



AVIS n°2022-01-01

IL A ETE PREALABLEMENT EXPOSE :

Le 30 octobre 2021, Monsieur _____, en sa qualité de Président de la Société XXX, société par actions simplifiée immatriculée au RCS de _____ (ci-après, « XXX ») a sollicité un avis de l'Institut des usages.

Cette demande d'avis s'inscrit dans le cadre d'un contentieux pendant devant le Tribunal de commerce de Paris. Après avoir été assignée par XXX pour rupture brutale de relation commerciale établie, YYY (ci-après, « YYY ») a formé plusieurs demandes reconventionnelles. Au terme de l'une d'entre elles, YYY a soumis une demande de « *remboursement des rétrocessions occultes* » au titre d'évènements organisés par XXX. Cette dernière a contesté cette demande au motif notamment que les rétrocessions en cause relèveraient d'un usage.

L'objet de cette demande d'avis porte d'une part, sur le point de savoir si le versement par les prestataires réguliers référencés par une agence événementielle d'un commissionnement compris entre 10 et 15% du chiffre d'affaires de la prestation est constitutif d'un usage. L'objet de cette demande est d'autre part, d'établir si l'usage allégué est de nature à neutraliser la demande reconventionnelle d'YYY à l'encontre de XXX.

Sur un plan économique, le commissionnement invoqué est sensé rémunérer notamment l'apport d'une clientèle de qualité, un accompagnement des prestataires durant leur intervention auprès du client et le gain de temps qu'offre l'agence événementielle. Selon les informations obtenues auprès des agences consultées, le prix de vente au Client n'en est pas augmenté dès lors que ce commissionnement est prélevé sur la marge des prestataires et ne vient pas en complément de leur prix.

Le 8 novembre 2021, Maître _____, Conseil de XXX a présenté à l'Institut des usages un *Memorandum* accompagné de divers documents comprenant notamment les principales écritures échangées entre XXX et YYY et certaines pièces échangées par et contre XXX.

Pour répondre à cette demande d'avis, l'Institut des usages a notamment puisé outre dans les informations contenues dans le *Memorandum* susvisé, dans les documents figurant sur le site et au sein de la bibliothèque des usages, et dans une confirmation des termes de cet avis auprès de

professionnels du secteur de l'agence événementielle¹ et d'un prestataire habituel de ce type d'agence². L'Institut des usages a aussi eu accès à l'avenant à la Charte Principale des Traiteurs Événementiels de Paris réunis au sein de l'Association _____ en date du 19 juillet 2021 intitulé « *Charte éthique de collaboration Agence/Traiteurs Organismes de Réception* » (ci-après, la « Charte Ethique »).³

CECI AYANT ETE EXPOSE ET CONFORMEMENT A L'ANALYSE CI-JOINTE, NOUS RENDONS L'AVIS SUIVANT :

Dans l'opération contractuelle concernant YYY, XXX et ses prestataires, le recours à un commissionnement est suffisamment déterminé.

Dans l'opération contractuelle concernant YYY, XXX et ses prestataires, le recours à un commissionnement est suffisamment délimité.

Dans l'opération contractuelle concernant YYY, XXX et ses prestataires, le recours à un commissionnement est suffisamment généralisé.

Dans l'opération contractuelle concernant YYY, XXX et ses prestataires, le recours à un commissionnement est suffisamment légitime.

Nous pouvons donc conclure à l'existence d'un usage de commissionnement concernant les prestations comprises dans la relation entre YYY, XXX et ses prestataires habituels.

Dès lors notamment que la relation entre YYY, XXX et ses prestataires se noue entre professionnels, le recours à la conception de l'usage-règle justifie l'invocation de l'usage allégué contre YYY.

XXX peut d'autant plus invoquer l'usage du commissionnement susvisé dans sa relation avec YYY qu'elle ne s'en prévaut qu'à titre défensif.

Fait à Montpellier, le 19 janvier 2022, sous les réserves d'usage.

Pr. Pierre MOUSSERON

¹Il s'agit notamment de Madame Mélanie M_____, Directrice Générale de l'agence E_____ à Montpellier et Paris et de Monsieur Bertrand B., Président de la Société M. SAS et Ancien Président de l'Association _____ de 2011 à 2020. L'Association _____ est la principale association professionnelle du secteur de l'événementiel.

² Il s'agit de Madame Ulrike L_____, Présidente de la SAS D_____ à Strasbourg.

³ Ce texte s'avère le plus pertinent des règles professionnelles disponibles. Le Code de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité est notamment trop général pour s'appliquer utilement aux pratiques visées par le présent avis.

