

p. 14 Contrats du mois avec Uplex.fr



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

- Contrat de consultant informatique
- Formulaire de demande d'ISSN
- Contrat de Franchise (*)
- Contrat de traduction (*)
- Cahier des charges – Sondages d'opinion (*)
- Délégation de paiement (*)

p. 15 Questions du mois

- Télésurveillance du salarié
- Usage du courrier électronique par les syndicats
- Revente en ligne de billets de spectacles
- L'assurance couvre t'elle le délit de contrefaçon?
- Droits des architectes

p. 18 Fiches juridiques (Guide en ligne)

- La publicité en faveur des produits de l'alcool
- La publicité des prestations sexuelles
- La publicité en faveur des sites Internet
- Les PV de réception (informatique)
- Réaliser un Panorama de presse électronique

p. 2 Communication électronique

- Marque française sur les sites Internet étrangers
- Conseillers commerciaux des opérateurs
- Panne d'un ordinateur, la garantie légale s'applique
- Diffamation sur le Site du COSAL
- Responsabilité des forums de discussion
- Saisie conservatoire et adresse IP
- Pseudonyme des revendeurs en ligne
- Renforcement du dispositif légal sur les paris en ligne
- Délinquance sexuelle sur Internet
- Annulation d'une sanction contre France Télécom

p. 5 Audiovisuel & Cinéma

- Nature du film d'animation
- Contrefaçon de films d'animation
- Reproduction de scènes de films
- Affaire Charles Enderlin
- Paiement des droits sur un Film
- Film dans le domaine public
- Rétrocession de droits DVD
- Travail sur un scénario
- Abus des CDD d'usage

p. 8 Publicité / Presse / Image

- Editeur de catalogue publicitaire
- Obligations des agences de publicité
- QPC non recevable sur la publicité du tabac
- Commande de reportage photographique
- Photographie et droit à l'information
- Titulaire des droits sur une photographie
- Obligations des agences photo
- Contrefaçon d'un article du Monde.fr
- Diffamation dans les pièces judiciaires
- Base de données d'articles de presse
- Protection des interviews de presse

p. 11 Prop. Intellectuelle / Spectacle vivant

- Protection du savoir faire d'une société
- Marque trompeuse donc nulle
- Protection des personnages animés
- Affaire Autoliberté c/ Autolib'
- ELLE, une marque notoire
- Concurrence déloyale et parasitisme
- Importance de l'accord de confidentialité
- Marque générique

Marque française sur les sites Internet étrangers

Une société française titulaire d'une marque française n'a pas la faculté de poursuivre en contrefaçon, en France, une société étrangère pour l'usage de sa marque sur un site Internet si ledit site ne présente pas de lien suffisant avec le public français.

Dans l'affaire soumise, si le site en question était un site Internet canadien rédigé en plusieurs langues dont le français (qui est la langue officielle au Québec pays du siège social du contrefacteur), le site ne visait pas à faire usage auprès du public de France de la marque contrefaite.

> Décision n° 4946

Conseillers commerciaux des opérateurs

Le changement du mode de calcul de la commission des commerciaux recrutés par des opérateurs de communication électronique doit être accepté par ces derniers car ce point constitue une modification unilatérale du contrat de travail des salariés.

La démission du salarié suite à cette modification unilatérale du contrat de travail par l'employeur doit être qualifiée de prise d'acte. La prise d'acte si elle n'est pas suivie de l'acceptation des nouvelles conditions par le salarié, doit produire les effets d'un licenciement sans cause réelle et sérieuse.

> Décision n° 4947

Panne d'un ordinateur, la garantie légale s'applique

Un ordinateur qui tombe en panne plus d'un an après sa date d'achat, est-il toujours couvert par la garantie légale ? Oui selon la Cour de cassation. Dans l'affaire soumise, M. X... a acquis le 20 septembre 2008 un ordinateur portable auprès de la société Boulanger.

L'appareil étant tombé en panne le 10 novembre 2009, l'acquéreur a poursuivi la résolution de la vente sur le fondement de la garantie des vices cachés. L'acheteur a obtenu gain de cause tant devant la juridiction de proximité que la Cour de cassation.

