

REPUBLIQUE FRANCAISE
AU NOM DU PEUPLE FRANCAIS

COUR D'APPEL DE PARIS
Pôle 5 - Chambre 2
ARRET DU 20 JANVIER 2012
(n° 025, 8 pages)

Numéro d'inscription au répertoire général : 11/01924.
Décision déferée à la Cour : Jugement du 27 Janvier 2011 - Tribunal de Grande Instance de PARIS - 3ème Chambre 4ème Section - RG n° 09/15307.

APPELANTE

SAS UNIVERSAL MUSIC PUBLISHING prise en la personne de son président, ayant son siège social 20-22 rue des Fossés Saint Jacques 75005 PARIS, représentée par Maître François TEYTAUD, avoué à la Cour, assistée de Maître Nicolas BOESPFLUG, avocat au barreau de PARIS, toque : E0329.

INTIMÉE

SA COFIDIS prise en la personne de ses représentants légaux, ayant son siège social Parc de la Haute Borne 61 avenue de Halley 59866 VILLENEUVE D'ASCQ CEDEX représentée par la SCP MONIN - D'AURIAC, avoué à la Cour, assistée de Maître Raymond DEHORS de la SCP R. DEHORS & Associés, avocat au barreau de PARIS, toque : P0375.

COMPOSITION DE LA COUR

En application des dispositions des articles 786 et 907 du Code de procédure civile, l'affaire a été débattue le 2 décembre 2011, en audience publique, devant Monsieur Eugène LACHACINSKI, président, et Madame Sylvie NEROT, conseillère chargée du rapport, les avocats ne s'y étant pas opposés. Ces magistrats ont rendu compte des plaidoiries dans le délibéré de la Cour, composée de :

Monsieur Eugène LACHACINSKI, président,
Madame Marie-Claude APELLE, présidente de chambre,
Madame Sylvie NEROT, conseillère.
Greffier lors des débats : Monsieur Truc Lam NGUYEN.

ARRET :

- contradictoire,
- prononcé publiquement par mise à disposition de l'arrêt au greffe de la Cour, les parties en ayant été préalablement avisées dans les conditions prévues au deuxième alinéa de l'article 450 du Code de procédure civile.
- signé par Monsieur Eugène LACHACINSKI, président, et par Monsieur Truc Lam NGUYEN, greffier présent lors du prononcé.

La société Universal Music Publishing, venant aux droits de société Editions Le Minotaure, se présente comme éditeur de la chanson 'Viva la vida' créée en 1986 par Michel Fugain et Brice Homs et cessionnaire des droits patrimoniaux y afférents. Après avoir découvert que la

société Cofidis a fait diffuser, sur la chaîne de télévision TF1, d'octobre 2007 à février 2008, avant pendant et après l'émission de grande diffusion 'Star Academy', une série de huit films publicitaires mettant en scène des personnages fredonnant, dans des actes de la vie courante, un air, selon elle, presque identique à la deuxième partie du refrain de cette chanson (qui en constitue, toujours selon elle, la partie emblématique puisqu'elle correspond à l'énoncé du titre de la chanson) suivi de la signature sonore 'Cofidis', ce sans son consentement, elle a pris contact avec la société Cofidis.

La société Cofidis lui a proposé de présenter une proposition de régularisation mais n'a pas agréé à l'offre transactionnelle que lui faisait la société Universal Music Publishing de sorte que cette dernière a assigné la société Cofidis en contrefaçon de droit d'auteur.

Par jugement rendu le 27 janvier 2011 le tribunal de grande instance de Paris, désigné par le tribunal de commerce de Paris pour connaître du litige, a dit que l'oeuvre musicale sonorisant les spots publicitaires de la société Cofidis ne constitue pas la contrefaçon de la mélodie principale de la chanson 'Viva la vida' dont la société Universal Music Publishing est l'éditeur et débouté, en conséquence, cette dernière de l'ensemble de ses demandes en la condamnant à verser à la société Cofidis la somme de 8.000 euros en application de l'article 700 du code de procédure civile et à supporter les dépens.

