

14 Contrats du mois avec Uplex.fr



+ 5 000 contrats en ligne sur www.uplex.fr
(* Sur abonnement Uplex)

- Licence d'entrepreneur de spectacle vivant
- Protocole d'accord transactionnel (droits d'auteur)
- Statuts d'une association loi 1901 (*)
- Pack juridique de l'adoptant (*)
- Règlement d'arbitrage (*)
- Mandat de représentation (*)
- Bail commercial (*)
- Bail commercial précaire (*)

12 Lexique

- Bordereau de droits
- Date d'achèvement (oeuvre audiovisuelle)
- Dénigrement
- Digital Cinema Initiative
- Digital Cinema Distribution Master (DCDM)
- Digital Cinema Package
- Fiche d'identité de l'oeuvre
- Format d'image 2K/4K
- Key Delivery Message (KDM)
- Minute produite / livrée
- Rédacteur en Chef
- Diversité culturelle

15 Questions du mois

- Une première injonction de l'ARJEL
- Déclaration sociale des journalistes pigistes
- Droit de citation graphique

17 Fiches de la semaine

- Les codes APE/ NAF
- Les clauses attributives de compétence
- Les conditions générales de vente en ligne
- Les clauses pénales / pénalités contractuelles

ACTUALITES JURIDIQUES

1 Communication électronique

- Annoncer un site comme n°1 : une pratique trompeuse
- Lesprotéines.com c/ proteinepascher.com
- Création d'un site Internet sur démarchage
- Nom de domaine et marque déposée
- Nature juridique du nom de domaine
- Prix promotionnels sur Internet
- Vente en ligne de produits de luxe
- Marques dans les metatags
- Incohérence du système allemand des jeux de hasard
- Numéros fixes hors forfaits
- Bourse en ligne

5 Audiovisuel & Cinéma

- Responsabilité des directeurs de chaînes
- Conséquences de la fusion de France Télévisions
- Oeuvres musicales ou oeuvres audiovisuelles ?
- Mentions obligatoires des jaquettes de DVD
- William KLEIN c/ M6
- Contrefaçon de films Bollywood
- Protection des jaquettes de DVD
- Achèvement d'une production audiovisuelle
- M.C c/ Réservoir Prod

7 Publicité / Presse / Image

- Image des sportifs professionnels
- Image des marques de luxe
- Conditions des offres promotionnelles
- Synchronisation d'une publicité
- Sonorisation de publicité
- Condamnation du magazine Voici
- Notion de diffamation
- Diffamation envers une personne publique
- Notion de vie privée

10 Propriété Intellectuelle

- Caractère distinctif de la marque
- Marque générique, marque complexe
- Protection des bandes dessinées
- Cession d'un court métrage
- Rémunération proportionnelle des auteurs
- Droit moral et destination de l'oeuvre

Annoncer un site comme n°1 : une pratique trompeuse

Une société qui présente son site comme le premier sur son secteur d'activité alors que cette allégation n'est pas démontrée, s'expose à une condamnation pour pratique commerciale trompeuse. Cette pratique ouvre droit à réparation au profit des concurrents dudit site.

> Décision n° 3707

lesprotéines.com c/ proteinepascher.com

La société qui exploite le site lesprotéines.com a tenté en vain de faire condamner le site www.proteinepascher.com argué de contrefaçon et concurrence déloyale.

Tant en première instance, qu'en appel, les juges ont considéré que le mot "protéine/protéines" est un terme biologique purement générique et descriptif désignant une substance permettant d'améliorer la musculature, et qui de ce fait n'est pas susceptibles d'appropriation par le droit des marques.

Apport intéressant de cette décision, même si certaines descriptions de produits vendus sur les sites en litige, sont identiques, les juges ont posé que ces descriptions de produits ne présentaient pas de caractère suffisamment original pour bénéficier d'une protection par le droit d'auteur, les informations en cause présentant surtout un caractère technique (valable pour tous les sites de e-commerce).

> Décision n° 3706

Création d'un site Internet sur démarchage

Un contrat de création de site Internet ne peut être annulé pour cause de prix excessif facturé par le prestataire, dès lors que l'acheteur a eu toutes les informations nécessaires avant de signer le bon de commande.

Lorsque le contrat de conception de site a été conclu suite à un démarchage à

domicile, les dispositions spécifiques du Code de la consommation (1) n'ont pas lieu à s'appliquer si la prestation proposée est en rapport direct avec les activités professionnelles du client (en l'espèce un site de vente en ligne de produits de la ferme au bénéfice d'un exploitant agricole).

(1) Article L.122-22 et s. du Code de la consommation

> Décision n° 3705

Nom de domaine et marque déposée

Lorsqu'un nom de domaine reprend une marque déposée, il convient pour apprécier la contrefaçon d'appliquer l'article 713-3 b) du Code de la Propriété Intellectuelle qui dispose que "sont interdits, sauf autorisation du propriétaire, s'il peut en résulter un risque de confusion dans l'esprit du public, l'imitation d'une marque et l'usage d'une marque imitée, pour des produits ou services identiques ou similaires à ceux désignés dans l'enregistrement" (contrefaçon par imitation).