L'ordinateur était tombé en panne moins de quatorze mois après son achat, en raison d'une défectuosité de la carte mère le rendant inutilisable. Aucune cause externe à l'appareil ne permettant d'expliquer le dommage, également rencontré par d'autres utilisateurs de la marque, les juges ont, sans inverser la charge de la preuve, légalement justifié leur décision.

> Décision n° 4948

Diffamation sur le Site du COSAL

A la suite de la publication d'un article sur le site Internet du syndicat d'avocats dénommé Contre ordre syndical des avocats libres (COSAL) ont été publiés deux articles imputant notamment à certains anciens bâtonniers des remises de pénalités concernant des retards de paiements dans leurs cotisations retraite.

Les juges d'appel ont retenu la bonne foi à l'auteur de l'article mais sans caractériser la réunion de tous les éléments constitutifs de l'excuse de bonne foi, la décision a donc été censurée par la Cour de cassation.

> Décision n° 4949

Responsabilité des forums de discussion

L'article 93-3 de la loi du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle prévoit en son alinéa 5, ajouté par la loi du 12 juin 2009 que *"Lorsque l'infraction résulte du contenu d'un message adressé par un internaute à un service de communication au public en ligne et mis par ce service à la disposition du public dans un espace de contributions personnelles identifié comme tel, le directeur ou le codirecteur de publication ne peut pas voir sa responsabilité pénale engagée comme auteur principal s'il est établi qu'il n'avait pas effectivement connaissance du message avant sa mise en ligne ou si, dès le moment où il en a eu connaissance, il a agi promptement pour retirer ce message."*

Dès lors que le directeur de publication d'un site Internet éditant un forum a retiré des contenus litigieux sept jours après en avoir eu connaissance par la réception d'une mise en demeure, il peut être considéré qu'il a bien agi promptement au sens des dispositions légales.

> Décision n° 4951

Saisie conservatoire et adresse IP

Le juge de l'exécution (JEX) d'un TGI peut autoriser une société à pratiquer une saisie conservatoire sur le compte bancaire du titulaire d'une adresse IP à l'origine de faits de contrefaçon.

La mesure conservatoire peut aussi être autorisée sur le compte bancaire du titulaire de la ligne téléphonique à partir de laquelle le vendeur poursuivi pour contrefaçon a joint l'acheteur (le titulaire de la marque se faisant passer pour un acheteur). De façon générale, le JEX peut ordonner toute mesure utile dès lors qu'il estime la créance fondée en son principe.

> Décision n° 4952

Pseudonyme des revendeurs en ligne

Les vendeurs sur les plateformes d'enchères ne s'exposent pas à une condamnation pour contrefaçon de marque lorsqu'ils utilisent une déclinaison d'une marque protégée pour choisir leur pseudonyme (exemple SWAROKID / SWAROVSKI).

Dans l'affaire soumise, le pseudonyme était utilisé pour désigner sur un site (dont le but est la vente de produits entre particuliers) un vendeur, personne physique, il n'est donc pas utilisé à titre de marque pour désigner l'origine des produits, de sorte qu'aucune contrefaçon de marque n'est constituée.

> Décision n° 4953

Renforcement du dispositif légal sur les paris en ligne

Une proposition de loi visant à renforcer l'éthique du sport et les droits des sportifs est en cours de discussion au Parlement. Dans sa dernière version, le texte reprend les propositions formulées par le Président de

l'ARJEL, Aurélie Filippetti et Jean-François Lamour, au cours de l'élaboration du rapport d'application de la loi n° 2010-476 du 12 mai 2010 relative à l'ouverture à la concurrence et à la régulation du secteur des jeux d'argent et de hasard en ligne. Les nouvelles dispositions :

– imposent aux fédérations sportives délégataires et aux organisateurs de manifestations sportives d'édicter des règles interdisant à tout acteur d'une compétition sportive de réaliser des prestations de pronostics sportifs sur cette compétition lorsqu'il est contractuellement lié à un opérateur de paris en ligne, de détenir une participation au sein d'un opérateur de paris en ligne sur sa discipline et d'engager des mises sur des paris sur cette compétition ou de communiquer à des tiers des informations privilégiées la concernant;

