

p.16 Contrats du mois avec Uplex.fr



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

- CGV – Prestataire de production numérique
- Charte des scénaristes
- Memorandum of Understanding - Counterfeiting
- Code des usages - Illustrations par dessin
- Licence d'exploitation de Brevet (*)
- Contrat d'audit informatique (*)
- Convention de résidence artistique (*)

p. 17 Questions du mois

- Consentement préalable aux Cookies ?
- Régime juridique du livre numérique
- Volume sonore des baladeurs numérique
- Droits d'auteur ou Autorisation de tournage ?
- Légalité des sites d'escorts girls

p. 20 Fiches juridiques (Guide en ligne)

- L'offre publicitaire de prestations sexuelles
- La Convention de reclassement personnalisé
- Les délégués du personnel
- Discipline et sanctions en entreprise
- La Déclaration de Prestataire de formation
- Définition du journaliste professionnel

ACTUALITES JURIDIQUES

p.1 Communication électronique

- Google face à une réforme de la loi Sapin ?
- Chiffres du Piratage de musique sur Internet
- Concurrence et paris sportifs en ligne
- Attribution des noms de domaine en .fr
- Intérêts sur les factures impayées
- Condamnation record d'un spammeur de Facebook
- Charte des sites de rencontre en ligne
- Un Maire détourne les données du recensement
- Pas de vente d'adresses emails sans autorisation
- Les sites marchands sous haute surveillance
- De nouvelles obligations pour les FAI ?

p. 6 Audiovisuel & Cinéma

- Protocole sur la production cinématographique
- Droits exclusifs de retransmission
- Projection numérique en salles
- Groupements de salles et ententes de programmation
- Autorisations de tournage
- Exclusion d'aides financières
- Sauvegarde du patrimoine audiovisuel européen
- Obligations de production des SMAD
- Régulation des SMAD
- Licence européenne d'œuvre audiovisuelle

p.11 Publicité / Presse / Image

- Protection des plaquettes publicitaires
- Concept d'un Clip publicitaire de Nike
- Le clip d'Opium de YSL censuré
- Réforme de l'affichage publicitaire à Paris
- Publicité immobilière mensongère
- Image des hommes politiques
- Journalistes et secret de l'instruction
- Diffamation contre un Directeur d'EPIC
- Traiter un élu de raciste

p.14 Propriété Intellectuelle

- Marché noir des places de concerts
- Travailler pour un festival de musique concurrent
- Marques dans les codes source
- Pas de protection de marque pour LEGO
- Remboursement de la redevance pour copie privée
- Qualité d'auteur et dépôt SACD

Condamnation record d'un spammeur de Facebook

Le 26 janvier 2011, la District Court de San Jose, Californie a condamné Philip Porembski (PP Web Services LLC), Spammeur de Facebook à \$360,500,000 de dommages et intérêts. Plus de 160 000 comptes Facebook ont été visés. La condamnation est prononcée sur la base de l'U.S. Computer Fraud and Abuse Act et le Controlling the Assault of Non-Solicited Pornography and Marketing Act (CAN-SPAM).

En matière de spamming, Facebook dispose d'outils techniques permettant de détecter automatiquement et bloquer des envois d'emails non sollicités (en plus des alertes des inscrits). D'autres procès sont en cours concernant de fausses offres de services diffusées vis Facebook (Facebook v. Steven Richter, Jason Swan, and Max Bounty, Inc.). A ce jour, Facebook détient le record des deux condamnations les plus lourdes de l'histoire en matière de spamming : \$873 millions contre Adam Guerbuez et Atlantis Blue Capital, \$711 millions contre Sanford Wallace (en attente d'exécution au Canada).

> Décision n° 4019

Charte des sites de rencontre en ligne

Une charte de confiance des sites de rencontre en ligne vient d'être signée par les sites Parship, Smartdate, eDarling, Points Communs.

La Charte s'articule autour de 10 engagements parmi lesquels la protection des membres (système de blacklisting de membres), la transparence et l'intégrité du site (réalité des témoignages), la sensibilisation sur les dérives et risques encourus sur les sites de rencontre, la clarté sur les conditions de résiliation.

Un logo est également proposé aux sites adoptant les principes de la charte.

> Texte n° 953

Un Maire détourne les données du recensement

Suite à une enquête, la CNIL a découvert que le Maire d'une Commune avait fait photocopier les formulaires de recensement (devant être retransmis à l'INSEE) pour se constituer un fichier informatique sur les habitants de sa commune.

Ces faits constituent, le délit de détournement de la finalité d'un fichier et de collecte illicite de données, l'autorité judiciaire a condamné le Maire à une amende de 1 500€.

Pas de vente d'adresses emails sans autorisation

Le 7 janvier 2011, une proposition de loi tendant à subordonner la commercialisation de fichiers d'adresses mails à l'accord explicite et matérialisé des personnes concernées, a été déposée au Sénat. Le texte vise à lutter contre la collecte déloyale d'emails. La difficulté est grande pour les personnes dont l'email est exploité, de remonter la filière jusqu'à la société qui a commercialisé leur email.

Le texte se présente sous la forme d'un article unique. Un quatrième alinéa à l'article L. 34-5 du code des postes et des communications électroniques disposerait que : « *L'adresse mail et les coordonnées d'une personne physique, susceptible de faire l'objet d'une prospection directe ou d'un démarchage par courrier électronique, ne peuvent pas faire l'objet d'une vente, d'une cession, d'une location ou d'un prêt sans son accord explicite.* »

Les sites marchands sous haute surveillance

Le 6 janvier 2011, Frédéric LEFEBVRE, secrétaire d'État chargé de la Consommation, Alex TÜRK, Président de la CNIL et Nathalie HOMOBONO, Directrice Générale de la DGCCRF ont signé un protocole de coopération pour la protection des données personnelles des consommateurs sur Internet.

Cet accord va permettre l'échange d'informations et de plaintes entre la CNIL et la DGCCRF pour renforcer l'efficacité des contrôles et manquements à la loi Informatique et Libertés : collecte illicite et déloyale de données, collecte de données sensibles, absence de mesures de sécurité pour les données personnelles accessibles sur Internet, formulaire en ligne ne comprenant pas les mentions d'information obligatoires etc.

Le Secrétaire d'État chargé de la Consommation a fait savoir qu'il souhaitait inscrire dans la loi, l'habilitation des agents de la DGCCRF à constater les manquements à la loi informatique. Ces constats auraient une force juridique et permettraient à la CNIL de prendre directement les sanctions appropriées.

Pour information, en 2010 le Centre de surveillance du commerce électronique basé à Morlaix (Service National des Enquêtes de la DGCCRF), a effectué 10 582 contrôles dont 9 328 sites de commerce électronique. Sur ces contrôles, il y a eu 277 procès-verbaux de constats d'infractions et 1 209 rappels de la réglementation. Les manquements les plus fréquents concernent les informations obligatoires sur les supports publicitaires, le non-respect des règles de la publicité sur les prix ou la publicité trompeuse.

