

### 16 Contrats du mois

- Contrat de distribution sélective sur Internet
- Contrat de partenariat commercial
- Design and Purchase Contract



Toute votre **documentation juridique** est sur UpLex, Retrouvez + 5 000 contrats en ligne sur [www.uplex.fr](http://www.uplex.fr) Forfait à partir de 49,90 euros/mois.

### 15 Lexique

- Avatar
- Call-back
- Logiciel malveillant
- Marque collective
- Modérateur de forum
- Nom de domaine
- Registrar
- Service crypté
- Tarif de répartition
- Terminal (appareil)

### 17 Questions du mois

- Nom de domaine : faut-il assigner le Registrar ?
- Publicité en faveur des avocats sur Internet
- Droits d'auteur et notion de faute détachable

### ACTUALITES JURIDIQUES

#### 1 Communication électronique

- Société CNNRH c/ Société Tiger
- Viaticum, Luteciel c/ Google Adwords
- GIFAM c/ Google Ad Words
- Louis Vuitton c/ Google Ad Words
- Contestation de l'installation d'une antenne-relais
- Téléphonie mobile et principe de précaution
- Protection des données personnelles
- Validation du vote électronique à la RATP
- Prix mensonger dans les liens promotionnels
- Omar & Fred c/ Dailymotion
- Licenciement et liberté d'expression
- 112 : l'Italie en voie d'être sanctionnée

#### 7 Audiovisuel & Cinéma

- Affaire Lagerfeld Confidentiel
- Virginie Despentes c/ Mme B.
- Droit moral de Brigitte Lahaie
- Contestation de l'accord sur la VOD
- Résiliation de mandat de distribution
- Rigueur dans la comptabilité d'une coproduction
- Audition par visioconférence
- Enregistrement du procès Colonna
- Le CSA agréé Direct Star
- Double exclusivité pour Orange TV validée
- Compétence en matière de coproduction audiovisuelle

#### 10 Publicité / Presse / Image

- Le droit de citation graphique reconnu
- Immeubles photographiés dans les magazines
- Affaire Halimi : le magazine Choc condamné
- Le groupe La Rumeur relaxé
- Injure ou Diffamation ?
- Diffamation absorbée par l'injure
- Régime social des lettres d'information
- Diffamation sur Facebook

#### 12 Propriété Intellectuelle

- Protection d'un modèle de casque
- Droits d'auteur et liquidation judiciaire
- Droits d'un créateur sur ses bijoux
- Contrefaçon et motivation des arrêts
- Saisie contrefaçon : pouvoirs de l'huissier

## Société CNNRH c/ Société Tiger

La société CNNRH a constaté qu'une requête avec sa marque Eurochallenges, saisie sur le moteur de recherche Google.fr faisait apparaître, à titre de liens commerciaux, des liens hypertextes pointant vers des sites concurrents. La société CNNRH a poursuivi et obtenu la condamnation pour contrefaçon de l'annonceur (société Tiger) à l'origine du choix du mot clé litigieux. Cette condamnation a été confirmée par la Cour de cassation.

Conformément à la position des juges européens (1), les juges suprêmes ont rappelé que le titulaire d'une marque est habilité à interdire à un annonceur de faire usage de sa marque à titre de mot clé réservé auprès d'un service de référencement sur Internet. De surcroît, lorsque cet usage de la marque à titre de publicité ne permet pas ou permet difficilement à l'internaute moyen de savoir si les produits ou les services visés par l'annonce proviennent du titulaire de la marque ou d'une entreprise économiquement liée à celui-ci.

La condamnation de l'annonceur a également été confirmée sur le terrain de la concurrence déloyale et du parasitisme dans la mesure où il y avait reprise du nom commercial et du nom de domaine du site internet de la société CNNRH (un préjudice distinct de la contrefaçon de marque).

En revanche, la condamnation de la société Google a été écartée : il est désormais acquis que le prestataire d'un service de référencement sur Internet n'est pas responsable dès lors qu'il n'a pas joué un rôle actif de nature à lui confier une connaissance ou un contrôle des données stockées par lui.

(1) CJCE, 23 mars 2010, Affaires C-236/08 à C-238/08

> Décision n° 3628

## Viaticum, Luteciel c/ Google Adwords

Les sociétés Viaticum et Luteciel, spécialisées dans le tourisme en ligne, ont poursuivi la société Google en contrefaçon de marques dont elles sont titulaires ("bourse des vols", "bourse des voyages" et "BDV"), aux motifs que la saisie de celles-ci sur le moteur de recherche affichait des liens promotionnels en faveur de ses concurrents.

Pour censurer la décision d'appel ayant retenu le délit de contrefaçon contre la société Google (1), la Cour de cassation a jugé que le prestataire d'un service de référencement qui stocke en tant que mot clé un signe identique à une marque et organise l'affichage d'annonces à partir de celui-ci, ne fait pas un usage prohibé de marque (2).

Le prestataire d'un service de référencement sur Internet bénéficie également du principe de responsabilité limitée (3) lorsqu'il n'a pas joué un rôle actif de nature à lui confier une connaissance ou un contrôle des données stockées (mots clefs suggérés).

(1) CA Versailles, 10 mars 2005

(2) Principe d'interprétation de la directive sur le commerce électronique posé par la CJCE, Affaires C-236/08 à C-238/08 du 23 mars 2010

(3) Au sens de l'article 6-I-2 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique

> Décision n° 3636

## GIFAM c/ Google Ad Words

Le Groupement interprofessionnel des fabricants d'appareils d'équipement ménagers a constaté que plusieurs requêtes sur Google à partir des marques de ses membres (1) affichaient des liens promotionnels en faveur de revendeurs de produits électroménagers et autres sites (comparateurs de prix, sites d'enchères eBay ...). Le GIFAM a alors poursuivi les sociétés Google en contrefaçon de marques et publicité trompeuse.

Après avoir rappelé la position des juges européens sur la question (2), les juges suprêmes ont rejeté le délit de contrefaçon admis en appel. L'arrêt de la Cour d'appel de Paris du 1er février 2008 a été censuré en ce qu'il avait notamment retenu la contrefaçon de marque et surtout la responsabilité délictuelle de Google responsable de l'absence d'examen préalable de la licéité de l'usage des mots-clés par les annonceurs (faute par inaction).

Les juges suprêmes ont invité les juges du fond à analyser deux points importants :

1) Si la prestation de la société Google (régie publicitaire en ligne) constituait en elle-même une publicité soumise au droit de la consommation. Sur ce terrain technique par nature, Google pourrait échapper à toute responsabilité, seule la responsabilité exclusive des annonceurs pourrait être recherchée ;

2) Si l'action du GIFAM et de ses membres n'avait pas pour but d'agir de façon concertée pour freiner tout développement du commerce électronique des équipements ménagers (pratique interdite par les articles L. 420-1 du code de commerce et 101 du Traité UE)

(1) Indesit, Miele, Smeg ...