A ce titre, l'appréciation de la similitude visuelle, auditive et conceptuelle des signes doit être fondée sur l'impression d'ensemble produite par ceux-ci, en tenant compte, notamment, de leurs éléments distinctifs et dominants.

La réservation d'un nom de domaine en plusieurs extensions (.biz. .info etc.) et correspondant à une marque déposée ("weboriental"), peut être sanctionnée par la concurrence déloyale dès lors que les activités des sites Internet en cause sont similaires.

> Décision n° 3704

Nature juridique du nom de domaine

Les dispositions du Code de la Propriété Intellectuelle confèrent une protection aux seules marques de fabrique, de commerce ou de service, le nom de domaine ne constituant nullement un titre de propriété industrielle au sens de ce Code et l'atteinte qui lui est le cas échéant portée pouvant seulement être sanctionnée sur le fondement du droit commun de la responsabilité délictuelle.

> Décision n° 3703

Prix promotionnels sur Internet

En application de l'article 3 de l'arrêté 77-105/P du 02 septembre 1977 relatif à la publicité des prix à l'égard du consommateur, le prix de référence servant de base pour le calcul d'une réduction de prix annoncée est "le prix le plus bas effectivement pratiqué par l'annonceur pour un article similaire, dans le même établissement de vente au détail, au cours des trente derniers jours précédant le début de la publicité".

> Décision n° 3702

Vente en ligne de produits de luxe

La société Christian Dior a poursuivi l'exploitant d'un site ayant procédé à la vente de lunettes de soleil griffées "DIOR" (www.club-privé.fr). La société de haute couture faisait valoir que le site aurait porté atteinte à ses droits de marque et à son réseau de distribution sélective.

Les juges ont rappelé que pour se prévaloir de la règle dite de l'épuisement des droits telle que définie par l'article L.713-4 du Code de la Propriété Intellectuelle, l'éditeur du site devait prouver l'origine licite des produits Dior vendus sur son site (preuve non rapportée en l'espèce).

Le site a également été condamné pour pratique illégale de marque d'appel : en apposant le signe "DIOR" sur des boules de Noël pour annoncer une opération spéciale intitulée "le Marché de Noël", alors même qu'aucun produit porteur de cette marque n'était offert à la vente, l'éditeur du site a manifestement tenté de profiter indûment du

pouvoir attractif de la marque Dior auprès de la clientèle.

Enfin, le site a été condamné pour violation de réseau de distribution sélective.

> Décision n° 3701

Marques dans les métatags

L'usage de la marque protégée d'un tiers, à titre de "métatag" dans les pages sources de plusieurs sites, dans le but de faire apparaître un site parmi les résultats, lorsqu'un internaute effectue une recherche à partir de la marque protégée, constitue un détournement de marque et un acte de concurrence parasitaire.

> Décision n° 3700

Incohérence du système allemand des jeux de hasard

Le monopole public institué dans le cadre de l'organisation des paris sportifs et des loteries en Allemagne ne poursuit pas de manière cohérente et systématique l'objectif de lutte contre les dangers liés aux jeux de hasard. C'est en ce sens que vient de se prononcer la Cour de justice des communautés européennes saisie à titre préjudiciel.

Le problème n'est pas posé par le fait qu'il existe dans les lands allemands divers types de jeux de hasard soumis, les uns à un monopole public, les autres à un régime d'autorisations délivrées à des opérateurs privés.

Les juges européens reprochent à l'Allemagne de mener une politique contradictoire. En effet, d'une part, les titulaires des monopoles publics se livrent à des campagnes publicitaires intensives en vue de maximaliser les profits résultant des loteries en s'éloignant ainsi des objectifs justifiant l'existence de ces monopoles. D'autre part, s'agissant des jeux de hasard, tels que les jeux de casino et les jeux automatisés, qui ne relèvent pas du monopole public mais présentent un potentiel de risque d'assuétude supérieur aux jeux soumis à ce monopole,

les autorités allemandes mènent ou tolèrent des politiques visant à encourager la participation à ces jeux. Or, dans de telles circonstances, l'objectif préventif de ce monopole ne peut plus être efficacement poursuivi si bien que celui-ci cesse de pouvoir être justifié.

Source : Europa

> Décision n° 3699

Numéros fixes hors forfaits

L'ARCEP a ouvert une enquête administrative sur des pratiques d'opérateurs de boucle locale, tant fixes que mobiles, appliquant un traitement spécifique aux communications téléphoniques à destination de certains numéros fixes (géographiques en 01 à 05 ou non géographiques en 09). Certains de ces numéros sont exclus des offres illimitées et donc facturés hors forfait.

L'ARCEP considère que ces pratiques d'exclusion (1) qui sont disproportionnées, arbitraires et discriminatoires et par suite, dommageables pour les abonnés, doivent disparaître rapidement. L'ARCEP a demandé aux opérateurs de régler ces distorsions entre eux sur le marché de l'interconnexion.

