

LE PETIT JURISTE DE ST-BARTH

AOUT 2024



Le premier et unique e-magazine à
SAINT-BARTH sur l'actualité et le
droit en Outre-Mer et en métropole

www.celinecarsalade.com



CELINE CARSA LADE
AVOCAT • LAW FIRM

AU SOMMAIRE

CE MOIS-CI

DROIT DE LA FAMILLE

“Enfant des réseaux” : quand protéger son image devient une affaire familiale P. 3

DROIT DU NUMÉRIQUE

IA et droit : quand les robots doivent respecter la loi ! P. 6

DROIT DE LA CONSOMMATION

Réduflation : Quand moins devient trop !..... P. 9

DROIT DE LA PROCÉDURE CIVILE

Cession de droit au bail : quand le cédant doit assumer l'irrégularité P. 10

L'INVESTISSEUR INTELLIGENT

Earning Vs Valeur : Le piège stratégique de la pensée çà court terme chez les dirigeant d'entreprise P. 11

Lean Management: Une révolution silencieuse pour maximiser la valeur et minimiser le gaspillage..... P. 15

NOTRE CABINET

Nous trouver / Nous contacter / Nous suivre..... P. 19

DROIT DE LA FAMILLE

“Enfant des réseaux” : quand protéger son image devient une affaire familiale



A l'ère du numérique, où les photos et vidéos sont facilement partagées sur les réseaux sociaux, la gestion de l'image des enfants pose des défis juridiques et éthiques majeurs. Le droit à l'image, bien que fondamental, est souvent mal compris ou négligé, exposant les enfants à des risques importants, allant de la violation de leur vie privée à des dangers plus graves tels que l'exploitation ou le harcèlement en ligne.

Cet article se propose d'explorer les contours juridiques du droit à l'image des mineurs, en mettant en lumière la responsabilité des parents et des tuteurs, ainsi que les protections offertes par la loi du 19 février 2024 n°2024-120.

Nous le savons, les enfants sont de plus en plus exposés sur les réseaux sociaux et parfois même par leurs parents. Certains « influenceurs » mettent en scène leurs enfants sans se douter des risques qu'encourt une telle surexposition.

Depuis la loi du 19 février 2024, l'article 371-1 du Code civil a été modifié de telle sorte à ce que la notion de vie privée soit inscrite dans la définition de l'autorité parentale. Également, l'article 372-1 du Code civil dispose à présent que :

> « Les parents protègent en commun le droit à l'image de leur enfant mineur, dans le respect du droit à la vie privée mentionné à l'article 9.

> Les parents associent l'enfant à l'exercice de son droit à l'image, selon son âge et son degré de maturité. »

Cette évolution législative marque une avancée significative dans la protection des droits des enfants, reconnaissant explicitement l'importance de leur vie privée dans le cadre de l'autorité parentale. Désormais, c'est une double obligation pour les parents qui devront non seulement veiller à ne pas porter atteinte à l'image de leur enfant, mais aussi l'impliquer dans les décisions relatives à l'utilisation de celle-ci, en tenant compte de son âge et de sa maturité.

Cette nouvelle obligation soulève plusieurs questions. Comment s'assurer que les parents, souvent démunis face aux enjeux du numérique, respectent ces nouvelles dispositions ? Quelles sont les conséquences juridiques en cas de manquement à ce devoir ? Et comment protéger les enfants face à des pratiques de plus en plus répandues, comme l'exposition massive sur les réseaux sociaux par des parents influenceurs ?



Le législateur, en insérant ces dispositions dans le Code civil, a cherché à offrir une réponse adaptée aux nouveaux défis posés par notre époque. Cependant, l'application de cette loi en pratique reste un enjeu majeur. Les juges seront amenés à jouer un rôle clé dans l'interprétation de ces nouvelles dispositions, en particulier lorsqu'il s'agira de concilier le respect de la vie privée de l'enfant avec la liberté des parents de partager des moments familiaux sur les réseaux sociaux.

