats premium » sur une durée de 3 semaines. Dans l'allée centrale, quelques produits affichent un ancien prix barré de 9,99 €, le prix « promotionnel » 4,99 €. Mais les tickets-caisse montrent que le prix antérieur n'avait pas été pratiqué depuis 6 mois : le tarif réel d'usage était en fait 6,99 €. Par ailleurs, le rayon « prix choc » affiche « – 70 % » pour des produits similaires mais les quantités ne respectent pas les conditions légales du solde (durée, lots, affichage). La DGCCRF effectue un contrôle inopiné suite à une plainte d'un consommateur.

Mission du groupe :

- Mener un audit tarifaire du rayon chocolats et promotions : vérifier la conformité des anciens prix, de l'affichage, de la durée des promotions, de la déclaration des soldes, de la vente à perte ;
- Identifier les manquements ;
- Proposer un plan de conformité interne pour NuevaMerkat : procédure de validation des anciens prix, formation du personnel, audits mensuels, signalement des promotions risquées.

À vérifier / pistes de réflexion :

- Le prix barré correspond-il réellement à un prix utilisé antérieurement ?
- L'affichage est-il clair, visible et conforme aux règles (prix TTC, détails de réduction, durée de promotion) ?
- Est-ce qu'il y a vente à perte ou non-respect des seuils légaux ?
- Quel risque pour NuevaMerkat en cas de sanction DGCCRF (amende, injonction, retrait de promotion) ?

Séance 5 : Jeux d'entreprise produits dangereux et rappel produit (Groupe 3)

Contexte :

NuevaMerkat distribue un lot de jeux éducatifs « SmartKids », importés d'un fournisseur étranger. Un parent signale qu'un des jouets se brise facilement, laissant apparaître des bords tranchants. Le fournisseur déclenche un rappel du lot concerné, mais NuevaMerkat n'a pas encore entièrement retiré le stock, n'a pas informé les clients ayant acheté le jouet et n'a pas archivé les tickets-vente concernés. Une inspection de la DGCCRF met en lumière : l'absence de mention de l'âge minimum d'usage, l'absence de pictogramme de sécurité, l'absence de fiche technique du lot en rayon.

Le magasin ne dispose pas d'un plan de gestion de crise produits et n'a pas de procédure écrite de retrait ou d'annonces.

Mission du groupe :

- Réaliser un audit interne de la gestion des produits dangereux et rappels chez NuevaMerkat ;
- Identifier les obligations du distributeur ;
- Présenter une procédure de gestion de crise produit pour NuevaMerkat

À vérifier / pistes de réflexion :

- Le distributeur a-t-il une obligation d'anticipation ou de retrait immédiat ?
- Quelles sont les conséquences pour NuevaMerkat en cas de manquement (responsabilité civile, pénale, sanction administrative) ?
- Quels documents faut-il conserver et comment organiser le retour produit ou remboursement ?

Séance 6 : Jeux d'entreprise, droit de la concurrence (Groupe 4)

Contexte :

NuevaMerkat envisage une campagne publicitaire « Prix imbattables ! » et propose à l'un de ses fournisseurs une exclusivité de distribution dans une zone géographique urbaine.

Par ailleurs, le magasin envisage d'aligner ses prix sur ceux d'un grand concurrent (« Nous 3 € – eux 4,50 € ») et de diffuser un visuel mentionnant nommément le concurrent et indiquant que NuevaMerkat est moins cher.

Une veille interne signale qu'il pourrait s'agir d'un alignement tacite des prix et d'un abus de position dominante de fait dans cette zone.

Mission du groupe :

- Mener un audit stratégique et juridique de la campagne publicitaire et des relations distributeur/fournisseur de NuevaMerkat ;
- Identifier les risques et infractions possibles ;
- Présenter un guide interne de conformité concurrentielle pour NuevaMerkat.

À vérifier / pistes de réflexion :

- La publicité comparative respecte-t-elle les critères de légalité ?
- L'exclusivité proposée impose-t-elle une restriction de concurrence prohibée ?
- Quelle autorité pourrait intervenir et quelles sanctions sont envisageables (amendes, injonctions) ?

Séance 8 : Jeux d'entreprise, gestion des litiges (Groupe 5)

Contexte : NuevaMerkat est confrontée à deux situations de litige :

1. Une cliente réclame un remboursement complet après avoir été hospitalisée pour intoxication alimentaire suite à l'achat d'un lot de biscuits du magasin. NuevaMerkat conteste la relation de causalité.
2. Un fournisseur de matériel non alimentaire accuse NuevaMerkat d'avoir rompu brutalement sa relation commerciale après 8 ans de partenariat, sans préavis écrit raisonnable, et lui réclame réparation.

Mission du groupe :

- Réaliser un audit des procédures de gestion de litiges chez NuevaMerkat : traitement des plaintes clients, suivi fournisseurs, archivage des documents, politique de rupture ;
- Identifier les fondements juridiques ;
- Présenter une procédure interne de gestion des litiges ;
- Présenter une proposition réponse au client et au fournisseur.

À vérifier / pistes de réflexion :

- Quels sont les délais raisonnables et les modalités de rupture pour éviter une condamnation ?
- Quelle preuve doit fournir NuevaMerkat face au litige client ?
- Quels recours et sanctions en cas d'intervention de la DGCCRF ou des tribunaux commerciaux ?