Pendant la période de transition-négociation, les opérateurs devront au minimum publier ex ante, la liste des numéros exclus, ainsi qu'une information sur la tarification indiquée automatiquement, avant la mise en relation, pour tout numéro exclu de leurs offres illimitées.

(1) Les pratiques d'exclusion visent des numéros dont le développement est fondé sur une pratique de reversement de revenus de terminaison d'appel que ces acteurs (en général un éditeur de services est associé à un (ou des) opérateurs(s) pour les prestations d'acheminement et de collecte de trafic) mettent en place entre eux.

Source : ARCEP

Bourse en ligne

En application de l'article 1147 du code civil, le prestataire de services d'investissement est tenu, dès l'origine des relations contractuelles et quelle que soit la nature de celles-ci, de mettre en garde son client contre les risques encourus dans les

opérations spéculatives sur les marchés à terme, hors le cas où ce dernier en a connaissance (à propos d'un service Internet mis à la disposition du client, des opérations d'achat et de vente de titres avec service de règlement différé).

Le seul fait d'avoir accepté un avenant selon lequel " le client s'engage expressément avant de passer ses ordres par Internet, à prendre connaissance de l'information relative aux opérations qu'il souhaite effectuer quelles que soient sa compétence professionnelle et son expérience particulière en matière d'investissements financiers et il accepte le niveau de risque propre à ce type d'opérations" ne suffit pas à apporter la preuve de l'obligation de conseil du professionnel.

Par ailleurs, concernant les ventes à découvert et conformément à l'article L. 533-4 du code monétaire et financier, le prestataire habilité qui fournit des services de réception et transmission d'ordres via Internet doit, lorsqu'il tient lui-même le compte d'espèces et d'instruments financiers de son client, disposer d'un système automatisé de vérification du compte et en cas d'insuffisance des provisions et des couvertures, le système doit assurer le blocage automatique de l'entrée de l'ordre. Le prestataire de services d'investissement a l'obligation de répondre des conséquences dommageables de l'inexécution de ces obligations.

> Décision n° 3697, 3698

Responsabilité des directeurs de chaînes

En application de l'article 93-3 de la loi du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle, le directeur d'une chaîne (directeur de la publication) n'est pas responsable des délits de presse commis lors de la première diffusion, en direct, d'une émission (en raison de l'absence de fixation préalable du message avant sa communication au public).

En revanche, il doit assumer une pleine et entière responsabilité en cas de rediffusions de l'émission pendant laquelle le délit de presse a été commis. En cas de rediffusion de l'émission en Catch TV sur Internet, le responsable est le directeur de la publication du site internet, sur lequel l'émission a été mise en ligne.

> Décision n° 3708

Conséquences de la fusion de France Télévisions

Par application de l'article 86 de la loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle, toutes les sociétés du service public de la télévision (France 3 ...) ont été intégrées dans le groupe France Télévisions.

En conséquence, la signification de conclusions à une société qui, notamment par suite d'une fusion-absorption, n'existe plus est entachée d'une irrégularité de fond qui affecte sa validité, au sens de l'article 117 du code de procédure civile.

> Décision n° 3709

Oeuvres musicales ou oeuvres audiovisuelles ?

Des chansons fixées sur vidéogrammes (« Les aventures de Babar ») doivent être qualifiées d'oeuvres audiovisuelles dès lors que les musiques et paroles commandées aux auteurs, ont été dès l'origine conçues pour être associées à des images pour constituer finalement une oeuvre répondant à la définition donnée par l'article L.112-2 du code de la propriété intellectuelle.

Selon ce dernier texte, les oeuvres audiovisuelles consistent en « des séquences animées d'images, sonorisées ou non ».

Cette qualification a notamment deux conséquences importantes : les oeuvres audiovisuelles sont présumées réalisées en collaboration et lorsque l'oeuvre audiovisuelle est tirée d'une oeuvre ou d'un scénario préexistant encore protégés (exemple une bande dessinée), les auteurs de l'oeuvre originale sont assimilés aux auteurs de l'oeuvre nouvelle.

En application de l'article L.113-3 du code de la propriété intellectuelle, l'oeuvre de collaboration est la propriété commune des auteurs, ces derniers doivent exercer leurs droits d'un commun accord sous peine d'irrecevabilité de leur action.

> Décision n° 3710

Mentions obligatoires des jaquettes de DVD

Les jaquettes de DVD d'oeuvres audiovisuelles doivent comporter les noms des coauteurs de l'oeuvre (entre autres auteur des paroles et de la musique). En cas d'absence de ces noms, il y a atteinte au droit à la paternité des auteurs.

La société de production à l'origine du DVD ne peut se retrancher derrière de prétendus usages pour s'opposer à toute indemnisation des auteurs à ce titre.

La société de production peut être dégagée de sa responsabilité en prouvant qu'elle a communiqué les éléments nécessaires à l'éditeur du DVD, ce dernier étant alors responsable.