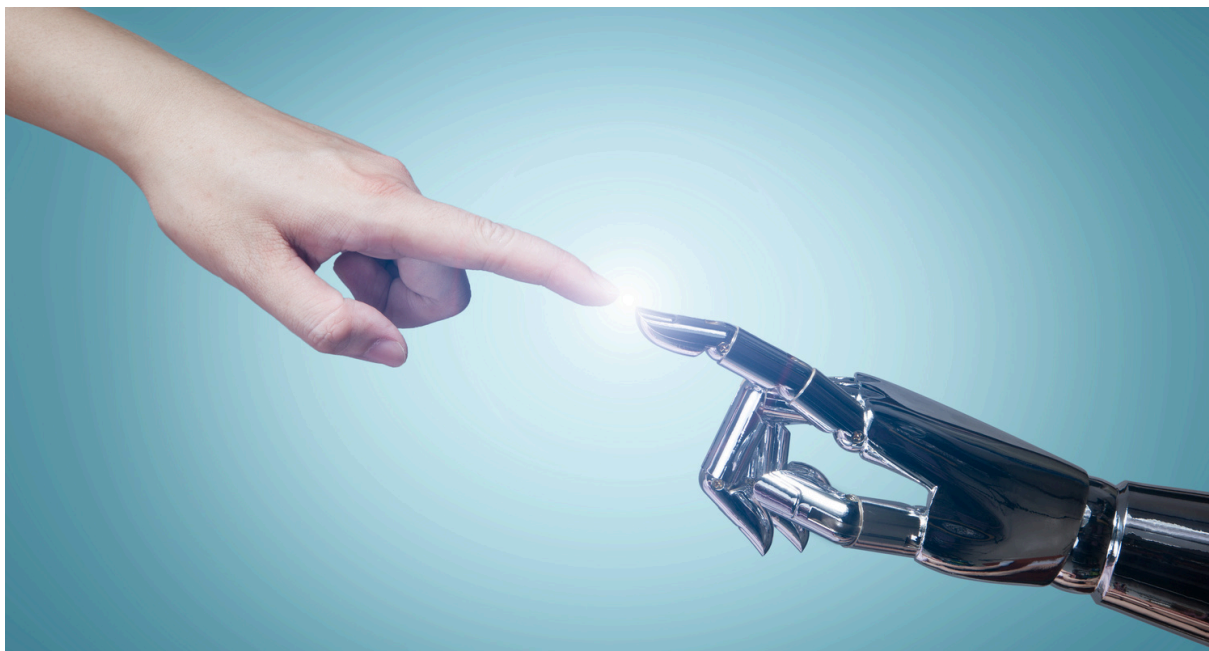
Il est à noter que le rôle du juge est actif, en effet, cette loi prévoit qu'en cas de manquement à l'obligation de recueillir l'accord de l'autre parent, le juge aux affaires familiales a la possibilité d'interdire à un parent de publier ou diffuser toute image de son enfant sans l'accord de l'autre parent.

Ainsi, cette loi est une réelle avancée qui démontre que le législateur prend conscience des enjeux liés à internet, aux réseaux sociaux et aux nouvelles pratiques qui y sont attachées. Reste à découvrir les applications jurisprudentielles de cette loi, qui sans aucun doute aura vocation à s'appliquer très régulièrement.



DROIT DU NUMÉRIQUE

IA et droit : quand les robots doivent respecter la loi !



L'intelligence artificielle (IA) est devenue une composante essentielle de l'innovation technologique, transformant divers secteurs tels que la santé, les transports, et même la création artistique. En France, comme dans le reste du monde, la montée en puissance de l'IA pose des questions juridiques complexes. Le cadre législatif et réglementaire français s'efforce de trouver un équilibre entre l'encouragement à l'innovation et la protection des droits fondamentaux.

Quel est l'état actuel du droit en matière d'intelligence artificielle ? Le règlement (UE) 2024/1689, adopté par le Parlement européen le 13 juin 2024, est le premier cadre législatif consacré à l'intelligence artificielle (IA). Publié au Journal officiel de l'Union européenne le 12 juillet 2024, ce texte vise à instaurer des règles uniformes pour garantir que les systèmes d'IA commercialisés en Europe soient sûrs, respectueux des droits fondamentaux et alignés sur les valeurs de l'UE.

