

14 Contrats du mois avec Uplex.fr



UpLex

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

- Contrat de téléchargement de logiciel
- Contrat d'utilisateur de base de données
- Charte d'engagement sur l'image du corps
- Règlement d'un jeu-concours (*)
- Règlement de participation à une émission TV (*)
- Modèle d'assignation d'heure à heure (*)
- Acte de cession de parts sociales (SARL) (*)

15 Questions du mois

- Saisie des biens du journaliste
- Nature juridique d'un fichier musical numérique
- Fondement légal de la garantie d'éviction
- Agir rapidement contre une publicité illicite

17 Fiches de la semaine

- Les contrats de partenariat
- Les définitions dans le contrat
- Le dénigrement d'un concurrent
- Les services de la DGCCRF (annuaire)
- La durée minimale d'engagement contractuel

ACTUALITES JURIDIQUES

1 Communication électronique

- Vincent Cassel c/ Starexpress.com
- Propos diffamatoires sur les blogs
- Poursuivre eBay France ou eBay AG ?
- Neutralité des liens hypertextes
- Liens promotionnels : Lycos non responsable
- Indemnité de résiliation contractuelle
- Clauses abusives
- Contrat de réalisation de site Internet
- Mektoube.fr c/ meetarabic.com
- Valeur des copies d'écran

5 Audiovisuel & Cinéma

- Retransmission de programmes télévisés au public
- Reportage télévisé sur les délits
- Stigmatisation des roumains
- Publicité clandestine pour bemarktapie.com
- Parrainage des émissions télévisées
- Traduction des spots publicitaires
- Diffamation audiovisuelle contre Alain Kerviel
- Ulysse Gosset c/ Alain de Pouzilhac
- Présomption d'innocence à la télévision
- L'émission sans aucun doute condamnée

7 Publicité / Presse / Image

- Offres promotionnelles de la grande distribution
- Diffusion de spots publicitaires sur Internet
- Publicité illicite en faveur du whisky
- Condition de la publicité trompeuse
- Crédit photographique
- Préjudice en cas d'atteinte au droit à l'image
- Christophe Dechavanne débouté contre Voici
- Photographies détournant le travail d'autrui
- François Marie Banier c/ Marianne
- Contributions à un hors série
- Vente d'objet contrefaisant avec un magazine

10 Propriété Intellectuelle

- Déchéance de marque
- Martin Margiela c/ H & M
- Contrefaçon d'objets dans les émissions TV
- Unika c/ Unik Unik
- Protection de la dénomination sociale

Vincent Cassel c/ Starexinpress.com

L'acteur Vincent Cassel a obtenu la condamnation du site www.starexinpress.com qui a publié des photographies de son couple et de sa fille sur leur lieu de vacances. Les clichés, manifestement pris au téléobjectif, pour illustrer un article attentatoire à la vie privée, représentant le demandeur et sa famille circulant dans le hall d'un aéroport, portaient bien atteinte au droit à l'image du couple.

Le tribunal a pris soin de préciser qu'aucune considération ne justifie que le public soit informé du lieu de villégiature de Vincent Cassel et de sa famille, de sorte que la publication de l'article en cause porté aussi atteinte au droit à sa vie privée.

> Décision n° 3744

Propos diffamatoires sur les blogs

Une internaute a créé un site internet ayant pour objet la dénonciation de prétendus trafics d'influence et dans lequel elle citait notamment le nom de la société NOREVIE. Celle-ci estimant qu'un tel site lui causait un préjudice, a poursuivi et obtenu la condamnation de l'internaute pour diffamation.

Les propos en cause comportaient des imputations de faits précis de nature à porter atteinte à l'honneur ou à la considération de la société NOREVIE (imputation de violations de la loi par la société Bailleur de HLM). L'internaute ne pouvait faire état de sa bonne foi dans la mesure où elle n'a pas agi avec prudence et mesure dans l'expression de son opinion.

> Décision n° 3743

Poursuivre eBay France ou eBay AG ?

Dans le cadre d'une action en contrefaçon de marques par eBay, les juges ont posé que la société filiale eBay France ne pouvait être actionnée en défense pour répondre des conséquences d'actes juridiques imputés à sa société mère et être ainsi substituée à elle, en méconnaissance de la

règle 'nul ne plaide par procureur'. Il est de principe selon la Cour de Cassation (ch.com, 18 mai 1999), que la seule relation de contrôle de la société mère sur sa filiale ne confère pas à celle-ci un intérêt à agir en défense.

Pour que l'action soit recevable il est nécessaire que la filiale ait personnellement participé aux actes délictuels invoqués et que cela apparaisse dans les demandes du demandeur victime de la contrefaçon.

