

16 Contrats du mois

- Conditions Générales de Participation (Concours)
- Charte des FAI (offre légale de musique en ligne)
- Online Sponsorship Agreement



L'annuaire de référence des juristes Nouveaux Médias et Propriété Intellectuelle :
Inscrivez-vous : info@actoba.com / 01.44.01.52.51

15 Lexique

- Bande passante
- Brand Loyalty
- Clé de répartition
- Contrat général
- Distributeur musical
- Droits de reproduction mécanique
- Entrepreneur de tournées
- GEIDE
- Medley
- Pastiche

17 Questions du mois

- CDD d'usage : attention aux abus
- Le tatouage, une œuvre protégée
- Protection de la réputation d'une société

ACTUALITES JURIDIQUES

1 Communication électronique

- Campagne de dénigrement sur Internet
- Trouble anormal du voisinage
- Fraude aux téléphones portables
- Convention collective des télécommunications
- Banque en ligne
- Responsabilité des Registrars
- Formalisme des contrats électroniques
- Définition du télétravailleur
- Reconduction des abonnements en ligne
- Logiciels sous licences GNU/GPL
- Spedidam c/ Ecompil.fr
- Failles de sécurité informatique

6 Audiovisuel & Cinéma

- Présentation audiovisuelle des drogues
- Citation de marque dans les émissions TV
- Fausses informations sur France 2
- Réintégration d'un intermittent dans l'entreprise
- Statut des présentateurs météo
- Mairie de Tremblay c/ Emmanuel Chain
- Droits des réalisateurs

10 Publicité / Presse / Image

- Rémunération des agences de publicité
- Accès aux prestations des Pages Jaunes
- Publicité comparative interdite
- Publicité en faveur des vins à appellations d'origine
- Valeur juridique des recommandations de l'ARPP
- Protection des fonctionnaires diffamés
- Statut d'agence de presse
- Concurrence dans le secteur de l'édition

12 Propriété Intellectuelle

- Critères du risque de confusion entre marques
- Rémunération de l'invention d'un salarié
- Usage de marques par les sites de paris sportifs
- Leonidas c/ Belidas
- Pretty Girl, une marque protégée
- Réseau de distribution sélective
- Revente de produits de luxe

Campagne de dénigrement sur Internet

Une banque a assigné l'Association d'aide contre les abus bancaires (l'AACAB) en raison d'une campagne de dénigrement du fait de la parution d'une page sur un site Internet (<http://exactions.bancaires.free.fr>) et de la diffusion de tracts et d'un emailing.

La Cour de cassation a confirmé le délit de dénigrement et la mise hors ligne du site Internet. Les termes employés par l'AACAB jetaient la suspicion sur la banque et les propos et courriels envoyés n'étaient pas de simples réponses mais révélaient une campagne de dénigrement. Les méthodes employées par l'AACAB dépassaient manifestement la nécessité d'information du public que l'AACAB estimait de son devoir de donner.

> Décision n° 3543

Trouble anormal du voisinage

L'implantation d'un gigantesque parc de 21 éoliennes en limite immédiate d'un domaine viticole ancien et paisible constitue un trouble anormal du voisinage en raison notamment des nuisances visuelles et auditives générées. Dans cette affaire, l'expert désigné avait conclu à une gêne visuelle et acoustique des éoliennes en cause. Les juges ont précisé que le trouble anormal de voisinage existe même en l'absence d'infraction caractérisée à la législation.

Dans cette affaire, transposable à l'installation d'antennes-relais, les juges ont ordonné la destruction de quatre des éoliennes du parc.

> Décision n° 3544

Fraude aux téléphones portables

Dans cette décision fleuve opposant SFR et Orange France à plusieurs personnes poursuivies pour escroquerie en bande organisée, la Cour d'appel de Versailles a prononcé plusieurs peines de prison. Les inculpés avaient notamment ouvert frauduleusement plusieurs lignes de téléphone portable sous de fausses identités

et données bancaires volées, avec la complicité de vendeurs de téléphonie (1).

L'escroquerie avait permis aux escrocs, d'obtenir des téléphones haut de gamme qui étaient ensuite revendus au marché noir.

(1) Les vendeurs se contentaient, en infraction aux règles posées par les opérateurs, d'accepter des photocopies de cartes d'identité et de numéros de cartes bancaires présentés sur une feuille de papier.

> Décision n° 3545

Convention collective des télécommunications

Depuis que la société Orange est entrée dans le capital des sociétés Photo station et Photo service, ces dernières ont une double activité de téléphonie et de photographie.

Saisi par le comité d'entreprise de ces sociétés du choix de la Convention collective applicable, les juges ont posé qu'en application de l'article L. 2261-2 du Code du travail, la convention applicable est celle dont relève l'activité principale exercée par l'employeur. L'activité de téléphonie représentant 59% de l'activité de la société, il convient dorénavant d'appliquer la convention des commerces et services de l'audiovisuel, de l'électronique et de l'équipement ménager (distribution de produits de téléphonie grand public).