Ce règlement, approuvé par une large majorité au Parlement (523 votes pour), cherche à promouvoir une IA fiable, centrée sur l'humain, tout en facilitant l'innovation et les investissements. Il établit des normes harmonisées pour la commercialisation et l'utilisation des systèmes d'IA, interdit certaines pratiques jugées dangereuses, et impose des exigences spécifiques pour les systèmes à haut risque.

Le texte inclut également des règles de transparence pour les systèmes d'IA interactifs, les systèmes de reconnaissance émotionnelle. Des mesures de soutien à l'innovation, en particulier pour les PME, sont aussi prévues. Le règlement, qui entrera en vigueur le 2 août 2026, s'efforce de trouver un équilibre entre innovation et protection des utilisateurs.



Le règlement établit une liste des pratiques interdites par les IA notamment celles qui visent à altérer le comportement humain et le libre-arbitre, et prévoit également, des sanctions en cas de manquements. En effet, tout citoyen sera en mesure de déposer plainte à l'encontre d'un système d'une IA et les sanctions prendront la forme d'amendes pouvant aller jusqu'à 35 millions d'euros ou 7% du CA mondial, en fonction de la taille de l'entreprise et de l'infraction.

Par ailleurs, adoptée en octobre 2016, la Loi pour une République Numérique vise à renforcer la transparence et l'accès à l'information en matière numérique. Elle impose des obligations spécifiques aux acteurs du numérique, y compris ceux développant des systèmes d'IA. L'un des aspects les plus significatifs est l'obligation de transparence des algorithmes publics. Les administrations qui utilisent des algorithmes pour prendre des décisions individuelles doivent désormais en expliquer le fonctionnement, un aspect crucial pour garantir que les décisions prises par des IA soient compréhensibles et équitables.

Enfin, en Europe, le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD), entré en vigueur en mai 2018, constitue le socle juridique central pour la protection des données personnelles, un enjeu majeur dans le développement de l'IA. En France, le RGPD est complété par la loi Informatique et Libertés. Ces textes imposent des obligations strictes aux entreprises et aux entités développant ou utilisant des systèmes d'IA qui traitent des données personnelles. Cela inclut le respect des principes de transparence, de finalité, et de proportionnalité dans le traitement des données, ainsi que l'obligation de recueillir un consentement éclairé des personnes concernées.

Le RGPD impose également des obligations en matière de responsabilité, les entreprises étant tenues de démontrer qu'elles ont mis en place des mesures adéquates pour protéger les données qu'elles collectent et traitent à l'aide de systèmes d'IA.

La France, en tant que membre de l'Union européenne, participe activement aux débats sur la future régulation européenne de l'intelligence artificielle. Le développement rapide de l'intelligence artificielle soulève de nouveaux défis juridiques auxquels la législation française devra répondre.

Ainsi, le cadre juridique français autour de l'IA évolue rapidement pour protéger les citoyens tout en soutenant l'innovation. Un équilibre nécessaire dans un monde où l'IA prend de plus en plus de place !



Réduflation : Quand moins devient trop !



« Réduflation » : ce terme issu de l'anglais shrinkflation combine "réduction" et "inflation" pour désigner une pratique commerciale controversée. Elle consiste à diminuer discrètement le poids ou la quantité d'un produit, tout en conservant son apparence et son emballage inchangés, afin de masquer une augmentation de prix. Si cette pratique reste légale, elle est souvent perçue comme trompeuse par les consommateurs, car elle manque de transparence.

Face à cette situation, le gouvernement français a décidé de réagir. Pour rétablir la confiance des consommateurs, une nouvelle mesure est entrée en vigueur le 1er juillet 2024 : toute entreprise modifiant la quantité d'un produit sans en changer le prix devra l'indiquer clairement. Une affichette devra être apposée près du produit concerné, précisant non seulement la réduction de quantité, mais aussi l'évolution du prix au kilo ou au litre.