Ce nouvel accord s'inscrit également dans le prolongement de l'Avis du Conseil national de la consommation du 18 mai 2010 sur la protection des données personnelles des consommateurs.

> Texte n° 954, 955

De nouvelles obligations pour les FAI ?

Lors de sa décision du n° 2009-580 DC du 10 juin 2009, le Conseil constitutionnel a rappelé que la liberté d'accéder à Internet était rattachée à un droit constitutionnel (la liberté de communication et d'expression, énoncée à l'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789).

Pour renforcer la protection de ce droit constitutionnel sur les réseaux, une proposition de loi relative à la neutralité de l'Internet a été déposée à l'Assemblée nationale le 20 décembre 2010. Le texte

visé à protéger l'Internet contre les menaces de restriction et a posé comme principe le statut d'un Internet, réseau ouvert, neutre et décentralisé.

En pratique, les FAI ne pourraient plus restreindre les capacités d'envoi et de réception de données de leurs abonnés sans autorisation de l'ARCEP ou de l'autorité judiciaire (filtrage technique). Ils seraient également contraints à mettre gratuitement à la disposition du public, en standard ouvert, les modalités techniques d'interconnexion de leur réseau de communication électronique. Des peines d'amende de 1 à 10 millions d'euros par infraction seraient applicables.

> Texte n° 956

Google face à une réforme de la loi Sapin ?

Suite à la saisine pour avis de l'Autorité de la concurrence par le Ministre de l'économie, l'Autorité a considéré que Google est bien en position dominante sur le marché de la publicité liée aux moteurs de recherche. Cela tant en raison de la part de marché, du niveau de prix, de la nature des relations avec les clients, du niveau de marge et des barrières d'entrée sur ce marché par les nouveaux entrants (investissements élevés pour le développement des algorithmes et l'indexation des contenus).

Le marché de la publicité liée aux recherches constitue un marché spécifique et non substituable notamment parce qu'il permet un ciblage très fin et qu'il n'existe pas d'offre alternative équivalente pour les annonceurs.

Toutefois, les juges de la concurrence considèrent qu'en l'état actuel, le droit de la concurrence suffit à assurer le respect des dispositions légales sans qu'il soit nécessaire de mettre en place une régulation d'ensemble du secteur.

L'Autorité invite le Gouvernement à adopter des mesures spécifiques au profit du secteur de la presse et notamment une adaptation législative de la loi Sapin.

Pour donner plus de transparence au calcul du montant des versements des recettes générées par AdSense, il pourrait être mis en place des obligations minimales de « reporting » ainsi que, pour les réseaux les plus importants, un mécanisme d'audit, éventuellement contrôlé par un tiers certificateur.

Point crucial de la réforme proposée : les éditeurs de presse devraient pouvoir demander et obtenir d'être exclus de Google Actualités sans pour autant être déréférencés du moteur de recherche de Google.

> Décision n° 4016

Chiffres du Piratage de musique sur Internet

Deux intéressantes études sur le piratage de musique en ligne viennent de paraître. Le Sondage SACEM « Les Français et la musique » met en exergue le succès des plateformes de vidéos en ligne comme mode d'écoute privilégié de la musique en ligne.

Les internautes privilégient très largement les services gratuits de type streaming gratuit légal (71% des réponses des 15-24 ans). Selon Bernard Miyet, Président du directoire et gérant de la Sacem, en dépit des nombreux contrats passés avec les services en ligne (+ de 1600 en 2009) "les revenus issus de l'Internet représentent toujours moins d'un pour cent de nos perceptions globales, et s'établissent à 8 M€ en 2010."

Concernant la lutte contre le téléchargement illégal, 81% des Français et 84% des 15-24 ans interrogés précisent qu'ils arrêteraient de télécharger illégalement s'ils recevaient un avertissement de la Hadopi. La proposition de la SACEM "d'une contribution compensatoire modulable prélevée auprès des FAI, faite dans le cadre de la mission Zelnik, reste d'actualité, car elle a l'avantage de constituer une incitation à réduire la piraterie en même temps qu'une rémunération directe." précise Bernard Miyet.

Par ailleurs, la SACD publie sur son site Internet l'étude "*Hadopi, biens culturels et usages d'Internet : pratiques et perceptions des internautes français*".

L'étude révèle que la moitié des internautes déclare avoir téléchargé de façon illicite des oeuvres en ligne au moins 1 fois. Les usages illicites concernent surtout les 15-39 ans, les hommes, et sans différence notable entre l'Île de France et la Province.

Près de la moitié des internautes déclarant des usages illicites précisent que la Hadopi ne changera pas leur comportement, alors qu'un tiers se déclare prêt à changer (17% des internautes ne se prononcent pas). Les principaux freins à la consommation légale évoqués sont le prix et l'importance du choix.

(1) Sondage demandé à OpinionWay, en partenariat avec France-Inter et Le Parisien Aujourd'hui en France,

A consulter (Etude en pdf, SACD) : <http://www.sacd.fr>

Concurrence et paris sportifs en ligne

L'Autorité de la concurrence a rendu son avis sur les questions de concurrence soulevées par l'ouverture du secteur des jeux d'argent et de hasard en ligne. Les juges de la concurrence se sont intéressés aux Conventions qui devraient prochainement encadrer le droit d'organiser des paris sur des manifestations sportives conclues entre les Fédérations sportives et les Opérateurs (en particulier les modalités de fixation de la rémunération de ce droit).

L'Autorité ne souhaite pas voir la viabilité du marché compromise par un prix excessif demandé par les Fédérations. Selon les projets de convention transmis à l'Autorité, la plupart des Fédérations demandent une commission (le droit au pari) égale à 1 % des mises engagées par les joueurs.

Selon l'avis de l'Autorité de la concurrence, les modalités de rémunération des Fédérations devraient faire l'objet d'une régulation a priori ou d'un mécanisme de règlement des différends assuré par l'ARJEL.

Cette dernière autorité est invitée à mettre en place au plus tôt, un cahier des charges type définissant les modalités de consultation des opérateurs de paris par les fédérations sportives ainsi qu'un référentiel de coûts.

Concernant l'accès nécessaires par les Opérateurs aux informations des paris hippiques (programmes des courses, chevaux et jockeys partants, résultats officiels etc.), l'Autorité prône que le PMU permette un accès dans des conditions transparentes et non discriminatoires.

Le Gouvernement devrait mettre en place une convention-type de mises à disposition d'images et de données relatives aux courses, assortie d'un mécanisme de surveillance et de sanction.

> Décision n° 4017

Attribution des noms de domaine en .fr

Dans sa dernière version du 26 janvier 2011, le projet de loi portant adaptation de la législation au droit de l'Union européenne en matière de santé, de travail et de communications électroniques poserait de nouvelles règles en matière d'attribution des noms de domaine en .fr.

