

Les CGV des agences de communication et des agences web

Description

Que vous dirigiez une agence de communication ou une agence web, énoncer vos [Conditions Générales de Vente \(CGV\)](#) est obligatoire. L'activité des agences web (création de site internet, référencement) et des agences de communication (campagnes de publicité, [événementiel](#), web marketing) obéit à des règles juridiques et contractuelles spécifiques qu'il convient de préciser (à la différence des [conditions générales de vente pour les artisans](#) par exemple).

[Créez vos GCV – Modèle personnalisé et conforme](#)

Qu'est-ce que les CGV ?

Les Conditions générales de vente ([CGV](#)) [sont obligatoires](#) pour toutes les entreprises pratiquant une activité commerciale. En effet, les CGV constituent la base de la négociation commerciale et diffusent la politique commerciale de votre entreprise. Dans un processus de vente, les CGV sont essentielles car elles vont déterminer les responsabilités de chacune des parties qui consentent au contrat de vente (acheteur et vendeur) et ainsi permettre de limiter les contentieux.

En vertu de [l'article L442-6 du Code de Commerce](#), la non communication des CGV engage la responsabilité contractuelle de son auteur et l'oblige à réparer le préjudice causé, c'est-à-dire à verser des dommages et intérêts à l'acheteur.

En particulier, les CGV doivent préciser les conditions de vente, le barème de prix et les réductions éventuelles ainsi que les conditions de paiement et les pénalités appliquées en cas de retard.

Pour les entreprises pratiquant des activités à destination d'autres entreprises, les CGV ne sont pas obligatoires mais toutefois fortement recommandées. En effet, pour prévenir de tout contentieux, les CGV seront utiles afin de déterminer la responsabilité qui incombe à chacune des parties.

Les sites de e-commerce sont également concernés. C'est pourquoi, un lien vers les Conditions générales de vente du site doit être visible et facilement accessible par les utilisateurs. Ces CGV doivent respecter la [Loi pour la confiance dans l'économie numérique \(LCEN\)](#)

et [la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes \(DGCCRF\)](#).

Attention : Le plagiat des CGV est strictement interdit et puni par la loi.

Les particularités des CGV d'une agence de communication ou d'une agence web

Vos CGV doivent contenir des mentions spécifiques que nous allons vous détailler. Que vous travailliez au sein d'une agence de communication, d'une agence digitale ou d'une agence web, vous réalisez une prestation intellectuelle. En effet, vous êtes amenés, pour vos clients, à créer un site web, concevoir un logiciel, une campagne de publicité, une infographie ou même à organiser des événements. Ces créations graphiques appartiennent à son créateur même si elles sont *a posteriori* vendues à des clients.

Zoom : LegalPlace vous aide à rédiger vos CGV, en mettant à votre disposition un [modèle de CGV](#). Il vous suffit pour cela de remplir un formulaire en ligne, nous nous occupons de tout depuis votre saisie en ligne jusqu'à la rédaction finale.

Le transfert de propriété de votre création : un élément substantiel des CGV

Dans les CGV, il est important de mentionner si un transfert de propriété de votre création aura lieu ou non.

D'après [l'article L111-1 du Code de la Propriété intellectuelle](#), l'auteur de la création graphique en devient de plein droit le propriétaire. Le droit de propriété ainsi acquis devient opposable à tous. Pour que votre client devienne propriétaire de votre création, il est important de mentionner dans les Conditions générales de vente qu'un transfert de propriété va s'opérer, le plus souvent au moment de la livraison du produit.

Une autre option qui s'offre à vous est d'insérer dans le contrat de vente, une clause de cession des droits d'auteurs, qui permet également le transfert de propriété à votre client. Il en est de même pour le droit à l'image : en cas d'exploitation de l'image d'une personne sans son autorisation, [des sanctions sont possibles](#).

Vous avez également le droit de demeurer propriétaire de la chose et de refuser ainsi tout transfert de propriété à votre client. Il faudra dans ce cas également le mentionner

dans les CGV.

Le bon à tirer (BAT) : recommandé dans les CGV

Autre mention essentielle à insérer dans les CGV : le bon à tirer (BAT). En qualité d'agence de communication ou d'agence web, vous utilisez probablement le bon à tirer (ou BAT) qui consiste en la signature du client pour validation de la création graphique avant impression. Le BAT confirme que le rendu final correspond aux attentes du client. Ce document constitue un moyen de preuve en cas de litige éventuel. Le BAT peut être un document physique ou numérique. Une fois signé et approuvé, vous pourrez lancer l'impression de la création graphique. Encadrer le bon à tirer est essentiel pour éviter les demandes abusives de clients qui voudraient revenir sur quelques points de détail une fois le projet imprimé.

Les responsabilités de votre agence et de votre client à intégrer dans vos CGV

En vertu de [l'article L121-1 du Code de Propriété Intellectuelle](#), toute violation du copyright, de la propriété intellectuelle et des mentions légales est punie par la loi. Cela doit également apparaître dans vos CGV afin de dissuader vos clients de copier délibérément vos créations graphiques si vous souhaitez en demeurer le propriétaire exclusif. Toutefois, il est important de noter qu'il appartient à l'auteur de la création graphique d'effectuer un dépôt auprès de Copyright-France afin d'apporter une preuve d'antériorité de propriété devant les tribunaux en cas de contentieux.

De plus, en tant que créateur initial, vous devez absolument vous dégager de toute responsabilité éventuelle après livraison de la réalisation à la société cliente. En effet, votre client sera probablement amené à diffuser massivement les supports et outils de communication que vous lui avez fournis. Selon ses choix en matière de contenu et d'iconographie, il est possible que votre création suscite des plaintes, voire des polémiques. Afin d'éviter toute implication dans un litige quelconque, vous devez préciser dans vos CGV qu'une fois la réalisation livrée, la société cliente assume la pleine et entière responsabilité des choix réalisés en matière de contenus textuels et iconographiques de la création graphique. Ainsi, la responsabilité de votre agence ne pourra nullement être engagée.

Autres mentions à préciser dans les CGV

D'autres mentions sont également utiles à intégrer dans vos CGV.

En tant qu'agence de communication ou d'agence web, vos références clients sont essentielles pour vous faire une bonne réputation et pour gagner en notoriété. Cependant, avant de citer vos clients à des fins commerciales, leur autorisation préalable est indispensable. Il est important que vos CGV mentionnent cette autorisation pour n'encourir aucun risque de contentieux !

À noter : consultez notre article dédié pour connaître la marche à suivre en cas de [violation des conditions générales de vente](#).

Par ailleurs, il est également recommandé de préciser dans les conditions de vente la réalisation d'un cahier des charges, approuvé par la société cliente. En effet, le cahier des charges permet au maître d'ouvrage de s'entendre avec le maître d'œuvre sur les tâches à réaliser et sur les attentes du rendu final. Mettre en avant l'établissement d'un cahier des charges dans les CGV permet de cadrer les relations avec le client.