ANALYSE DE LA SITUATION JURIDIQUE

Dans le cadre du présent avis, il convient dans un premier temps de présenter le mode d'intervention de XXX (I), de déterminer si le commissionnement par les prestataires de services référencés est constitutif d'un usage (II), et dans l'affirmative, d'étudier si ledit usage permet en l'espèce à XXX de s'en prévaloir à l'encontre d'YYY pour faire rejeter une demande reconventionnelle (III).

I QUEL EST LE MODE D'INTERVENTION DE XXX ?

L'identification d'un éventuel usage en matière de commissionnement invocable par les agences événementielles (ci-après, le « Commissionnement ») et par XXX en particulier requiert une présentation du mode d'intervention de ces intervenants (A) et une proposition de qualification juridique (B).

A Présentation du mode d'intervention conduisant au Commissionnement

1 En général, et sur un plan juridique, nous comprenons que l'opération d'agence événementielle s'organise dans une opération contractuelle qui mobilise au moins trois accords :

- Un client (ci-après, le « Client ») conclut un contrat avec l'agence événementielle (l'« Agence ») qui donne lieu à une prestation d'organisation et au versement d'honoraires par le Client.
- L'Agence convient avec des prestataires dits parfois aussi « fournisseurs » (les « Prestataires ») ce qui donne lieu au versement du Commissionnement par les Prestataires.
- Le Client conclut généralement un contrat avec les Prestataires.

2 Dans le cas particulier de la relation entre XXX et YYY :

- XXX et YYY sont en relation commerciale depuis 2012. Leurs relations sont notamment régies aujourd'hui par les conditions générales de vente de XXX.
- XXX convient avec des Prestataires tels que les Sociétés AREAS, IMPACT qui ont eux-mêmes conclu avec YYY.⁴

B Qualification de l'opération contractuelle conduisant au Commissionnement

1 Dans un premier temps, l'emploi des termes « *agence événementielle* » pourrait laisser penser à un contrat de mandat et plus particulièrement d'agence commerciale. L'article L. 134-1 al. 1er du Code de commerce qualifie en effet l'agent commercial de mandataire. Cette première intuition n'apparaît cependant pas pertinente dans la mesure où l'« agent événementiel » n'agit pas dans la plupart des cas de façon « *permanente* » (Article L. 134-1, al. précité) au nom du Client ou des Prestataires.

2 Alternativement, le terme de « *commissionnement* » pourrait inviter à retenir la qualification d'opération de commission. Cette analyse ne paraît pas davantage pertinente dans la mesure où l'Agence ne conclut pas non plus nécessairement ni généralement, les contrats de service « pour le compte » des Prestataires.

⁴ Conclusions n°2 d'YYY, p. 42 et s.

3 Dès lors que la relation entre l'Agence et le Prestataire fait apparaître une prestation de l'agence exécutée de manière indépendante et sans représentation, la qualification de « contrat de louage d'ouvrage » pour employer la terminologie de l'article 1710 du Code civil, de « contrat de prestation de service » pour évoquer celle de l'article 1165 du Code civil ou de « contrat d'entreprise » pour retenir celle utilisée par la jurisprudence est aussi possible.

Cette qualification qui n'est pas inexacte paraît cependant encore trop générale.

4 Comme le terme d'« *apport d'activité* » employé dans la Charte Ethique le laisse paraître, l'activité de l'agence événementielle qui donne lieu au versement du Commissionnement pourrait alors constituer principalement un apport d'affaire. Comme indiqué dans l'avis n°6 rendu par l'Institut des usages, l'apporteur d'affaire peut s'analyser comme un courtier⁵. Au cas particulier, l'intervention de l'agence événementielle s'intégrerait en réalité dans un « *double courtage* » voire multiple. L'agence événementielle serait le courtier des clients pour trouver des prestataires et des prestataires pour trouver des clients. Cette situation n'est pas exceptionnelle. Dans son ouvrage sur l'opération de courtage, notre Collègue Philippe DEVESA retient notamment cette qualification pour l'opération de référencement dans la grande distribution⁶.

Toutefois, cette dernière qualification ne résume pas la diversité des services toujours proposés par l'Agence.

5 Il convient dès lors selon nous de ne pas retenir une qualification nommée unique mais de retenir une qualification de contrat d'agence événementielle, originale et inconnue.

II LE COMMISSIONNEMENT DES AGENCES EVENEMENTIELLES PAR LES PRESTATAIRES REFERENCES EST-IL CONSTITUTIF D'UN USAGE ?