– facilitent le contrôle par les fédérations sportives des interdictions faites aux acteurs des compétitions qu'elles organisent en matière de paris en ligne, en leur donnant un accès encadré aux données de l'ARJEL ;

– pénalisent les manipulations de compétitions sportives à travers l'instauration d'un délit de corruption sportive lié aux manifestations sportives faisant l'objet de paris, applicable aussi bien au corrupteur qu'au corrompu (les peines encourues seront une durée d'emprisonnement de cinq ans et une amende de 75 000 euros.

Délinquance sexuelle sur Internet

S'expose à la révocation de sa peine avec sursis avec mise à l'épreuve (peine de trois ans d'emprisonnement), le délinquant sexuel qui n'a pas respecté ses obligations, notamment de soins, en se soumettant à un groupe de parole, tout en se faisant passer pour une mineure de 12 ans dans des conversations à caractère sexuel sur internet.

Aux termes de l'article 742 du code de procédure pénale, lorsque le condamné ne se soumet pas aux mesures de contrôle ou aux obligations particulières lorsqu'il a commis une infraction suivie d'une condamnation à l'occasion de laquelle la révocation du sursis n'a pas été prononcée, le juge de l'application

des peines (JAP) peut, d'office ou sur réquisitions du parquet, ordonner, par jugement motivé, la prolongation du délai d'épreuve.

Le JAP peut aussi, dans les conditions prévues aux articles 132-49 à 132-51 du code pénal, révoquer en totalité ou en partie le sursis.

> Décision n° 4954

Annulation d'une sanction contre France Télécom

La Cour de cassation a confirmé l'arrêt du 27 janvier 2011 de la Cour d'appel de Paris, ayant ordonné le remboursement du montant de la sanction, soit 18 millions d'euros, infligée à France Télécom.

Si France Télécom Mobile était seule en charge de la fixation de la terminaison d'appels GSM de France Télécom et des tarifs de détail fixes vers mobiles GSM de France Télécom, la structure tarifaire du groupe France Télécom ne résultait pas nécessairement d'une coordination entre ses branches de téléphonie fixe et mobile mais pouvait avoir été déterminée par la seule entité France Télécom Mobile poursuivant un objectif autre que celui de la limitation de la concurrence entre opérateurs de téléphonie fixe. Il n'était en conséquence pas établi que cette structure tarifaire constituait un ciseau tarifaire à objet anticoncurrentiel.

> Décision n° 4956

Nature du film d'animation

Un court film d'animation a la nature d'œuvre audiovisuelle. Aux termes de l'article L113-7 du Code de la propriété intellectuelle, ont la qualité d'auteur d'une œuvre audiovisuelle la ou les personnes physiques qui réalisent la création intellectuelle de cette œuvre. Sont présumés sauf preuve contraire, coauteurs d'une œuvre audiovisuelle réalisée en collaboration (et ont donc droit à une rémunération proportionnelle sur l'exploitation de l'œuvre) :

1. L'auteur du scénario,
2. L'auteur de l'adaptation,
3. L'auteur du texte parlé,
4. L'auteur des compositions musicales avec ou sans paroles spécialement réalisées pour l'œuvre,
5. Le réalisateur.

Par ailleurs, il est de principe que les coauteurs, dont la contribution respective de chacun ne peut être séparée, doivent agir ensemble pour la défense des droits patrimoniaux sur l'œuvre de collaboration (impliquer tous les coauteurs dans l'action contentieuse). Selon l'article L113-2 du Code de la propriété intellectuelle, l'œuvre de collaboration est l'œuvre à la création de laquelle plusieurs personnes physiques ont concouru, la propriété de cette œuvre étant commune aux coauteurs.

> Décision n° 4966

Contrefaçon de films d'animation

Les auteurs d'un film d'animation ne peuvent s'approprier l'idée, qui n'est pas protégeable, d'une séquence mettant en scène une personne âgée qui regarde assise dans un fauteuil des éléments du passé. De façon générale, les idées sont de libre parcours et ne sont pas protégeables par le droit d'auteur.