Par dernières conclusions signifiées le 22 novembre 2011, la société par actions simplifiée Universal Music Publishing, appelante, demande à la cour d'infirmer le jugement et :

- de considérer que la société Cofidis a commis des actes de contrefaçon de la deuxième partie du refrain de la chanson 'Viva la vida' dont est elle l'éditeur et de la condamner à lui verser la somme de 300.000 euros à titre de dommages-intérêts et à lui reverser, de plus, les droits d'exécution publique qu'elle a pu percevoir de la SACEM au titre de la diffusion des films publicitaires en cause ,
- d'ordonner les mesures d'interdiction, sous astreinte, et de publication d'usage ,
- de condamner la société Cofidis à lui verser la somme de 30.000 euros en application de l'article 700 du code de procédure civile et à supporter les dépens.

Par dernières conclusions signifiées le 21 novembre 2011, la société à directoire et conseil de surveillance Cofidis demande à la cour, au visa, notamment, des articles L 122-4, L 335-2 et L 335-3 du code de la propriété intellectuelle et d'une ordonnance du juge de la mise en état refusant de joindre la procédure qu'elle a engagée contre le producteur pour être garantie et d'ordonner une mesure d'expertise :

- principalement, de confirmer intégralement le jugement et de débouter l'appelante de ses entières prétentions ,
- subsidiairement, si la cour venait à considérer que la musique de certains 'billboards' est contrefaisante, de constater qu'à défaut d'individualisation des billeboards à retenir comme étant en cause, la demande est irrecevable ; de dire qu'en tout état de cause, sa signature musicale est exclue du périmètre de la contrefaçon ; de limiter à une somme purement symbolique d'un euro, toutes causes de préjudice confondues, l'éventuelle indemnisation de l'appelante si la cour venait à retenir l'existence d'une faute et l'engagement de sa responsabilité et de la débouter du surplus de ses prétentions ,

- en tout état de cause, de lui donner acte de ce qu'elle pourra requérir la garantie de la société Gorgone Productions dans le cadre de la procédure actuellement pendante devant le tribunal (n° de rôle 09/18200) ,

- et y ajoutant, de condamner la société Universal Music Publishing à lui verser une somme complémentaire de 30.000 euros en vertu de l'article 700 du code de procédure civile et à supporter tous les dépens.

SUR CE,

Sur la contrefaçon :

Considérant que l'appelante, soulignant que n'est pas contestée l'originalité de la chanson revendiquée, reproche au tribunal de n'avoir pas tiré la conséquence nécessaire de ce qu'il énonçait, à savoir qu'il existe des ressemblances entre les mélodies opposées, en rejetant son action en contrefaçon et d'avoir, en outre, pris en considération l'adjonction de la signature musicale de Cofidis pour apprécier la contrefaçon ;

Qu'elle se prévaut des dispositions de l'article L 122-4 du code de la propriété intellectuelle et soutient qu'il suffit que l'emprunt porte sur un seul élément original pour qu'il y ait contrefaçon, que les différences rythmiques et harmoniques sont mineures en regard de l'élément essentiel que constitue la mélodie et qu'il est indifférent d'individualiser les diverses interprétations vocales de cette mélodie ;

Qu'elle conteste, par ailleurs, l'appréciation portée par le tribunal sur les pièces qui lui étaient soumises - en particulier sur la consultation amiable de Monsieur Demarsan versée par Cofidis – et tire argument d'une pièce nouvelle en cause d'appel, s'agissant de la consultation rédigée à sa demande par le musicien Jean-Michel Jarre, en concluant que l'appréciation de la contrefaçon en matière musicale repose avant tout sur l'écoute des juges, laquelle ne peut ici que les convaincre d'une similitude entre les oeuvres opposées ;

Qu'elle souligne, enfin, la notoriété de la chanson 'Viva la vida' pour combattre l'argument tiré de la rencontre fortuite invoquée par l'intimée ;

Considérant que la société Cofidis rétorque qu'elle a agi de bonne foi et fait valoir qu'elle a signé, en 2005, un contrat portant sur la création d'une oeuvre musicale nouvelle (intitulée 'la vie facile') afin de sonoriser sa messagerie ou des spots publicitaires ou encore la vente de ses produits en complément de sa signature musicale préexistante et notoire (Co-Fi-Dis sur trois notes) et qu'elle a dûment rétribué son compositeur, Monsieur Cyrille Wanbergue, à hauteur de 59.222 euros TTC en versant au producteur, la société Gorgone Productions, la somme TTC de 53.222 euros ;