Au regard du Droit positif contemporain tel que mis en œuvre devant les juridictions françaises, la formation d'un usage requiert un comportement déterminé (A), délimité (B), généralisé (C) et légitime (D)⁷.

A Détermination du comportement constitutif de l'usage invoqué

L'usage invoqué consiste en une rémunération versée par les prestataires référencés.

Les modes de fonctionnements particuliers de chaque entreprise et le contexte particulier de chaque opération (congrès, salon, anniversaire,...) empêchent de proposer un pourcentage précis. Les

⁵ Avis 2016-03-1 de l'Institut des usages sur les usages des apporteurs d'affaire : (<https://bibliotheque-des-usages.cdemontpellier.com/sites/default/files/usages/avis%202.pdf>). Le 8 juin 2021, la Cour d'appel de Reims a rappelé que l'apporteur d'affaire était chargé « *de mettre en rapport deux personnes en vue de la conclusion d'un contrat* » (CA Reims, n°20/000537).

⁶ Ph. Devésa, *L'opération de courtage*, Bibliothèque de droit de l'entreprise, Litec 1993, p. 294 et s.

⁷ Pour une analyse plus complète de ces conditions de formation: P. Mousseron, *Droit des usages*, IDU/LexisNexis 2021, n°232 et s. (L'examen de la condition d'invocabilité est reportée à la question suivante).

documents commerciaux soumis à l'Institut des usages font ressortir un taux de commissionnement qui s'élève à :

- 15% du CA HT (pour ____ en 2021) ;
- 10% du CA (lettre du _____ à XXX du 4 décembre 2019 et du Méridien Etoile pour 2020);
- entre 5 et 10% du CA HT (devis _____ en janvier 2020 et de l'hôtel du Louvre en juin 2019 selon qu'il s'agit d'hébergement ou de mise à disposition de salles de réunion) ;
- 8% sur le CA HT (courrier de juillet 2021 de _____) ;
- Entre 3 et 7% du CA HT (courrier de _____ de mars 2019).

Ces documents permettent au moins de proposer un commissionnement compris entre 3 et 15% du CA facturé par le prestataire. Ce taux est parfois assis sur la CA facturé, parfois sur le CA encaissé par le prestataire.

Dans l'opération contractuelle concernant YYY, XXX et ses prestataires, le recours à un commissionnement est donc suffisamment déterminé.

B Délimitation du comportement constitutif de l'usage invoqué

1 Délimitation géographique

Les documents commerciaux ont principalement trait au Nord de la France (région parisienne mais aussi Normandie et Lille). Les informations obtenues à Montpellier, Strasbourg et Paris ne permettent pas d'attester d'une pratique différente dans d'autres régions françaises.

2 Délimitation temporelle

La période couverte par les documents commerciaux couvre la période de 2019 à 2020.

3 Délimitation matérielle

S'agissant des prestations de traiteur, les documents soumis à l'Institut des usages et notamment la Charte Ethique attestent d'un usage de commissionnement. Son article 2 b énonce en effet qu'il « *est d'usage qu'en rémunération du service rendu par l'Agence au Traiteur, les parties conviennent d'une commission dont le pourcentage sera fixé au cas par cas par l'Agence et le Traiteur selon la nature du dossier sur la base du devis établi par le Traiteur* ». Cette charte est d'autant plus significative qu'elle est signée d'une part, par l'Association _____ et d'autre part, par les dirigeants de sept grands traiteurs français.

Son site indique : « _____ * *est l'organisation professionnelle française des entreprises de conseil, de création et de production en communication événementielle. Son ambition repose sur plusieurs axes parmi lesquels : porter d'une seule voix les problématiques liées aux enjeux de la profession, rendre visible toute la chaîne de valeur de production d'événements, affirmer la valeur ajoutée des métiers de l'événementiel, mutualiser les ressources de réflexion et de promotion autour de thèmes à forts enjeux, favoriser les rencontres entre l'ensemble des acteurs (agences, clients, partenaires, institutionnels...), créer un lien plus fort entre clients et agences et développer de bonnes pratiques partagées par tous* ».

Les pièces fournies à l'Institut des usages témoignent de ce que le Commissionnement est aussi pratiqué pour d'autres prestations réalisées grâce à l'intervention de XXX⁸.