(2) CJCE, 23 mars 2010, Affaires C-236/08 à C-238/08 : le prestataire d'un service de référencement sur internet qui stocke en tant que mot clé un signe identique à une marque et organise l'affichage d'annonces à partir de celui-ci, ne fait pas un usage de ce signe et échappe donc aux poursuites de contrefaçon à ce titre.

> Décision n° 3638

### **Louis Vuitton c/ Google Ad Words**

La société Louis Vuitton Malletier a poursuivi en contrefaçon de marques les sociétés Google aux motifs que la saisie de ses marques sur le moteur de recherche Google.fr faisait apparaître des liens commerciaux pour des sites proposant pour certains des produits contrefaisants.

En premier lieu les juges suprêmes ont censuré les juges du fond d'avoir reconnu une compétence générale du juge français sans rechercher si les annonces litigieuses étaient destinées au public de France (langue française ...).

En second lieu, la Cour de cassation a rappelé que la société Google pouvait, à certaines conditions, bénéficier du régime de responsabilité limitée des prestataires techniques. Selon les juges européens (1), les prestataires de référencement n'engagent pas leur responsabilité s'ils n'ont pas joué de rôle actif dans le choix des mots clés et s'ils n'ont pas eu connaissance des données illicites stockées par eux. Le prestataire d'un service de référencement qui stocke en tant que mot clé une marque protégée et organise l'affichage d'annonces à partir de celle-ci, ne fait pas un usage de la marque.

Le régime de la responsabilité limitée bénéficie donc bien aux référenceurs dès lors qu'ils n'ont pas connaissance effective d'un usage illicite de marque des mots clés qu'ils proposent.

(1) CJCE, 23 mars 2010, Affaire C-236/08

> Décision n° 3638

### **Contestation de l'installation d'une antenne-relais**

Les juridictions de l'ordre judiciaire sont incompétentes pour connaître d'une demande d'interdiction d'installation d'antennes téléphoniques par un opérateur (Orange France) sur le clocher d'une église.

En effet, l'opérateur ayant obtenu une autorisation d'occupation du domaine public, il y a lieu d'appliquer l'article L.2331-1 du Code général de la propriété des personnes publiques qui dispose que sont portés devant la juridiction administrative, les litiges relatifs aux autorisations ou contrats comportant occupation du domaine public, quelle que soit leur forme ou leur dénomination, accordés ou conclus par les personnes publiques ou leurs concessionnaires.

> Décision n° 3629

## Téléphonie mobile et principe de précaution

Des parents d'élèves ont poursuivi l'opérateur Orange pour demander sa condamnation à enlever une antenne relais installée à proximité de l'école où sont scolarisés leurs enfants. Cette demande, fondée sur le principe de précaution et le trouble anormal de voisinage a été rejetée. Les juges ont écarté d'emblée la théorie du trouble anormal de voisinage qui suppose un risque certain. Ce régime de responsabilité n'a pas vocation à s'appliquer à une situation où la seule mesure de champ électromagnétique réalisée in situ a donné des résultats inférieurs aux normes et qu'aucune étude scientifique n'a démontré à ce jour d'effet nocif à de tels niveaux d'exposition.

Le principe de précaution (1) a également été écarté en raison de sa portée trop générale : "le principe de précaution s'applique, à condition que la loi en définisse la portée, de manière restrictive à la prévention du risque de dommages graves et irréversibles à l'environnement et non de manière extensive à la prévention de risques sur la santé humaine."

Toutefois, le Tribunal a demandé à Orange de présenter une étude complète du site et des mesures pouvant être prises pour limiter les émissions en direction de l'école et du voisinage afin de les rendre acceptables par la population locale ou à déménager son antenne dans un autre site moins sensible dans un délai de six mois.

(1) Article L 110-1 du code de l'environnement : "*Le principe de précaution, selon lequel l'absence de certitudes, compte tenu des connaissances scientifiques et techniques du moment, ne doit pas retarder l'adoption de mesures effectives et proportionnées visant à prévenir un risque de dommages graves et irréversibles à l'environnement à un coût économiquement acceptable.*"

> Décision n° 3630

## Protection des données personnelles

Dans cette affaire, les juges européens ont reconnu le droit à des personnes physiques ayant participé à une réunion organisée par la Commission européenne dans le cadre d'une procédure en manquement, de conserver l'anonymat sur leur identité

(identité précisée sur les procès verbaux de réunion de la Commission européenne).

Le règlement du 30 mai 2001 (1) établit comme principe général l'accès du public aux documents des institutions, mais prévoit des exceptions en raison de certains intérêts publics et privés. Ce principe connaît plusieurs exceptions dont celle relative à une possible atteinte à la protection de la vie privée ou de l'intégrité des personnes.

(1) Règlement n° 1049/2001 30 mai 2001, relatif à l'accès du public aux documents du Parlement européen,

> Décision n° 3632

## Validation du vote électronique à la RATP

L'élection par voie électronique des représentants des salariés au sein du conseil d'administration de la RATP a été validée par les juges. Le protocole préélectoral négocié pour encadrer cette élection faisait expressément référence, pour fixer les conditions du dépouillement électronique du vote par correspondance, aux modalités prévues par la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 et par le décret n° 2007-602 du 25 avril 2007 relatif au vote par voie électronique (1).

Selon la Cour de cassation le vote présentait des garanties suffisantes. Il avait été mis en place, sous la responsabilité d'un intervenant extérieur gérant un système de dépouillement par lecture optique de codes-barres figurant sur les enveloppes de vote après attribution aléatoire.

(1) Ce vote était conforme aux dispositions légales notamment sur le plan de l'identification des électeurs ainsi que de la sincérité et le secret du vote. Les garanties proposées étaient équivalentes aux modalités prévues par le décret n° 83-1160 du 26 décembre 1983, et conformes aux principes généraux du droit électoral.

> Décision n° 3633

## **Prix mensonger dans les liens promotionnels**

Annoncer un prix mensonger dans un lien promotionnel Google peut être sanctionné par le délit de publicité trompeuse. En l'espèce, une société proposait un saut en parachute à un prix qui se révélait mensonger (s'ajoutait au prix initial des frais supplémentaires substantiels) Le lien en cause était de nature à induire en erreur de façon déloyale l'internaute qui ouvrira préférentiellement le site de la société plutôt que celui de ses concurrentes.

