

Table des matières

L'information précontractuelle dans les accords de partenariat commercial	7
<i>Marie DUPONT et François GLANSDORFF</i>	
Section 1. Le champ d'application de la loi	9
A. Définition	9
B. La mise à disposition d'une formule commerciale	11
C. Les formes que doit revêtir la formule commerciale	14
1. Une enseigne commune à celui qui donne et celui qui reçoit le droit	14
2. Un nom commercial commun	14
3. Un savoir-faire	14
4. Une assistance commerciale ou technique	15
D. Exclusion de certains secteurs du champ d'application de la loi	16
E. Types d'accords concernés	18
Section 2. Les obligations imposées par la loi	23
A. Les obligations imposées par la loi pour la conclusion de l'accord	23
B. Les obligations imposées en cas de renouvellement ou de modification de l'accord de partenariat commercial	25
Section 3. Les sanctions en cas de non-respect des obligations	26
A. Les sanctions prévues à l'article X.30 du Code de droit économique	26
B. Théorie de l'abus de droit	27
C. Remise des parties dans leur pristin état/Restitutions réciproques	28
Section 4. Preuve du non-respect des obligations	29
A. Charge de la preuve	29
B. Moyens de preuve	31

La vente commerciale et internationale	37
<i>Erik VAN DEN HAUTE et Charles-Edouard LAMBERT</i>	
Section 1. Introduction et objet du présent rapport	37
Section 2. Notions et caractéristiques	38
A. Notions	38
B. Caractéristiques générales	40
Section 3. La formation du contrat	40
A. La phase précontractuelle	40
B. L'offre et son acceptation	41
1. Généralités	41
2. Conditions générales	43
Section 4. Les éléments spécifiques du contrat de vente : le transfert de propriété d'une chose et le prix	47
A. Le transfert de propriété et des risques	47
B. La chose	51
C. Le prix	52
Section 5. Preuve et interprétation du contrat de vente	54
Section 6. Les obligations des parties et les sanctions de leur inexécution	56
A. Les obligations du vendeur	56
1. Vente commerciale	56
2. Vente internationale de marchandises	70
B. Les obligations de l'acheteur	80
1. L'obligation de payer le prix	80
2. L'obligation de prendre livraison	82
3. Sanctions des obligations de payer le prix et de prendre livraison	83
Section 7. La théorie de l'imprévision	85
Section 8. Observations finales	86
 La franchise	 89
<i>Marie CANIVET</i>	
Section 1. Introduction	89
A. Origine et contours de la franchise	89
B. Éléments caractéristiques de la franchise	92
1. Formule commerciale basée sur un savoir-faire	92
2. Expérimentée dans le temps	93

3. Dont le franchiseur est propriétaire	93
4. Une collaboration étroite et sincère	93
5. L'indépendance des partenaires	93
6. Un profit partagé	94
7. La recherche du profit à long terme	94
8. Des règles du jeu fixées à l'avance	94
Section 2. Les types de franchise	95
A. Selon le domaine	95
1. La franchise de distribution	95
2. La franchise de service	95
3. La franchise de production	96
B. Selon la propriété du (des actifs composant le) fonds de commerce exploité	96
1. <i>Full</i> franchise	96
2. Location-gérance	96
3. Commission-affiliation	96
4. Gérance libre	97
C. Selon d'autres critères	97
1. Franchise de <i>corner</i>	97
2. Franchise associative	97
3. Franchise d'investissement	98
4. Multi-franchise	98
5. Pluri-franchise	98
6. Master franchise	98
7. Contrat de développement	99
Section 3. Réglementation	99
A. L'information précontractuelle	99
B. Le droit de la concurrence	100
1. Règle générale : interdiction des ententes	100
2. Les exceptions à la règle générale	101
3. Les restrictions entraînant l'inapplicabilité des exceptions à la règle générale	104
4. Le calcul des parts de marché	107
C. Les réglementations périphériques	107
Section 4. Le contrat de franchise	108
A. Identification des parties	108
B. Préambule	108