De façon générale, rien n'interdit ni n'empêche le demandeur d'assigner en France la société Suisse eBay AG, responsable juridiquement désigné sur le site de eBay France en sa qualité soit d'hébergeur juridique déclaré comme tel en France, soit d'exploitant ou d'éditeur chargé de l'ajout des données sur le site.

Le seul fait que la société eBay France soit titulaire du nom de domaine www.eBay.fr ne suffit pas à lui faire encourir personnellement la responsabilité juridique des fautes délictuelles pouvant avoir été commises du fait du contenu éventuellement contrefaisant de son site internet, lorsque ces fautes sont imputées par la victime à une autre personne morale distincte, ayant le statut d'hébergeur juridique, d'exploitant commercial ou d'éditeur du site (la société de droit Suisse eBay International AG).

> Décision n° 3742

Neutralité des liens hypertextes

Il est de principe (CJCE, 23 mars 2010 affaires jointes C-236/08 à C-238/08), que le site du tiers qui dirige un lien hypertexte vers un site proposant une oeuvre même contrefaisante au public, n'accomplit pas lui-même un usage prohibé ni d'acte de représentation de cette oeuvre, constitutive de contrefaçon, même s'il fournit aux internautes le moyen de prendre connaissance de l'oeuvre, sauf le cas de mauvaise foi de sa part.

> Décision n° 3741

Liens promotionnels : Lycos non responsable

Pour certaines marques très proches de termes génériques (en l'espèce "itimbres"), le doute est permis quand à leur utilisation fautive par un tiers en tant que mot clé de référencement. Dans cette affaire le doute a bénéficié au moteur de recherche Lycos et son système de liens promotionnels qui interprète certains mots clés comme une erreur de saisie de l'utilisateur (exemple : itimbres pour timbres).

Il s'ensuit que la société Lycos, exploitant seulement un site de moteur de recherche automatisé qui se limite à rediriger les utilisateurs interrogeant avec le terme 'itimbres' vers des sites (eBay) proposant des prestations ainsi dénommées ou approchantes, avec le mot timbres, ne commet pas elle-même un acte de contrefaçon de la marque 'itimbres'.

> Décision n° 3740

Indemnité de résiliation contractuelle

Dans les contrats à exécution successive (contrat de location de matériel informatique et hébergement de site Internet), l'indemnité de résiliation prévue au contrat en cas de non paiement des échéances de loyers, ne s'analyse pas en une clause pénale mais en une faculté de dédit insusceptible de modération par le juge.

> Décision n° 3739

Clauses abusives

Les dispositions des articles L.132-1 et suivants du code de la consommation relatives aux clauses abusives, ne s'appliquent pas à la personne qui a souscrit un contrat pour les besoins de son activité professionnelle.

> Décision n° 3738

Contrat de réalisation de site Internet

Un client mécontent de son prestataire en charge de la réalisation d'un site Internet, ne peut imputer les retards dans l'exécution de la réalisation du site au prestataire dès lors que :

- l'abondante correspondance entre les parties montre que le prestataire n'a pas épargné ses efforts pour communiquer avec son client pour le satisfaire au mieux ;

- que les retards dans l'élaboration du site ainsi que les prétendus défauts de conformité au cahier des charges sont imputables au client qui a multiplié à chaque étape les demandes de modifications et d'intégration de nouveaux éléments (étant acquis que le client était lui même dépendant de l'avis des différents adhérents auquel le site était destiné et véritables décideurs).



Dans le cadre de la réalisation d'un site Internet, il est important de rédiger un cahier des charges complet et d'archiver toutes les correspondances Prestataire/Client.

> Décision n° 3737

Mektoube.fr c/ meetarabic.com

La société LT services, qui a pour nom commercial Mektoube, exploite un site Internet de rencontre à destination de la communauté maghrébine. Ayant constaté qu'une requête effectuée à partir du mot mektoube sur les moteurs de recherche Bing, Google ou Yahoo, faisait apparaître dans les premiers résultats naturels (non pas en liens promotionnels), un site concurrent (meetarabic.com), la société LT services a poursuivi en contrefaçon l'éditeur du site litigieux, la société Com'Online.

Selon les constats de l'APP, le site concurrent avait utilisé le mot Mektoube dans ses balises métatags de pages web.

Après avoir rappelé que le dépôt à titre de marque du signe mektoube (1) était pleinement valable (caractère distinctif établi), les juges ont toutefois écarté la contrefaçon.

En effet, le site concurrent avait employé ce mot non pas comme un usage à titre de marque mais dans un sens courant pour illustrer des slogans tels que : "donnez un coup de pouce à votre mektoube", "accélérateur de votre mektoube", "donnez un coup d'accélérateur à votre destin", "ceux qui ont déjà provoqué leur mektoube". En revanche, en provoquant le référencement du site meetarabic à partir du mot mektoube et en employant des slogans commerciaux semblables ou proches de ceux du site Mektoub, les juges ont conclu que la concurrence déloyale et parasitaire était constituée.