> Décision n° 3634

## **Omar & Fred c/ Dailymotion**

Dans l'appel formé par Omar et Fred contre le jugement les ayant déboutés contre la société DAILYMOTION (1), la Cour d'appel a jugé que la société Dailymotion a manqué à son obligation de retirer promptement du site les contenus illicites ou de leur en interdire l'accès. Une indemnité de 50 000 euros a été allouée au titre de l'atteinte au droit moral des artistes interprètes et du préjudice patrimonial de la société de production.

Les juges ont confirmé que Dailymotion n'était pas un éditeur de contenus mais un prestataire technique au sens de la loi pour la confiance dans l'économie numérique. La présence de publicité sur le site n'y change rien : l'exploitation du site par la commercialisation d'espaces publicitaires, dès lors qu'elle n'induit pas une capacité d'action du service sur les contenus mis en ligne, n'est pas de nature à justifier de la qualification d'éditeur.

Le réencodage n'emporte pas non plus la qualité d'éditeur, cette opération étant de nature à assurer la compatibilité de la vidéo à l'interface de visualisation. De même, le formatage qui est destiné à optimiser la capacité d'intégration du serveur en imposant une limite à la taille des fichiers postés est une opération technique qui participe de l'essence de la prestation d'hébergement.

(1) Les comédiens avaient poursuivi la plateforme d'échange en raison de la présence d'une reproduction illicite de l'un de leur spectacle

> Décision n° 3635

## **Licenciement et liberté d'expression**

M.X. a été licencié pour avoir insinué qu'il avait été sanctionné pour couvrir des fautes de membres de sa direction et pour avoir refusé de se présenter auprès de sa direction en communiquant exclusivement par email. en appel, le licenciement pour faute grave avait été retenu.

Saisis de l'affaire, les juges suprêmes ont cassé ce licenciement : aucun propos injurieux, diffamatoires ou excessifs n'avait été tenu par le salarié. Pour rappel, le salarié a droit sur son lieu de travail à la liberté d'expression. L'usage de cette liberté ne constitue une faute grave que s'il a dégénéré en abus, l'abus étant notamment constitué par des propos excessifs, diffamatoires ou injurieux.

> Décision n° 3637

## **112 : l'Italie en voie d'être sanctionnée**

La Commission européenne a saisi la Cour de justice de l'Union européenne afin d'infliger une amende à l'Italie pour non respect de la mise à disposition des informations relatives à la localisation des personnes appelant le 112.

Pour rappel, les États membres sont tenus par la directive "Service universel" de garantir que, lorsqu'une personne forme le numéro d'appel d'urgence unique européen (112) au départ d'un téléphone mobile, les informations relatives à sa localisation soient transmises aux services d'urgence. Ce service d'urgence qui implique des enjeux vitaux est particulièrement utile pour les appelants qui se trouvent par exemple dans un autre État membre.

## Affaire Lagerfeld Confidentiel

Rodolphe MARCONI est le réalisateur d'un documentaire consacré à Karl LAGERFELD et intitulé "LAGERFELD CONFIDENTIEL". Les premières images de ce documentaire ont été filmées avec le matériel que la société CHIC FILMS avait prêté à Monsieur MARCONI, les parties étant alors en pourparlers pour la production dudit documentaire. Ces négociations n'ayant pas abouti, la société CHIC FILMS a poursuivi Monsieur MARCONI pour rupture abusive de pourparlers et remise du matériel confié ainsi que des rushes réalisés.

Rodolphe MARCONI a obtenu gain de cause, ce dernier était en droit de rompre les négociations amorcées car la rémunération qui lui fut proposée (15 000 euros) ne correspondait pas à ce qui avait été annoncé à l'origine. Il n'a donc pas commis de faute en exerçant sa liberté de mettre un terme aux pourparlers infructueux. De plus, les parties ne se sont pas mis d'accord sur la forme juridique ni sur les conditions financières de leur coopération. Ce désaccord sur l'un des éléments fondamentaux du contrat que constitue la rémunération du réalisateur a pu légitimement conduire M. MARCONI à rompre les pourparlers.

> Décision n° 3649

## Virginie Despentès c/ Mme B.

La réalisatrice Virginie Despentès a obtenu gain de cause dans le procès l'opposant à Mme B.. Cette dernière revendiquait la titularité unique de droits sur les textes du documentaire "Pro Sexe" qui devait à l'origine être réalisé en commun (1). Selon les juges, le synopsis en cause était bien le fruit d'un travail commun.

La lecture de la note d'intention et du synopsis, publiés sous les deux noms des réalisatrices, révèle que le projet de documentaire est le fruit de leur rencontre et de leur démarche respective, à l'une comme à l'autre car ces documents font abondamment référence à elles deux, à leurs travaux comme à leur expérience et qu'elles se mettent toutes deux en scène et conduisent les entretiens.

Le grief de favoritisme par la société de production au bénéfice de Virginie Despentès et au détriment de Mme B. n'a pas non plus été caractérisé (2). Pour mettre fin au litige opposant les deux réalisatrices, les juges ont fait application des dispositions de l'article L121-6 du code de la propriété intellectuelle (3) en autorisant l'utilisation des travaux auxquels Mme B. a pris part, aux fins de l'achèvement du documentaire par Virginie Despentès.

(1) Une version du documentaire réalisée par Virginie Despentès a été livrée à la chaîne Pink TV et diffusée par celle-ci sous le titre 'mutantes, féminisme porno punk'

(2) Mme B. faisait valoir qu'elle n'avait pas bénéficié des mêmes moyens techniques de Virginie Despentès.

(3) *"Si l'un des auteurs refuse d'achever sa contribution à l'oeuvre audiovisuelle ou se trouve dans l'impossibilité d'achever cette contribution par suite de force majeure, il ne pourra s'opposer à l'utilisation, en vue de l'achèvement de l'oeuvre, de la partie de cette contribution déjà réalisée. Il aura, pour cette contribution, la qualité d'auteur et jouira des droits qui en découlent."*

> Décision n° 3644

## Droit moral de Brigitte Lahaie

Brigitte LAHAIE, comédienne et animatrice d'émissions radiophoniques consacrées à la sexualité, a cédé à une société de production, les droits exclusifs d'exploitation audiovisuelle portant sur une série thématique, provisoirement intitulée 'connaissance de l'amour', dont elle devait remettre le script.

Ayant estimé que le travail réalisé présentait un caractère pornographique attentatoire à son droit moral d'auteur et d'artiste-interprète, Brigitte LAHAIE a fait connaître à la société de coproduction qu'elle s'opposait à l'exploitation commerciale du tournage et qu'elle considérait caducs ses engagements.

Le refus de Brigitte LAHAIE de poursuivre le projet a été légitimé par les juges. Selon les dispositions de l'article L212-2 du Code de la propriété intellectuelle, l'artiste-interprète a le droit au respect de son nom, de sa qualité et de son interprétation. Ce droit inaliénable et imprescriptible est attaché à sa personne.