Le comité d'entreprise a tenté en vain de faire appliquer la convention collective des télécommunications en raison de la participation majoritaire d'Orange dans la société mais les liens avec un groupe ne permettent pas aux salariés de l'entité de se voir nécessairement appliquer la convention collective du groupe (le critère principal étant l'activité de la société).

> Décision n° 3546

Banque en ligne

La société Dubus a obtenu la condamnation de l'un de ses clients en paiement de ses investissements financiers faits par Internet.

Le client avait ouvert un plan d'épargne en actions (PEA) lui permettant, sans mandat de gestion, de passer par Internet, ses ordres sur le service à règlement différé. Bien que n'ayant pas signé de convention d'ouverture de compte PEA, le client était bien engagé : l'accord verbal de la banque suffit, la présence d'un contrat étant requise à titre de preuve mais non à titre de validité de la relation des parties.

Le client a réclamé en vain la restitution des fonds investis pour défaut d'information suffisante de la banque : la fréquence et la diversité des opérations effectuées par le client et ses premiers profits attestaient de sa compréhension des mécanismes de la bourse et faisaient de lui un client averti.

> Décision n° 3547

Responsabilité des Registrars

Dans cette affaire opposant une agence matrimoniale (société CNRRH) titulaire de la marque et du nom de domaine Eurochallenges.com à Mme X (celle-ci disposait d'un lien promotionnel sur le site Eurochallenge.fr), la Cour de cassation a conclu à l'absence de contrefaçon en dépit de la présence d'activités concurrentes.

En effet, la société tierce qui avait enregistré le nom de domaine litigieux, a attesté avoir créé de sa seule initiative et sans mandat, le lien internet proposant les services de Mme X. Le registrar avait agi pour préparer une proposition commerciale ultérieure à Mme X. En l'absence de preuve que Mme X ait pu connaître l'existence des faits argués de contrefaçon, avant d'en être informée, cette dernière a été mise hors de cause.

En conclusion, sur internet, le simple fait matériel d'exploiter une contrefaçon sans connaissance de cause, n'oblige pas à réparation.

Hormis les cas limitativement énumérés de responsabilité pour fait d'autrui, chacun ne doit répondre que de sa propre faute. En l'espèce il n'était pas prouvé que Mme X était auteur ou complice de la contrefaçon.

> Décision n° 3548

Formalisme des contrats électroniques

Un abonné a obtenu la condamnation de l'opérateur Free pour non respect de plusieurs dispositions du Code de la consommation. Lors de la souscription de son accès à Internet, les CGV de Free n'avaient pas été communiquées ni acceptées expressément par l'abonné.

L'abonné n'avait pas non plus eu l'opportunité d'exercer son droit à rétractation tel que prévu par l'article L.121-19 du Code de la consommation. En application de l'article 1369-5 du Code civil, pour qu'un contrat soit valablement conclu, le destinataire de l'offre doit avoir eu la possibilité de vérifier le détail de sa commande, son prix total et de corriger d'éventuelles erreurs avant de confirmer celle-ci par son acceptation. Le vendeur doit accuser réception, par voie électronique, de la commande passée par l'acheteur et cela sans délais injustifiés.

> Décision n° 3549

Définition du télétravailleur

Dans cette affaire opposant un avocat à une salarié travaillant à son domicile, les juges ont rappelé les principes applicables en matière de télétravail, de requalification de contrat et de paiement d'indemnités en cas de cessation de la relation des parties.

Le statut du travailleur à domicile est régi par l'article L. 721-1 du Code du travail. sont considérés comme travailleurs à domicile ceux qui exécutent à leur domicile, moyennant une rémunération forfaitaire, un travail qui leur est confié, sans qu'il y ait lieu de rechercher s'il existe entre eux et le donneur d'ouvrage un lien de subordination juridique.

> Décision n° 3550

Reconduction des abonnements en ligne

Une société a conclu un contrat d'abonnement à un service en ligne d'une durée d'un an, renouvelable, sauf résiliation un mois avant l'échéance. Après la période de résiliation, le prestataire a envoyé une facture de renouvellement à son client. Ce dernier n'ayant pas souhaité renouveler son abonnement, a refusé de payer sa facture.

Saisie en dernier ressort, la Cour de cassation a donné gain de cause au prestataire : la résiliation du contrat ne pouvait intervenir que dans le délai contractuel. En application de l'article 1134 du Code civil, un nouveau contrat liait donc les parties.

> Décision n° 3551

Logiciels sous licences GNU/GPL

Une société ayant remporté un appel d'offre n'avait pas informé l'AFPA (Association nationale pour la formation des adultes, une personne publique) que sa solution informatique incluait une version modifiée d'un logiciel libre et qu'elle avait effacé toute trace du copyright et de la licence GNU/GPL accompagnant le logiciel libre. L'AFPA a obtenu, en application de l'article 1184 du Code civil (1), la résolution du marché.

(1) La faculté de résilier un contrat est toujours sous-entendue dans les contrats pour le cas où l'une des deux parties ne satisferait point à l'un de ses engagements.