Tout en réaffirmant la règle du premier arrivé, premier servi, le texte pose que l'enregistrement des noms de domaine s'effectue sur la base des déclarations faites par le demandeur et sous sa seule responsabilité.

La fourniture de données inexactes par le demandeur peut emporter la suppression de l'enregistrement du nom de domaine correspondant (après mise en demeure de régularisation du Registrar).

L'enregistrement ou le renouvellement d'un nom de domaine peut être refusé (ou le nom de domaine supprimé) lorsqu'il est :

1) Susceptible de porter atteinte à l'ordre public ou aux bonnes mœurs (une notion particulièrement floue) ou à des droits garantis par la Constitution ou par la loi ;

2) Susceptible de porter atteinte à des droits de propriété intellectuelle ou de la personnalité, sauf si le demandeur justifie d'un intérêt légitime et agit de bonne foi ;

3) Identique ou apparenté à celui de la République française, d'une collectivité territoriale ou d'un groupement de collectivités territoriales ou d'une institution ou service public national ou local, sauf si le demandeur justifie d'un intérêt légitime et agit de bonne foi.

L'office d'enregistrement serait en charge de mettre le demandeur en mesure de présenter ses observations et, le cas échéant, de lui permettre de régulariser sa situation.

Les offices et bureaux d'enregistrement sont en charge de la constitution d'une base de données incluant les données d'identification des personnes physiques ou morales titulaires de noms (application de la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978). Seul l'État est titulaire de l'ensemble des droits sur la base de données constituée mais les offices d'enregistrement disposent d'un droit d'usage de cette base de données.

Le Gouvernement serait également habilité à agir par voie d'ordonnance pour transposer les directives du nouveau Paquet Télécom (directives modificatives 2009/140/CE et 2009/136/CE du 25 novembre 2009)

> Texte n° 952

Intérêts sur les factures impayées

La créance d'une somme d'argent ne porte intérêt que du jour où a été délivrée au débiteur une sommation de payer (article 1153 du Code civil). En conséquence, en cas d'impayé, le juge ne peut pas prendre pour date de départ des intérêts dus, la date d'émission de la facture.

> Décision n° 4018

Protocole sur la production cinématographique

De nouvelles dispositions pivots en matière de contrats de cession de droits et de production cinématographique (films de longue durée) ont été mises en place par le nouveau Protocole du 16 décembre 2010 relatif à la transparence dans la filière cinématographique, signé entre l'ARP, la GUILDE, la SACD, la SCAM, la SCELFF, la SRF, le SFAAL, l'APC, l'API et le SPI.

Amortissement du coût du film

L'accord définit de façon uniforme la liste des coûts de fabrication du film, opposables entre auteurs et producteurs, ainsi que les conditions d'amortissement des coûts avant rémunération complémentaire de l'Auteur (cette rémunération complémentaire est facultative). Le Producteur et l'Auteur peuvent ainsi utiliser le modèle de clause de l'article 3.1 du Protocole.

Les crédits d'impôt entrent intégralement dans le calcul de l'amortissement du film tout comme les aides non remboursables accordées au film.

La prise en compte du fonds de soutien pour calculer l'amortissement du coût du film relève de la libre négociation des parties. Le Protocole autorise la prise en compte du soutien généré jusqu'à l'amortissement du coût du film avec abattement de 25% appliqué après une franchise de 50 000 €.

Frais financiers du film

Les frais financiers de la production du film font l'objet d'un plafond/forfait de 5% du coût total du film (sauf option pour un calcul des frais financiers réels reconnue aux productions de moins de 3 millions d'euros).

Recettes Nettes Part Producteur (RNPP)

La notion de RNPP est précisée avec inclusion des préventes, minimums garantis et à valoir de financement.

Les plafonds de commissions

Le Protocole reprend les plafonds des taux de commission tels que posés par les usages d'exploitation :

- Sorties en Salles : 25%, 35% en cas de MG ;
- Secteur non commercial : 30%
- Vidéo : 15%
- Télédiffusion : 10% sur les ventes > 50 000€
- Télédiffusion : 15% sur les ventes < 50 000€
- Vidéo à la Demande : 30% (taux dégressif selon le chiffre d'affaires) ;
- Autres exploitations : 20%
- Etranger : 25%.

Etat des comptes

Le producteur devra également adresser aux auteurs, un état des comptes résumant le coût total du film et le coût déjà amorti.

Clause d'audit

Dans le cadre du renforcement de la transparence financière, une procédure dite d'audit aléatoire pourra intervenir sur 10 films/an.

(1) Le protocole se substitue à l'accord du 24 juin 2010

> Texte n° 964

Droits exclusifs de retransmission

Lorsque des droits de retransmission exclusifs d'un match sont cédés par une Fédération à une chaîne de télévision, cette dernière a l'obligation de crypter son signal satellite avant le transmettre à ses abonnés sur le territoire d'exploitation de la licence. Les abonnés peuvent alors décoder et décompresser le signal à l'aide d'une carte de décodeur.

Un litige est pendu devant le Cour de justice des communautés (1) pour faire sanctionner l'importation par des entreprises, de cartes de décodeur aux fins de les vendre à des cafés-restaurants à des prix plus avantageux que ceux pratiqués par la chaîne télévisée. La pratique commerciale en cause permet ainsi la retransmission en direct de matchs de football de Premier League dans des cafés-restaurants du Royaume-Uni en utilisant une carte de décodeur grecque.

L'avocat général conclut à la légalité de cette pratique, le droit de l'Union européenne ne s'opposerait pas à l'utilisation de cartes de décodeur étrangères. La protection de l'exclusivité en cause ne justifie pas un cloisonnement du marché unique et porterait atteinte à la libre prestation de service. De plus, l'importation desdites cartes ne prive par les fédérations et les chaînes de leurs droits aux recettes puisque ceux-ci sont perçus lors de la vente des cartes. Affaire à suivre ...

(1) Affaires C-403/08 et C-429/08, Football Association Premier League e.a. et Karen Murphy / QC Leisure e.a. et Media Protection Services Ltd

Projection numérique en salles

La loi du 30 septembre 2010 relative à l'équipement numérique a mis en place les modalités de financement des installations initiales des équipements de projection numérique des salles de cinéma (dispositifs qui devront être conformes aux normes internationales ISO relatives à la projection numérique en salles).

Sont tenus de contribuer à ces dépenses d'adaptation à la projection en numérique, les distributeurs et les propriétaires de salles si ces dernières nécessitent l'usage du numérique. Le montant de la contribution est négocié librement entre exploitants et distributeurs, à des conditions équitables, transparentes et objectives (la contribution doit rester inférieure à la différence entre le coût de la mise à disposition d'une oeuvre sur support photochimique et celui de la mise à disposition d'une oeuvre sous forme de fichier numérique). Le recours à la mutualisation du financement est également ouvert par la loi. Les litiges à naître relèvent de la compétence du médiateur du cinéma.