L'atteinte au droit moral a été jugée constituée : le pré-montage réalisé à partir du scénario donne à voir une succession de scènes de sexe mécaniques et désincarnées d'où sont absentes toutes évocations de séduction, de désir, de plaisir, que l'action se déroule quasi-intégralement en huis clos, le film n'ayant repris ni les scènes en extérieur indiquées au scénario (couples attablés à une terrasse de café ou se promenant dans Paris) ni le micro-trottoir initialement prévu.

Le film réalisé présentait les caractéristiques d'une dérive pornographique contraire à l'esprit du scénario de Brigitte LAHAIE.

> Décision n° 3645

### **Contestation de l'accord sur la VOD**

On se souvient qu'un accord collectif de 3 ans relatif à l'utilisation des prestations des artistes interprètes par voie de vidéo à la demande a été signé le 11 septembre 2007. Un syndicat (SIA UNSA) a contesté sans succès cet accord. Le syndicat remettait en cause l'intégration de la rémunération de la VOD dite du lendemain dans le salaire initial des comédiens, qui induirait selon lui une modification rétroactive de la rémunération dans un sens défavorable.

Les juges ont rappelé qu'en application de l'article L 2251-1 du Code du travail, un accord collectif ne peut déroger aux dispositions d'ordre public des lois et règlements en vigueur. Une demande en annulation de tout ou partie d'un accord collectif de travail n'est recevable que si elle vise des règles protectrices de l'intérêt général, dit ordre public de direction, et non des règles protectrices des intérêts privés (eux sanctionnées par une nullité relative et qui ne peuvent être invoquées que par les personnes protégées).

En droit du travail il convient de tenir compte du principe de faveur selon lequel un accord collectif doit pouvoir améliorer même pour le passé les droits des salariés et s'appliquer immédiatement aux contrats en cours, ce tempérament étant induit par l'ordre public social.

En l'espèce, l'accord collectif a été validé : antérieurement à l'accord sur la VOD, il n'était prévu aucune rémunération complémentaire des artistes interprètes, pour un mode de diffusion par VOD. L'instauration d'une nouvelle rémunération, même si elle n'intervient qu'à l'issue d'un délai de carence de 7 jours (2), constitue nécessairement une modification globalement favorable à l'intérêt collectif de la profession.

(1) Accord du 11 septembre 2007 relatif à la rémunération des artistes interprètes

(2) Article 3 : "Les artistes-interprètes autorisent la possibilité d'une mise à disposition en VOD de leur prestation pendant les 7 jours suivants leur diffusion ou rediffusions hertziennes, étant précisé que cette mise à disposition est rémunérée dans le salaire journalier initial ou dans le salaire complémentaire de l'artiste ... le présent accord s'applique aux émissions produites et/ou exploitées antérieurement et/ou postérieurement à la date d'entrée en vigueur de ce texte ...".

> Décision n° 3646

### **Résiliation de mandat de distribution**

La société de production Alizés films a conclu avec la société Artedis deux mandats pour l'exploitation et la distribution du film 'Les Percutés' (mandats de 5 et 10 ans). La société Alizés films a demandé sans succès, la résiliation judiciaire des mandats aux torts exclusifs de la société Artedis pour différents manquements contractuels (1).

Les juges d'appel ont considéré qu'une demande de résiliation de contrat ne peut être soulevée pour la 1ère fois en appel (application de l'article 565 du code de procédure civile).

De surcroît, la société Artedis a rempli ses obligations et formalités pendant la procédure. Toutefois, la Cour a enjoint à la société Artedis de restituer à la société Alizés films le matériel d'exploitation du film.

(1) Absence de communication au fur et à mesure de la copie des contrats conclus avec les licenciés en dépit d'une mise en demeure, absence de dépôt des conventions au Registre public de la cinématographie et de l'audiovisuel (RPCA), absence de reddition des comptes trimestriels, retenue de frais injustifiés ...

> Décision n° 3647

## **Rigueur dans la comptabilité d'une coproduction**

Dans cette affaire, en première instance la société SA CARRERE GROUP avait été condamnée à payer à son coproducteur, la société MC2 PRODUCTIONS la somme de 100 000 € pour absence de versement de fonds propres, 65 000 € pour cession illicite des droits de la coproduction sans accord de son partenaire et 20 000 € pour rétention d'information comptables.

En appel, suite au rapport de l'expert désigné pour analyser les comptes de la coproduction, les juges ont conclu que la carence des deux sociétés à établir des comptes précis avec rigueur, et à justifier du résultat comptable de la coproduction, justifient que la résolution judiciaire du contrat de coproduction soit prononcée aux torts des deux parties.

> Décision n° 3648

## **Audition par visioconférence**

L'article 706-71 du code de procédure pénale n'exige pas qu'en matière de procès d'assise, que soit motivée la décision d'une juridiction de jugement de recourir à l'utilisation d'un moyen de télécommunication audiovisuelle pour les auditions qu'il prévoit (visioconférence).

> Décision n° 3640

## **Enregistrement du procès Colonna**

Le rédacteur en chef de France 3 Corse a été condamné à 500 euros d'amende pour complicité de publication d'enregistrement sonore ou visuel effectué sans autorisation à l'audience d'une juridiction (1). France 3 Corse avait procédé à l'enregistrement audiovisuel des magistrats de la cour d'assises de Paris lors du prononcé du verdict condamnant Yvan Colonna.

La Cour de cassation a confirmé cette condamnation : si la vidéo incriminée se rapportait bien à une question d'intérêt général, la procédure prévue par les dispositions de l'article 38 ter constitue un équilibre entre la liberté d'informer et les autres intérêts en jeu, en particulier la sérénité des débats, laquelle relève de

l'appréciation du président de la cour d'assises, et le droit à l'image des parties intéressées.

(1) Article 38 ter de la loi du 29 juillet 1881

> Décision n° 3641

## **Le CSA agréé Direct Star**

Le CSA a agréé la demande de la société MCM, éditrice de la chaîne Virgin 17, portant sur une demande de changement de ses organes de direction, d'une modification de son capital social et de la dénomination de la chaîne en "Direct Star". Les modifications en cause ne portent pas atteinte au dispositif légal anti-concentration et ne remettent pas en cause les données au vu desquelles l'autorisation a été délivrée à la chaîne, le groupe Bolloré s'étant engagé à respecter son format à dominante musicale (au moins 75 % du temps d'antenne).