> Décision n° 3552

Spedidam c/ Ecompil.fr

La SPEDIDAM a constaté que la Société Universal Music On Line proposait sur le site Internet ecompil.fr, la vente de photogrammes de différents artistes (Alain Bashung, Barbara, Arthur H ...). Selon la SPEDIDAM cette forme d'exploitation des oeuvres des artistes aurait du donner lieu à autorisation et rémunération spécifique, en application de l'article 212-3 du Code de la propriété intellectuelle.

Sur la forme, les juges ont considéré que la SPEDIDAM était recevable à agir même au nom d'artistes interprètes adhérents ou non adhérents à la SPEDIDAM, décédés ou non, cela en vertu de l'article L.321-1 du Code de la propriété intellectuelle (1) et de ses statuts qui lui permettent de défendre les intérêts individuels et collectifs de la profession d'artiste interprète.

Sur le fond, la SPEDIDAM invoquait le fait que les artistes n'avaient donné leur autorisation d'exploiter leurs prestations que pour les phonogrammes publiés à des fins de commerce. Cette dernière notion serait limitée (selon les feuilles de présence signées par les artistes et la Convention de Rome et le Traité OMPI) aux supports physiques à l'exclusion des téléchargements payants.

Les juges ont exclu cette interprétation, les feuilles de présence visaient bien une exploitation des phonogrammes pour tous supports sonores et la notion de phonogramme se définit indépendamment d'un support tangible. Le fait que le phonogramme soit exploité sous forme dématérialisée ne change pas sa destination juridique. La SPEDIDAM a été déboutée de ses demandes.

(1) Article selon lequel, les sociétés de perception et de gestion des droits ont qualité pour ester en justice pour la défense des droits dont elles ont statutairement la charge, sans qu'il soit nécessaire de prouver l'adhésion des artistes-interprètes.

> Décision n° 3553

Failles de sécurité informatique

M.X a été condamné à une amende de 1000 euros pour avoir diffusé sur le portail internet de la société X Consulting, spécialisé dans le conseil en sécurité informatique, dont il est le gérant, des écrits directement visibles sur le site et accessibles à tous permettant d'exploiter des failles de sécurité informatique. Le délit de mise à disposition de programmes ou moyens permettant de commettre une atteinte à un système de traitement automatisé de données, était bien constitué.

Cette condamnation a été confirmée par la Cour de cassation : M.X ne pouvait valablement arguer d'un motif légitime tiré de sa volonté d'information, dès lors que, du fait de son expertise en la matière, il savait qu'il diffusait des informations présentant un risque d'utilisation à des fins de piratage par un public particulier en recherche de ce type d'informations (intention coupable acquise).

> Décision n° 3554

Présentation audiovisuelle des drogues

Montrer à la télévision comment faire pousser du cannabis est illégal. C'est en ce sens que le CSA est intervenu auprès de la chaîne Télé Bocal à la suite de la diffusion au cours de l'émission Travaux pratiques, d'une séquence décrivant les techniques de fabrication d'un produit à base de cannabis et indiquant l'adresse de sites internet traitant des drogues illicites.

Cette séquence contrevient à la délibération du CSA du 17 juin 2008 relative à l'exposition des produits de tabac, des boissons alcooliques et des drogues illicites, ainsi qu'à la Convention de la chaîne qui pose l'interdiction d'inciter à des pratiques ou comportements dangereux, délinquants ou inciviques.

Citation de marque dans les émissions TV

Les journaux utilisent régulièrement des images appartenant à des sociétés en incrustant sur ces images, le logo de la société. On a ainsi pu voir l'usage d'images satellitaires provenant du service Google earth, notamment lors des émissions météo.

La présence du nom de la société dans le cadre des journaux télévisés est considérée par le CSA comme une publicité clandestine prohibée. Le Conseil a ainsi demandé à TF1 de ne plus faire mention du nom de Google sur les images utilisées.

Fausse information sur France 2

France 2 a diffusé lors de son journal de 20 heures, un reportage consacré à la banalisation de la pornographie. Un couple interrogé était présenté comme occupant les fonctions d'ingénieurs en informatique et clients réguliers d'un sex-shop Marc Dorcel. Il s'est révélé que l'homme était en réalité un animateur de la chaîne pornographique Dorcel TV et que la femme travaillait dans le secteur de la pornographie.

Le CSA a mis en demeure France 2 : "*En omettant de préciser que le couple intervenant à l'antenne exerçait des activités dans le milieu de la pornographie, France 2 a*

induit en erreur les téléspectateurs et a manqué à ses obligations d'honnêteté de l'information et de rigueur dans la présentation et le traitement de l'information"

Réintégration d'un intermittent dans l'entreprise

L'employeur (France 2) qui, à l'expiration d'un contrat de travail à durée déterminée ultérieurement requalifié en contrat à durée indéterminée, ne fournit plus de travail et ne paie plus les salaires, est responsable de la rupture qui s'analyse en un licenciement et qui ouvre droit, le cas échéant, à des indemnités de rupture.

Toutefois, le salarié ne peut pas exiger, en l'absence de disposition le prévoyant et à défaut de violation d'une liberté fondamentale, sa réintégration dans l'entreprise.

