



SYNDICAT NATIONAL DE LA PROMOTION ET DE LA PUBLICITÉ SUR LE LIEU DE VENTE

## **CONDITIONS**

### **DE REMUNERATION DE LA CESSION DES DROITS D'AUTEUR SUR LES CREATIONS DE PUBLICITE SUR LE LIEU DE VENTE**

#### **PREAMBULE**

→ *Pourquoi un barème*

Le Syndicat National de la Promotion et de la Publicité sur le Lieu de Vente (SNPLV) a notamment pour mission la défense des intérêts collectifs de la profession des fabricants de PLV.

Au nombre de ces intérêts figurent notamment la valeur et la force créative des membres du SNPLV et, plus généralement, des fabricants de PLV, véritables supports de communication et de mise en valeur des produits sur les lieux de vente.

La PLV joue depuis de nombreuses années, un rôle déterminant dans le développement commercial des annonceurs, surtout dans un monde de plus en plus concurrentiel et de plus en plus basé sur l'image.

A l'instar d'autres professions, les fabricants de PLV doivent cependant relever de nouveaux défis, imposés notamment par le développement et l'accélération des moyens de communication et par la concurrence de nouveaux pays fabricants.

Dans ce contexte, il est apparu nécessaire de valoriser et de protéger le savoir-faire créatif de la profession, en rappelant que la SNPLV est attaché à des principes d'éthique et de respect des droits moraux.

Le SNPLV a donc souhaité identifier et lister les pratiques de ses adhérents en matière de cessions et de rémunération des droits d'auteur sur les créations PLV et a établi le présent barème, qui a vocation à servir de guide aux intervenants en la matière et, à terme, à définir les usages applicables à la profession.

→ *Comment utiliser ce barème*

#### Mise en garde :

Le présent barème, s'il a vocation à définir les usages de la profession en matière de rémunération de cession de droits d'auteur sur les créations PLV, en fonction des pratiques et des exploitations couramment constatées dans la profession, ne constitue en aucun cas une liste de prix imposés. Il est purement indicatif, chacun restant libre de fixer des prix différents à la hausse ou à la baisse et de les adapter à sa situation propre.



Il est une base, un socle minimum, auquel il sera désormais possible de se référer.

Il est important de souligner que pour certaines créations, comme les œuvres multimédia, réalisées en application d'un contrat de commande pour la publicité soumis à l'article L 132-31 du CPI, des règles spécifiques peuvent trouver à s'appliquer. Il est cependant possible de les exclure, en précisant expressément qu'elles ne seront pas applicables et qu'on leur préférera le présent barème.

#### Rappels :

Les créations publicitaires originales propres à la PLV peuvent prendre des formes multiples : présentoirs divers et variés, mobilier commercial, ingénierie, œuvres audiovisuelles, et, de plus en plus, multimédia. En tant que telles, et au même titre que les esquisses, maquettes, prototypes de production, elles sont des œuvres de l'esprit protégeables par le droit d'auteur en application de l'article L112-1 du Code de la Propriété Intellectuelle (CPI) : « *Les dispositions du présent code protègent les droits des auteurs sur toutes les œuvres de l'esprit, quels qu'en soient le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination* »

#### Pour mémoire :

L'existence de droits d'auteur permet notamment au titulaire de ces droits de s'opposer à la reproduction de sa création et à sa fabrication par un tiers (autre fabricant ou client) sans son accord. Cet accord doit être constaté par écrit, et respecter les exigences de l'article L 131-3 et suivants du Code de la Propriété Intellectuelle, en prévoyant notamment expressément les droits cédés (généralement droit de reproduction et/ou droit de représentation), les modes d'exploitation autorisés, l'exclusivité, la durée, le territoire sur lequel ces exploitations pourront avoir lieu et la rémunération de cette autorisation, qui est fonction de tous ces critères (voir aussi Code des Usages de la PLV – Article 11).

A défaut d'accord écrit, les droits ne sont pas cédés. En effet, la cession de droits d'auteur ne se présume pas. Le client qui réutilise la création du fabricant sans son accord, en dehors du territoire autorisé, sous une autre forme d'exploitation que celle initialement prévue, sans rémunérer le fabricant, commet un acte de contrefaçon.