C. Objet du contrat	109
1. <i>Full</i> franchise	109
2. Location-gérance	109
3. Commission-affiliation	110
4. Gérance libre	111
D. Durée	111
E. Approvisionnement exclusif et non-concurrence (pendant la durée du contrat)	113
F. Caractère <i>intuitu personae</i>	113
G. Indépendance des parties	114
H. Normes d'exploitation	115
I. Aménagement du point de vente	115
J. Produits et services / Prix de revente	116
K. Modalités et conditions de paiement	118
L. Réserve de propriété	118
M. Vente par internet	118
N. Assistance, formation, encadrement	123
O. Remontée des informations comptables	124
P. Les éléments de propriété intellectuelle	124
1. Les marques	125
2. Le nom commercial	125
3. La dénomination sociale	126
4. Le droit d'auteur	126
Q. Les obligations financières	128
1. Le droit d'entrée	128
2. Les redevances de franchise	128
3. Redevance pour mise à disposition du fonds de commerce	129
4. Commissions	129
5. La publicité	129
R. L'exclusivité territoriale	130
S. Droit de préemption / Option d'achat	130
T. Non-concurrence post-contractuelle	131
U. Confidentialité	132
V. Situations provoquant la fin de contrat	132
W. Effets de la fin du contrat	133
X. Droit applicable et compétence	133
1. Les deux parties se situent en Belgique	133
2. Présence d'un élément d'extranéité	134

Y. Caution personnelle	138
Z. Garantie bancaire	139
Les réseaux de distribution	141
<i>Laurent DU JARDIN</i>	
Section 1. À la formation du contrat	144
A. Uniformité	144
B. Adhésion	146
C. Information précontractuelle	148
Section 2. Dans l'exécution du contrat	153
A. Intérêt de réseau	153
B. <i>Ius variandi</i>	155
C. Information précontractuelle simplifiée	156
Section 3. À la fin du contrat	158
A. Exécution du préavis	158
B. Motif grave de résolution immédiate	161
C. Liquidation des stocks et dernières livraisons	163
Aspects des contrats multipartites en droit positif belge	167
<i>Paul Alain FORIERS</i>	
Section 1. La notion de contrat multipartite : quelques observations	169
A. Une première approche	169
B. Contrat multipartite et groupe de contrats	171
Section 2. La formation des contrats multipartites : l'aspect dynamique	173
A. Généralités	173
B. L'adhésion à un contrat préexistant	175
1. L'adhésion comme simple acceptation d'une offre de contracter formulée par les parties à un contrat existant	175
2. L'adhésion comme expression d'un mécanisme d'après-acte	176
Section 3. L'interprétation des contrats multipartites	177
A. Les principes	177
B. Application aux contrats multipartites	180
1. Les situations classiques : le contrat multipartite négocié par tous et le contrat multipartite par « accident »	180
2. Les contrats ouverts à l'adhésion	181
ANTHEMIS	211

Section 4. La gestion des relations contractuelles : rôle de la représentation et des décisions collectives	184
A. Gestion des relations contractuelles et représentation	185
1. Observations générales	185
2. La représentation « définissable »	186
B. Le rôle des décisions collectives – Le contrat multipartite, lieu de prédilection de la <i>partijbeslissing</i>	188
1. Position de la question	188
2. Validité des mécanismes de décisions collectives	188
Section 5. La dissolution des contrats multipartites	191
A. Les effets de la dissolution des contrats multipartites : dissolution totale ou dissolution partielle	192
1. Position du problème	192
2. L'exemple du contrat de société	193
3. Essai de définition d'un régime général de dissolution des contrats multipartites	197
B. La mise en œuvre des causes de dissolution des contrats multipartites	199
1. Position du problème	199
2. Esquisse d'une solution	202