> Décision n° 3555

Statut des présentateurs météo

Aux termes de l'arrêté du 24 janvier 1975, les cotisations dues pour les artistes du spectacle sont calculées par chaque employeur à raison de 70 % des taux du régime général des salariés. Ce régime spécifique organisé par l'article L.311-3-15 du Code de la sécurité sociale concerne uniquement les artistes du spectacle, c'est à dire au sens du Code du travail, l'artiste lyrique, l'artiste dramatique, l'artiste chorégraphique, l'artiste de variétés, le musicien, le chansonnier, l'artiste de complément, le chef d'orchestre, l'arrangeur orchestrateur et pour l'exécution matérielle de sa conception artistique et le metteur en scène.

L'activité d'artiste du spectacle suppose que l'intéressé se livre par la voix ou le geste à un jeu de scène impliquant une interprétation personnelle.

Les présentateurs de la météo (en l'espèce ceux de l'émission "A vrai dire") n'assurent pas une réelle interprétation. L'expression même dynamisée, de prévisions répétitives de soleil, de pluie, de températures ou de mise en garde du consommateur ne peut être considérée comme un jeu personnel.

Les juges ont également précisé que pour apprécier la qualification d'artiste du spectacle, seule doit être analysée la prestation effectuée par les salariés lors de la présentation des bulletins météo, sans qu'il y ait lieu de retenir la formation d'acteur suivie par certains de ces présentateurs ou leur activité complémentaire ou ultérieure d'acteur. En l'espèce, la société de production audiovisuelle a fait l'objet d'un redressement.

> Décision n° 3556

Mairie de Tremblay c/ Emmanuel Chain

Une citation à comparaître pour diffamation publique devant le tribunal correctionnel de Paris a été délivrée par le directeur de la société de production Elephant et Cie (Emmanuel Chain) contre le maire de Tremblay en France en raison des accusations portées contre le magazine haute définition du 29 mars 2010 (consacré aux dealers de drogue d'un groupe d'immeubles à Tremblay en France).

Le maire de Tremblay en France a réaffirmé sur le plateau de l'émission "Médias, le magazine" (France 5) que le reportage haute définition aurait été bidonné et que des scènes auraient été scénarisées et jouées par des acteurs. Le maire a également riposté en poursuivant en responsabilité (diffusion de fausses informations) le groupe TF1, la société de production Elephant et Cie et son directeur devant le Tribunal de grande instance de Bobigny. Affaire à suivre ...

> Décision n° 3557

Droits des réalisateurs

Un réalisateur de bandes annonces, recruté sur plusieurs contrats de travail à durée déterminée pendant huit ans, a obtenu la requalification de sa relation en contrat à durée indéterminée. La décision de requalification a été confirmée par les juges suprêmes.

L'accord-cadre sur le travail à durée déterminée conclu le 18 mars 1999, mis en oeuvre par la Directive 1999/70/CE du 28 juin 1999, qui a pour objet de prévenir les abus résultant de l'utilisation de contrats à durée déterminée successifs, impose de vérifier que le recours à l'utilisation de CDD successifs est justifié par des raisons objectives qui s'entendent de l'existence d'éléments concrets établissant le caractère par nature temporaire de l'emploi. Dans cette affaire, l'employeur n'a pas apporté la preuve de ces raisons objectives.

> Décision n° 3558

Rémunération des agences de publicité

Aux termes de l'article 20 de la loi du 29 janvier 1993, tout achat d'espace publicitaire ou de prestation ayant pour objet l'édition ou la distribution d'imprimés publicitaires ne peut être réalisé par un intermédiaire que pour le compte d'un annonceur et dans le cadre d'un contrat de mandat impérativement écrit.

Ce contrat doit notamment fixer les conditions de la rémunération du mandataire. En matière de rémunération, le mandataire ne peut ni recevoir d'autre paiement que celui qui lui est versé par son mandant pour la rémunération de l'exercice de son mandat ni aucune autre rémunération ou avantage quelconque de la part du vendeur.

> Décision n° 3559

Accès aux prestations des Pages Jaunes

Dans le contentieux opposant la société Publicom Méditerranée à Pages Jaunes SA, les juges ont conclu à l'absence d'abus de position dominante de la société Pages Jaunes, ni de pratiques discriminatoires ou anticoncurrentielles, ni d'actes de concurrence déloyale. La société Publicom Méditerranée a invoqué sans succès, comme fautifs certains comportements de la société Pages Jaunes à l'encontre d'annonceurs : la suppression d'une remise de 5 %, la diminution du coût des frais techniques et des refus d'insertion (1).

Selon les juges, le principe de la liberté du commerce permet une baisse des prix et/ou une augmentation de la qualité des services, le droit de la concurrence interdisant uniquement aux opérateurs de s'entendre sur leurs tarifs.

(1) Ces derniers étaient justifiés par le respect des normes techniques préconisées par la société Pages Jaunes dans ses conditions générales de ventes.

> Décision n° 3560

Publicité comparative interdite

La société Box Office s'est livrée sur son site internet à un comparatif des prix des cartouches "PELIKAN" et des prix des cartouches "EPSON". La société Epson a saisi les tribunaux pour concurrence déloyale (1).