Le président du CNC est investi de la mission de réunir un comité de concertation professionnelle chargé d'élaborer des recommandations de bonne pratique en matière de projection numérique.

> Texte n° 957

Groupements de salles et ententes de programmation

Le Décret n°2010-781 a encadré les conditions de constitution des groupements d'exploitants de salles de cinéma et les ententes de programmation. Toute demande d'agrément d'un groupement ou d'une entente de programmation doit être soumise au CNC. Certains engagements de programmation doivent également être soumis à l'homologation du CNC.

Les statuts fondateurs d'un groupement devront notamment :

- Désigner un membre qui joue le rôle d'entreprise pilote ;

- Prévoir que l'entreprise pilote se trouve déléguée dans la mission de contracter avec les distributeurs de films pour l'ensemble des membres et que cette délégation est assortie d'une responsabilité pécuniaire et solidaire à l'égard des engagements contractés avec les distributeurs de films ;

- Prévoir la réunion, au moins une fois par an, d'une assemblée générale au cours de laquelle est examiné un rapport moral, administratif et financier sur l'exercice écoulé.

Le groupement ne peut comporter plus d'un membre ayant réalisé, dans l'ensemble de ses établissements, au cours de l'année précédente, plus de 0,5 % des entrées sur le territoire métropolitain.

> Texte n° 958

Autorisations de tournage

Les tournages audiovisuels, cinématographiques et les prises de vues pris dans les établissements, immeuble et biens appartenant à la défense nationale font désormais l'objet de grilles tarifaires fixés par l'arrêté du 18 août 2010.

Il en coûtera de 300 à 4 000 euros selon la nature et la durée du tournage demandé. Toutefois, les tarifs nouvellement fixés n'incluent pas :

- les redevances liées au droit d'auteur, dans le cas où celui-ci serait attaché à l'un des espaces ;

- les frais d'électricité ;
- les frais de sécurité nécessitant un personnel supplémentaire ou un dispositif complémentaire à celui existant lors des horaires habituels ;
- les frais d'entretien ;
- les frais techniques extraordinaires et travaux spécifiques apportés à la production ;
- les coûts de mise à disposition des matériels ou moyens, expertise (conseils techniques, conseils sur le scénario, etc.).

> Texte n° 962

Exclusion d'aides financières

Depuis le Décret du 17 janvier 2011, n'ouvre plus droit au calcul des soutiens financiers automatiques et au bénéfice des soutiens financiers sélectifs, la représentation commerciale en salles de cinéma, des genres suivants : retransmissions sportives ; émissions de divertissement et de variétés ; émissions autres que de fiction réalisées en plateau ; jeux.

> Texte n° 963

Sauvegarde du patrimoine audiovisuel européen

La Convention européenne relative à la protection du patrimoine audiovisuel, faite à Strasbourg le 8 novembre 2001 a été adoptée par la France (1er août 2010).

Le but de la Convention est d'assurer la sauvegarde du patrimoine audiovisuel européen et sa mise en valeur en tant que forme d'art et mémoire. Au sein de chaque pays adhérent est mis en place un socle commun de mesures assurant notamment le dépôt, l'archivage et la libre consultation publique d'oeuvres audiovisuelles européennes.

> Texte n° 965

Obligations de production des SMAD

Depuis le 1er janvier 2011, le Décret n°2010-1379 du 12 novembre 2010 impose aux éditeurs de services de Services de médias audiovisuels à la demande (SMAD) des obligations de production d'oeuvres cinématographiques et audiovisuelles françaises et européennes. Les services de Vidéo à la demande (VàD) et de Télévision de rattrapage (TVR) sont désormais soumis à des quotas de production et de présentation dans leur catalogue interactif et de mise à disposition et de présentation d'oeuvres européennes et françaises.

Pour rappel, un SMAD est un "*service de communication au public par voie électronique permettant le visionnage de programmes au moment choisi par l'utilisateur et sur sa demande, à partir d'un catalogue de programmes dont la sélection et l'organisation sont contrôlées par l'éditeur de ce service*".

Sont exclus des obligations de production cinématographique les SMAD proposant annuellement moins de 10 oeuvres cinématographiques de longue durée ou moins de 10 oeuvres audiovisuelles et si l'exploitant de SMAD réalise un chiffre d'affaires annuel net inférieur à dix millions d'euros. Sont aussi exclus des obligations de production audiovisuelle :

- i) les services de télévision de rattrapage (catch up TV) ;
- ii) les SMAD dont l'offre est principalement consacrée aux programmes à caractère pornographique ou d'incitation à la violence.

Les programmes de télévision de rattrapage sont soumis à une obligation de production cinématographique française ou européenne dans les mêmes proportions que ceux de la chaîne dont ils sont issus.

Les SMAD fonctionnant sur abonnement sont soumis à une obligation, minimum, de production cinématographique française ou européenne (1) fixée à :

- i) 26 % et 22 % lorsqu'ils proposent annuellement au moins 10 oeuvres cinématographiques de longue durée dans un délai inférieur à vingt-deux mois après leur sortie en salles en France ;

ii) 21 % et 17 % lorsqu'ils proposent annuellement au moins 10 oeuvres cinématographiques de longue durée dans un délai inférieur à trente-six mois et égal ou supérieur à vingt-deux mois après leur sortie en salles en France ;

iii) 15 % et 12 % dans les autres cas.

Les autres SMAD, y compris ceux proposant un paiement à l'acte doivent consacrer, au minimum, chaque année :

i) 15 % de leur chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent à des dépenses de productions cinématographiques européennes dont 12 % à des productions d'oeuvres cinématographiques françaises ;

ii) 15 % de leur chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent à des dépenses de productions audiovisuelles européennes, dont 12 % à des productions audiovisuelles françaises.

Les dépenses de productions françaises peuvent consister en achat de droits d'exploitation, en parts de producteur, dépenses à l'adaptation des oeuvres aux personnes sourdes ou malentendantes, aveugles ou malvoyantes.

Dans un autre registre, les SMAD peuvent être parrainés (2) sous réserve de respecter les dispositions clés du décret du 27 mars 1992.

A savoir : le CSA a lancé un appel à candidatures pour l'édition d'un ou plusieurs SMAD par voie hertzienne terrestre numérique.

(1) La part dédiée aux oeuvres françaises ou européennes est déterminée selon le nombre de téléchargements ou de visionnages de chaque genre (français ou européen).

(2) Constitue un parrainage toute contribution d'une entreprise ou d'une personne morale publique ou privée ou d'une personne physique, n'exerçant pas d'activités d'édition de services de télévision ou de médias audiovisuels à la demande ou de production d'oeuvres audiovisuelles, au financement de services de médias audiovisuels à la demande ou de programmes, dans le but de promouvoir son nom, sa marque, son image, ses activités ou ses produits.