Qu'elle fait valoir que la contrefaçon est uniquement caractérisée lorsque la reprise d'une oeuvre première porte de façon certaine sur les trois éléments caractéristiques de l'oeuvre, à savoir la mélodie, le rythme et l'harmonie, et que tel n'est pas le cas en l'espèce ;

Qu'à cet égard, si Monsieur Jean-Michel Jarre - dont elle relève qu'il s'abstient de tenir compte, dans sa consultation, des diverses interprétations chantées par des comédiens dans ses

différents billboards - conclut à une possibilité de rapprochement auditif troublant, il ne s'agit pas, selon elle, d'une preuve de l'existence d'une contrefaçon ;

Qu'elle peut, en revanche, revendiquer le sérieux de la consultation de Monsieur Demarsan qui a dûment procédé à une analyse mélodique, harmonique et rythmique des thèmes musicaux en présence et fait valoir qu'il a considéré que le thème musical de l'oeuvre première est une samba, celui de la seconde une bossa nova, et retenu tout au plus un 'air de famille' dans l'hypothèse d'une interprétation libre ;

Qu'elle estime que ce rapprochement dans certaines interprétations aléatoires, qu'elle assimile à une rencontre fortuite, ne permet pas de caractériser la contrefaçon ;

Considérant, ceci rappelé, qu'il résulte de l'article L 122-4 du code de la propriété intellectuelle précité qu'une reprise, même partielle et brève, d'une oeuvre première originale dans une oeuvre seconde peut constituer une contrefaçon et que l'existence de ressemblances peut suffire à l'établir, indépendamment de l'existence de différences ;

Que le grief tiré du défaut d'individualisation de l'oeuvre arguée de contrefaçon ne saurait prospérer dans la mesure où l'intimée elle-même évoque une oeuvre unique, créée par Monsieur Wanbergue alors qu'elle a fait l'objet d'interprétations et que l'appelante débat de l'oeuvre en se fondant sur la consultation de Monsieur Jean-Michel Jarre, lequel a porté son analyse sur 'la musique pour la campagne publicitaire de la marque Cofidis (...) dans plusieurs versions de style varié de 8 à 10 secondes de durée' ;

Qu'il ressort de l'analyse mélodique et rythmique menée par les deux consultants amiables que les deux oeuvres opposées présentent un ordonnancement de notes et un rythme très similaires;

Qu'en effet, pour caractériser l'oeuvre première (tonalité en do dièse), Monsieur Jean-Michel Jarre relève une succession de huit notes (mi - do dièse - sol dièse - mi - do dièse - sol dièse - mi - do dièse) ; qu'il précise qu'une même succession de huit notes (mi - do - la - mi - do - la - mi - do) se retrouve dans l'oeuvre seconde (tonalité en la mineur) ;

Qu'il ajoute, notamment : *'à l'unique exception de la première valeur de note distante d'un quart de temps seulement, l'écriture rythmique du motif mélodique des deux oeuvres se développe en une suite de valeurs de notes identiques, apportant une découpe syncopée de même effet sonore'* ;

Qu'il conclut en ces termes : *'il m'apparaît que l'écriture mélodique et rythmique du motif original compris dans l'oeuvre 'viva la vida', qui plus est illustrant les paroles de titre de celle-ci, se retrouvent, à une note mélodique près, dans le thème principal de la musique publicitaire Cofidis. Je pense ainsi que, à l'écoute de cette dernière, l'auditeur peut inmanquablement faire un rapprochement auditif troublant avec l'oeuvre de Michel Fugain, 'standard' de la chanson française dont chacun garde en mémoire le contenu musical'* (pièce 15 de l'appelante) ;

Que Monsieur Demarsan, expose, quant à lui, que *'les huit chanteurs et chanteuses ne chantent pas forcément la même chose. Du fait qu'ils chantent tous à peu près faux, il y a des variantes dans les notes ; ce qui, du point de vue de l'analyse mélodique pure, montre des*

différences et entre certains spots, et avec la deuxième partie du refrain' ; qu'il relève qu'entre le refrain 'Viva la Vida' revendiqué et :