Pour être licite une telle comparaison devait être déterminée et déterminable. En l'occurrence les termes de la publicité comparative litigieuse, qui font seulement état des prix généralement constatés dans les catalogues de vente par correspondance, ne sont pas clairement énoncés, le consommateur ne pouvant déterminer quel est le distributeur EPSON visé.

La société Box Office ne pouvait se retrancher derrière les prix de vente relevés dans deux seuls catalogues de vente par correspondance datés de mai 2007 pour faire sa comparaison. La publicité comparative ne doit pas être parcellaire et doit résulter d'une étude exhaustive. Les prix auxquels il était fait référence ne sont pas représentatifs et ne correspondent pas au prix du marché.

La société Box Office a été condamnée à payer 15.000 euros à titre de dommages et intérêts.

(1) Selon l'article L.121-1 du code de la consommation, une pratique commerciale est trompeuse si elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant notamment sur l'existence, la disponibilité ou la nature du bien, le prix ou le mode de calcul du prix, le caractère promotionnel du prix et les conditions de vente. L'article L.121-8 dispose quant à lui que toute publicité qui met en comparaison des biens ou services en identifiant, implicitement ou explicitement, un concurrent ou des biens ou services offerts par un concurrent n'est licite que si elle n'est pas trompeuse ou de nature à induire en erreur.

> Décision n° 3561

Publicité en faveur des vins à appellations d'origine

Le Conseil Interprofessionnel du vin de Bordeaux (CIVB) a demandé à la SA INSERT de procéder à l'affichage de deux affiches, réalisées par une agence de publicité, l'une portant notamment la mention " les bordeaux, des personnalités à découvrir, l'autre "Bordeaux, la couleur du vin blanc", affiches illustrées d'hommes et de femmes souriants.

L'Association Nationale de Prévention de l'Alcoolisme et Addictologie (ANPAA) a considéré que cette campagne d'affichage était contraire aux dispositions des articles L 3323- 2 et L3323- 4 du code de la Santé Publique.

Les juges ont rejeté la demande de condamnation de l'ANPAA. Le but recherché par le législateur est non d'interdire toute publicité mais d'exclure celle qui inciterait à une consommation abusive d'alcool considérée comme dangereuse pour la santé.

Les restrictions apportées par le législateur ne peuvent qu'être interprétées strictement, dès lors, d'une part que la faculté par le producteur ou le négociant de développer une publicité en faveur des produits qu'il crée, élabore, distribue et commercialise est l'exercice d'un droit qui participe du principe constitutionnel de la liberté du commerce et de l'industrie qui ne peut être limité qu'à raison d'un principe de même portée, en l'espèce l'obligation de l'Etat de garantir le droit à la santé.

En l'espèce, la représentation figurative de personnages à caractère avenant, souriant, jeune, en tenue de ville, qui lèvent le bras en tenant un verre, avec une impression manifeste de plaisir ne peuvent être utilement reprochés dès lors qu'une telle représentation n'est pas, par elle-même de nature à inciter à une consommation abusive et excessive d'alcool étant observé que par essence la publicité s'efforce de présenter le produit concerné sous un aspect favorable pour capter la clientèle et non pour l'en détourner.

> Décision n° 3562

Valeur juridique des recommandations de l'ARPP

Les recommandations et préconisations de l'ARPP (anciennement Bureau de Vérification de la Publicité), au regard de leur objet et des professionnels concernés, si elles n'ont pas valeur législative et réglementaire, ont la portée d'usages professionnels dont le juge doit tenir compte dans la mesure où ils ne contredisent pas une disposition légale ou réglementaire.

> Décision n° 3563

Protection des fonctionnaires diffamés

Un fonctionnaire, ayant été mis en cause par un article de presse portant atteinte à son honneur et à sa considération, a porté plainte avec constitution de partie civile pour diffamation. Le fonctionnaire a demandé à sa hiérarchie (le Maire) de faire jouer la protection juridique spécifique reconnue aux fonctionnaires.

Les dispositions de l'article 11 de la loi du 13 juillet 1983 établissent à la charge des collectivités publiques, au profit des fonctionnaires et des agents publics non titulaires lorsqu'ils ont été victimes d'attaques dans l'exercice de leurs fonctions (notamment violence ou diffamation), une obligation de protection à laquelle il ne peut être dérogé, sous le contrôle du juge, que pour des motifs d'intérêt général (1). Suite au refus du supérieur de faire jouer la protection en cause, le fonctionnaire a saisi avec succès les tribunaux. Le Conseil d'Etat a donné gain de cause au fonctionnaire : s'il appartient dans chaque cas à la collectivité publique d'apprécier l'opportunité de mettre en jeu ou non la protection spécifique du fonctionnaire, cette dernière ne peut refuser sa protection pour des raisons liées à la gestion des deniers publics, si l'action du fonctionnaire diffamé a une chance de succès.

(1) Selon l'article 11 de la loi du 13 juillet 1983, les fonctionnaires bénéficient, à l'occasion de leurs fonctions, d'une protection organisée par la collectivité publique dont ils dépendent, conformément aux règles fixées par le code pénal et les lois spéciales. (...). La collectivité publique est notamment tenue de protéger les fonctionnaires contre les menaces, violences, voies de fait, injures, diffamations ou outrages dont ils pourraient être victimes à l'occasion de leurs fonctions, et de réparer, le cas échéant, le préjudice qui en est résulté.