## **Double exclusivité pour Orange TV validée**

On se souvient que la société Free avait poursuivi la société France Télécom aux motifs que la double exclusivité de diffusion et de distribution de certains matches de la Ligue 1 de football acquise par Orange (2008-2012) constituait une vente liée prohibée (1). L'abonnement à la chaîne Orange Foot était lié à la souscription d'un abonnement à internet haut débit d'Orange.

La Cour de cassation vient de se prononcer sur l'affaire : il n'est pas démontré que l'offre de la société France Télécom serait trompeuse ou constitutive d'une pratique commerciale déloyale. selon les juges, l'offre d'Orange laisse au consommateur toute liberté quant au choix de son opérateur ADSL en raison de la configuration du marché et en particulier de la structure de l'offre, laquelle conduit le consommateur à choisir son opérateur en considération des services associés et donc de la capacité des offreurs de se différencier de leurs concurrents.

En conséquence, la double exclusivité (distribution / accès) mise en place par Orange n'a pas été considérée comme un "verrouillage" du marché de l'internet haut débit.



Il est constant que, dans le cadre de la concurrence qu'ils se livrent, tous les FAI s'efforcent d'enrichir le contenu de leurs offres pour les rendre plus attractives par la mise en place de services innovants ou l'acquisition de droits exclusifs sur des contenus audiovisuels cinématographiques ou sportifs événementiels.

Le consommateur moyen qui s'apprête à souscrire un abonnement à la fourniture d'accès à internet se détermine précisément en considération des services qui y sont associés et par conséquent des capacités de différenciation des diverses offres concurrentes et ne se trouve pas victime d'une vente liée.

(1) Vente conjointe prohibée par l'article L. 122-1 du code de la consommation et la directive européenne du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales

> Décision n° 3642

### **Compétence en matière de coproduction audiovisuelle**

Relève bien de la compétence du tribunal de commerce et non du tribunal de grande instance le litige opposant une société et une association sur la coproduction d'un spectacle (demande de relevés et factures, restitution d'un stock de DVD et CD, paiement de redevances).

> Décision n° 3643

### Le droit de citation graphique reconnu

Dans cette affaire opposant M6 au magazine Entrevue sur la reproduction par le magazine de captures d'écran issues des premiers épisodes de l'émission "Pékin Express", les juges ont reconnu à la presse l'existence d'un droit de citation visuel.

Selon les juges d'appel, eu égard à la durée des émissions et au nombre d'images diffusées, la reproduction desdites captures d'écran n'excède pas le cadre de la courte citation. Interdire à un magazine dédié au média télévisuel de reproduire quelques images tirées d'une émission reviendrait à le priver de toute possibilité d'illustration pertinente.

En l'espèce, l'illustration par des extraits de l'émission est justifiée par la nature critique, polémique et d'information des articles qui correspondent à la ligne éditoriale du magazine et relèvent de la liberté d'expression et du droit de libre critique.

Pour rappel, selon l'article L 211-3 du code de la propriété intellectuelle, les bénéficiaires des droits voisins du droit d'auteur ne peuvent interdire sous réserve d'éléments suffisants d'identification de la source, les analyses et courtes citations justifiées par les caractères critique, polémique, pédagogique, scientifique ou d'information de l'oeuvre à laquelle elles sont incorporées.

> Décision n° 3650

### Immeubles photographiés dans les magazines

L'hebdomadaire l'Express a publié dans un numéro spécial un supplément intitulé "Spécial immobilier Hauts-de-Seine" consacré à l'évolution des prix de l'immobilier dans ce département.

En page de couverture, avait été photographié un paysage urbain dont un immeuble en construction conçu par un cabinet d'architecture (A+A Architectes) Le cabinet a alors poursuivi l'éditeur du magazine en contrefaçon aux motifs que l'immeuble litigieux était "le sujet unique" et "central" de la photographie litigieuse (1).

De façon préliminaire, les juges ont rappelé que l'immeuble en cause, s'agissant d'une oeuvre architecturale de grande ampleur était une oeuvre collective. Sa création a été le fait d'une équipe d'architectes travaillant au sein d'une personne morale.

Le magazine a obtenu gain de cause : la partie supérieure de l'immeuble qui figure sur la photographie litigieuse, n'est pas l'objet principal de la communication au public, elle s'intègre au paysage urbain, et ne constitue pas l'axe d'attraction, la photographie illustrant l'ensemble des atouts du département des Hauts de Seine notamment sa proximité avec la Capitale ainsi que la présence d'espaces verts.

A noter que le maître d'ouvrage bénéficie le plus souvent par contrat, d'un droit de reproduction de l'image de l'immeuble qu'il a en charge (2).

(1) Selon la position des tribunaux, le propriétaire de l'image d'un bien ne peut s'opposer à la reproduction de celle-ci si le sujet principal de la photographie n'est pas le bien en cause.

(2) En l'espèce, le "contrat d'architecte pour l'obtention du permis de construire" stipulait : "l'architecte autorise d'ores et déjà le maître de l'ouvrage à publier ou faire reproduire et utiliser ces documents sous réserve de mentionner les noms de titre de leur auteur".

> Décision n° 3651

### Affaire Halimi : le magazine Choc condamné

La mère et les sœurs du défunt Ilan Halimi avaient assigné en référé la société editrice du magazine Choc pour violation de l'atteinte à leur vie privée causée par la publication d'une photographie représentant le jeune homme bâillonné et entravé. En référé, il avait été ordonné que soient occultées dans tous les exemplaires du magazine Choc, les photographies d'Ilan Halimi la tête bandée et sous la menace d'une arme.

La condamnation du magazine a été confirmée par la Cour de cassation : les proches d'une personne peuvent s'opposer à la reproduction de son image après son décès, dès lors qu'ils en éprouvent un préjudice personnel en raison d'une atteinte à la mémoire ou au respect dû au mort.

En l'occurrence, la publication de la photographie dénotait une recherche de sensationnel et n'était nullement justifiée par les nécessités de l'information. Contraire à la dignité humaine, elle constituait une atteinte à la mémoire ou au respect dû au mort et dès lors à la vie privée de la famille d'Ilan Halimi.

> Décision n° 3652

### Le groupe La Rumeur relaxé

On se souvient que sur plainte de syndicats de police, le groupe de rap La Rumeur avait été poursuivi pour diffamation publique en raison de paroles de l'une de leur chanson (1).

Les propos en cause " Insécurité sous la plume d'un barbare ", avaient aussi été publiés dans le livret promotionnel destiné à accompagner la sortie du premier album du groupe. La société éditrice du livret avait aussi été poursuivie.

La relaxe des prévenus a été confirmée par la Cour de cassation : les écrits en question n'imputaient aucun fait précis, de nature à être, sans difficulté, l'objet d'une preuve ou d'un débat contradictoire (définition de la diffamation). Ces écrits, s'ils revêtent un caractère injurieux, ne constituent pas le délit de diffamation envers une administration publique.