> Décision n° 3711

William KLEIN c/ M6

L'artiste William KLEIN est artiste peintre, photographe et cinéaste, il a créé il y a une quinzaine d'années des oeuvres intitulées "contacts peints " (1). L'artiste a constaté qu'au cours de l'émission D&Co sur M6, une séquence était consacrée à la réalisation d'un "tableau photo" reprenant sa technique. L'artiste a alors poursuivi en contrefaçon et parasitisme la chaîne M6.

William KLEIN a été débouté de l'ensemble de ses demandes. En l'espèce, il ne revendiquait pas l'originalité d'une photographie en particulier, ou d'un contact peint, mais l'originalité de la série de ses contacts peints. Les juges ont considéré qu'une démarche picturale donc un genre, fil conducteur d'une série d'oeuvres et non une oeuvre en particulier, ne peut être protégée. L'originalité condition de la protection du droit d'auteur s'apprécie oeuvre par oeuvre.

(1) Tirages de photos noir et blanc ou couleur sous la forme de planches contact qu'il a utilisées comme base d'un traitement pictural par l'apposition de laques de couleur).

> Décision n° 3712

Contrefaçon de films Bollywood

Dans cette affaire, la société J. a été condamnée pour atteinte aux droits patrimoniaux de l'éditeur de DVD cinématographiques Bollywood.

L'huissier désigné pour la saisie contrefaçon a notamment constaté la présence dans la cave de la société J., de copies couleurs des DVD protégés, des pochettes desdits films, des centaines DVD vierges et une tour de gravure avec des appareils de copies.

> Décision n° 3713

Protection des jaquettes de DVD

Le titulaire des droits patrimoniaux sur un film est en droit de faire condamner pour concurrence déloyale un contrefacteur ayant reproduit des photographies officielles de promotion desdits films sur des DVD contrefaits ainsi que sur leurs jaquettes.

La vente des mêmes DVD à vil prix (2,50 euros) constitue aussi des actes de concurrence déloyale.

> Décision n° 3714

Achèvement d'une production audiovisuelle

En l'absence de toute perspective de soutien financier et de tout projet concret et viable de reprise d'une production audiovisuelle par un tiers, la responsabilité d'une société de production ne peut être retenue en cas d'absence d'achèvement d'un film.

> Décision n° 3715

M.C c/ Réservoir Prod

Un coiffeur perruquier a obtenu la requalification de ses contrats de travail à durée déterminée d'usage conclus avec la société Réservoir Prod, en un contrat à durée indéterminée.

C'est à l'employeur qui revendique la régularité de la relation de travail par des contrats de travail à durée déterminée successifs, de produire les contrats de travail. En effet, la charge de la preuve de l'existence et du contrat ne pèse pas sur le salarié demandeur, mais sur l'employeur qui, ayant de choisi de recourir à ce type de contrat, est tenu de les conserver afin de pouvoir justifier d'un écrit. En l'espèce, de nombreux contrats n'avaient pas pu être retrouvés par l'employeur.

Pour ce seul motif d'irrégularité de forme des contrats successifs, les juges ont confirmé la requalification des contrats de travail à durée déterminée successifs en un contrat de travail à durée indéterminée.

> Décision n° 3716

Image des sportifs professionnels

En vertu des dispositions de l'article L. 331 -1 précité du code du sport, la Fédération Française de Rugby est titulaire du droit d'exploitation des manifestations qu'elle organise et les images de ces manifestations, notamment celles des joueurs en tenue de match, individuelles et collectives, font partie intégrante de son monopole d'exploitation.

La FFR est seule autorisée à permettre la reproduction et l'exploitation des images filmées et/ou photographiques des matches du XV de France. La FFR est en droit de concéder sous licence à des tiers le droit d'exploiter ces images à des fins commerciales et offrir à ses partenaires la faculté de les utiliser dans leur communication.

L'utilisation par une société, des images des joueurs du XV de France en tenue de match, sur son site Internet (www.passion-events.fr) et dans sa newsletter porte atteinte au monopole de la FFR. Cette utilisation sans autorisation à des fins promotionnelles des images du XV de France est fautive et cause un préjudice patrimonial à la FFR qui tire des revenus de la cession de ses droits à ce titre (5.000 € de dommages et intérêts).

En revanche, la seule mention du tournoi des 6 Nations dans le matériel publicitaire d'une société n'est pas fautive puisqu'elle est nécessaire à l'information du public.

> Décision n° 3717 et 3718

Image des marques de luxe

Si la vente à un prix inférieur n'est pas, dans un contexte de liberté des prix et de la concurrence, en elle-même constitutive d'une faute, l'apposition dans un message publicitaire du signe "DIOR" associé sur un thermomètre avec des pourcentages de réduction aux côtés d'autres marques, quand bien même elles relèvent du même domaine d'activité, est de nature à porter atteinte à l'image de la société CHRISTIAN DIOR COUTURE.