> Décision n° 3564

Statut d'agence de presse

Dans cette décision, le Conseil d'Etat a apporté des précisions quant aux conditions pour obtenir le statut d'agence de presse, statut délivré par la Commission paritaire des publications et agences de presse (CPPAP).

Au sens de l'ordonnance n°45-2646 du 2 novembre 1945 sont considérés comme agences de presse, les organismes privés qui fournissent aux journaux et périodiques, des articles, informations, reportages, photographies et tous autres éléments de rédaction et qui tirent leurs principales ressources de ces fournitures.

La CPPAP ne peut refuser ce statut au motif tiré de ce que la société demanderesse commercialise des photographies produites par d'autres agences de presse et n'assure pas directement la maîtrise éditoriale des éléments d'information fournis à ses clients. Selon le Conseil d'Etat, le travail éditorial de sélection, d'organisation et de présentation des photographies constitue une activité éditoriale à part entière.

> Décision n° 3565

Les boutiques en cause n'ont pas été qualifiées d'infrastructure essentielle dans la mesure où elles n'assuraient qu'environ la moitié des ventes des ouvrages de la SA Editions Gisserot et n'étaient pas le seul canal de distribution de ces ouvrages.

> Décision n° 3566

Concurrence dans le secteur de l'édition

La SA Editions Gisserot a saisi le Conseil de la concurrence de pratiques dans le secteur de l'édition touristique. La société, en concurrence avec une nouvelle filiale d'édition du Centre des Monuments Nationaux (CMN), faisait valoir que ce dernier aurait exploité abusivement un état de dépendance économique en refusant de continuer à vendre les ouvrages des Editions Gisserot dans les librairies boutiques du CMN (ces boutiques sont présentes dans chaque monument historique)

Le Conseil de la concurrence, suivi dans son argumentation par la Cour d'appel de Paris, a jugé que le refus du CMN de continuer à commercialiser lesdits ouvrages dans ses librairies boutiques, n'était pas anticoncurrentiel.

Critères du risque de confusion entre marques

La société La City a formé un recours contre la décision du directeur de l'INPI rejetant l'opposition qu'elle avait formé à l'encontre de l'enregistrement de la marque City Love par un tiers.

En substance, le refus d'opposition était motivé par le fait que l'ensemble City Love ne renvoyait pas à l'univers de la mode et n'apparaissait pas comme une déclinaison de la marque City aux yeux du consommateur d'attention moyenne qui ne serait pas conduit à confondre les deux marques.

Les juges suprêmes ont censuré ce refus d'opposition : pour apprécier le risque de confusion entre les marques, les juges ne doivent pas seulement se baser sur les seules similitudes et différences relevées entre les signes, mais doivent aussi rechercher si une faible similitude constatée n'est pas compensée par l'identité ou la similitude des produits couverts. En l'espèce, les deux marques visaient toutes deux des articles et accessoires de mode ce qui pouvait générer un risque de confusion.

> Décision n° 3567

Rémunération de l'invention d'un salarié

Le salarié qui est l'auteur d'une invention, bénéficie d'une rémunération supplémentaire dans les conditions déterminées par les conventions collectives, accords d'entreprise ou le contrat de travail, pour les inventions ou le contrat de travail, pour les inventions qu'il a faites dans l'exécution, soit de son contrat de travail, soit d'études et de recherches qui lui sont explicitement confiées.

Cette rémunération au titre des inventions dites de mission n'est pas due lorsque le salarié associé d'une société dans laquelle il est gérant salarié, a apporté ses inventions à titre d'apports en nature.

> Décision n° 3568

Usage de marques par les sites de paris sportifs

Le PSG n'a pas obtenu la condamnation pour contrefaçon de marque ni pour parasitisme des sites de paris sportifs sportingbet.com et bwin.com. Ces derniers sont en droit d'utiliser la marque PSG, les locutions Paris Saint Germain et Paris SG pour annoncer des rencontres sportives et proposer des paris sportifs licites. L'usage de la marque en cause sert à identifier une équipe de football et ne constitue pas un usage de marque dans la vie des affaires.

> Décision n° 3569

Leonidas c/ Belidas

La société Confiserie Léonidas, titulaire de la marque internationale complexe "Léonidas" a poursuivi en contrefaçon les sociétés Pralifood et Auchan qui ont commercialisé des chocolats sous la dénomination Belidas.

Pour débouter la société Léonidas de sa demande, les juges d'appel ont considéré que la société était irrecevable à agir en raison d'un arrêt de la cour d'appel de Gand, en Belgique, par lequel la société Léonidas a été déboutée de ses demandes.

La Cour de cassation vient de censurer cet arrêt : l'action engagée devant les juridictions belges ne portait pas sur la marque française "Belidas", mais sur la marque Benelux du même nom. En conséquence, l'action n'avait pas le même objet que celle introduite en France.