La rémunération de la cession de droits d'auteur doit être distinguée de la rémunération de la prestation de création elle-même.

La prestation de création, qui consiste à créer le projet de PLV, implique la mobilisation de temps, de personnel et de savoir-faire, pour aboutir à l'œuvre finale. Elle est rémunérée distinctement, que l'entreprise qui réalise la création fabrique elle-même le produit ou non. Sa réalisation et sa rémunération n'emportent pas en elles-mêmes et à elles seules, cession des droits d'auteur sur la PLV créée (et donc le droit de fabriquer).

Une entreprise qui crée la PLV, puis la fabrique, n'a pas besoin non plus de céder les droits d'auteur puisqu'elle fabrique sa propre création. Chaque fois que le client a besoin de nouveaux exemplaires, l'entreprise fabrique et le client paye le marché au prix convenu.

La cession des droits d'auteur, et sa rémunération distincte, devient en revanche nécessaire lorsque le client souhaite faire fabriquer la PLV par une autre personne que celle qui l'a créée, et ce, même si l'entreprise ayant créé la PLV a déjà fabriqué une première série d'exemplaires. On parlera d'EDITION et de REEDITION. Le barème s'applique à cette situation.



Le barème prévoit également la cession des droits sur l'ingénierie, c'est-à-dire l'étude de projets industriels, en particulier la faisabilité, le choix des matériaux, les techniques de transformation, la conception et de façon générale tout ce qui permet de passer de la création à une réalisation (voir Code des Usages de la PLV – Article 11).

Il prévoit enfin le cas de la cession des droits sur les œuvres PLV audiovisuelles.

## 1. DEFINITIONS :

Dans le présent barème, les mots en majuscules ont le sens indiqué ci-après :

VENDEUR	le professionnel créateur de la PLV
ACHETEUR	le client achetant la PLV ou procédant à l'appel d'offres pour l'achat de PLV
L'ŒUVRE	PLV (supports physiques de publicité sur le lieu de vente temporaires ou semi permanents tels que présentoirs, œuvres audiovisuelles, multimédia etc) et tout mobilier commercial créés par le VENDEUR pour l'ACHETEUR, dans le cadre du MARCHE
DOCUMENTS PREPARATOIRES	esquisses, maquettes, prototypes de production, dessins, études, visuels, projets, et documents afférents à l'ŒUVRE et/ou à l'INGENIERIE (telles que définies aux présentes), sous quelle que forme que ce soit (papier, électronique, fichiers informatique de toutes extensions)
INGENIERIE	étude de projets industriels, en particulier la faisabilité, le choix des matériaux, les techniques de transformation, la conception et de façon générale tout ce qui permet de passer de la création à la réalisation de l'ŒUVRE (voir aussi article 11 du Code des Usage de la PLV)
MARCHE	Appel d'offres ou marché de l'ACHETEUR, comprenant un nombre déterminé d'exemplaires de l'ŒUVRE
1ERE EDITION	INGENIERIE et/ou fabrication de l'ŒUVRE dans le cadre du premier MARCHE
REEDITIONS	toute nouvelle réutilisation de l'INGENIERIE et/ou fabrication de l'ŒUVRE dans le cadre des MARCHES suivants
BUDGET	budget total HT consacré à ou prévu pour l'achat de l'ŒUVRE par l'ACHETEUR, comprenant l'INGENIERIE et/ou, selon les cas, l'ensemble des exemplaires de l'ŒUVRE à produire dans le cadre du MARCHE.