Sur le terrain du droit d'auteur, le choix du terme Mektoube pour un site de rencontre destiné à la communauté maghrébine ne présente pas une originalité suffisante pour faire l'objet d'une protection par le droit de la propriété intellectuelle.

(1) Selon le dictionnaire Le nouveau petit Robert, le mot mektoub venant de l'arabe maktub "ce qui est écrit", signifie le destin, la fatalité. Ce mot est utilisé à titre d'interjection exprimant un sentiment de fatalité. L'idée de destin peut être, dans l'esprit de certains, associé à la rencontre amoureuse

> Décision n° 3736

Valeur des copies d'écran

Une copie d'écran n'a guère de valeur probante dès lors qu'aucun élément ne permet d'établir comment et quand elle a été obtenue.



En matière de preuve en ligne, toujours privilégier l'intervention d'un huissier spécialisé dans les questions informatiques (certaines mentions des constats étant impératives : adresses IP etc.)

> Décision n° 3735

Retransmission de programmes télévisés au public

La SACEM est en droit d'obtenir la condamnation d'une société qui ne paie pas de redevances alors qu'elle exploite des résidences étudiantes dans lesquelles sont mis à disposition des téléviseurs ou un service de location de télévisions.

En l'espèce il s'agit bien d'une rediffusion d'oeuvres au public. Peu importe le caractère privé ou public du lieu de diffusion ou que l'occupant soit titulaire ou non d'un contrat de bail, l'ensemble des locataires de ses résidences constitue un public à qui la société poursuivie transmet les programmes de télévision, dans l'exercice et pour les besoins de son commerce. Cette communication constituant un nouvel acte de représentation des oeuvres télévisuelles à destination d'un nouveau public (constitué des résidents) et justifie la délivrance d'une autorisation et le paiement de redevances. Peu importe que les téléviseurs soient ou non la propriété de la société (les étudiants installant eux-mêmes leur télévision). La société fautive a été condamnée à verser plus de 135 000 € de redevance à la SACEM.



Le droit de représenter une oeuvre est un droit patrimonial. Selon les dispositions de l'article L 122-2 du Code de la propriété intellectuelle, la représentation consiste dans la communication de l'oeuvre au public par un procédé quelconque et notamment par télédiffusion.

Constitue une communication au public une communication indirecte de l'oeuvre notamment par voie hertzienne. La notion de public s'entend d'un nombre indéterminé de personnes qui peuvent être touchées par un moyen de diffusion et qu'il est indifférent que ces personnes soient réunies ou occupent un lieu public ou privé.

La télédiffusion s'entend de la diffusion par tout procédé de télécommunication de sons, d'images, de documents, de données et de message de toute nature. Est ainsi assimilée à une représentation l'émission d'une oeuvre vers un satellite.

> Décision n° 3749

Reportage télévisé sur les délits

Un reportage, même diffusé au cours du journal télévisé, ne peut présenter de manière complaisante, des informations et des techniques permettant de commettre des délits. En l'espèce, le CSA a dénoncé la diffusion par France 2, d'un reportage présentant du matériel informatique mis en vente sur internet et destiné à faciliter le vol de véhicules automobiles. De surcroît, la chaîne télévisée doit toujours préciser les sanctions applicables aux délits (un vol simple étant passible d'une peine de 3 ans d'emprisonnement et de 45 000 euros d'amende).

Le président de France Télévisions a été invité à faire observer la prudence exigée quant à la diffusion de certaines informations (précautions permettant de veiller à la sauvegarde de l'ordre public et à vérifier la véracité des informations diffusées).

Stigmatisation des roumains

Lors de l'émission "On n'est pas couché" diffusée sur France 2, un humoriste a imité le geste du salut romain habituellement réalisé par Thierry Ardisson mais en lui substituant un "salut roumain" tel que le ferait un mendiant, accompagné de la phrase « S'il vous plaît monsieur ».

Le CSA n'a pas considéré que le geste en cause reproduit par le public bénéficiait d'une exception de parodie et a mis en garde la chaîne à l'égard de ce qui est susceptible de véhiculer un stéréotype dévalorisant les Roumains en les assimilant, dans leur ensemble, à des mendiants.

Publicité clandestine pour bernardtapie.com

Le CSA a mise en demeure une dernière fois avant sanction plusieurs de chaînes de télévision quant à la diffusion d'annonces publicitaires en faveur du site internet bernardtapie.com et le service téléphonique 3215, en dehors des écrans publicitaires.

Cette pratique constitue une publicité clandestine interdite, toute publicité devant être clairement identifiable pour le téléspectateur.

Parrainage des émissions télévisées

La simple incrustation du logo du parrain d'une émission (1) ne suffit pas à respecter les dispositions obligatoires sur le parrainage d'émissions. Conformément aux dispositions de l'article 18-III du décret du 27 mars 1992, les téléspectateurs doivent être clairement informés que l'émission fait l'objet d'un parrainage.