> Décision n° 3570

Pretty Girl, une marque protégée

Dans cette affaire, la société Lalys textile, titulaire de la marque Pretty Girl, désignant les vêtements, chaussures et chapellerie, a poursuivi en contrefaçon la société Auchan. Cette dernière avait fait figurer "Pretty Girl" sur des vêtements pour enfants.

La marque a été jugée valide : les termes Pretty Girl ne sont pas la désignation nécessaire, générique ou usuelle de vêtements et ne peuvent être considérés comme descriptifs. De fait, la marque est bien distinctive. La reproduction dans une calligraphie identique à la marque est bien contrefaisante.

> Décision n° 3571

Réseau de distribution sélective

L'usage illicite d'une marque ne peut résulter du seul fait de commercialiser des produits authentiques relevant d'un réseau de distribution sélective dès lors qu'il est constaté que leur première mise en circulation en France s'est faite avec l'accord du titulaire de la marque (1) et qu'ils ont été régulièrement acquis par le revendeur poursuivi.

Dans cette hypothèse, les juges du fond doivent rechercher si le chef du réseau apporte la preuve de l'existence de motifs légitimes lui permettant de s'opposer à une nouvelle commercialisation des produits en question.

(1) En vertu du principe de l'épuisement des droits de première mise à disposition du produit au sein de l'union européenne

> Décision n° 3572

Revente de produits de luxe

La revente, dans des conditions de présentation médiocres, par un distributeur non agréé, de produits destinés à être diffusés à travers un réseau de distribution sélective juridiquement étanche et licite au regard des règles de la concurrence (produits Chanel) constitue un acte de concurrence déloyale et de parasitisme engageant la responsabilité de son auteur.

Toutefois, le préjudice lié à cette présentation médiocre n'est pas distinct de celui lié à l'usage illicite de la marque. Ce préjudice ne peut donc être réparé à titre autonome dans la mesure où il trouve sa cause dans les mêmes faits de revente hors réseau par un distributeur non agréé.

(1) Responsabilité engagée sur le fondement de l'article L. 442-6 I 6° du Code de commerce

> Décision n° 3573

Bande passante

Volume de données pouvant être transmises sur un réseau de communication électronique. La bande passante qui détermine notamment la vitesse de connexion à Internet se mesure généralement en bits par seconde (bps). Concernant les débits de bande passante on parle également de « largeur » de bande.

Brand Loyalty

La loyauté à une marque protégée désigne le degré de préférence que les consommateurs ont pour la marque. La loyauté à la marque se mesure par les critères suivants : récurrence des achats, recommandations de la marque par le consommateur, élasticité-prix de la demande pour les produits/services de la marque commercialisée.

Clé de répartition

La clé de répartition indique la part des droits d'auteur revenant aux ayants droit concernés dans une œuvre ou le pourcentage de répartition des droits entre deux ou plusieurs coproducteurs audiovisuel. La clé de répartition est exprimée en pourcentages. En matière de droits d'exécution publique la clé de répartition est exprimée en fractions et pour les droits de reproduction mécanique en pourcentages.

Contrat général

Contrat écrit passé entre un éditeur original et un sous-éditeur par lequel l'éditeur original cède une part des droits pour une œuvre ou ensemble d'œuvres déterminés à partir d'un catalogue.

Cover

Reprise d'une œuvre musicale existante (arrangée/adaptée ou non) par un autre artiste interprète.

Distributeur musical

Personne mandatée pour assurer la livraison et la distribution et mise en place des œuvres musicales auprès des grossistes et des détaillants.

Droits d'exécution publique

Droits d'auteur ou redevances acquittés par un cessionnaire pour l'exploitation de l'œuvre sous forme d'exécution publique telles que concerts, festivals, radiodiffusion, télévision ...

Droits de reproduction mécanique

Droits d'auteur ou redevances acquittés par un cessionnaire pour la fixation/reproduction d'œuvres protégées sur un support sonore tel que compact disc, cassettes ... ou sur un support graphique (partition musicale ...) ou audiovisuel (DVD ...)

Entrepreneur de tournées

Personne qui a la responsabilité d'un spectacle vivant et qui a la qualité d'employeur des personnes présentes sur le plateau artistique mais qui n'est pas systématiquement à l'initiative du spectacle (contrairement au producteur). L'entrepreneur a notamment pour missions, la recherche de dates, la gestion et l'organisation de la tournée... e montage de la tournée... Un entrepreneur de tournées de spectacles vivants dispose en principe d'une licence dite de 2^{ème} catégorie.

GEIDE

Acronyme de Gestion Electronique d'Informations et de Documents Existants. La GEIDE désigne l'ensemble des outils et techniques permettant de dématérialiser, classer et gérer des documents à partir d'applications informatiques. On parle aussi de GED (Gestion Electronique de Documents) et d'EDM (Electronic Document Management).

Medley

Pièce de musique constituée de fragments de diverses autres œuvres musicales.

Pastiche

Le pastiche est l'une des exceptions au droit d'auteur qui permet d'utiliser l'œuvre originale à des fins de parodie. Le pastiche doit être réalisé dans une intention humoristique ou critique et ne permettre aucun risque de confusion possible avec l'œuvre originale.