L'arrêté du 16 avril 2024, qui a rendu cette obligation effective, marque une étape importante vers une plus grande transparence dans les pratiques commerciales. Les consommateurs pourront ainsi faire leurs choix en toute connaissance de cause, mettant fin à une forme de manipulation subtile mais fréquente.

Cession de droit au bail : quand le cédant doit assumer l'irrégularité

Cass. 3e civ., 4 juill. 2024, n° 23-13822

A l'occasion d'une cession d'un droit au bail commercial, des complications peuvent survenir, notamment si la cession est jugée irrégulière par le bailleur. Dans une affaire récente, un preneur s'est vu confronté à de telles conséquences, entraînant une résiliation judiciaire et une expulsion du cessionnaire.

En l'espèce il s'agissait d'un preneur de locaux commerciaux a cédé son droit au bail à une société. Le bailleur, trouvant la cession irrégulière, a obtenu la résiliation du bail et l'expulsion de la locataire. En conséquence, la société qui avait repris le bail (le cessionnaire) a été évincée et a poursuivi le preneur initial (le cédant) pour être indemnisée de son préjudice, en invoquant la garantie d'éviction prévue par le Code civil.

Selon l'article 1630 du Code civil, si l'acquéreur (ici, le cessionnaire) est évincé, il peut demander au vendeur (le cédant) la restitution du prix et des indemnités. En d'autres termes, si le cessionnaire perd son droit d'occupation à cause d'une faute du cédant, ce dernier doit indemniser le cessionnaire.

Partant, le cédant, ayant été reconnu responsable de l'éviction, ne peut réclamer le remboursement des loyers payés au bailleur pour la période où le cessionnaire occupait les locaux en toute bonne foi.

Ainsi, la Cour d'appel avait décidé de rejeter sa demande de remboursement. La responsabilité de l'éviction reposant sur elle, elle devait assumer les conséquences de cette situation.

Par un arrêt rendu le 4 juillet 2024, la Troisième Chambre civile de la Cour de cassation confirme la position de la Cour d'appel.



L'INVESTISSEUR INTELLIGENT

Earning Vs Valeur : Le piège stratégique de la pensée çà court terme chez les dirigeants d'entreprise



Dans le monde des affaires en constante évolution, la distinction entre les "earnings" (bénéfices) et la "value" (valeur) est souvent mal comprise, amenant de nombreux dirigeants à prendre des décisions qui privilégient les gains à court terme au détriment du succès à long terme. Cette confusion peut avoir un impact significatif sur la direction stratégique d'une entreprise, sa position sur le marché, et, en fin de compte, sa durabilité.

Comprendre les Concepts de Bénéfices et de Valeur

Les bénéfices sont les profits qu'une organisation génère après avoir déduit toutes ses dépenses, y compris les coûts opérationnels, les impôts, et autres obligations financières. Ces chiffres sont généralement rapportés sur une base trimestrielle ou annuelle et constituent un indicateur clé de la performance financière. Cependant, les bénéfices offrent un instantané qui reflète les activités passées de l'entreprise, plutôt que son potentiel futur.

En revanche, la valeur est un concept plus vaste et tourné vers l'avenir. Elle englobe non seulement les bénéfices actuels, mais aussi le potentiel de croissance future, la force de la marque de l'entreprise, sa propriété intellectuelle, et sa position sur le marché. La valeur est souvent mesurée par la capitalisation boursière et est influencée par la perception des investisseurs, qui prennent en compte à la fois les actifs tangibles et intangibles, ainsi que la capacité de l'entreprise à générer des profits durables à long terme.

Le Piège de la Pensée à Court Terme

Beaucoup de dirigeants d'entreprise, sous la pression de répondre aux attentes des bénéfices trimestriels, tombent dans le piège de se concentrer trop fortement sur la rentabilité à court terme. Cette approche peut entraîner un certain nombre de pratiques préjudiciables :

1- Sous-investissement dans l'Innovation et la Croissance:

Lorsque les bénéfices sont privilégiés par rapport à la valeur, les entreprises peuvent réduire leurs investissements en recherche et développement, marketing, ou autres investissements critiques nécessaires à la croissance à long terme. Cela peut étouffer l'innovation et laisser l'entreprise vulnérable face à des concurrents prêts à investir dans leur avenir.