> Texte n° 966

Régulation des SMAD

Le CSA a rendu sa délibération sur la protection du jeune public, la déontologie et l'accessibilité des programmes sur les services de médias audiovisuels à la demande (SMAD). Le dispositif juridique est assorti d'un pouvoir de suspension provisoire des SMAD (par le CSA) qui ne respecteraient pas les nouvelles obligations réglementaires.

Les programmes de SMAD doivent être classifiés en cinq catégories assorties pour certaines de pictogrammes. On retiendra notamment que les programmes de catégorie V (1) doivent être exclusivement commercialisés dans le cadre d'offres payantes, par abonnement ou à l'acte. L'accès à ces programmes doit en permanence faire l'objet d'un verrouillage (code à quatre chiffres).

La mise à disposition des programmes de catégorie V par abonnement est possible uniquement entre 22 h 30 et 5 heures du matin. Par exception, les abonnés dont la majorité a été vérifiée par transmission d'une copie de pièce d'identité peuvent recevoir ces programmes sans restriction d'horaires.

(1) Accompagnés d'un pictogramme rond de couleur blanche avec l'incrustation -18 en noir : oeuvres cinématographiques interdites aux mineurs de 18 ans, et programmes pornographiques ou de très grande violence, réservés à un public adulte averti et susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs de 18 ans.

> Texte n° 969, 970

Licence européenne d'œuvre audiovisuelle

Un Rapport de la Commission européenne (DG Société de l'Information et des médias) fait le point sur les licences multi-territoriales des oeuvres audiovisuelles dans l'Union Européenne (VOD). La stratégie préconisée est de promouvoir la demande transfrontalière d'oeuvres audiovisuelles européennes numérisées, à investir davantage dans le marketing et faciliter les processus d'acquisition de licences de droit d'auteur notamment en réduisant les coûts de transaction.

Concrètement il s'agit de mettre en place des "guichets uniques" et une infrastructure internationale de négociations et d'acquisition de licences simplifiées en matière de distribution numérique des oeuvres.

Le Rapport préconise également de dynamiser le marché par la mise en place d'un taux de TVA réduit pour les transactions de VOD, similaire à celui appliqué à la vente de places de cinéma.

> Texte n° 971

Protection des plaquettes publicitaires

Si les plaquettes publicitaires sont protégées par le droit d'auteur, la société qui s'estime victime d'une contrefaçon, ne peut se contenter d'affirmer que l'originalité de ses plaquettes résulte de « *l'agencement général, (du) graphisme, (du) choix des couleurs et de la présentation des personnages* ». Ces affirmations d'ordre général sont insuffisantes à démontrer le caractère original, et partant protégeable au titre du droit d'auteur de ses plaquettes et documents commerciaux.

> Décision n° 4020

Concept d'un Clip publicitaire de Nike

Le TGI de Paris a jugé que le film publicitaire de Nike "My Best Enemy" ne constitue pas la contrefaçon d'un film titré « Challenge Yourself ». Ce dernier film portant sur la thématique du dépassement de soi grâce au sport illustré par la confrontation entre un sportif et son double, avait été présenté au festival "Young Director Award".

Après analyse de la séquence audiovisuelle, les juges ont considéré que ni l'entrée en scène des personnages, ni la mise en scène des regards qu'ils s'échangent - de défi dans le film "Challenge Yourself" et de complicité dans le film "My Best Enemy"-, ni le déroulement de la course elle-même, ni davantage la séquence de l'arrivée et de la "mise à mort" du "double" ne sont traités de la même façon dans les deux oeuvres.

La seule ressemblance entre les deux films tient à l'exploitation du thème du "double" appliqué à la course à pied mais les oeuvres se distinguent nettement par leur scénario, leur atmosphère - inquiétante et sombre dans l'un, légère et lumineuse dans l'autre -, les symboles, les plans, le choix et l'enchaînement des scènes, les décors dans lesquels évoluent les personnages, la bande son et le parti-pris esthétique.

En matière audiovisuelle, le concept du "double" auquel un personnage se confronte a été souvent exploité par le cinéma et par la publicité dans le passé, il ne peut être juridiquement protégé.

> Décision n° 4021

Le clip d'Opium de YSL censuré

Le spot publicitaire du parfum iconique d'Yves Saint Laurent "Opium" (1) vient d'être interdit de diffusion audiovisuelle par l'ASA britannique (Advertising Standards Authority). L'Autorité fait état de gestes ambigus de simulation d'une prise de drogue par l'actrice Mélanie Thierry.

La chorégraphie de l'actrice créée par Akram Khan n'a pas convaincu le Broadcast Committee of Advertising Practice (BCAP) qui a conclu à une violation des articles suivants du Code de conduite : Social responsibility, Physical, mental, moral or social harm, Health and safety, Violence, crime, disorder or anti-social behaviour.

L'ASA avait pourtant validé le script de pré-production sur la base du concept d'une femme dansant sur elle-même (à l'exclusion des gestes tendancieux). (1) Déposé à titre de marque en Angleterre depuis 1977

La décision (ASA) : http://www.asa.org.uk/ASA-action/Adjudications/2011/2/YSL-Beaute-Ltd/TF_ADJ_49670.aspx

Réforme de l'affichage publicitaire à Paris

Selon une information du Figaro.fr (31/01/2011), le nouveau règlement local de publicité (RLP) de la ville de Paris devrait exclure les affiches publicitaires de plus de 12 m² et le respect d'une distance de 25 mètres entre deux publicités.

Parmi les autres mesures phares et controversées du nouveau RLP, en cours de révision depuis 2008, l'interdiction de toute publicité dans un périmètre de 50 mètres autour des établissements scolaires. La publicité sur les bâtiments, serait également limitée à 16 mètres carrés tout en ne s'élevant pas à plus de 7,50 mètres au-dessus du sol.

Pour mémoire, le RLP mis en place par arrêté préfectoral après un vote du conseil municipal, permet aux collectivités locales de modifier la réglementation nationale en matière de publicité extérieure en instituant des règles spécifiques et des zones de publicité restreinte (ZPR), élargie (ZPE) ou autorisée (ZPA).

L'ancien RLP voté par le Conseil de Paris le 18 décembre 2007 avait fait l'objet d'un recours contentieux par le Syndicat National de l'Enseigne et de la Signalétique (SYNAFEL) aux motifs que le RLP interdisait les enseignes à LEDS à Paris. Le SYNAFEL avait obtenu gain de cause en première instance mais le Conseil d'Etat avait tranché en levant l'impossibilité de promulguer le RLP en juin 2008. Le Maire de Paris avait alors privilégié une concertation globale en refusant de signer l'arrêté municipal mettant en oeuvre le RLP (depuis, le RLP est en négociation).