Téléchargez depuis votre espace abonnés, (rubrique « Contrats / Synthèses »), les nouveaux contrats du mois :

- Conditions Générales de Participation (concours en ligne)

Conditions générales à utiliser par l'éditeur d'un site Internet qui souhaite organiser un jeu-concours sur son site. Ce règlement de participation comprend toutes les mentions légales obligatoires et doit être déposé par devant huissier.

- Charte des Fournisseurs d'Accès Internet (FAI) concernant le développement et l'encadrement de l'offre légale de musique en ligne

- Sponsorship Agreement

Contrat de partenariat et d'échange de liens (en anglais) entre deux éditeurs de sites Internet. Le modèle proposé met en place une opération de sponsoring mutuelle (contenus ou logos).

CDD d'usage : attention aux abus

Le Code du travail permet à tout employeur de recourir à des contrats à durée déterminée d'usage lorsqu'il exerce dans un secteur d'activité autorisant cette pratique (audiovisuel, spectacles vivants, tourisme, restauration ...). Cette faculté est posée par les articles L. 1242-1, L. 1242-2, L. 1244-1 et D. 1242-1 du Code du travail. Les secteurs d'activité concernés ont été définis par décret ainsi que par certains accords collectifs. Selon la formule consacrée, les CDD d'usage ne doivent concerner que les emplois pour lesquels il est d'usage constant de ne pas recourir à un contrat à durée indéterminée en raison de la nature de l'activité exercée et du caractère par nature temporaire de ces emplois.

La dernière jurisprudence connaît un certain durcissement. De plus de plus de requalifications sont prononcées sur le fondement de l'abus de droit. L'accord-cadre sur le travail à durée déterminée conclu le 18 mars 1999 et mis en oeuvre par la directive 1999/70/CE du 28 juin 1999, en ses clauses 1 et 5, a pour objet de prévenir les abus résultant de l'utilisation de contrats à durée déterminée successifs et impose de vérifier que le recours à ces contrats est bien justifié par des raisons objectives.

Une raison objective se définit par l'existence d'éléments concrets établissant le caractère par nature temporaire de l'emploi. Le caractère temporaire ne doit pas être confondu avec le critère de la régularité. Ainsi, la jurisprudence a jugé que l'employeur ne pouvait recourir à des CDD d'usage sur plusieurs années pour organiser et encadrer des spectacles identiques qui ont lieu régulièrement avec le même plateau et encadrement artistique. L'évènement organisé par l'employeur ne doit pas présenter un caractère régulier et permanent.

Le tatouage, une œuvre protégée

L'un des grands principes posé par le droit de la propriété intellectuelle est qu'une création dès lors qu'elle présente une originalité, se trouve protégée, quel que soit son support et ses modalités d'expression et cela sans aucune formalité nécessaire.

Le tatouage se trouve ainsi pleinement protégé s'il est original. Est présumé auteur du tatouage celui qui le réalise. S'il travaille à partir d'un modèle préexistant, le tatoueur devra s'assurer qu'il dispose d'un droit de reproduction. A noter toutefois, qu'une autorisation est nécessaire uniquement si le modèle préexistant est original (ce qui n'est pas le cas des figures simples de type étoiles, dauphin ...). S'il travaille avec un modèle fourni par le tatoué, le tatouage pourra être qualifié d'œuvre de collaboration sous certaines conditions (un travail commun avec plus qu'un échange d'idées, un travail commun significatif...).

Précisons qu'un tatoueur qui est salarié d'un salon est auteur et propriétaire de ses créations uniquement si aucune disposition de son contrat de travail ne prévoit de cession au profit de son employeur.

La jurisprudence a eu l'opportunité de se prononcer à plusieurs reprises sur les droits d'un tatoueur. La Cour d'appel de Paris (3 juillet 1998) a ainsi reconnu les droits du tatoueur de Johnny Halliday, M.D. dit « Santiag ». Ce dernier avait obtenu la protection d'une tête d'aigle tatouée sur le bras du chanteur qui avait été reproduite sans autorisation pour commercialiser des DVD et tee-shirts assurant la promotion du cinquantième anniversaire de la star.

Protection de la réputation d'une société

Une société dispose de plusieurs moyens juridiques pour assurer la protection de sa réputation. Outre le dénigrement, l'un des plus efficaces est la diffamation.

En application d'un principe jurisprudentiel, les appréciations même excessives portant sur les produits ou prestations de services d'une société ne peuvent être sanctionnées par le délit de diffamation. Toutefois, ces appréciations ne doivent pas viser directement la société (personne physique ou morale).

Le fait de publier ou diffuser un article imputant à une société identifiable la commission d'infractions pénales telles que des publicités mensongères porte atteinte à l'honneur et à la considération de cette société et peut donc être sanctionné par la diffamation. Les règles de la diffamation seront donc applicables : même si les imputations diffamatoires sont faites de droit avec intention de nuire, leur auteur peut établir sa bonne foi pour être relaxé. C'est le cas lorsque l'auteur prouve qu'il a agi dans un but légitime (informer les consommateurs par exemple), sans animosité personnelle et qu'il s'appuie sur des informations sérieuses et qu'il a fait preuve de prudence dans l'expression.