2- Réduction des Coûts au Détriment de la Qualité :

Pour augmenter les bénéfices à court terme, les entreprises pourraient réduire les coûts de manière à compromettre la qualité des produits ou des services. Bien que cela puisse temporairement améliorer les résultats financiers, cela peut nuire à la réputation de la marque, éroder la fidélité des clients, et finalement diminuer la valeur de l'entreprise.

3- Négliger les Actifs Intangibles :

Les actifs intangibles, tels que la valeur de la marque, la propriété intellectuelle, et la culture d'entreprise, ne sont souvent pas reflétés dans les bénéfices à court terme, mais sont des composantes cruciales de la valeur à long terme. Les dirigeants qui se concentrent uniquement sur les bénéfices peuvent négliger ces actifs, conduisant à une dépréciation de la véritable valeur de l'entreprise.



4- Prises de décision Stratégiques à Court Terme :

Une focalisation sur les bénéfices à court terme peut pousser les entreprises à prendre des décisions stratégiques rentables à court terme mais néfastes à long terme. Par exemple, une entreprise pourrait retarder ou abandonner une initiative stratégique importante car elle nécessite un investissement initial significatif, même si elle pourrait générer une valeur substantielle au fil du temps.



Construire une Valeur à Long Terme

Pour éviter les pièges du court-termisme, les dirigeants doivent adopter une approche centrée sur la valeur. Cela nécessite un changement de mentalité, passant de la gestion pour les bénéfices à la gestion pour une croissance durable et une résilience à long terme. Voici quelques stratégies clés à considérer :

1- Investir dans l'Innovation :

Un investissement continu dans l'innovation est essentiel pour maintenir un avantage concurrentiel. Cela inclut non seulement le développement de produits, mais aussi l'investissement dans de nouveaux modèles d'affaires, l'expérience client, et l'efficacité opérationnelle.

2- Se Concentrer sur les Relations Client :

Des relations client solides et à long terme sont un moteur significatif de la valeur. Les entreprises doivent privilégier la satisfaction et la fidélité des clients, même si cela signifie sacrifier des profits à court terme.

3- Renforcer l'Équité de la Marque :

Construire et maintenir une marque forte est crucial pour la valeur à long terme. Cela inclut l'investissement dans le marketing, la responsabilité sociale des entreprises, et l'engagement des employés, qui contribuent tous à la force de la marque.

4- Adopter une Perspective à Long Terme dans la Prise de Décision :

Les décisions stratégiques doivent être évaluées en fonction de leur potentiel à créer de la valeur au fil du temps, plutôt que de leur impact immédiat sur les bénéfices. Cela peut impliquer de prendre des risques calculés, comme pénétrer de nouveaux marchés ou investir dans des technologies émergentes.

5- Mesurer le Succès au-delà des Bénéfices :

Les entreprises doivent développer des indicateurs qui reflètent la création de valeur à long terme, tels que la valeur à vie des clients, la force de la marque, et l'engagement des employés. Ces indicateurs devraient être intégrés dans les systèmes de gestion de la performance de l'entreprise.

La confusion entre les bénéfices et la valeur peut conduire à des erreurs stratégiques qui entravent le succès à long terme d'une entreprise. Bien que les bénéfices soient un indicateur important de la performance financière, ils ne constituent qu'une partie du tableau. En se concentrant sur la création de valeur — par l'innovation, des relations solides avec les clients, et des investissements stratégiques — les dirigeants peuvent s'assurer que leurs entreprises ne sont pas seulement rentables aujourd'hui, mais qu'elles sont également positionnées pour une croissance durable et une résilience dans le futur.

Dans un marché mondial de plus en plus complexe et compétitif, comprendre la distinction entre les bénéfices et la valeur n'est pas seulement bénéfique, c'est essentiel pour tout dirigeant qui aspire à construire un héritage de succès durable.