## 2. ELEMENTS COMPRIS DANS LE PRIX DE CESSION :

Les éléments compris dans le prix de cession doivent être définis par écrit entre l'ACHETEUR et le VENDEUR dans le cadre de l'accord de cession des droits. A titre indicatif, ou à défaut, il s'agit des éléments suivants :



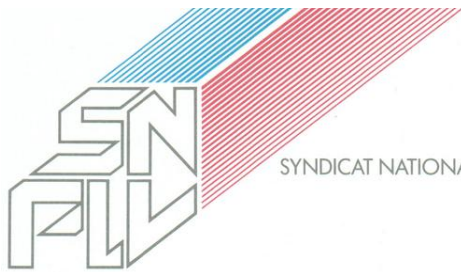
→ Droits cédés : généralement les droits cédés seront les suivants :

- le droit de reproduire ou de faire reproduire, fabriquer ou faire fabriquer l'ŒUVRE et/ou l'INGENIERIE dans leur forme originaire dans la limite du nombre d'exemplaires autorisés dans le cadre du MARCHE considéré ;
- le droit de reproduire ou de faire reproduire l'ŒUVRE et/ou l'INGENIERIE sous forme de photo, dessin ou image, animés ou non, support électronique ou informatique, exclusivement pour la promotion de l'ACHETEUR (site Internet, catalogues, Internet, intranet, promotion du réseau de distribution etc) ;
- le droit de représenter ou de faire représenter l'ŒUVRE et/ou l'INGENIERIE par tous moyens de diffusion et de communication actuel ou futur, connu ou inconnu, notamment par tout réseau de télécommunication on line, tel que internet, intranet, réseau de télévision numérique, transmission par voie hertzienne, par satellite, par câble, wap, système télématique interactif, par téléchargement, télétransmission, réseaux de téléphonie avec ou sans fil, pour tout usage propre à la publicité sur le lieu de vente de l'ACHETEUR, notamment lors de conférences, salons professionnels ;
- le droit de mettre sur le marché, de distribuer, commercialiser, diffuser l'ŒUVRE et/ou l'INGENIERIE par tous moyens, y compris la location et le prêt, à titre gratuit ou onéreux, dans la limite du nombre d'exemplaires autorisés dans le cadre du MARCHE considéré ;
- le droit de céder tout ou partie des droits cédés, et notamment de consentir à tout tiers tout contrat de reproduction, de distribution, de diffusion, de commercialisation, de fabrication, sous quelle que forme, quel que support et quel que moyen que ce soit, à titre onéreux ou gratuit, dans la limite du nombre d'exemplaires autorisés dans le cadre du MARCHE ;
- Le droit de modifier, d'adapter et de traduire l'ŒUVRE, pour des besoins techniques, sous réserve néanmoins du respect du droit moral de l'auteur.

Les mêmes droits sont cédés pour les DOCUMENTS PREPARATOIRES.

L'ACHETEUR et le VENDEUR peuvent restreindre ou étendre les droits cédés, par exemple quant au nombre d'exemplaires autorisés, quant aux canaux de diffusion autorisés, etc... Le prix de cession est fonction des autorisations demandées par l'ACHETEUR et accordées par le VENDEUR.

→ Territoire : généralement la cession vaudra pour le monde entier. Il est néanmoins possible de convenir par écrit d'un territoire précis et moins étendu, selon le type d'ŒUVRE en cause et l'utilisation qui en est souhaitée. En pareil cas, toute extension de territoire donne lieu à un nouvel accord et à une nouvelle rémunération du VENDEUR.



→ **Durée** : généralement la cession vaudra pour toute la durée des droits d'auteur telle que celle-ci résulte du droit français et des conventions internationales applicables en la matière (pour mémoire : toute la vie de l'auteur et 70 ans après son décès). Là encore il est possible de convenir par écrit d'une durée inférieure. En pareil cas, toute extension de la durée donne lieu à un nouvel accord et une nouvelle rémunération du VENDEUR.

→ **Exploitations autorisées** : généralement la cession sera autorisée pour la fabrication d'un nombre déterminé de l'ŒUVRE uniquement, utilisables en tant que tel, pour la publicité sur le lieu de vente, et pour sa reproduction et sa représentation sur les catalogues, brochures, documents publicitaires, salons, magasins et sites Internet de l'ACHETEUR. Toute fabrication supérieure au nombre convenu et toute autre exploitation envisagée donne lieu à un nouvel accord et à une nouvelle rémunération du VENDEUR.