4 Délimitation personnelle

- S'agissant des Clients, l'usage allégué paraît s'appliquer à la majorité d'entre eux. Il n'est toutefois ici examiné qu'au regard d'YYY.
- S'agissant des Agences, l'usage paraît s'appliquer dans la majorité des agences évènementielles. Il n'est toutefois examiné ici qu'au regard de XXX
- S'agissant des Prestataires, l'usage invoqué ne s'applique qu'aux prestataires habituels bénéficiant d'un courant d'affaire continu avec XXX.

Dans l'opération contractuelle concernant YYY, XXX et ses prestataires habituels, le recours à un commissionnement est donc suffisamment délimité.

C Généralité du comportement constitutif de l'usage invoqué

Au cas particulier, la pratique du Commissionnement est-elle généralisée ?

- La littérature professionnelle évoque expressément l'existence d'un comportement répété, à savoir d'une « pratique ». Dans son ouvrage, « *La communication évènementielle* », Monsieur Christophe PASCAL écrit ainsi : « *D'autres astuces se pratiquent comme le principe de rétrocommission entre une agence et ses prestataires employés à l'année. Elle est établie de manière contractuelle et versée par le prestataire à l'agence, sur le chiffre d'affaires qu'il réalise à l'année grâce -à- elle* »⁹. Même s'il évoque une « astuce », « *...contractuelle* », ce texte qui figure dans un court ouvrage de 122 pages rédigé par un non-juriste confirme l'existence d'une pratique largement connue... ce qui n'est pas suffisant en soi pour établir un usage.
- Madame Elsa RENARD, enseignante en licence professionnelle Communication Evènementielle évoque « *les commissions et rétro-commissions* » et indique à leur propos : « *C'est une pratique très courante dans ce domaine d'activité : en tant qu'apporteur d'affaires un fournisseur consacrera un % à l'agence pour lui avoir amené du chiffre d'affaires* »¹⁰.
- Dans le secteur d'activité des traiteurs, pareille pratique est expressément évoquée à l'article 2.b. 1 de la Charte Ethique du 19 juillet 2021. Cette charte est signée par Monsieur Cyri_____, Président de _____ qui est une organisation professionnelle qui regroupe 90 agences de communication évènementielle représentant 80% du marché. Cette fois-ci, c'est bien d'un « usage » dont il s'agit expressément.

⁸ Pièce 45 d'YYY.

⁹ C. Pascal, *La communication évènementielle*, Dunod, Les Topos, 2017, p. 62.

¹⁰ Plan du Cours de Licence en date du 25 octobre 2009.

Les éléments de preuve concordants soumis à l'Institut des usages permettent à tout le moins d'établir une pratique forte du Commissionnement dans le secteur d'activité de l'agence événementielle¹¹. A défaut de pouvoir ici attester de l'existence d'une pratique généralisée de Commissionnement dans le secteur de l'agence événementielle vis-à-vis de tous les Prestataires, les informations fournies à l'Institut des usages¹² permettent à tout le moins d'attester d'une généralité de cette pratique dans les relations entre YYY, XXX et ses prestataires habituels.

Dans l'opération contractuelle concernant YYY, XXX et ses prestataires habituels, le recours à un commissionnement est donc suffisamment généralisé.

D Légitimité du comportement constitutif de l'usage invoqué

La qualification d'usage requiert que le comportement allégué soit légitime. Cette légitimité ne se confond pas avec la légalité du comportement. Elle s'entend d'une conformité « à une norme supérieure juridique ou éthique, ressentie comme fondamentale par la collectivité »¹³.

Au cas particulier, le fait que le Client ne soit pas toujours informé du Commissionnement versé par le Prestataire affecte-il la légitimité du comportement objet de l'usage invoqué au regard du souci général de transparence.

A ce propos, plusieurs éléments soutiennent la légitimité de l'usage invoqué :

- D'abord, le souci de confidentialité des affaires justifie l'absence de transparence sur ce point. Ce souci est d'ailleurs mentionné à l'article 2.c de la Charte Ethique;
- Par ailleurs, même à supposer que la transparence entre les parties à l'opération d'agence événementielle soit un signe de loyauté, la transparence totale sur l'existence d'une rémunération du Prestataire ne paraît pas relever d'une « norme ressentie comme fondamentale par la collectivité » en cause. Elle ne figure d'ailleurs pas dans la Charte Ethique;
- En outre, la légitimité des factures de commissionnement a été récemment confortée par l'admission d'une créance de cette nature par le Tribunal de Commerce de Bobigny¹⁴ ;
- Enfin, dans le cadre de la relation particulière entre YYY et XXX, le recours généralisé à un commissionnement est attesté par différentes pièces qui établissent qu'YYY a facturé elle-même des « rétrocessions » lorsqu'elle a recruté directement certains prestataires¹⁵.