(1) *"Les rapports du ministre de l'intérieur ne feront jamais état des centaines de nos frères abattus par les forces de police sans qu'aucun des assassins n'ait été inquiété. La justice pour les jeunes assassinés par la police disparaît sous le colosse slogan médiatique ' ' Touche pas à mon pote". La réalité est que vivre aujourd'hui dans nos quartiers, c'est avoir plus de chance de vivre des situations d'abandon économique, de fragilisation psychologique, de discrimination à l'embauche, de précarité du logement, d'humiliations policières régulières".*

> Décision n° 3653

### Injure ou Diffamation ?

L'expression « *tortionnaires du peuple marocain* » utilisée dans le cadre d'un magazine n'est pas constitutive du délit d'injure publique envers un particulier dès lors qu'elle est susceptible de donner lieu à un débat probatoire et contradictoire. L'expression faisait référence à des exactions qui auraient été commises au Maroc antérieurement au règne de Mohammed VI.

> Décision n° 3654

### Diffamation absorbée par l'injure

Un journaliste a porté plainte et s'est constitué partie civile du chef d'injures publiques envers un particulier en raison de la publication, en page de couverture du magazine Maroc Hebdo, de sa photographie accompagnée de la mention: " profession: fouille merde" (contexte : l'affaire Ben Barka).

Le délit d'injure publique a été confirmé. Le magazine a tenté en vain de prouver ses allégations mais les juges ont considéré que les injures incriminées n'étaient pas absorbées par la diffamation.

> Décision n° 3655

### Régime social des lettres d'information

Une société qui évolue dans le domaine de la presse ne peut systématiquement bénéficier des avantages et abattements sociaux pour les journalistes qu'elle fait travailler.

Dans cette affaire, la Cour de cassation a confirmé le redressement par l'URSSAF de la société Agence Paradigme. Cette dernière ne pouvait pas bénéficier pour ses salariés de l'application des taux réduits de cotisations prévus pour les journalistes ni de l'abattement de 30 % supplémentaire pour frais professionnels. La société ne répond pas à la définition d'une entreprise de presse dès lors que ses publications n'ont pas un caractère grand public et ne participent pas d'une mission d'information du public.

Par ailleurs, la société n'est pas titulaire d'un numéro de commission paritaire et ne figure pas dans la liste d'agences de presse. Son activité n'est pas la presse mais la communication, cette dernière réalisant des supports "clé en main" (lettres ou magazines) pour des clients finaux et diffusés aux seuls membres de la profession concernée ou aux acheteurs potentiels de ses clients. Enfin, aucune responsabilité éditoriale n'est assurée par la société.

> Décision n° 3656

### **Diffamation sur Facebook**

Le Maire de St Jean Cap Ferrat a tenté sans succès de faire condamner des personnes s'étant exprimées sur Facebook de façon jugée injurieuse et diffamatoire.

La citation délivrée a été jugée nulle car ne respectant pas les dispositions de la loi du 29 juillet 1881. Le Maire n'avait pas élu domicile au siège de la juridiction saisie alors que l'article 53 de la loi de 1881 dispose que "si la citation est à la requête du plaignant, elle contient élection de domicile dans la ville ou siège la juridiction saisie et doit être notifiée tant au prévenu qu'au ministère public.

> Décision n° 3657

## Protection d'un modèle de casque

La contrefaçon s'apprécie selon les ressemblances et non d'après les différences. Elle ne peut être retenue lorsque les ressemblances relèvent de la reprise d'un genre et non de la reproduction de caractéristiques spécifiques d'une oeuvre première.

En l'espèce, il résulte du procès verbal de constat d'achat et des photographies présentées aux juges que le casque argué de contrefaçon a une apparence extérieure très différente du casque premier, il n'en reprend ni la forme générale de la coque, ni les caractéristiques essentielles (coussinets intérieurs ...).

> Décision n° 3658

## Droits d'auteur et liquidation judiciaire

L'auteur-réalisateur d'un documentaire audiovisuel avait, par contrat, cédé ses droits d'exploitation sur son oeuvre à la société TV1 PLUS, pour une durée de 30 ans, pour le monde entier et « sur tous supports connus et inconnus à ce jour et notamment télévision-vidéo ».

L'auteur-réalisateur a constaté que son documentaire était exploité sur Internet sans son autorisation par un tiers. La société TV1 PLUS ayant été mise en liquidation, l'auteur-réalisateur a été réinvesti de ses droits et le tiers condamné pour contrefaçon.

> Décision n° 3659

## Droits d'un créateur sur ses bijoux

Par actes sous seing privés dits « contrats de création de modèles originaux » la société CHANEL a confié à M. Lorenz BAUMER la création de dessins de modèles de bijoux. Ces contrats faisaient ensuite l'objet de contrats de cession de droits par acte séparé. Suite à un litige avec la société CHANEL, M. BAUMER a saisi les tribunaux pour faire interdire à la société CHANEL de commercialiser les bijoux dont il est l'auteur.

Le Tribunal a eu l'opportunité de juger que dans le domaine de la bijouterie, les "chaînes" et "maillons de chaîne" constituent d'abord un genre, lui même subdivisé en sous genre ou type de chaîne, bien connus et antérieurs de mémoire d'homme.

La chaîne plate à gros maillons ne présente aucun caractère d'originalité et n'est donc pas susceptible d'être protégée par le droit d'auteur (il importe peu qu'elle ait fait l'objet d'une cession de droit).

Sur l'ajout de pavage sur certains modèles de montres dessinées par M. BAUMER, les juges ont considéré que ces adaptations ne modifient pas substantiellement le bijou dont les droits de reproduction ont été acquis par la société CHANEL et n'en altèrent pas l'allure générale, de sorte qu'il n'y a pas d'atteinte au droit moral de M. BAUMER.

Sur le droit à la paternité, M Lorenz BAUMER se plaignait du fait que la société CHANEL depuis plus de vingt ans l'empêche de se prévaloir de sa qualité de créateur des bijoux CHANEL.

Selon les juges, l'autorisation faite par l'auteur au cessionnaire du droit de ne pas mentionner son nom sur les articles reproduisant ses oeuvres n'emporte pas aliénation de son droit de paternité, dès lors qu'il conserve la faculté d'exiger l'indication de son nom.

En l'espèce, M. BAUMER ne démontre pas qu'il existerait un usage dans la haute joaillerie selon lequel les bijoux créés à partir de dessins seraient accompagnés d'un poinçon indiquant le nom du créateur des dessins. L'absence d'un tel poinçon ne saurait constituer une violation de son droit de paternité.