- le 1er spot ('café'), sur les 7 notes, 7 sont communes,
- les 2ème, 3ème, 7ème, 8ème spots (respectivement : 'corbeille', 'arrosage', 'vélo', 'miroir') sur un total de huit notes, les huit sont communes,
- le 4ème spot ('canapé') aucune note n'est commune,
- le 5ème spot ('roller'), sur un total de huit notes, deux sont communes. Mais ce spot étant chanté a capella et à deux voix, on peut considérer que la tonalité devient du la bémol majeur alors que le refrain est écrit en la mineur, ce qui nous éloigne d'une ressemblance,
- le 6ème spot ('cuisine'), sur un total de huit notes, aucunes ne sont communes, mais on remarque les deux dessins mélodiques ;

Qu'il ajoute, notamment, que *'l'articulation rythmique des deux mélodies est identique'* ;

Qu'il en conclut : *'l'articulation rythmique de la première mesure de la mélodie est pratiquement la même dans chaque spot et beaucoup de notes sont communes entre la majorité des spots et la 2ème partie du refrain. Bien que, sur les huit spots, nous trouvons quand même des différences de notes, surtout ente les 4ème, 5ème, 6ème et (le refrain). Un auditeur relativement averti pourrait trouver globalement 'un air de famille' entre (la musique publicitaire) et (le refrain)'* (pièce 2 de l'intimée) ;

Qu'il résulte, enfin, de l'écoute de la deuxième partie du refrain revendiqué et de celle de la musique publicitaire à laquelle la cour a procédé une quasi identité de leurs lignes mélodique et rythmique, lesquelles constituent, dans une chanson de variété comme l'est 'Viva la vida', un élément déterminant qui permet de caractériser la personnalité du compositeur et de conférer à l'œuvre musicale son originalité ;

Qu'il existe, certes, des différences introduites par un tempo dédoublé - ce qui conduit Monsieur Demarsan à distinguer un rythme de samba d'un rythme de bossa nova - ou encore par l'interprétation de la musique publicitaire confiée à des comédiens ne revendiquant pas la qualité de chanteurs professionnels ;

Que ces différences sont, toutefois, secondaires et de détail dès lors, d'une part, que l'une et l'autre de ces deux mélodies renvoient le profane à de la musique d'origine sud-américaine et, d'autre part que les huit spots litigieux s'inscrivent dans une campagne publicitaire unique, qu'ils ont fait l'objet de 1.327 diffusions en l'espace de cinq mois pour accompagner l'un des programmes à épisodes les plus regardés de la chaîne de télévision TF1 (pièce 9) et qu'un tel mode de diffusion par brèves séquences illustrant, toutes, des actes de la vie quotidienne et toutes destinées à promouvoir les produits Cofidis en leur associant une musique, tend à rendre son unité à l'oeuvre composée par Monsieur Wanbergue ;

Qu'enfin, c'est en vain que pour se dédouaner de toute responsabilité la société Cofidis se prévaut de sa bonne foi, laquelle est indifférente dans une action engagée, comme en l'espèce, devant la juridiction civile ou fait état d'une rencontre fortuite sans démontrer de quelle manière le professionnel auquel il s'est adressé pour composer l'oeuvre contrefaisante n'a pas eu accès à l'oeuvre contrefaite, créée en 1986, qualifiée de 'standard' par le musicien Jean-Michel Jarre et dont il est établi qu'elle figurait dans deux compilations regroupant les plus grands succès de Michel Fugain éditées en 1990 (pièce 17) ;

Qu'il suit que le thème musical des spots publicitaires que la société Cofidis a fait diffuser sur la chaîne de télévision TF1 d'octobre 2007 à février 2008 constitue la contrefaçon de la deuxième partie du refrain de la chanson 'Viva la vida' composée par Michel Fugain et dont les droits patrimoniaux, ont été cédés à la société Universal Music Publishing, selon contrat de cession et d'édition du 08 octobre 1986 et contrat de cession du droit d'adaptation audiovisuelle qui y est annexé (pièces 1 et 2);

Que le jugement doit, par voie de conséquence, être infirmé en ce qu'il a débouté la société Universal Music Publishing de son action en contrefaçon ;

Sur les mesures réparatrices :

Considérant que la société Universal Music Publishing poursuit la réparation de l'atteinte ainsi portée à ses droits en réclamant, d'abord, l'allocation d'une somme de 150.000 euros correspondant aux redevances auxquelles elle aurait pu prétendre, ensuite, la restitution des droits d'exécution publique perçus au titre de la diffusion de ces films et enfin, la condamnation de la société Cofidis à lui verser une autre somme de 150.000 euros correspondant au prix qu'elle aurait pu exiger pour autoriser Cofidis à utiliser la deuxième partie du refrain de la chanson 'Viva la vida' afin de compléter sa signature sonore et à l'employer depuis 2005 ;