→ **Cas des dépôts de titres de propriété industrielle** : dans le cas où l'ŒUVRE et/ou l'INGENIERIE ont fait l'objet d'un dépôt de brevet, de marque et/ou de dessin et modèles auprès de l'INPI ou d'un autre organisme international ou communautaire de la propriété industrielle, le prix de cession prévu au présent barème ne comprend pas les éventuels coûts (redevances) et prix de cession ou de licence qui devront, le cas échéant, être prévus en plus par l'ACHETEUR et le VENDEUR.

### 3. PRIX DE CESSION DES DROITS:

#### 3.1 Assiette du prix de cession :

En principe, le prix de la cession de droits d'auteur doit être proportionnel au produit d'exploitation de la création. En matière de publicité sur le lieu de vente, l'ŒUVRE et/ou l'INGENIERIE n'étant généralement pas destinées à générer un produit d'exploitation direct pour le client, la pratique a retenu une assiette différente, à savoir le BUDGET HT du MARCHE.

#### 3.2 Montant du prix de cession des droits sur l'ŒUVRE

En contrepartie de la cession de ses droits d'auteur sur l'ŒUVRE par le VENDEUR, l'ACHETEUR versera au VENDEUR, pour la 1ERE EDITION, comme pour la REEDITION, une rémunération calculée en pourcentage du BUDGET HT du MARCHE considéré, selon le barème suivant :

<b>PRIX DE CESSION (%)</b>	<b>BUDGET (€)</b>
7	Jusqu'à 100 000
5	De 100 001 à 500 000
3	A partir de 500 001



### 3.3 Montant du prix de cession des droits sur l'INGENIERIE

De même, en contrepartie de la cession de ses droits d'auteur sur l'INGENIERIE, l'ACHETEUR versera au VENDEUR, pour la 1ERE EDITION, comme pour la REEDITION, une rémunération calculée en pourcentage du BUDGET HT du MARCHE considéré, selon le barème suivant :

PRIX DE CESSION (%)	BUDGET (€)
7	Jusqu'à 100 000
5	De 100 001 à 500 000
3	A partir de 500 001

### 3.4 ŒUVRES multimédia ou audiovisuelles :

Sur les ŒUVRES multimédia et audiovisuelles, d'autres droits que les droits d'auteur existent, à savoir par exemple les droits voisins du producteur, les droits d'utilisation de logiciel (licence), les droits voisins des interprètes, les droits à l'image des personnes filmées.

Par conséquent, pour ces ŒUVRES, le prix de cession de l'ensemble des droits sur l'ŒUVRE, lorsque le VENDEUR en dispose, est porté à un pourcentage compris entre 25% et 50% du BUDGET HT selon les droits cédés, le nombre de reproductions, les modes de diffusion, la durée, l'étendue du territoire autorisés, qui devront impérativement être précisés par écrit entre le VENDEUR et l'ACHETEUR dans le contrat de cession de droits.

3.5 Dans tous les cas, l'ACHETEUR tiendra le VENDEUR informé de toute REEDITION de l'ŒUVRE et/ou de l'INGENIERIE. Le BUDGET HT à prendre en compte pour le montant du prix de cession en cas de REEDITION ne tient pas compte du BUDGET HT de la 1ERE EDITION.

## 4. CONDITIONS DE LA CESSION

La cession des droits d'auteur n'intervient qu'à la condition expresse que le prix de cession ait été intégralement payé par l'ACHETEUR au VENDEUR. Le prix de cession est payable selon les conditions de paiement propres à chaque fabricant, suivant émission d'une facture, et au plus tard à 45 jours fin de mois suivant la réception de la facture ou 60 jours à compter de la facture, sous peine de pénalités de retard égales à 10 % du BUDGET HT.

## 5. ABSENCE DE PAIEMENT

L'utilisation, la réutilisation, la fabrication, la re-fabrication, la reproduction, la représentation de l'ŒUVRE et/ou de l'INGENIERIE sans paiement du prix de cession ou en dehors des exploitations et droits expressément autorisées par le VENDEUR constitue une contrefaçon pouvant être sanctionnée tant pénalement que civilement, notamment par l'allocation de dommages et intérêts au profit du VENDEUR.

*Le présent barème a été validé par le Conseil d'administration du SNPLV en date du 1<sup>er</sup> Septembre 2011.*