> Décision n° 3660

## **Contrefaçon et motivation des arrêts**

En matière de propriété intellectuelle, pour rejeter les demandes d'une société victime d'actes présumés de contrefaçon, les juges d'appel ne peuvent se borner au titre de leur motivation à reproduire les conclusions d'appel du défendeur. Pour la Cour de cassation, cette apparence de motivation peut faire peser un doute sur l'impartialité de la justice (1).

(1) Violation de l'article 6 § 1 de la Convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales, ensemble les articles 455 et 458 du code de procédure civile

> Décision n° 3661

## **Saisie contrefaçon : pouvoirs de l'huissier**

En matière de saisie contrefaçon, l'huissier désigné par l'ordonnance du Président du Tribunal de grande instance, n'est pas autorisé à apporter, sur les lieux de la saisie, des objets étrangers à celle-ci (c'est à dire dépourvus de lien avec sa mission).

S'il n'a pas été expressément et précisément autorisé par l'ordonnance, l'huissier n'est pas non plus en droit d'introduire dans les locaux du magasin ou la contrefaçon a été vendue (magasin Casino), un modèle contrefaisant et sa facture d'achat. L'huissier doit être autorisé pour interroger les représentants de la société et se faire remettre des documents comptables permettant d'apprécier les quantités d'objets contrefaisants fournis.

> Décision n° 3662

## **Avatar**

1. Personnage ou objet de synthèse évoluant dans un décor réel. 2. Comédie de mœurs en plusieurs épisodes autonomes et comportant des personnages récurrents.

## **Call-back**

Dans le service téléphonique international, procédure automatique par laquelle la communication entre le demandeur et le numéro demandé est établie par un opérateur situé dans un pays étranger, le demandeur raccrochant pour se faire rappeler par cet opérateur, après avoir communiqué le cas échéant son propre numéro.

## **Logiciel malveillant**

Ensemble de programmes conçu par un pirate pour être implanté dans un système afin d'y déclencher une opération non autorisée ou d'en perturber le fonctionnement.

## **Marque collective**

La marque est dite collective lorsqu'elle peut être exploitée par toute personne respectant un règlement "collectif" ou "licence collective" d'usage établi par le titulaire de l'enregistrement.

## **Modérateur de forum**

Personne qui veille au respect de l'objet et du règlement des échanges de messages électroniques effectués dans un cadre organisé. Le modérateur veille notamment à éviter les arrosages publicitaires et les bombardements, ainsi que les propos qui pourraient constituer des infractions pénales. Dans un fonctionnement en différé, comme pour certains forums ou listes de diffusion, le modérateur examine les articles ou messages reçus des participants et en accepte ou en refuse la diffusion. Dans un

fonctionnement en direct, le modérateur agit par des avertissements et par exclusion des contrevenants.

## **Nom de domaine**

Le nom de domaine est un adressage informatique composé d'une suite de chiffres (adresse IP) permettant d'identifier un serveur sur Internet. A chaque adresse IP est associé un nom de domaine présenté sous forme intelligible et composé d'une suite de caractères (A à Z, 0 à 9 et tiret). Un nom de domaine est composé de trois parties : 1) le préfixe www ; 2) le radical choisi librement par le demandeur à l'enregistrement et ; 3) le suffixe ou extension (.com, .net., .fr et autres).

## **Registrar**

Dit aussi Bureau d'enregistrement, le Registrar est le prestataire assurant l'enregistrement et la gestion de noms de domaine. Le Registrar doit être accrédité pour pouvoir gérer certaines extensions (notamment le .eu, les prestataires étant accrédités par EURid).

## **Service crypté**

Tout service de télévision, transmis ou retransmis par n'importe quel moyen technique, dont les caractéristiques sont modifiées ou altérées afin d'en restreindre l'accès à un public déterminé.

On parle également de services qui ont recours au cryptage de leur signal pour assurer le payement d'une redevance. Dans cette catégorie rentrent ainsi les services de radiodiffusion cryptés traditionnels (par câble, par voie hertzienne ou par satellite), les nouveaux services de radiodiffusion (télévision numérique, pay-per-view, presque vidéo à la demande) et les services de la société de l'information, à savoir les services fournis à distance électroniquement à la demande individuelle d'un destinataire de services (notamment vidéo à la demande, livraison de jeux à la demande, commerce électronique, services d'information multimédia).

Ne sont pas des services cryptés ceux mis en place pour des raisons autres que celles d'assurer le payement d'une redevance. Tel est le cas des services qui sont cryptés pour assurer l'intégrité et la confidentialité du message transmis, à savoir les services financiers ou de télécommunication

### **Tarif de répartition**

Tarif convenu entre les opérateurs de télécommunication pour l'ensemble des communications internationales entre deux pays, utilisé pour déterminer la quote-part de chaque opérateur

### **Terminal** (appareil)

Tout appareil qui est connecté directement ou indirectement à la terminaison d'un réseau public de télécommunications pour transmettre, traiter ou recevoir des informations. Une connexion est indirecte si un appareil est interposé entre le terminal et la terminaison du réseau. Dans les deux cas, direct ou indirect, la connexion peut être établie par fil, fibre optique ou voie électromagnétique. Aux termes de la présente directive, sont également à considérer comme terminaux, les stations satellites assurant la seule réception pour autant qu'elles ne soient pas reconnectées au réseau public d'un État membre.



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

- Contrat de distribution sélective sur Internet

Contrat conclu entre une société à la tête d'un réseau de distributeurs agréés et une société souhaitant intégrant le réseau pour commercialiser les produits agréés par voie de commerce électronique.

- Contrat de partenariat commercial

Contrat de partenariat conclu entre l'exploitant d'un site de vente en ligne et un créateur d'objets de décoration.

- Design and Purchase Contract

Contrat (en anglais) conclu entre deux sociétés aux fins de créer et exploiter en commun un produit manufacturé.

### **Nom de domaine : faut-il assigner le registrar ?**

En cas d'enregistrement frauduleux de nom de domaine, la société victime (Louis Vuitton) peut poursuivre, en plus de la personne ayant enregistré le nom de domaine, le registrar (notamment aux fins d'obtenir le transfert du nom de domaine). Toutefois, lorsque le registrar (Gandi) ne s'est pas opposé au transfert du nom de domaine et qu'il a été assigné de façon inutile, la société victime peut être condamnée à rembourser les frais d'instance engagés par le registrar pour assurer sa défense (hypothèse distincte de celle de la procédure abusive). Dans cette affaire les juges ont condamné la société Louis Vuitton à payer au registrar Gandi la somme de 7 000 euros au titre des frais de procédure.

> Décision n° 3631

### **Publicité en faveur des avocats sur Internet**

La publicité en faveur des avocats sur Internet est autorisée mais particulièrement encadrée sur le terrain de la déontologie. Dans ce domaine, le Règlement Intérieur National de la profession d'avocat (RIN) fixe les règles applicables.