Publicité immobilière mensongère

Est passible du délit de publicité trompeuse, le fait de publier une annonce immobilière de vente d'une maison dont la surface annoncée est inexacte. Dans l'affaire soumise, l'agence immobilière a l'origine de l'annonce a été condamnée à 25 000 euros de dommages-intérêts aux acheteurs victimes et 3 000 euros à l'UFC Que Choisir.

> Décision n° 4023

Image des hommes politiques

La dernière campagne publicitaire en faveur des malvoyants menée par la Fédération des aveugles de France (FAF) utilise de façon audacieuse les photographies d'hommes politiques "aveugles" cannes blanches à la main.

L'exploitation de l'image des personnes privées et des personnes publiques répond au même régime juridique mais donne lieu à une application à degré variable. En effet, le contexte (exercice professionnel, lieu public...) ou le comportement de certaines personnes publiques peuvent exclure l'application de leur droit à l'image.

Sauf exception (dénigrement ...) et contrairement aux personnes anonymes, l'image des personnes publiques dans le cadre de leur activité professionnelle peut librement être reproduite (sauf droits de l'auteur de la photographie ou du reportage). Cette exploitation de l'image des personnes publiques est logique, elle permet la libre information du public et même le droit de pastiche (les guignols ...).

En revanche, l'utilisation de l'image de personnes publiques pour illustrer des campagnes publicitaires menées par des sociétés ou personnes privées est délicate et peut donner lieu à un contentieux (indépendamment de la noblesse de la cause défendue par la publicité).

De surcroît, lorsque des montages sont réalisés, on gardera à l'esprit que l'article 226-8 du Code pénal punit d'un an d'emprisonnement et de 15 000 euros d'amende le fait de publier, par quelque voie que ce soit, le montage réalisé avec les paroles ou l'image d'une personne sans son consentement, s'il n'apparaît pas à l'évidence qu'il s'agit d'un montage ou s'il n'en est pas expressément fait mention. Lorsque le délit est commis par la voie de la presse écrite ou audiovisuelle, la responsabilité des personnes morales peut être engagée comme celle du directeur de publication ou de rédaction.

Journalistes et secret de l'instruction

Une procédure pénale ne peut être annulée aux motifs que des journalistes ont filmé et enregistré les auditions des prévenus. Si regrettable que soit cette intrusion, elle peut seulement ouvrir droit à des dommages et intérêts pour atteinte à la vie privée ou au respect de la présomption d'innocence.

> Décision n° 4024

Diffamation contre un Directeur d'EPIC

Mme X a été condamnée du chef de diffamation publique envers un fonctionnaire public (le directeur de la Cité de la Musique), pour avoir diffusé un communiqué lu reprochant d'avoir "outrépassé ses droits" et d'avoir agi «de façon illégale et inconsidérée» et donc, de s'être comporté de manière contraire au droit (3 000 euros de dommages et intérêts).

La Cité de la Musique est un établissement public industriel et commercial (EPIC) et son directeur est bien un fonctionnaire public dans la mesure où, nommé par arrêté ministériel et soumis aux règles de la comptabilité publique,

il est aussi investi d'une mission d'intérêt général dans le cadre de laquelle il exerce des prérogatives de puissance publique.

> Décision n° 4025

Traiter un élu de raciste

Le fait de traiter un élu de "raciste" n'expose pas nécessairement son auteur à une condamnation pour diffamation. Les juges ont ainsi relaxé le président de SOS Racisme et retenu sa bonne foi en sa qualité de président d'une association dont l'objet légitime est précisément de lutter contre toutes les formes de discriminations.

Dans un contexte judiciaire particulièrement houleux, tant le président de SOS Racisme que l'élu visé ont été amenés à faire connaître leurs positions sur la question de l'immigration turque, de sorte que le propos de "raciste" s'inscrit dans le cadre d'un débat public. De façon générale, l'imputation, au demeurant très générale, de raciste constitue l'expression d'une appréciation relevant, dans le cadre d'un débat démocratique, de la libre critique dès lors que l'auteur s'exprime de manière mesurée, sans animosité personnelle et dans un but légitime.

> Décision n° 4026

Marché noir des places de concerts

Dans sa dernière version du 20 janvier 2011, le projet de loi d'orientation et de programmation pour la performance de la sécurité intérieure (LOPPSI 2) sanctionne pénalement la revente de billets de spectacle au marché noir.

Le nouvel article L. 443-2-1 du Code de commerce sanctionnerait le fait, sans autorisation du producteur, de l'organisateur ou du propriétaire des droits d'exploitation d'une manifestation sportive, culturelle ou commerciale, d'offrir, de mettre en vente ou d'exposer en vue de la vente, sur un réseau de communication au public en ligne, des billets d'entrée ou des titres d'accès à une telle manifestation pour en tirer un bénéfice (15 000 € d'amende).

Le texte prévoit également la confiscation de tous les éléments ayant participé à l'infraction. Les personnes morales pourraient également être déclarées responsables pénalement.

> Texte n° 972

Travailler pour un festival de musique concurrent

La participation d'un salarié (qui n'a fait l'objet d'aucun reproche pendant six ans par son employeur), à l'organisation d'un festival de musique concurrent de celui organisé par son employeur, à titre bénévole, en dehors de son temps de travail et pour la durée d'un seul week-end, ne peut pas constituer une faute grave rendant impossible son maintien dans l'entreprise. Le licenciement a été jugé abusif.

> Décision n° 4027

Marques dans les codes source

L'usage d'une marque ou d'un nom patronymique comme "mots-clés" de pages Internet ("méta-tags") est destiné à faciliter l'indexation par les moteurs de recherche d'un texte qui comporterait de tels "mots-clés" dans son contenu et ne saurait donc caractériser un acte de contrefaçon ou de parasitisme ou même d'atteinte au droit au nom (dans la mesure où il n'existe pas de risque de confusion entre les sites).

> Décision n° 4029

Pas de protection de marque pour LEGO

La Cour de justice des communautés européennes a confirmé que la célèbre brique de jeu de Lego ne peut être enregistrée en tant que marque communautaire. En effet, la forme de produit est nécessaire à l'obtention d'un résultat technique (assemblage de pièces entre elles). Pour rappel, en application du règlement relatif à la marque communautaire (1), sont refusés à l'enregistrement les signes constitués exclusivement par la forme du produit nécessaire à l'obtention d'un résultat technique.

(1) Règlement CE n° 40/94 du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire

> Décision n° 4030

Remboursement de la redevance pour copie privée

Saisi d'une question préjudicielle (d'interprétation) sur le droit au remboursement de la redevance pour copie privée, les juges européens de la concurrence ont considéré que l'exigibilité de la redevance à des entreprises et des professionnels qui utilisent les supports de reproduction à des fins autres que la copie privée n'est pas conforme à la directive 2001/29/CE du 22 mai 2001.