> Décision n° 4958

Reproduction de scènes de films

La reproduction de photographies représentant des scènes d'un film sans l'autorisation du producteur constitue une contrefaçon. Pour être licite cette reproduction nécessite l'autorisation préalable du producteur cessionnaire de l'ensemble des droits patrimoniaux d'auteur attachés à l'œuvre audiovisuelle (cela peu importe le caractère public de la scène représentée). A défaut d'autorisation, ladite reproduction porte atteinte aux droits privatifs du producteur et constitue un acte de contrefaçon.

Cette solution adoptée par les juges résulte de la combinaison des dispositions suivantes du Code de la propriété intellectuelle i) l'article L 122-1 qui pose que "le droit d'exploitation appartenant à l'auteur comprend le droit de représentation et le droit de reproduction. Le droit de représentation est défini par l'article L 122-2 du code de la propriété intellectuelle comme la communication de l'œuvre au public par un procédé quelconque.

Le droit de reproduction consiste quant à lui, selon l'article L 122-3 du Code de la propriété intellectuelle, dans la fixation matérielle de l'œuvre par tous procédés, qui permettent de la communiquer au public d'une manière indirecte. ii) l'article L 122-4 du Code de la propriété intellectuelle qui dispose que "*toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite. Il en est de même pour la traduction ou l'adaptation ou la transformation, l'arrangement ou la reproduction par un art ou un procédé quelconque*".

iii) l'article L 335-3 du code de la propriété intellectuelle qui précise "*est un délit de contrefaçon toute reproduction, représentation ou diffusion par quelque moyen que ce soit, d'une œuvre de l'esprit en violation des droits de l'auteur tels qu'ils sont définis et réglementés par la loi*".

> Décision n° 4959

Affaire Charles Enderlin

La chaîne de télévision France 2 a diffusé un reportage, commenté par M. X., correspondant permanent de la chaîne au Proche-Orient, et consacré aux affrontements entre Palestiniens et Israéliens dans la bande de Gaza, reportage au cours duquel on pouvait voir un Palestinien tentant de protéger son enfant de tirs qui, selon le commentateur, provenaient de positions israéliennes et blessèrent mortellement cet enfant. M. Y. directeur d'une agence de notation des médias, a diffusé sur son site internet et par voie électronique respectivement un article et un communiqué de presse intitulés " *France 2 : Mme Arlette Z. et M. Charles X. doivent être démis de leurs fonctions immédiatement* ", accusant ces derniers d'avoir diffusé un " faux reportage, une pure fiction comportant, en première partie, une série de scènes jouées ".

M. Y a été poursuivi pour diffamation et condamné en appel.

Saisie de l'affaire, la Cour de cassation, a censuré cette décision pour une question de procédure : en matière de diffamation, si le prévenu peut démontrer sa bonne foi par l'existence de circonstances particulières, c'est à lui seul qu'incombe cette preuve, sans que les juges aient le pouvoir de provoquer, compléter ou parfaire l'établissement de cette preuve. En conséquence, les juges ne pouvaient ordonner communication, par la société France 2, des " rushes " du film incorporant les scènes litigieuses.

> Décision n° 4960

Paiement des droits sur un Film

La résiliation d'un contrat de cession de droits en cas d'absence de paiement du prix n'est jamais automatique en l'absence de stipulation contractuelle en ce sens. En l'absence de clause de résiliation, le cédant doit recourir à une résiliation judiciaire.

La seule mention dans le courrier adressé au cessionnaire que le cédant "annule" l'accord alors que le contrat ne prévoit aucune résiliation de plein droit, n'a pas pour conséquence de mettre fin au contrat.

En conséquence, le défaut d'exécution résultant de l'absence de paiement de l'intégralité du prix n'a pas eu pour conséquence de mettre un terme aux relations contractuelles entre les parties, le cédant reste titulaire des droits d'exploitation sur l'œuvre audiovisuelle en cause.

