

COLLOQUE MODE ET INFLUENCEURS

Ce colloque est organisé par Marie Malaurie-Vignal (enseignante-chercheuse au DANTE) en partenariat avec l'Institut Droit Ethique Patrimoine (IDEP), Isabelle Gavanon (Avocat à la Cour, cabinet Delcade) et Dalloz IP/IT pour la publication des actes.

Présentation

Dans une société égotique et visuelle, l'image et la présence sur les réseaux sociaux jouent un rôle croissant dans les stratégies de communication des entreprises.
Les « millennials » (la génération Y) ont en moyenne 25 ans, créent des communautés allant jusqu'à plusieurs millions d'abonnés et leur notoriété est grandissante.

Des macro-influenceurs aux micro et nano-influenceurs avec leurs quelques milliers de « followers », ces personnalités mettent leur notoriété au service des maisons de mode.
Les réseaux sociaux, les « blogs » et les « vlogs » assurent une communication instantanée, communautaire et évolutive propice à la créativité des industries de la mode.

Les questions juridiques sont nombreuses : nature du contrat liant l'influenceur à la maison de mode et statut de l'influenceur, étendue et droit de contrôle sur les marques, utilisation non autorisée de photographies ou de marques, dénigrement, fraude sur le nombre d'abonnés, protection des consommateurs, etc.

Le droit du travail, le droit des marques, le droit d'auteur, les règles sur la protection des consommateurs et celles sur la publicité ou encore la liberté d'expression revendiquée par les influenceurs sont susceptibles d'être mobilisés.
L'ambition de ce colloque est de présenter l'ensemble de ces règles permettant de protéger les différents acteurs sans pour autant étouffer l'innovation.

» **Consulter le programme**

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

En savoir plus
Le colloque est validé au titre de la formation continue des avocats.
> Laboratoire de Droit des affaires et nouvelles technologies
Inscription
Inscription gratuite et obligatoire par mail avant le 25 février 2020 à : influenceurs@delcade.fr