La société justifie, en produisant notamment sa charte de distribution sélective, entendre se positionner sur le marché du luxe et des produits haut de gamme.

> Décision n° 3719

Conditions des offres promotionnelles

La société Auchan France a organisé dans ses hypermarchés une foire aux vins avec affichage et offre promotionnelle pour des bouteilles de grands crus. M.P a commandé 60 bouteilles pour plus de 23 000 euros mais la livraison ne lui étant pas parvenue, il a assigné la société Auchan pour publicité mensongère.

En défense, la société Auchan faisait valoir qu'il était précisé de manière très explicite que les quantités en stock étaient limitées et que l'achat de M. P était manifestement incompatible avec une consommation personnelle.

M. P a obtenu gain de cause : la société Auchan France ne justifiait pas être en droit de refuser la commande de M.X, au moment de la prise de commande, les quantités de produits n'étaient pas épuisées.

> Décision n° 3720

Synchronisation d'une publicité

La sonorisation d'une publicité audiovisuelle est une des modalités d'exercice du droit de synchronisation. Cet acte nécessite une autorisation du titulaire de droits (licence). La synchronisation qui nécessite de légères modifications apportées à l'oeuvre et notamment à son orchestration, caractérise une adaptation de l'oeuvre. Le droit d'adaptation procède du droit de reproduction et relève donc des droits patrimoniaux.

L'adaptation et plus spécialement l'incorporation, d'une oeuvre musicale dans un film publicitaire met aussi en jeu le respect dû à l'oeuvre et donc le droit moral dont l'auteur demeure seul investi.

Dans cette affaire, la société Universal / MCA Music Publishing était en droit de revendiquer la qualité de sous éditeur en France de la musique du film « Lawrence d'Arabie » composée par Maurice Jarre et utilisée de façon contrefaisante dans un spot publicitaire pour la compagnie aérienne Royal Air Maroc (50.000 euros de dommages et intérêts).

> Décision n° 3721

Sonorisation d'une publicité

Les auteurs et éditeurs ayant adhéré à la SACEM/ SDRM n'en conservent pas moins l'exercice de leurs droits sur l'oeuvre dont ils peuvent demander protection par l'engagement d'une action en contrefaçon.

D'autre part, le droit d'adaptation pour réaliser comme dans l'affaire soumise, la sonorisation d'une oeuvre audiovisuelle publicitaire, ne fait pas partie des droits apportés tels qu'énoncés à l'acte d'adhésion et aux statuts desdites sociétés de gestion collective de droits.

> Décision n° 3722

Condamnation du magazine Voici

Voici a publié des photographies du présentateur Arthur en compagnie de Mme B, directrice artistique d'une société américaine.

Saisis de l'affaire, les juges ont rappelé qu'en application de l'article 9 du code civil et à l'article 8 de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme, toute personne, quelle que soit sa notoriété, a droit au respect de sa vie privée et est fondée à en obtenir la protection en fixant elle-même ce qui peut être divulgué par voie de presse. Toute personne dispose également sur son image, attribut de sa personnalité, et sur l'utilisation qui en est faite d'un droit exclusif, qui lui permet de s'opposer à sa diffusion sans son autorisation.

Sans surprise le magazine Voici a été condamné. En suggérant qu'elle pourrait avoir une relation sentimentale, réelle ou supposée, avec Arthur, le magazine VOICI a porté atteinte à la vie privée de Mme B.

La publication d'une photographie prise et diffusée sans son consentement caractérise également l'atteinte portée à son droit à l'image.

> Décision n° 3723

Notion de diffamation

L'affirmation qu'une société commerciale connaît des difficultés financières ou sociales ne caractérise pas en soi l'imputation d'un fait contraire à l'honneur et à la considération (délict de diffamation).

Le lendemain d'un grave accident d'avion, l'émission C DANS L'AIR diffusée sur la chaîne de télévision FRANCE 5 a été consacrée au sujet de la sécurité aérienne spécialement s'agissant des compagnies à prix réduit, sous le titre « Coup dur pour l'aviation *low cost* ». Au cours de l'émission, l'un des intervenants, a mis en cause la société AIR CARAÏBES.

Les juges ont retenu que le propos litigieux contenait bien l'insinuation que la société AIR CARAÏBES serait une compagnie aérienne dangereuse, en ce que les graves difficultés financières et sociales qu'elle traverserait seraient susceptibles d'avoir des répercussions sur la sécurité de ses passagers. Le délict de diffamation était bien constitué.

> Décision n° 3724

Diffamation envers une personne publique

Les compagnies aériennes ne sont pas des citoyens chargés d'une mission de service public. Toute diffamation à leur égard est une diffamation publique envers particulier, et non pas une diffamation envers un citoyen chargé d'un service public, dès lors qu'une telle qualité ne saurait résulter de la seule existence d'obligations, dites de "service public", imposées aux services aériens, ni des règles du code de l'aviation civile qui, en donnant les moyens légaux aux commandants de bord d'assurer la sécurité des vols dont ils ont la responsabilité, ne confient aux compagnies aériennes aucune prérogative de puissance publique.