> Décision n° 4961

Film dans le domaine public

La grande majorité des films muets en noir et blanc est tombée dans le domaine public, ces films peuvent donc être librement exploités à titre autonome ou intégrés à des œuvres secondes.

Dans cette affaire, il a été jugé que les films sont tombés dans le domaine public pouvaient être librement reproduits et exploités, et ce sans aucune autorisation de la société S.

> Décision n° 4962

Rétrocession de droits DVD

Une fois que le producteur d'une œuvre audiovisuelle a autorisé, conformément à l'article L 215-1 du Code de la propriété intellectuelle, la reproduction et la mise à disposition de son oeuvre sous forme de vidéogramme, et en l'absence dans ce contrat de cession d'une clause *intuitu personae* et d'interdiction de procéder à une nouvelle cession des droits, le cessionnaire est en droit de rétrocéder tout ou partie de ses droits à un tiers.

Au sens de l'article L 215-1 du Code de la propriété intellectuelle, le producteur est également producteur de vidéogrammes s'il a eu l'initiative et la responsabilité de la première fixation d'une séquence d'images sonorisée ou non. L'autorisation du producteur de vidéogrammes est requise avant toute reproduction, mise à la disposition du public par la vente, l'échange ou le louage, ou communication au public de son vidéogramme.

Les droits du producteur de vidéogramme, les droits d'auteur et les droits des artistes-interprètes sur l'oeuvre fixée sur le vidéogramme ne peuvent faire l'objet de cessions séparées.

> Décision n° 4963

Travail sur un scénario

Un scénariste qui voit le travail auquel il a œuvré exploité par son partenaire producteur / réalisateur sans son autorisation, est en droit de le poursuivre en cessation des actes de contrefaçon, indemnisation pour rupture abusive de pourparlers et atteinte portée à ses droits d'auteur.

Toutefois, aucune rupture contractuelle abusive ne peut être retenue si les parties n'étaient pas d'accord sur la chose et le prix (rémunération de l'auteur).

> Décision n° 4964

Abus des CDD d'usage

La Cour de justice de l'Union européenne a donné une position intéressante et souple sur le recours aux Contrats de travail à durée déterminée justifiés par des remplacements de salariés.

Le seul fait qu'un employeur soit obligé de recourir à des remplacements temporaires de manière récurrente, voire permanente, et que ces remplacements puissent également être couverts par l'embauche de salariés en vertu de contrats de travail à durée indéterminée n'implique pas l'absence d'une telle raison objective ni l'existence d'un abus. En effet, le fait d'exiger automatiquement la conclusion de contrats à durée indéterminée – lorsque la taille de l'entreprise ou de l'entité concernée et la composition de son personnel impliquent que l'employeur est confronté à un besoin récurrent ou permanent en personnel de remplacement – irait au-delà des objectifs poursuivis par l'accord-cadre des partenaires sociaux européens mis en oeuvre par le droit de l'Union (1) et méconnaîtrait ainsi la marge d'appréciation laissée aux États membres et aux partenaires sociaux.

Lors de l'appréciation, dans un cas particulier, de la question de savoir si le renouvellement d'un contrat à durée déterminée est justifié par une raison objective, telle que le besoin temporaire de personnel de remplacement, les autorités nationales doivent prendre en compte toutes les circonstances de ce cas particulier, y compris le nombre et la durée cumulée des contrats à durée déterminée conclus dans le passé avec le même employeur (Source : Curia.eu).

(1) Directive 1999/70/CE du Conseil, du 28 juin 1999 qui vise à mettre en oeuvre l'accord-cadre sur le travail à durée déterminée, conclu entre les organisations interprofessionnelles à vocation générale

> Décision n° 4965

> Texte n° 1011

Editeur de catalogue publicitaire

L'éditeur d'un catalogue publicitaire incluant des photographies communiquées par des annonceurs, doit être autorisé par le photographe à utiliser les photographies en cause. L'éditeur n'est pas fondé à prétendre qu'il n'est pas responsable de la destination des photographies qui lui sont transmises par les annonceurs ou sociétés dont il assure la promotion dans son catalogue.