Un droit au remboursement de cette redevance doit être accordé aux professionnels si les équipements (CD, DVD ...) ou appareils d'enregistrement (appareils MP3 ...) ne sont pas mis à disposition de personnes physiques en tant qu'utilisateurs privés mais manifestement utilisés à d'autres fins.

A l'heure actuelle, ce droit au remboursement existe mais seuls certains professionnels en bénéficient (article L.311-8 du Code de la propriété intellectuelle) :

1° Les entreprises de communication audiovisuelle ;

2° Les producteurs de phonogrammes ou de vidéogrammes et les personnes qui assurent, pour le compte des producteurs de phonogrammes ou de vidéogrammes, la reproduction de ceux-ci ;

3° Les éditeurs d'œuvres publiées sur des supports numériques ;

4° Certaines personnes morales ou organismes qui utilisent les supports à des fins d'aide aux handicapés visuels ou auditifs.

A la lumière de la décision de la Cour de justice, cette liste pourrait donc s'allonger au bénéfice d'autres professionnels qui apportent la preuve que leur activité de reproduction ne concerne en rien les utilisateurs privés (1).

Au passage, les juges ont validé le système de la redevance pour copie privée qui peut s'appliquer sans ambiguïté aux supports destinés aux personnes physiques susceptibles de réaliser des copies privées (appareils ou supports) même si en pratique, ces personnes n'utilisent pas cette faculté.

(1) "L'application sans distinction de la redevance pour copie privée, notamment à l'égard d'équipements, d'appareils ainsi que de supports de reproduction numérique non mis à la disposition d'utilisateurs privés et manifestement réservés à des usages autres que la réalisation de copies à usage privé, ne s'avère pas conforme à la directive 2001/29."

> Décision n° 4031



Les sociétés qui mettent à la disposition des consommateurs des équipements, d'appareils et de supports de reproduction, ou rendent un service de reproduction restent soumis au paiement de la redevance dès lors qu'ils ont la faculté de répercuter le montant de la redevance sur leurs prix de vente, la charge définitive de la redevance étant en définitive supportée par le consommateur.

Qualité d'auteur et dépôt SACD

Le dépôt à la SACD du manuscrit portant description du concept d'une émission de télé-réalité suffit à prouver la qualité d'auteur. Ce dépôt permet donc aux déposants d'agir en contrefaçon de leurs droits dès lors qu'ils bénéficient de la présomption de titularité des droits d'auteurs sur l'œuvre (en l'absence de toute preuve contraire). Aux juges d'apprécier par la suite, si le concept d'émission est protégeable en raison de son originalité.

> Décision n° 4033

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

- CGV – Prestataire de production numérique
- Charte des scénaristes
- Memorandum of Understanding (counterfeiting)
- Code des usages - Illustrations par dessin
- Licence d'exploitation de Brevet (*)
- Contrat d'audit informatique (*)
- Convention de résidence artistique (*)

(*) Sur abonnement Uplex.fr

Consentement préalable aux Cookies ?

Selon les évolutions technologiques, le paquet télécom (1) fait l'objet d'un réexamen périodique par la Commission européenne. La Directive n°2009/136/CE du 25 novembre 2009 qui doit être transposée au plus tard le 25 mai 2011 (2), opère cette « mise à jour ».

La Directive vise notamment à lutter contre les applications logicielles (en ligne ou hors ligne) qui enregistrent les actions de l'utilisateur de manière clandestine ou corrompent le fonctionnement de son équipement terminal au profit d'un tiers (logiciels espions ou espioniciels), qui constituent une menace grave pour la vie privée des utilisateurs, au même titre que les virus.

A l'heure actuelle, rien n'oblige un prestataire Internet à informer l'internaute de l'implantation d'un cookie. La directive du 25 novembre 2009 n'interdit pas les cookies, qui sont considérés comme une opération de stockage légitime des informations sur l'équipement de l'internaute, mais ce dernier devra les accepter après avoir disposé d'une information claire et complète, notamment sur la finalité de leur implantation. L'accord de l'internaute peut être exprimé par l'utilisation des paramètres appropriés d'un navigateur Internet ou d'une autre application.

Les dérogations à cette obligation du prestataire d'informer le consommateur sont limitées aux situations dans lesquelles le stockage technique de données sur le poste de l'internaute est strictement nécessaire afin d'autoriser légitimement l'utilisation d'un service spécifique explicitement demandé par l'internaute.

Les principes d'accord préalable et de l'information claire et complète de l'internaute seront également étendus aux sollicitations commerciales émises par SMS et MMS.

(1) Cinq directives constituent le cadre réglementaire actuellement applicable aux réseaux et services de communications électroniques : directive 2002/19/CE du 7 mars 2002 relative à l'accès aux réseaux de

communications électroniques et aux ressources associées, ainsi qu'à leur interconnexion (directive «accès») ; la directive 2002/20/CE du 7 mars 2002 relative à l'autorisation de réseaux et de services de communications électroniques (directive «autorisation»), la directive 2002/21/CE du 7 mars 2002 relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et services de communications électroniques (directive «cadre») ; la directive 2002/22/CE du 24 avril 2002 relative au service universel ; la directive 2002/58/CE du 31 juillet 2002 dite « vie privée et communications électroniques ».

(2) Dans sa version du 10 février 2011, le Projet de loi portant diverses dispositions d'adaptation de la législation au droit de l'Union européenne n'opère qu'une transposition partielle de la Directive

> Texte n° 973

Régime juridique du livre numérique

La Commission des affaires culturelles de l'Assemblée nationale a rendu son rapport sur la Proposition de loi sur le prix du livre numérique.

On entend par livre numérique, d'une part, les livres publiés sous format numérique présentant un contenu intellectuel et répondant à un principe de réversibilité (imprimés ou imprimables sans perte significative d'information) mais aussi l'ensemble des livres numériques qui répondront à cette définition (notamment ceux publiés avant l'entrée en vigueur de la proposition de loi).

Par un avis du 18 décembre 2009, l'Autorité de la concurrence s'était prononcée en faveur d'une régulation de ce marché. Ce sera chose faite avec la proposition qui fixe le régime juridique du livre numérique (1) en France et notamment les règles de fixation du prix de vente confiée à l'éditeur, la possibilité de recourir au ventes à primes, l'obligation pour l'éditeur de rémunérer les détaillants, les modes de rémunération de l'auteur et les sanctions pénales en cas de non respect des nouvelles dispositions.

Le futur cadre légal devrait être avalisé par la Commission européenne. En effet, la CJCE a déjà estimé que la protection des livres en tant qu'objets culturels constitue une raison impérieuse d'intérêt général de nature à justifier des mesures restreignant la libre circulation des biens (CJCE, C-531/07, 30 avril 2009, LIBRO).

Sur la question de l'extraterritorialité, en l'état actuel de la proposition de loi, seuls les livres numériques diffusés en France sont assujettis à l'obligation de fixer un prix de vente, l'application de cette obligation à des éditeurs étrangers pose un réel problème sur le terrain du droit de la concurrence.