> Décision n° 3725

Notion de vie privée

Suite à la publication de l'image de l'ancienne compagne de Grégory LEMARCHAL accompagnée de propos sur sa vie privée, le magazine Public a été condamné pour atteinte à la vie privée et au droit sur l'image.

Le tribunal a jugé que l'article en cause titré "Même si elle a accepté un autre homme dans sa vie" était attentatoire au respect de la vie privée de Melle B dans la mesure où il révélait des informations sur les sentiments, réels ou supposés, qu'elle éprouverait à l'égard d'un homme qui "depuis quelques semaines" lui serait "très proche".

> Décision n° 3726

Caractère distinctif de la marque

Le fait qu'un signe remplisse plusieurs fonctions simultanées est sans incidence sur son caractère distinctif. Il en résulte que le signe peut identifier l'origine commerciale d'un produit tout en ayant une fonction décorative.

Est protégeable au titre du droit des marques, le dessin constitué de doubles lignes verticales et horizontales formant des carrés ainsi que des lignes diagonales simples partant de la gauche ou de la droite, formant des losanges. L'effet obtenu, une superposition très particulière de carrés et de losanges, est tout à fait arbitraire et trouve par là même une fonction éminemment distinctive.

> Décision n° 3728

Marque générique, marque complexe

Pour donner un caractère distinctif à une marque générique, il est possible de lui associer un graphisme et d'en faire par là même une marque complexe. Le caractère distinctif est alors apprécié globalement, ce qui rend indissociable la partie verbale et la partie figurative de la marque.

En l'espèce, la combinaison des termes vacances éducatives qui, pris isolément, seraient descriptifs et d'un dessin arbitraire qui représente des rayons de soleil stylisés suffit à donner à l'ensemble ainsi formé un caractère distinctif.

> Décision n° 3729

Protection de bandes dessinées

Mme P. est dessinatrice et auteur d'un ouvrage illustré portant sur le quotidien d'une jeune fille. Ayant constaté qu'un ouvrage présentant de fortes ressemblances avec son oeuvre, Mme P. a poursuivi en contrefaçon l'auteur de la bande dessinée concernée (Mme W).

Appliquant le principe selon lequel, constitue une contrefaçon l'emprunt à une oeuvre préexistante qui porte sur le choix du sujet, la composition et le développement des scènes, les juges n'ont pas retenu le délit de

contrefaçon. Entre autres, les juges ont retenu qu'il est courant dans les dessins à caractère humoristique d'esquisser à grands traits les personnages, les yeux étant représentés par des points, la bouche par un trait ou un trou pour marquer l'expression du visage, le nez absent et le corps à l'état d'ébauche. Les ressemblances constatées entre les dessins portaient sur des éléments banals qui sont nécessaires pour traiter le thème abordé par les livres à savoir le quotidien d'une jeune fille présenté de façon humoristique.

> Décision n° 3730

Cession d'un court métrage

La société Laboïte a produit une oeuvre audiovisuelle intitulée 'Undercover', court-métrage réalisé par M.V. et en a acquis les droits pour 10 ans. Ayant eut connaissance qu'un court métrage quasiment identique selon elle, réalisé également par M.V. était diffusé lors du spectacle du comédien Arthur, la société Laboïte a poursuivi M.V. pour contrefaçon et concurrence déloyale.

En première instance comme en appel, la société productrice a obtenu gain de cause : en procédant à une adaptation du film 'Undercover' intégrée dans le spectacle 'Arthur en vrai', sans autorisation de la société Laboïte, M.V. a commis des actes de contrefaçon. Le réalisateur n'était pas en droit de recéder ses droits sur la même scène, les juges ont même considéré que l'oeuvre seconde du spectacle d'Arthur ne constituait pas une adaptation de l'oeuvre première mais sa reproduction à l'identique (délict de contrefaçon justifiant l'allocation de 10 000 euros de dommages et intérêts).

> Décision n° 3731

Rémunération proportionnelle des auteurs

La clause fixant la rémunération de l'auteur calculée sur un prix de gros de vente de supports (CD, DVD...) est illicite (1). C'est à bon droit que les juges ont prononcé la nullité de cette clause, laquelle est encourue y compris dans l'hypothèse d'une non application de cette clause dans les faits, étant précisé qu'il ne s'agit pas d'une rémunération complémentaire qui échapperait aux dispositions impératives de l'article susvisé mais du calcul de la rémunération due au titre de la commercialisation de CD et DVD.

Pour rappel, il résulte des dispositions d'ordre public de l'article L 131-4 du code de la propriété intellectuelle que la participation de l'auteur aux recettes doit être calculée en fonction du prix de vente au public. Le prix public s'entend d'un prix hors taxes.