Par ailleurs, la citation du nom du parrain d'une émission ne doit être effectuée que ponctuellement. Le fait par exemple de citer à 17 reprises le nom du parrain n'est pas autorisé (2).

(1) A propos de la diffusion sur France 3 au cours de l'émission "Fa si la chanter" du logo woodbrass.com en début d'émission, puis des logos fram.fr, woodbrass.com et Eagleton à la fin de l'émission.

(2) Mise en garde de RTL en raison de la diffusion excessive, au cours des programmes de la Coupe du monde de football, du nom d'opérateurs de jeu d'argent et de hasard

Traduction des spots publicitaires

Comme rappelé par le CSA dans une mise en demeure adressée à une chaîne de télévision, tous les messages publicitaires doivent faire l'objet d'une traduction en français aussi lisible, audible ou intelligible que la présentation en langue étrangère. Constitue une violation de l'article 20-1 de la loi du 30 septembre 1986 le fait de diffusion à l'antenne des messages publicitaires (Renault Laguna ...) entièrement en anglais, sans traduction ni sous-titrage

Diffamation audiovisuelle contre Alain Kerviel

C'est à la suite de la diffusion de l'émission LES DOSSIERS DE LCI que Jérôme Kerviel a poursuivi en diffamation l'économiste Olivier PASTRÉ qui aurait tenu à son encontre des propos diffamatoires (1) en parlant notamment de crapuleries.

La diffamation a été jugée constituée : par le choix de ce terme, certes vague et familier, mais qui décrit un comportement malhonnête, l'économiste accréditait l'idée que ces faits sont susceptibles de caractériser des infractions pénales reprochées à Jérôme KERVIEL. Toutefois, la diffamation était couverte par le bénéfice de la bonne foi. En effet, il résultait de l'ordonnance de renvoi rendu par le juge d'instruction dans l'affaire Kerviel, que ce dernier avait reconnu les faits qui lui étaient reprochés et notamment i) des introductions frauduleuses de données dans un système de traitement automatisé, ii) des faux et usages de faux, par la rédaction non contestée de faux courriels.

Néanmoins, le délit d'injure a été reconnu en raison de l'usage du terme "malfrat" qui est méprisant, voire outrageant (3 000 euros à titre de dommages et intérêts).

(1) "*Des KERVIEL, il y en a et il y en aura, c'est -à-dire des gens qui sont, en gros, des malfrats, pour simplifier.*"

> Décision n° 3748

Ulysse Gosset c/ Alain de Pouzilhac

Lors d'un entretien donné par Alain de POUZILHAC (1) à Libération, ce dernier a tenu à l'égard d'Ulysse Gosset, ancien directeur éditorial, les propos suivants : "C'est vrai que ça fait plus chic de dire "je suis viré parce que je suis impertinent, voyez comme je suis un grand journaliste", plutôt que "mon contrat arrive à échéance et je repars dans ma société d'origine".

Saisis pour diffamation les juges ont écarté les demandes d'Ulysse Gosset. Pour ironique que soit le propos d'Alain de POUZILHAC, il n'impute à Ulysse Gosset aucun fait précis qui serait contraire à l'honneur et à la considération, chacun restant libre d'analyser les causes d'une évolution défavorable de sa carrière et de l'imputer, avec plus ou moins de

clairvoyance, à tel ou tel facteur. En reprochant à Ulysse GOSSET la propension qui serait la sienne de retenir la plus flatteuse des explications possibles sur son éviction, Alain de POUZILHAC a formulé un jugement de valeur sur sa personnalité, dont la pertinence ou la bonne foi peuvent être critiquées, mais qui échappe à la diffamation.

(1) Nouveau président de la société nationale de programme AUDIOVISUEL EXTÉRIEUR DE LA FRANCE

> Décision n° 3747

Présomption d'innocence à la télévision

M.B. a été mis en examen du chef d'association de malfaiteurs en vue de préparer des actes de terrorisme et placé en détention provisoire. Lors du journal télévisé de TF1 a été diffusée une vidéo relative au recrutement des terroristes par internet mettant en scène M.B.

Estimant qu'il avait été porté atteinte à sa présomption d'innocence, M.B a poursuivi la chaîne. En défense TF1 faisait valoir que toutes les précautions avaient été prises par les journalistes pour que l'identification de M.B. ne soit pas possible (sa voix n'était pas modifiée ni son visage flouté mais ses yeux étaient cachés par un bandeau).

Les juges ont débouté M.B de son action pour une question de prescription. Les actions civiles fondées sur une atteinte par voie de presse au respect de la présomption d'innocence sont soumises à une prescription de trois mois qui, tout au long de la procédure, doit être renouvelée dans le même délai. En l'espèce les conclusions de M.B. ont été déposées plus de trois mois après sa déclaration d'appel au greffe, l'action était donc prescrite et irrecevable.