De façon générale, la publicité en faveur de l'avocat est autorisée si elle procure une information au public et qu'elle est exclusive de toute forme de démarchage (1). Certains supports sont exclus de facto de toute publicité : tracts, affiches, films cinématographiques, émissions radiophoniques ou télévisées.

En matière de communication électronique, l'avocat qui ouvre ou modifie un site internet doit en informer le conseil de l'Ordre sans délai et lui communiquer les noms de domaine qui permettent d'y accéder. Le choix du nom de domaine n'est pas libre, puisqu'il doit comporter le nom de l'avocat ou la dénomination exacte du cabinet, qui peut être suivi ou précédé du mot « avocat » (art. 10.6 RIN) et ne pas évoquer de façon générique le titre d'avocat ou un titre

pouvant prêter à confusion (exemple : avocat-famille.com, avocats.fr etc.).

Le contenu du site Internet peut comprendre les mentions relatives à l'ancienneté de l'avocat, aux spécialités obtenues etc. En revanche, le site de l'avocat ne peut comporter aucun encart ou bannière publicitaire, autres que ceux de la profession (exit les annonces Google) et aucun lien hypertexte permettant d'accéder à des sites ne respectant pas les principes essentiels de la profession d'avocat. A ce titre, c'est à l'avocat de s'assurer de cela en visitant régulièrement les pages internet concernées. Chaque création de lien hypertexte doit donner lieu à une déclaration préalable auprès de l'Ordre (art 10.6 RIN).

L'envoi d'une lettre d'information électronique est autorisé.

Les consultations juridiques payantes en ligne relèvent du domaine réservé des avocats. L'avocat créateur d'un site Internet de prestations juridiques qui exploite ou participe majoritairement, seul ou avec des confrères, ce site, peut librement percevoir toute rémunération des clients du site. Ces derniers doivent être identifiés (art. 6.6.4 RIN)

Dans le cas, où l'avocat est référencé par un site Internet de prestations juridiques, ce dernier peut participer de façon forfaitaire aux frais de fonctionnement dudit site.

Concernant les annuaires professionnels, tout avocat peut y figurer, tant dans la rubrique générale que dans les rubriques de spécialités pour lesquelles il est titulaire d'un certificat.

Quid des encarts publicitaires ? l'art. 10.3 du RIN dispose clairement que la publication, dans les annuaires ou dans la presse, d'encarts publicitaires est permise, sous réserve que leur présentation, leur emplacement ou leur contenu ne soit pas de nature à induire le public en erreur ou à constituer un acte de concurrence déloyale. Les projets d'encarts publicitaires ou de plaquettes doivent être, avant toute publication ou diffusion, communiqués au conseil de l'Ordre. L'utilisation de Google Ad Words pourrait donc être assimilée au recours licite aux encarts publicitaires.

Toutefois, le risque de qualification en démanché est réel et exposerait le contrevenant à une sanction (avertissement, blâme, amende de 4500 euros à 9000 euros si récidive).

Enfin, si la participation des avocats aux blogs et réseaux sociaux est autorisée, elle doit se faire dans le respect des principes essentiels de la profession (dignité, indépendance, probité, conscience, humanité, honneur, loyauté, prudence, confraternité etc.).

(1) Cour de cassation, ch. civ. 5 février 2009, affaire [classaction.fr](http://classaction.fr)

### **Droits d'auteur et notion de faute détachable**

La faute détachable permet d'engager la responsabilité d'un dirigeant lorsqu'il commet une faute qui n'entre pas dans l'exercice de sa profession et qu'il a commise à titre personnel.

S'est posée la question de savoir si le fait de ne pas payer volontairement une redevance de droits d'auteur auprès d'une société de gestion collective de droits, pouvait engager la responsabilité d'un dirigeant. Les juges ont répondu par la négative : le non paiement de droits d'auteur n'est pas une faute commise intentionnellement et qui, étant d'une particulière gravité, est incompatible avec l'exercice normal des fonctions sociales.

Dans une récente décision, les juges ont ainsi considéré que le seul fait d'avoir refusé de régulariser depuis plusieurs mois la situation de la société qu'il dirige à l'égard d'une société de gestion de droits, le dirigeant n'avait pas constitué une faute détachable de ses fonctions, ce dernier n'exerçait pas une activité de professionnel de la musique.

> Décision n° 3663



## Uplex.fr, + 5 000 Contrats de qualité professionnelle en ligne



Uplex.fr est un nouveau site qui vous propose + de **5 000 contrats** et actes juridiques de qualité professionnelle rédigés par des **avocats** et des **juristes** spécialisés. Notre valeur ajoutée : mises à jour gratuites, notices explicatives, + 20 secteurs d'activité couverts, support téléphonique en -4 heures. Toute votre documentation juridique est sur Uplex.fr ...

### BON DE COMMANDE – 2010/2011

Raison sociale: .....  
Nom: .....  
Prénom : .....  
E-mail: .....  
Fonction:.....  
Adresse de facturation : .....  
Code postal:.....  
Ville : .....  
Tél. : .....  
Fax : .....

#### Plus d'infos ?

Contactez-nous :  
> Par **téléphone** : 01.44..01.52.51  
> Par **email** : [info@uplex.fr](mailto:info@uplex.fr)  
> Par **courrier** :  
Uplex  
4 rue Froissart  
75003 Paris

	Prix € ht	Prix € ttc
<input type="radio"/> <b>Offre spéciale Actoba.com + Forfait Uplex (40 Contrats / an)</b>  Sélection de vos contrats dans la base de données Uplex.fr (+ 5 000 contrats et documents standards) / Réception automatique des mises à jour / Forfait reportable d'année en année / Notice explicative avec chaque document / Support téléphonique et par email / Service My Uplex	<b>668 €</b>	<b>799 €</b>

#### Mode de paiement

- Chèque bancaire ou postal à l'ordre de UPLEX
- Virement bancaire (Banque Postale - RIB 20041 00001 1860640R020 62)
- Paiement sécurisé en ligne sur [www.uplex.fr](http://www.uplex.fr)

Merci d'adresser votre Bon de commande à :

UPLEX – Abonnements  
4 rue Froissart  
75003 Paris

Date, cachet / signature :

TVA incluse (19,6 % sur support électronique). L'abonnement couvre une période d'un an et se renouvelle par tacite reconduction. Conformément à la loi Informatique et Libertés 78-17 du 06/01/78, vous disposez d'un droit d'accès et de rectification pour toute information vous concernant. Ce droit s'exerce en adressant un courrier électronique à [info@uplex.fr](mailto:info@uplex.fr)