Lean Management: Une révolution silencieuse pour maximiser la valeur et minimiser le gaspillage

Dans un monde où les entreprises sont confrontées à une pression constante pour réduire les coûts tout en augmentant la qualité et la rapidité de leurs services, le lean management s'impose comme une approche incontournable. Héritée du système de production de Toyota (Toyota Production System, TPS), cette philosophie de gestion, qui a transformé l'industrie automobile, est aujourd'hui appliquée dans divers secteurs, de la fabrication à la santé, en passant par les services financiers et l'administration publique.

Comprendre le Lean Management

Le lean management repose sur un principe simple mais puissant : maximiser la valeur pour le client tout en minimisant les gaspillages. Contrairement à certaines méthodes de gestion traditionnelles qui se concentrent principalement sur l'augmentation des ressources pour accroître la production, le lean met l'accent sur l'optimisation des processus existants. Il ne s'agit pas simplement de faire plus avec moins, mais de faire mieux avec ce qui est déjà disponible.



Les Cinq Principes Fondamentaux du Lean Management

1- Identifier la Valeur :

La première étape du lean management consiste à comprendre ce que le client considère comme de la valeur. Cela peut sembler évident, mais il est essentiel de bien cerner les attentes du client pour aligner l'ensemble des processus de l'entreprise sur cette valeur. Ce principe guide toutes les décisions et les actions qui suivront, en garantissant que l'entreprise reste centrée sur les besoins du client.

2- Cartographier la Chaîne de Valeur :

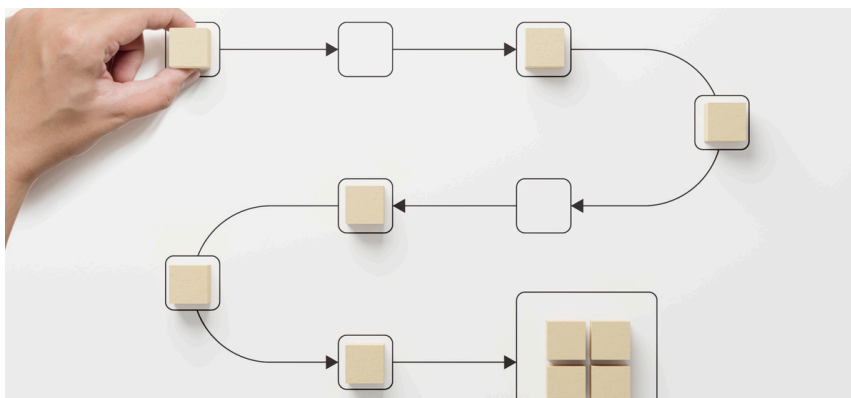
Une fois la valeur définie, il est crucial de cartographier la chaîne de valeur, c'est-à-dire de représenter visuellement tous les processus nécessaires pour délivrer cette valeur au client. Cela permet d'identifier les étapes qui ne contribuent pas directement à la création de valeur, souvent appelées "muda" (gaspillages en japonais), et qui peuvent être éliminées ou améliorées.

3- Créer un Flux Continu :

Un des objectifs du lean management est de créer un flux de travail fluide et ininterrompu, en éliminant les obstacles qui ralentissent ou interrompent le processus. Cela implique de repenser la manière dont les tâches sont enchaînées pour éviter les temps d'attente, les goulots d'étranglement, et les interruptions inutiles.

4- Mettre en Place un Système Tiré :

Plutôt que de produire en masse en anticipant la demande (approche poussée), le lean management préconise un système tiré, où la production ou le service est déclenché par la demande réelle du client. Cela permet de réduire les stocks, d'éviter la surproduction, et de répondre plus précisément aux besoins du marché.



5- Chercher la Perfection :

Le lean management est un processus continu d'amélioration. Aucune entreprise ne peut prétendre avoir atteint la perfection, mais l'objectif est de s'en rapprocher constamment. Cela nécessite l'implication de tous les niveaux de l'organisation, du management aux opérateurs, dans un effort collectif pour identifier et éliminer les gaspillages, et pour optimiser les processus en permanence.