> Décision n° 3746

L'émission « Sans aucun doute » condamnée

Mme X a poursuivi pour atteinte à sa vie privée la société TF1 qui a enregistré et diffusé lors de l'émission "Sans aucun doute", ses paroles et images effectués à son insu et sans son consentement.

Les juges ont rappelé le principe applicable à l'espèce : toute personne, quelle que soit sa notoriété, a droit, en application de l'article 9 du Code civil, au respect de sa vie privée et est fondée à en obtenir la protection en fixant elle-même les limites de ce qui peut être divulgué à ce sujet (1).

N'est pas constitutif d'atteinte à la vie privée le fait d'avoir sa voix diffusée en direct suite à un appel téléphonique dans la mesure où au début de chaque entretien téléphonique, le présentateur de l'émission indique expressément à l'appelé son identité et l'objet de son appel ("Je suis Julien COURBET, nous sommes sur le plateau de l'émission SANS AUCUN DOUTE "). De sorte que l'appelé ne saurait soutenir qu'il n'est pas informé de l'enregistrement de ses propos et de leur diffusion.

En revanche, constitue bien une atteinte à l'intimité de la vie privée le fait de filmer en caméra cachée lorsque les précautions alléguées pour éviter toute identification n'apparaissent pas suffisantes. Les images incriminées montraient l'escalier, la porte et l'entrée d'un appartement, la voix de la personne n'était pas modifiée et les indications données lors de l'émission rendaient la personne parfaitement identifiable.

De façon générale, l'émission ne peut bénéficier d'aucune des exceptions légales, celle-ci n'étant pas nécessaire à l'information du public.

(1) L'article 226-1 du code pénal dispose également qu'est punissable le fait, au moyen d'un procédé quelconque, de porter volontairement atteinte à l'intimité de la vie privée d'autrui en captant, enregistrant ou transmettant sans le consentement de leur auteur des paroles prononcées à titre privé ou confidentiel. Est aussi sanctionnable, le fait de conserver, porter ou laisser porter à la connaissance du public ou d'un tiers ou d'utiliser de quelque manière que ce soit tout enregistrement ou document obtenu à l'aide de l'un des actes d'atteinte à l'intimité de la vie privée.

> Décision n° 3745

Offres promotionnelles de la grande distribution

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° 3750

Diffusion de spots publicitaires sur Internet

Un comédien ayant participé à des spots publicitaires et qui a cédé ses droits à l'image que pour une diffusion sur les chaînes de télévision française, est en droit de s'opposer à la diffusion desdits spots sur le réseau internet avec possibilité de téléchargement. Ces extensions qui n'étaient pas prévues contractuellement sont interdites (supports d'exploitation fondamentalement distincts et de nature différente).

En l'espèce l'atteinte au droit à l'image du comédien est établie. En vertu de l'article 9 du code civil et de l'article 8 de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme, toute personne, quelle que soit sa notoriété, dispose 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 consentement.

> Décision n° 3751

Publicité illicite en faveur du whisky

Un producteur de whisky a proposé sur son site Internet un jeu interactif permettant aux visiteurs de faire un parcours découvert de son whisky (le Club Glenfiddich) et de gagner une bouteille de 40 ans d'âge. Considérant qu'une telle publicité ne faisait pas partie des supports autorisés par la loi, l'ANPAA a poursuivi l'éditeur en responsabilité.

Les juges ont apprécié le vocabulaire utilisé sur le site et ont conclu que les termes et expressions (1), replacés dans leur contexte, visaient bien à délivrer aux internautes une image selon laquelle en s'adonnant à la consommation de la marque de whisky Glenfiddich, ils ne pouvaient qu'appartenir qu'à une élite restreinte et ainsi magnifier dans une démarche incitative la consommation de cet alcool. Ces termes ne satisfont donc pas aux exigences légales et sont donc constitutifs d'un trouble manifestement illicite justifiant de faire fermer le site Internet litigieux.

Le principe même du concours sur un produit alcoolique a été sanctionné : *"le concours en ligne, dont le caractère publicitaire n'est pas contesté, doit nécessairement répondre aux exigences du code de la santé publique. En offrant à titre gratuit en tant que lot éminemment enviable une bouteille d'alcool considérée comme prestigieuse tant par ses caractéristiques, sa rareté et son prix, le jeu et ses mentions ont enfreint le code de la santé publique et constituent un trouble manifestement illicite"*. Le retrait du concours a été ordonné.

(1) Usage de termes tels que « la patience », « les sens », « l'originalité », « les hommes », « le savoir faire » ...