Considérant, sur le premier chef de demande, que l'appelante est fondée à solliciter l'allocation, à titre de dommages-intérêts, d'*une somme forfaitaire qui ne peut être inférieure au montant des redevances ou droits qui auraient été dus si l'auteur de l'atteinte avait demandé l'autorisation du droit auquel il a porté atteinte*', comme le prévoit l'article L 331-1-3 du code de la propriété intellectuelle ;

Que pour justifier du quantum de sa réclamation, elle tire argument de la notoriété de la chanson 'Viva la vida', du nombre de diffusions des spots de 8 secondes chacun (plus de 1.300 fois), de la durée de la campagne (5 mois), du coût 'généralement élevé' des autorisations de synchronisation en matière publicitaire et justifie (en pièce 14) du résultat net de la société Cofidis en 2006 (soit plus de 144 millions d'euros) ;

Qu'elle ne fournit, pour autant, aucun contrat de même nature ou document s'y rapportant permettant d'accueillir sa demande au montant réclamé mais verse diverses décisions de justice se référant à des usages évaluant la redevance forfaitaire annuelle dans ce type de contrat à une somme de l'ordre de 80.000 à 100.000 euros (pièces 18 à 20) ;

Qu'en égard à l'ensemble de ces éléments, il sera alloué à la société Universal Music Publishing une somme de 70.000 euros à ce titre ;

Que la société Cofidis sera, de plus, condamnée à reverser à l'appelante les droits d'exécution publique qu'elle a pu recevoir de la SACEM au titre de la diffusion des films publicitaires en cause ;

Qu'en revanche, la demande de l'appelante au titre de la signature musicale appartenant à la société Cofidis, en ce qu'elle l'aurait associée à la musique publicitaire litigieuse, ne saurait être accueillie dans la mesure où cette signature musicale est exclue, comme le soutient l'intimée, du périmètre de l'action en contrefaçon ;

Considérant que si, au titre des mesures complémentaires, l'interdiction sollicitée s'impose, il n'y a pas lieu d'ordonner la publication réclamée, les mesures réparatrices ci-avant prononcées réparant à suffisance le préjudice subi ;

Sur les demandes complémentaires :

Considérant, sur les prétentions fondées sur l'article 700 du code de procédure civile, que le jugement déféré doit être infirmé de ce chef ;

Que l'équité commande de débouter la société Cofidis de sa demande en paiement à ce titre et de la condamner à verser à l'appelante la somme de 10.000 euros représentant les frais non répétibles exposés en première instance et en cause d'appel ;

Que la société Cofidis qui succombe supportera les dépens de première instance et d'appel ;

PAR CES MOTIFS,

Infirme le jugement en toutes ses dispositions et, statuant à nouveau ;

Dit que l'oeuvre musicale sonorisant les spots publicitaires que la société anonyme Cofidis a fait diffuser sur la chaîne de télévision TF1 d'octobre 2007 à février 2008 constitue la contrefaçon de la deuxième partie du refrain de la chanson de variété 'Viva la vida' composée par Michel Fugain et dont la société par actions simplifiée Universal Music Publishing est l'éditeur et le cessionnaire ;

Fait interdiction à la société Cofidis d'utiliser cette oeuvre musicale et d'exploiter les films publicitaires en cause en ce qu'ils comportent le thème musical litigieux, ce sous astreinte de 300 euros par infraction constatée à compter de la signification du présent arrêt ;

Condamne la société Cofidis à verser à la société Universal Music Publishing la somme de 70.000 euros en réparation du préjudice subi ;

Condamne la société Cofidis à reverser à la société Universal Music Publishing les droits d'exécution publique qu'elle a pu percevoir de la SACEM au titre de la diffusion des spots publicitaires en cause ;

Déboute la société Universal Music Publishing du surplus de ses prétentions ;

Condamne la société Cofidis à verser à la société Universal Music Publishing une somme de 10.000 euros au titre des frais non répétibles exposés en première instance et en cause d'appel ;

Condamne la société Cofidis aux dépens de première instance et d'appel qui seront recouverts conformément à l'article 699 du code de procédure civile.

LE GREFFIER
LE PRESIDENT