A titre de mesure de faveur, le Projet de loi de finances pour 2011 a mis en place une TVA à taux réduit de 5,5 % pour le livre numérique, disposition qui sera applicable à compter du 1er janvier 2012.

(1) Il s'agit d'un marché encore émergent, selon le rapport « Les données les plus récentes, publiées en juin 2010, portent sur l'année 2009. 50 éditeurs, sur 299, ont déclaré des revenus totaux de 68 millions d'euros (soit 2,4 % du chiffre d'affaires réalisé en vente de livres papier), dont une partie importante concerne des CD-ROM ou DVD culturels et, probablement, des livres audio. »

> Consulter le Rapport de la Commission des affaires culturelles : <http://www.assemblee-nationale.fr/13/rapports/r3140.asp>

Volume sonore des baladeurs numériques

Depuis le 1er mai 2006, les baladeurs numériques doivent porter certaines mentions obligatoires pour assurer la protection auditive du consommateur. Au sens de l'arrêté du 8 novembre 2005, constitue un baladeur musical tout appareil portatif permettant la reproduction sonore ou la réception radiophonique, ou les deux, au moyen d'un casque ou d'écouteurs diffusant le son aux oreilles de l'utilisateur et que celui-ci peut utiliser en se déplaçant.

La puissance sonore des baladeurs musicaux est limitée par l'article L. 5232-1 du Code de la santé publique : les baladeurs musicaux vendus sur le marché français ne peuvent excéder une puissance sonore maximale de sortie correspondant à une pression acoustique de 100 décibels S.P.L. (Sound Pressure Level) (1)

Les baladeurs doivent porter un message sanitaire précisant que, à pleine puissance, l'écoute prolongée du baladeur peut endommager l'oreille de l'utilisateur. Il s'agit de la mention : " *A pleine puissance, l'écoute prolongée du baladeur peut endommager l'oreille de l'utilisateur* ". Cette dernière est apposée de façon lisible et inamovible, sur une surface libre du corps de l'appareil. Si aucune surface libre n'est supérieure à quatre centimètres carrés, un pictogramme peut être utilisé en remplacement de la mention réglementaire.



L'emballage et la notice de l'appareil portent eux-mêmes ce pictogramme, accompagné de la mention légale.

Les baladeurs musicaux qui ne sont pas conformes à ces exigences ne peuvent être commercialisés en France et peuvent donc faire l'objet d'une saisie en douane. Pour garantir la sécurité juridique des revendeurs, une déclaration de conformité doit être présentée aux autorités chargées du contrôle (DGCCRF ...). Elle est établie et signée par le fabricant ou l'importateur ou, à défaut, par la personne responsable de la mise sur le marché. Cette déclaration contient notamment le nom et l'adresse du signataire, la marque commerciale et le type du baladeur et une description générale de celui-ci, complétée par des indications techniques précisant les moyens qui permettent le respect de ces exigences.

Le message sanitaire est particulièrement étendu puisque, le responsable de la mise sur le marché du baladeur doit indiquer dans la notice (et éventuellement par tout autre moyen approprié : site Internet ...), les informations suivantes :

1° Les risques encourus par l'utilisateur et la meilleure façon de les éviter ;

2° Des modèles ou gammes de casques ou d'écouteurs requis pour garantir le respect de la puissance sonore maximale autorisée.

Par exception, est autorisée, la mise sur le marché de baladeurs musicaux conformes aux normes ou aux spécifications techniques ou aux procédés de fabrication d'un autre Etat membre de la Communauté, ou partie à l'Accord sur l'Espace économique européen ou de la Turquie, dès lors qu'ils assurent un niveau de sécurité et d'information du consommateur équivalant à celui garanti par le droit français.

A noter qu'en matière d'écoute sonore abusive, une campagne de sensibilisation a été menée en septembre 2008 par l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (INPES).

(1) Voir aussi pour les puissances limites, les normes NF EN 50332-1 (septembre 2000) pour les équipements complets à la pression maximale est de 90 décibels et NF EN 50332-2 (décembre 2003) pour les équipements avec écouteurs provenant de différents fabricants à la pression maximale est de 94 décibels. La tension de sortie maximale du lecteur doit être inférieure ou égale à 150 millivolts (mv) .

Doits d'auteur ou autorisation de tournage ?

Lorsqu'une autorisation de tournage est délivrée par les responsables d'un monument, édifice, musée ou autre lieu public ou privé, il convient de bien distinguer la redevance d'occupation du lieu, des droits d'auteur.

Pour éviter tout contentieux, les autorisations concédées doivent organiser une facturation séparée et faire mention des éventuels droits d'auteur applicables. A ce titre, les autorisations délivrées par la préfecture de police ne couvre que l'occupation du domaine public et non les éventuels droits d'auteur.

Pour les monuments historiques dont l'image est « tombée » dans le domaine public, les droits de reproduction de l'architecte ne sont pas dus mais l'exploitant des lieux peut demander une redevance d'occupation. Cette dernière correspond aux prestations de type : placement d'une caméra sur pied, présence d'une équipe, aménagement du lieu, privatisation, éclairage ...

De nombreux monuments et lieux restent soumis au paiement de droits d'auteur, en particulier les monuments contemporains. Un cumul de droits d'auteur est alors possible (droits de l'architecte, droits du designer ...).

On gardera également à l'esprit que les droits d'auteur ne sont pas dus lorsque l'image de l'œuvre est reproduite dans un cadre global incluant le domaine public (l'œuvre n'étant pas le sujet central mais une composante du domaine public).

Légalité des sites d'escorts girls

Le journal Nice matin, dans son édition du 28 janvier 2011, annonce qu'un Niçois, soupçonné de gérer un site Internet d'escort-girls, sera prochainement jugé pour proxénétisme aggravé (1 600 filles du monde entier étaient référencées sur son site). Le site permettait notamment la notation de la prestation par les clients.

Il a déjà été jugé à plusieurs reprises, entre autres, par la Cour de cassation, que les directeurs de publication de presse imprimée ou électronique ainsi que les Webmasters encourent directement le délit de proxénétisme aggravé pour création, mise en ligne et promotion de site proposant des prestations sexuelles.

La personne physique ou morale qui offre une prestation technique de création, développement ou promotion de site Internet en vue de proposer des services de prestations sexuelles (faites par des tiers), s'expose au délit de proxénétisme aggravé. Le proxénétisme aggravé a été particulièrement adapté à l'utilisation des réseaux de communication électronique (proxénétisme par la diffusion de messages à destination d'un public non déterminé, par la voie d'un réseau de télécommunications).

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

- L'offre publicitaire de prestations sexuelles
- La Convention de reclassement personnalisé
- Les délégués du personnel
- Discipline et sanctions en entreprise
- La Déclaration de Prestataire de formation
- Définition du journaliste professionnel



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