Dans l'opération contractuelle concernant YYY, XXX et ses prestataires, le recours à un commissionnement est donc suffisamment légitime.

¹¹Cette pratique nous a notamment été confirmée par Madame Ulrike L_____ à Strasbourg.

¹²Notamment les pièces 45 à 74 d'YYY.

¹³G. Cornu, *Vocabulaire juridique, Association Henri Capitant*, PUF 7^{ème} éd 1988, p. 488.

¹⁴Ordonnance du juge commissaire du Tribunal de commerce de Bobigny du 18 octobre 2021 relative à une facture de commissionnement de XXX sur la Société FAUCHON en procédure collective.

¹⁵ Factures n°160741, 181008, 190762 d'YYY à XXX.COM du 23 décembre 2016, 21 décembre 2018 et 31 décembre 2019.

Nous pouvons donc conclure à l'existence d'un usage de commissionnement concernant les prestations comprises dans la relation entre YYY, XXX et ses prestataires habituels.

III LE CAS ECHEANT, LA SOCIETE XXX PEUT ELLE SE PREVALOIR DU COMMISSIONNEMENT A L'ENCONTRE DE LA SOCIETE YYY POUR FAIRE REJETER UNE DEMANDE RECONVENTIONNELLE EN INDEMNISATION?

Il conviendra d'examiner d'une part, si XXX peut invoquer l'usage objet du présent avis à l'encontre d'YYY (A) et d'autre part, si elle peut le faire en l'espèce pour justifier l'effet recherché (B).

A XXX peut-elle invoquer l'usage à l'encontre d'YYY ?

1 En général, la jurisprudence subordonne l'invocabilité d'un usage à l'existence d'un consentement ; c'est la conception de « l'usage-consentement » qui domine¹⁶.

2 Dans l'espèce objet du présent avis, il convient de distinguer l'invocabilité active par XXX (a) et l'invocabilité contre les Prestataires (b) et contre YYY (c).

a La connaissance par XXX de l'usage invoqué est incontestable dans la mesure où elle est membre de _____. On lit d'ailleurs sur le site public de cette organisation: « *L'ÉVÈNEMENT* est l'organisation professionnelle française des entreprises de conseil, de création et de production en communication événementielle. Son ambition repose sur plusieurs axes parmi lesquels : porter d'une seule voix les problématiques liées aux enjeux de la profession, rendre visible toute la chaîne de valeur de production d'évènements, affirmer la valeur ajoutée des métiers de l'événementiel, mutualiser les ressources de réflexion et de promotion autour de thèmes à forts enjeux, favoriser les rencontres entre l'ensemble des acteurs (agences, clients, partenaires, institutionnels...), créer un lien plus fort entre clients et agences et développer de bonnes pratiques partagées par tous ».*

L'article 10 des conditions générales de vente de XXX soumet le rapport contractuel au « *droit français* ». Ce « droit français » inclut les usages parmi ses sources. Dès lors, et en application du principe du consensualisme qui prévaut en Droit français, un accord explicite sur l'invocabilité des usages n'est pas requis.

b La question de l'invocabilité de l'usage à l'encontre des Prestataires est aussi probable. Ceux-ci sont en effet des partenaires réguliers des agences événementielles et de grands traiteurs ont signé la Charte Ethique.

c L'invocabilité à l'encontre des clients des agences événementielles est plus délicate dans la double mesure (i) où ils ne sont pas tous nécessairement en lien avec des agences événementielles et (ii) où nous n'avons pas trouvé le texte de la Charte Ethique sur le site de _____¹⁷.

Entre professionnels, les juges sont toutefois sensibles à une conception dite de « l'usage-règle » selon laquelle « *l'usage pourra être invoqué du simple fait de la participation d'un opérateur à un*

¹⁶ Cass. com. 8 octobre 1991, Contrats. conc. conso. 1992, n°1, obs. L. Leveneur ; Cass. com. 16 décembre 1997, n°95-18586. Sur la question, *Droit des usages*, précité, n°310.

¹⁷ La nouveauté de la Charte Ethique qui date du 19 juillet 2021 explique peut-être cela.

marché »¹⁸. Au cas particulier, cette invocabilité pourra se prévaloir d'une part du recours par YYY elle-même à la facturation directe de « rétrocessions » dans les cas où elle a eu recours directement à des Prestataires¹⁹. Cette invocabilité pourra d'autre part se prévaloir de la référence aux « codes de déontologie » dans les conditions générales de vente de XXX portées à la connaissance de YYY. Même si la Charte Ethique n'est pas codifiée, son titre qui fait référence à l'éthique atteste de sa nature déontologique.