> Décision n° 3752

Condition de la publicité trompeuse

La jurisprudence communautaire (CJCE, 16 janvier 1992) reprise par la Cour de Cassation (Ch. com., 7 juillet 2009, n°08-11660), exige que la qualification d'une publicité trompeuse suppose qu'il soit préalablement établi que la décision d'achat d'un nombre significatif de consommateurs auxquels s'adresse la publicité incriminée a été prise au vu de cette publicité, dans l'ignorance de certains éléments ou dans la croyance erronée en d'autres éléments qui, s'ils avaient été connus ou avérés, auraient fait renoncer ce nombre significatif de personnes à leur décision d'achat.

> Décision n° 3753

Crédit photographique

Le nom du photographe apposé à l'intérieur d'un coffret de DVD musicaux (1) ou dans un livret, sous la mention "crédits photographiques" respecte bien son droit au nom. Cette présentation, d'un caractère ingénieux, permet de respecter le droit de paternité du photographe et reste conforme aux usages.

(1) Coffrets illustrés de photographies

> Décision n° 3754

Préjudice en cas d'atteinte au droit à l'image

Si la seule constatation de l'atteinte au droit à l'image ouvre droit à réparation, le préjudice étant inhérent à cette atteinte, il appartient toutefois à la personne lésée de justifier de l'étendue du dommage allégué, l'évaluation du préjudice étant appréciée de manière concrète, au jour où le juge statue, compte tenu de la nature des atteintes comme des éléments invoqués et établis. La réparation du préjudice peut même être réparée par l'allocation d'un euro à titre de dommages et intérêts.

> Décision n° 3755

Christophe Dechavanne débouté contre Voici

Le magazine Voici a publié plusieurs photographies de Christophe Dechavanne lors d'une partie de chasse en Sologne. Saisi pour atteinte à la vie privée et droit à l'image de l'animateur-producteur, le tribunal a rejeté toute demande de condamnation.

Le fait d'être chasseur, pour un animateur de télévision particulièrement exposé au public, qui se présente comme un défenseur des animaux, n'est ni une activité anodine, ni relevant exclusivement de la sphère de la vie privée, dès lors que la possible contradiction entre l'amour des animaux et la chasse ainsi que l'incompatibilité supposée entre deux aspects de la personnalité du demandeur peuvent être légitimement portées à la connaissance du public.

Toutefois, le fait de révéler publiquement l'adresse de la résidence secondaire de Christophe DECHAVANNE, a été jugé fautif, surtout selon les juges, dans un article particulièrement dévalorisant et désagréable à son égard, dans lequel sont évoquées des activités de chasse souvent violemment contestées par de nombreux « anti-chasseurs ».

> Décision n° 3756

Photographies détournant le travail d'autrui

M.C. ayant nouvellement créé sa propre société, a publié sur le blog de l'Agence pour la Création d'Entreprise (APCE), des photographies de travaux réalisés par son ancien employeur en se les attribuant. MC a été condamné : en faisant croire à tort que ces photographies concernaient son travail professionnel dans sa propre entreprise, M.C. a commis une faute au sens de l'article 1382 du Code Civil, car il avait présentée indûment comme siens des travaux réalisés par son ancien employeur (même s'il y a participé comme salarié).

Ces faits sont constitutifs d'un comportement parasitaire destiné à profiter gratuitement des savoir-faire et travail d'autrui (concurrence déloyale).

> Décision n° 3757

François Marie Banier c/ Marianne

A la suite d'un article publié dans MARIANNE, titré "Il était une fois Le gigolo et la milliardaire...", François-Marie Banier a poursuivi avec succès l'hebdomadaire en diffamation.

S'il est exact que bénéficier des faveurs d'une personne plus âgée que soi n'est pas en soi contraire à l'honneur et à la considération, le contexte comme les termes utilisés suggèrent inévitablement au lecteur que le comportement prêté à M. Banier pourrait consister en un abus de faiblesse, et donc caractériser un fait que le droit pénal comme la morale commune réprouvent. Le délit de diffamation aurait pu être couvert par la bonne foi des journalistes mais les juges ont considéré que l'abus de confiance attribué à François-Marie BANIER n'a fait l'objet d'aucune enquête sérieuse.

> Décision n° 3758

Contributions à un hors série

Une société qui a obtenu l'autorisation d'auteurs pour réaliser un hors série d'une revue n'est pas autorisée à faire publier ces mêmes contributions dans un recueil édité par un tiers. Les auteurs doivent consentir à une telle cession qui constitue un acte d'exploitation distinct.

> Décision n° 3759

Vente d'objet contrefaisant avec un magazine

Estimant que qu'un bracelet proposé à la vente avec la magazine Voici, constituait une contrefaçon de l'un de ses bracelets. Les juges ont écarté tout risque de confusion entre les modèles concernés.

