



# AACC

# FORMATION

## ACHAT D'ART

À L'AACC

La législation applicable aux intervenants extérieurs à l'agence est au centre de toutes les problématiques que ce soit en matière de production « print » ou audiovisuelle. La responsabilité de l'agence pouvant être engagée, il est nécessaire d'être extrêmement vigilant à tous les stades de la fabrication d'une publicité.



### OBJECTIFS

- ▶ Comprendre les enjeux et contraintes juridiques liées à l'achat d'art en agence ;
- ▶ Acquérir des réflexes en se posant des questions clés grâce à un rappel du cadre légal général et des exemples pratiques ;
- ▶ Créer un support de communication en limitant au mieux l'exposition et la responsabilité pour l'agence.



### À SAVOIR

**Public concerné :**  
Toute personne en charge de l'achat d'art en agence de publicité & communication (acheteurs d'art, TV producers, etc.).

Formation d'une demi-journée.

9.30 | 13.00

12 PERS



### MATINÉE

## PROGRAMME

#### I. IDENTIFIER LES ÉLÉMENTS PROTÉGÉS ET ACQUÉRIR LES DROITS

##### Identifier les éléments protégés

Rappel synthétique des différents types de droits à garder à l'esprit et de leurs différences de régime.

Comment les identifier ?

Du droit d'auteur au droit de la propriété industrielle en passant par le droit à l'image des personnes et des biens.

Plusieurs types de droits peuvent s'appliquer à une même création - quelques exemples transverses.

##### Comment acquérir les droits

Identifier les créations / contenus concernés selon leur origine

Les documents contractuels

Définition et identification des prestations concernées.

Les questions à se poser.

Bons de commande, casting sheet etc : comment assurer l'acquisition des droits via les documents contractuels ?

#### II. TOP 10 DES RÉFLEXES ET QUESTIONS UTILES POUR L'ACQUISITION DES DROITS

Des exemples et des cas concrets

Focus sur des sujets récurrents et sur des situations illustrant les questions liées à l'acquisition des droits notamment :

Le « libre de droit »

Les problématiques liées à l'image de monuments

Le recours à des bases de données photographiques / photothèques

Les contenus provenant d'Internet

L'humour dans la création publicitaire

Point sur les clauses contractuelles : exemples pratiques des écueils les plus fréquents

Les réflexes essentiels à acquérir illustrés d'exemples

### MÉTHODE

une spécialiste en droit de la propriété intellectuelle interviendra sur ces différents points au moyen de cas concrets, et répondra aux questions des participants.



### INTERVENANT

#### Maître Isabelle SETTON-BOUHANNA

Cabinet DMS Avocats

Associée en charge du pôle IP/IT, Communication & Média

Spécialisée dans les secteurs communication, média, création et innovation.

#### CONTACT : Laetitia HARDY

AACC - Association des Agences-Conseils en Communication - Syndicat Professionnel (loi 1884)  
40, boulevard Malesherbes - 75008 paris | Tél. : +33 (0)1.47.42.13.42 | [www.aacc.fr](http://www.aacc.fr) - email : [lhardy@aacc.fr](mailto:lhardy@aacc.fr)