Dès lors notamment que la relation entre YYY, XXX et ses prestataires se noue entre professionnels, le recours à la conception de l'usage-règle peut être admis pour justifier l'invocation de l'usage allégué contre YYY.

B L'usage invoqué peut-il justifier l'effet recherché par XXX ?

L'efficacité d'un usage est facilitée lorsqu'elle vise à produire un effet d'intensité faible tel que la simple validation d'un comportement sans création d'une obligation à la charge d'un opérateur. Comme nous l'avons écrit: « *la reconnaissance du caractère normatif de l'usage dépendra de la force juridique que l'on attend d'une norme. Si l'usage peut certainement être invoqué pour établir un standard en termes de comportement et donc de responsabilité indépendamment de tout consentement, il est plus douteux qu'il puisse être invoqué pour justifier l'exécution forcée d'une prestation sans s'appuyer sur un consentement* »²⁰.

Au cas particulier, XXX invoque l'usage du commissionnement en défense ce qui relève d'une intensité plus faible que si elle s'en prévalait pour obtenir une condamnation ou un paiement.

XXX peut d'autant plus invoquer l'usage du commissionnement qu'elle ne s'en prévaut qu'à titre défensif.

¹⁸ *Droit des usages*, précité, n°311.

¹⁹ Factures n°160741, 181008, 190762 d'YYY à XXX.COM du 23 décembre 2016, 21 décembre 2018 et 31 décembre 2019.

²⁰ *Droit des usages*, précité, n°317.

NOUS RENDONS L'AVIS SUIVANT :

En l'état des informations transmises à l'Institut des usages et de l'analyse susvisée :

Dans l'opération contractuelle concernant YYY, XXX et ses prestataires, le recours à un commissionnement est suffisamment déterminé.

Dans l'opération contractuelle concernant YYY, XXX et ses prestataires, le recours à un commissionnement est suffisamment délimité.

Dans l'opération contractuelle concernant YYY, XXX et ses prestataires, le recours à un commissionnement est suffisamment généralisé.

Dans l'opération contractuelle concernant YYY, XXX et ses prestataires, le recours à un commissionnement est suffisamment légitime.

Nous pouvons donc conclure à l'existence d'un usage de commissionnement concernant les prestations comprises dans la relation entre YYY, XXX et ses prestataires habituels.

Dès lors notamment que la relation entre YYY, XXX et ses prestataires se noue entre professionnels, le recours à la conception de l'usage-règle peut être admis pour justifier l'invocation de l'usage allégué contre YYY.

XXX peut d'autant plus invoquer l'usage du commissionnement susvisé dans sa relation avec YYY qu'elle ne s'en prévaut qu'à titre défensif.

Fait à Montpellier, le 19 janvier 2022, sous les réserves d'usage.

Pr. Pierre MOUSSERON
Président de l'Institut des usages

Pierre MOUSSERON
Agrégré des Universités
Professeur à la Faculté de Droit de Montpellier

*Cet avis est délivré par l'Institut des usages
conformément à l'article 66-1 de la loi 71-1130 du 31 décembre 1971
et selon ses termes de services accessibles sur
bibliotheque-des-usages.cde-montpellier.com.*

Compte tenu de l'analyse juridique qu'il requiert, le présent avis a été délivré, conjointement, par l'Institut des usages agissant par son Président et à titre personnel par Pierre MOUSSERON, Professeur à la Faculté de Droit de Montpellier.

Lors de sa réunion du 20 novembre 2021 à 14h, un comité de l'Institut des usages composé de Gustavo CERQUEIRA²¹, Philippe GRIGNON²², Kevin MAGNIER-MERRAN²³ et Pierre MOUSSERON a délibéré sur le présent avis dont il a approuvé les termes.

*Faculté de Droit de Montpellier
39 Rue de l'Université, 34000 Montpellier
SIRET : 814799698
Email : institutdesusages@gmail.com.
Tél : 04 34 43 30 11*

²¹ Professeur à la Faculté de Droit de Nîmes, Membre de l'Institut des usages.

²² Maître de Conférences à la Faculté de Droit de Montpellier, Membre de l'Institut des usages.

²³ Maître de Conférences à l'Université de Lorraine, Membre de l'Institut des usages.