La créatrice de bijoux ne rapportait pas non plus la preuve que la société PRISMA PRESSE ait copié son univers et son image et fait preuve de suivisme (absence de parasitisme).

> Décision n° 3760

Déchéance de marque

Nul ne peut faire valoir que le titulaire des droits sur une marque est déchu de ses droits, si, entre l'expiration de la période de déchéance et la présentation de la demande en déchéance, la marque a fait l'objet d'un commencement ou d'une reprise d'usage sérieux.

La preuve de l'exploitation incombe au propriétaire de la marque dont la déchéance est demandée. Elle peut être apportée par tous moyens.

> Décision n° 3761

Martin Margiela c/ H & M

La société Neuf (Martin Margiela) a tenté sans succès de faire condamner la société H&M pour contrefaçon de modèle de blouson dit 5 zips. Les demandes de la société Neuf ont été rejetées.

Si l'ordonnance du président du Tribunal de grande instance autorisait bien l'huissier à présenter au saisi le modèle original de blouson, elle n'autorisait pas l'huissier, en l'absence de découverte préalable sur les lieux de la saisie d'objets argués de contrefaçon, de recueillir les déclarations spontanées des personnes présentes sur place. Les huissiers ont ainsi excédé les limites de leur mission (annulation des procès-verbaux de saisie-contrefaçon).

Par ailleurs, l'huissier avait fait acheter par un tiers un modèle de sac et de retour à son étude, l'huissier avait effectué une description du blouson, y a apposé un scellé et a annexé à son procès-verbal une photographie du blouson ainsi qu'une copie du ticket de caisse.

Les opérations de l'huissier ont été assimilées par les juges à une saisie-descriptive au sens de l'article L 332-1 du Code de la propriété intellectuelle. Or, les règles édictées par cet article n'ayant pas été respectées (absence d'autorisation préalable du juge), l'acte dressé a été déclaré nul.

Par ailleurs, la plupart des pièces présentées aux débats étant des documents internes, elles ne pouvaient prouver que le modèle de blouson a été exploité publiquement sous le nom Martin Margiela.

Enfin, les juges ont considéré que les quelques coupures de presse en langue étrangère comme le blouson versé aux débats montraient que le modèle en cause était exploité publiquement non sous le nom commercial « Maison Martin Margiela » mais sous le nom de Martin Margiela qui est celui d'un créateur renommé.

La société NEUF ne justifiait donc pas d'une exploitation publique et paisible du modèle de blouson ni être titulaire de droits sur cette création.

> Décision n° 3762

Contrefaçon d'objets dans les émissions TV

Un designer a constaté qu'une lampe reprenant les caractéristiques de l'une de ses créations (lampe Totem Lumineux) a été fabriquée à partir de matériaux bas de gamme et présentée au public au cours de l'émission D&CO ainsi que sur le site Internet de l'émission.

Après avoir procédé à une comparaison des deux lampes, les juges ont conclu que le seul point commun entre les deux colonnes lumineuses cylindriques était d'être perforé de trous afin de laisser passer la lumière.

Cette seule caractéristique relève du domaine des idées et n'est pas susceptible d'appropriation au titre du droit d'auteur. La contrefaçon a donc été exclue et le producteur de l'émission D&CO hors de cause.

> Décision n° 3763

Unika c/ Unik Unik

La société Unik multimédia a tenté sans succès d'obtenir la nullité de la marque semi figurative Unik Unik déposée par France Télécom. La société Unika multimédia n'a pas réussi à faire admettre qu'elle disposait d'un droit antérieur au titre de son nom commercial sur le terme Unik, qui aurait été opposable à la société France Telecom au titre du droit des marques.

> Décision n° 3764

Protection de la dénomination sociale

La dénomination sociale est un attribut de la personnalité morale et est attachée à la personne qu'elle identifie. La cession des actifs d'une société n'a pas pour effet de transférer la dénomination sociale de la société cédante à la société cessionnaire. Le cessionnaire ne peut donc revendiquer la propriété de la dénomination sociale pour s'opposer à l'enregistrement d'une marque similaire par un tiers.

Il en va autrement du nom commercial, qui lui est attaché au fonds de commerce de la société et donc cédé au cessionnaire qui peut le revendiquer.

> Décision n° 3765

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

- Contrat de téléchargement de logiciel
- Contrat d'utilisateur de base de données
- Charte d'engagement sur l'image du corps (charte volontaire signée par les annonceurs et le ministère de la santé).

Sur abonnement Uplex.fr :

- Règlement d'un jeu-concours
- Règlement de participation à une émission TV
- Modèle d'assignation d'heure à heure
- Acte de cession de parts sociales (SARL)

Saisie des biens du journaliste

Un journaliste exerçant à titre indépendant est en droit d'obtenir la nullité de la saisie des biens nécessaires à son activité réalisée en son domicile. Le journaliste a besoin de disposer d'un ordinateur et d'une imprimante pour rédiger ses articles, accompagnés de clichés, et les transmettre en temps opportun, ainsi que d'un appareil numérique afin de réaliser de bonnes photos et de les faire parvenir par mail à ses employeurs.