(1) Le contrat d'un réalisateur musical prévoyait que "la rémunération au titre de la vente des produits dérivés est fixée à 8% hors taxes du prix de gros sur la vente de chaque CD de la musique originale et 4% hors taxes du prix de gros sur la vente de chaque DVD du spectacle ou de tout autre support ou procédé technique connu. Par prix de gros on entend le prix des supports tels que publiés dans le catalogue du distributeur de l'entrepreneur de spectacle et destinés à ses détaillants auquel est appliqué les abattements découlant du paiement des droits d'auteur."

> Décision n° 3732

Droit moral et destination de l'oeuvre

En utilisant une oeuvre musicale en dehors du contexte de sa création pour l'inclure dans un spectacle tout à fait différent destiné à un autre public, un producteur ne respecte pas respecté l'intégrité de l'oeuvre et porte atteinte au droit moral de l'auteur.

> Décision n° 3733

Bordereau de droits

En matière de gestion collective de droits, le bordereau de droits indique notamment pour chaque œuvre : le titre de l'œuvre, les dates et lieux de représentation, les dates et diffuseurs de l'œuvre, le détail des droits répartis. Ce bordereau est à distinguer du bordereau de recettes qui lui est le document envoyé au diffuseur pour lui permettre de déclarer ses recettes de billetterie.

Date d'achèvement (œuvre audiovisuelle)

Aux termes de l'article 12 du décret n° 2005-315 du 1er avril 2005, la date d'achèvement des œuvres audiovisuelles est celle figurant sur l'attestation d'acceptation de leur version définitive par un éditeur de service de télévision remise au Centre national de la cinématographie pour la délivrance des autorisations prévues aux articles 7 et 7-1 du décret n° 95-110 du 2 février 1995 modifié relatif au soutien financier à la production, à la préparation et à la distribution d'œuvres audiovisuelles (attestation dite « prêt à diffuser »).

Dénigrement

Tout acte positif de nature à porter atteinte, notamment, à l'image de marque d'une entreprise identifiable afin de détourner la clientèle, en usant de propos ou d'arguments répréhensibles ayant ou non un fondement, diffusés ou émis en tout cas de manière à toucher les clients de l'entreprise visée, concurrente ou non de celle qui en est l'auteur.

Digital Cinema Initiative

Société fondée par 7 studios hollywoodiens, afin de concevoir les spécifications techniques pour le système d'exploitation numérique.

Digital Cinema Distribution Master (DCDM)

Original de distribution contenant toutes les données pour une projection (images, sons, sous titres). A partir du DCDM, un DCP (compressé et crypté) et une clé primaire sont fabriqués.

Digital Cinema Package

Copie numérique d'exploitation. Jeux de fichiers compressés et cryptés envoyé aux salles de cinéma.

Fiche d'identité de l'œuvre

En matière de gestion collective de droits, fiche complétée et signée par l'ensemble des coauteurs et permettant la répartition des droits entre ces derniers.

Format d'image 2K/4K

Le format d'image 2k est en 2048 pixels sur 1080 lignes. le format 4K est en 4096 pixels sur 2160 lignes.

Key Delivery Message (KDM)

Clé permettant la lecture d'un film pour une salle spécifiée, et durant une période donnée.

Minute produite / livrée

En matière de crédit d'impôt cinématographique, on entend par minutes produites et livrées le nombre de minutes figurant sur l'attestation d'acceptation de la version définitive de l'œuvre audiovisuelle par un éditeur de service de télévision.

Rédacteur en chef

Le responsable, sous l'autorité de la direction, de la conception et de la réalisation d'un journal. Il a autorité sur l'ensemble du personnel rédactionnel.

Diversité culturelle

Le Diversité culturelle renvoie à la multiplicité des formes par lesquelles les cultures des groupes et des sociétés trouvent leur expression. Ces expressions se transmettent au sein des groupes et des sociétés et entre eux. La diversité culturelle se manifeste non seulement dans les formes variées à travers lesquelles le patrimoine culturel de l'humanité est exprimé, enrichi et transmis grâce à la variété des expressions culturelles, mais aussi à travers divers modes de création artistique, de production, de diffusion, de distribution et de jouissance des expressions culturelles, quels que soient les moyens et les technologies utilisés.

L'exception de diversité culturelle soumet les biens et services culturels à un régime juridique spécifique distinct des biens et services tels que visés au Traité de Rome.

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

- Demande de licence d'entrepreneur de spectacles vivants
- Protocole d'accord transactionnel (droits d'auteur)

Sur abonnement Uplex.fr :

- Statuts d'une association loi 1901
- Pack juridique de l'adoptant
- Règlement d'arbitrage
- Mandat de représentation
- Bail commercial
- Bail commercial précaire

Première injonction de l'ARJEL

Par sa faculté reconnue par la loi (1), le Président de l'Autorité de régulation des jeux en ligne (ARJEL), a obtenu une première injonction judiciaire à l'égard de fournisseurs d'accès Internet (2) de faire cesser l'accès à un site offrant des paris en ligne sans agrément de l'ARJEL. Saisi en référé, le Président du Tribunal de grande instance de Paris a rappelé le nouveau principe adopté par la loi : les FAI sont tenus de prendre toutes mesures de nature à permettre l'arrêt de l'accès aux services de jeux d'argent en ligne non autorisés.