Les Sept Types de Gaspillage

Dans la quête de l'efficacité, le lean management identifie sept types de gaspillages principaux, qui sont autant d'obstacles à l'optimisation des processus :

1- Surproduction : Produire plus que ce qui est immédiatement nécessaire, ce qui génère des stocks excessifs et immobilise des ressources.

2- Attente : Temps perdu lorsque les matériaux, l'information, les personnes ou l'équipement ne sont pas prêts.

3- Transports Inutiles : Déplacements superflus de matériaux ou d'informations, qui n'ajoutent pas de valeur.

4- Traitements Excessifs : Processus ou étapes supplémentaires qui ne sont pas nécessaires pour répondre aux besoins du client.

5- Stocks : Accumulation de matières premières, de travaux en cours ou de produits finis, au-delà des besoins immédiats.

6- Mouvements Inutiles : Gestes ou déplacements inutiles des employés, souvent causés par une mauvaise organisation de l'espace de travail.

7- Défauts : Produits ou services qui ne répondent pas aux exigences de qualité et nécessitent des corrections ou des retours.



Les Avantages du Lean Management

L'adoption du lean management offre de nombreux avantages aux entreprises, quel que soit leur secteur d'activité. Parmi les bénéfices les plus significatifs, on trouve :

- › Réduction des Coûts : En éliminant les gaspillages et en optimisant les ressources, les entreprises peuvent réduire leurs coûts de production sans sacrifier la qualité.
- › Amélioration de la Qualité : Le focus sur l'amélioration continue permet de détecter et de corriger les erreurs plus rapidement, ce qui conduit à des produits et services de meilleure qualité.
- › Réduction des Délais : Le flux de travail optimisé permet de réduire les délais de production ou de livraison, améliorant ainsi la satisfaction client.
- › Flexibilité Accrue : Le système tiré permet de mieux répondre aux fluctuations de la demande, rendant l'entreprise plus agile et réactive.
- › Engagement des Employés : Le lean management encourage la participation active de tous les employés dans l'amélioration des processus, ce qui peut augmenter leur motivation et leur engagement.

Le lean management est bien plus qu'une simple méthode de réduction des coûts. Il s'agit d'une véritable philosophie de gestion qui place le client au centre de toutes les préoccupations et qui cherche à optimiser chaque aspect de l'organisation pour créer de la valeur de manière efficiente. Dans un monde où les entreprises doivent continuellement s'adapter pour rester compétitives, le lean management offre une approche éprouvée pour non seulement survivre, mais prospérer.

En adoptant cette démarche, les entreprises peuvent non seulement améliorer leurs performances opérationnelles, mais aussi se préparer à affronter les défis futurs avec une organisation plus agile, réactive, et résiliente. Le lean management n'est pas une tendance passagère, mais une révolution silencieuse qui continue de transformer le paysage des affaires à travers le monde.

NOTRE CABINET



NOUS CONTACTER



www.celinecarsalade.com



(+590) 05 90 87 78



contact@celinecarsalade.com



05 62 18 09 66

NOUS TROUVER



Flamands - Saint Barthélemy



76 allée Jean Jaurès - 31000 Toulouse

NOUS SUIVRE





CABINET CÉLINE

CARSALADE

Le Cabinet Céline Carsalade, c'est la garantie d'une expertise immobilière, juridique et fiscale. De par sa double qualification, aussi bien en matière de conseil, que de contentieux, il vous informera et vous accompagnera avec efficacité, confidentialité et professionnalisme dans vos projets immobiliers. Un bien à vendre ? Un investissement immobilier ? Une recherche de bien ? Les compétences de l'équipe sont à votre disposition. ME CELINE CARSALADE exerce l'activité d'avocat mandataire en transactions immobilières. Ses compétences en matière d'urbanisme, de fiscalité et d'investissements immobiliers seront un gage de sécurité juridique pour votre projet immobilier.

Demandez nous conseil, nous sommes là pour vous aider.



LE PETIT JURISTE DE ST-BARTH

Notre e-magazine sur l'actualité et le
droit en métropole et outre mer



CELINE CARSALADE

AVOCAT ■ LAW FIRM