Pour rappel, en application de l'article 14 de la loi du 9 juillet 1991 relative aux procédures civiles d'exécution, ne peuvent être saisis *"les biens mobiliers nécessaires à la vie et au travail du saisi et de sa famille, si ce n'est pour paiement de leur prix... ils demeurent cependant saisissables s'ils se trouvent dans un lieu autre que celui où le saisi demeure ou travaille habituellement, s'ils sont des biens de valeur, en raison de leur importance, de leur matière, de leur rareté, de leur ancienneté ou de leur caractère luxueux, s'ils perdent leur caractère de nécessité en raison de leur quantité ou s'ils constituent des éléments corporels d'un fonds de commerce"*.

Selon l'article 39 du décret du 31 juillet 1992, pris pour l'application de cet article 14, sont insaisissables comme étant nécessaires à la vie et au travail du débiteur saisi et de sa famille : *"les instruments de travail nécessaires à l'exercice personnel de l'activité professionnelle"*.

> Décision n° 3766

Nature juridique d'un fichier musical numérique

Un fichier musical numérique (MP3, MP4, FLV et autres) est un phonogramme et ne répond pas à un régime juridique spécifique.

Dans les actions judiciaires menées par la SPEDIDAM contre plusieurs plateformes de distribution (Itunes, Nokia ...), les juges ont rappelé que l'article 3 de la Convention de Rome de 1961 définit le phonogramme comme *"toute fixation exclusivement sonore des sons provenant d'une exécution ou d'autres sons" et sa publication comme "la mise à disposition du public d'exemplaires d'un phonogramme en quantité suffisante"*.

Cette notion extensive du phonogramme est corroborée par l'article 2 e) du Traité OMPI du 20 décembre 1996. Ce dernier texte parle de "mise à la disposition du public de copies de l'interprétation ou exécution fixée ou d'exemplaires du phonogramme", ces termes d'exemplaires mis à la disposition du public n'impliquant pas nécessairement l'existence d'un support tangible.

> Décision n° 3767, 3768

Fondement légal de la garantie d'éviction

La garantie d'éviction, applicable notamment en matière de contrefaçon, a plusieurs fondements légaux. Entre deux sociétés dont le siège social est dans l'Union européenne, la Convention de Vienne sur la vente internationale de marchandises s'applique pleinement. En vertu de l'article 42 alinéa 1 de cette Convention, le vendeur doit livrer les marchandises libres de tout droit ou prétention d'un tiers fondé sur la propriété industrielle ou autre propriété intellectuelle, qu'il connaissait ou ne pouvait ignorer au moment de la conclusion du contrat. Cette connaissance peut être établie dès lors que le vendeur est un professionnel de son secteur (habillement, maroquinerie, électronique ...).

Entre deux sociétés basées en France, il conviendra d'appliquer deux dispositions clés :

i) l'article 1625 du Code civil qui pose que la garantie que le vendeur doit à l'acquéreur a deux objets : le premier est la possession paisible de la chose vendue ; le second, les défauts cachés de cette chose ou les vices rédhibitoires. Toutefois, le vendeur professionnel / distributeur, ne peut prétendre à être garanti par son fournisseur lorsque il a connaissance du caractère contrefaisant des modèles vendus.

ii) l'article 1626 du Code civil qui prévoit que même si lors de la vente il n'a été fait aucune stipulation sur la garantie, le vendeur est obligé de droit à garantir l'acquéreur de l'éviction qu'il souffre dans la totalité ou partie de l'objet vendu, ou des charges prétendues sur cet objet, et non déclarées lors de la vente.

Enfin, des clauses spécifiques pourront être aménagées entre les parties pour fixer les modalités pratiques de la garantie d'éviction.

Agir rapidement contre une publicité illicite

Dans certains domaines du droit (violation du droit à l'image, respect de la vie privée, contrefaçon ...), la victime doit agir rapidement pour limiter son préjudice.

Une action judiciaire « normale » pourrait s'avérer inadaptée. Pour ce faire le législateur a prévu une procédure d'urgence : l'assignation en référé d'heure à heure. La personne victime pourra être autorisée par une ordonnance du Président du Tribunal de grande instance à poursuivre le défendeur et le convoquer devant le Tribunal à très court délai (délai inférieur au délai légal de 15 Jours).

La victime peut ainsi obtenir l'interdiction de diffuser une publicité (sous astreinte) ou empêcher la parution d'un support.

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

- Les contrats de partenariat
- Les définitions dans le contrat
- Le dénigrement d'un concurrent
- Les services de la DGCCRF (annuaire)



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