Toutefois, la loi n°2010-476 du 12 mai 2010 ne précise pas les modalités de filtrage susceptibles d'être mises en place afin d'obtenir l'arrêt de l'accès aux offres en cause. Chaque opérateur est libre de déterminer les mesures qui lui apparaissent les plus adaptées et les plus efficaces : mesure de filtrage par blocage du nom de domaine, de l'adresse IP connue, de l'URL, ou par analyse du contenu des messages ...

Pour permettre aux FAI de trouver les mesures les plus adéquates pour bloquer le site en cause (<http://www.stanjames.com>), les juges ont prononcé une astreinte qui ne sera encourue qu'à l'issue d'un délai de deux mois à compter de la signification de la décision (courant octobre 2010). A noter que le site concerné a d'ores et déjà été rendu inaccessible.

(1) Conformément à l'article 61 de la loi n° 2010-476 du 12 mai 2010, le président de l'Autorité de régulation des jeux en ligne peut saisir le président du tribunal de grande instance de Paris aux fins d'ordonner l'arrêt de l'accès à un site offrant des paris en ligne sans agrément, tant aux personnes dont l'activité est d'offrir un accès à des services de communication au public en ligne (fournisseurs d'accès dits de services mais aussi fournisseur de réseaux) qu'aux hébergeurs.

(2) Sociétés Numericable, Orange France, France Telecom, Free, Darty Telecom, Auchan Telecom et autres

> Décision n° 3734

Déclaration sociale des journalistes pigistes

En application de l'article L311-3 du code de la sécurité sociale doivent être déclarés tous les journalistes professionnels et assimilés dont les fournitures d'articles, d'informations, de reportages, de dessins ou de photographies à une agence de presse ou à une entreprise de presse quotidienne ou périodique, sont réglées à la pige, quelque soit la nature du lien juridique qui les unit à l'agence ou à l'entreprise.

Toutefois, conformément à l'interprétation donnée par les juges (Cour de cassation ch. Soc., 14 novembre 1991 Bull. Civ. n°503), le texte ne vise que les journalistes professionnels rémunérés à la pige à savoir, celui qui a pour occupation régulière et rétribuée l'exercice de sa profession pour une ou plusieurs agences, à l'exclusion des journalistes qui n'apportent à titre quelconque qu'une collaboration occasionnelle. En l'espèce, les juges apprécient *in concreto* chaque situation, le contrat de pige peut ainsi être requalifié : toute convention par laquelle une société de presse s'assure contre une rémunération le concours d'un journaliste est présumée être un contrat de travail, quels que soient le mode et le montant de la rémunération ainsi que la qualification donnée au contrat par les parties.

Droit de citation graphique

Utiliser une image pour illustrer un article de presse, sans autorisation de l'auteur est possible à certaines conditions.

Conformément au 9° de l'article L. 122-5 du Code de la propriété intellectuelle, la reproduction ou la représentation, intégrale ou partielle, d'une oeuvre d'art graphique, plastique ou architecturale, par voie de presse écrite, audiovisuelle ou en ligne est autorisée i) dans un but exclusif d'information, ii) si la reproduction est immédiate (elle est réalisée dans un court délai suivant la diffusion de l'information), iii) si la reproduction est en relation directe avec l'information, iii) si l'éditeur indique clairement le nom de l'auteur de l'oeuvre.

Le législateur a fixé trois limites à cette exception : i) elle ne s'applique pas aux oeuvres, notamment photographiques ou d'illustration, qui visent elles-mêmes à rendre compte de l'information (exemple : reproduction d'un dessin de Plantu illustrant une information), ii) les reproductions ou représentations qui, notamment par leur nombre ou leur format, ne seraient pas en stricte proportion avec le but exclusif d'information immédiate poursuivi, iii) les reproductions qui porteraient une atteinte anormale à l'exploitation normale de l'oeuvre ou causant un préjudice injustifié aux intérêts légitimes de l'auteur.

En la matière, la Cour de cassation (ch. crim., 5 février 2008, affaire firstview.com) a jugé que l'exception du 9° de l'article L. 122-5 du Code de la propriété intellectuelle ne permettait pas la diffusion sur Internet ou tout autre support de photographies prises lors de défilés (ces photographies relevant du droit d'exploitation exclusif des maisons de couture).

Retrouvez dans le guide juridique en ligne, les fiches actualisées suivantes :

- Les codes APE/ NAF
- Les clauses attributives de compétence
- Les conditions générales de vente en ligne
- Les clauses pénales / pénalités contractuelles



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
> Par **courrier** :
Uplex
4 rue Froissart
75003 Paris

	Prix € ht	Prix € ttc
<input type="radio"/> Offre spéciale Actoba.com + Forfait Uplex (40 Contrats / an) 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	668 €	799 €

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

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