Il appartient à l'éditeur de s'assurer que les photographies qu'il utilise dans son catalogue, sont libres de droits. En cas de litige, l'éditeur doit répondre de l'utilisation fautive desdites photographies, sauf à appeler en garantie, si elle l'estime opportun, ceux qui lui ont fourni les photographies (15.000 euros de dommages et intérêts).

> Décision n° 4967

Obligations des agences de publicité

Les agences de publicité ne sont par défaut, soumises à aucune obligation d'exclusivité vis-à-vis de leurs clients. Il ne peut donc être reproché à une agence de publicité, activité dans le cadre de laquelle elle développe des sites internet de commerce électronique, d'avoir signé un marché de prestation de service pour la création d'un logo, d'un site catalogue e-commerce et l'hébergement d'un site avec une entreprise ayant une activité concurrente de l'un de ses clients existants (activité de distribution de couches pour bébé).

Par ailleurs, le seul fait que le gérant de l'agence de publicité et le gérant de la société ayant commandé le site « concurrent » entretiennent des relations d'amitié ainsi que des relations commerciales ne peut suffire à caractériser un acte de concurrence déloyale ou de parasitisme au préjudice du client de l'agence de publicité.

> Décision n° 4968

QPC non recevable sur la publicité du tabac

La question de savoir si l'article L. 3511- 3 du code de la santé publique porte atteinte à la liberté d'expression, ne revêt pas un caractère sérieux dès lors que cet article ne méconnaît pas à l'évidence le principe d'égalité et le droit à la liberté d'expression que la Constitution garantit.

Le principe d'interdiction de la publicité en faveur du tabac et les exceptions strictes qu'il comporte et qui règlent chacune des situations différentes, répondent, sans disproportion, à des raisons d'intérêt général tenant à l'objectif de protection de la santé publique.

> Décision n° 4969

Commande de reportage photographique

La commande d'un reportage photographique à un photographe, en l'absence de contrat, n'emporte pas cession des droits de reproduction mais uniquement un droit d'usage et de divulgation dans le cercle privé. Ce principe s'applique également lorsqu'il s'agit du mariage de personnes publiques ou de stars.

Si les personnes publiques peuvent se prévaloir de leur droit à l'image concernant les photographies qui ont été prises dans le cadre d'un contrat de commande de photographies destinées à constituer le témoignage souvenir d'une cérémonie particulièrement importante dans leur vie personnelle, il n'en demeure pas moins que ce droit à l'image ne peut être considéré comme prépondérant au regard des droits propres conservés par le photographe sur son oeuvre dès lors qu'elle revêt un caractère original et qu'il n'a procédé à la cession d'aucun droit de diffusion de celle-ci. L'existence d'un accord verbal voire tacite du photographe pour permettre la diffusion de ses œuvres dans la presse spécialisée ne peut se déduire de témoignages.

> Décision n° 4970

Photographie et droit à l'information

L'article L. 122-4 du code de la propriété intellectuelle dispose que toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle d'une œuvre (et notamment d'une photographie originale) faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droits ou ayant cause est illicite.

Par exception, l'article L.122-5 9° du code de la propriété intellectuelle dispose l'auteur ne peut interdire, lorsque l'oeuvre a été divulguée "la reproduction ou la représentation, intégrale ou partielle, d'une œuvre d'art graphique, plastique ou architecturale, par voie de presse écrite, audiovisuelle ou en ligne, dans un but exclusif d'information immédiate et en relation directe avec cette dernière, sous réserve d'indiquer clairement le nom de l'auteur.

Cette exception est rarement reconnue par les juges. En premier lieu, elle n'est pas applicable aux oeuvres, notamment photographiques ou d'illustrations, qui visent elles-mêmes à rendre compte de l'information et en second lieu, il est impératif que la reproduction des photographies pour bénéficier de l'exception légale, doit être en lien direct et immédiat avec une réelle actualité (caractère quasi instantané de l'évènement). La sortie d'un livre sur un évènement d'actualité passé, n'est pas considérée comme une actualité.

> Décision n° 4971

Titulaire des droits sur une photographie

Conformément aux dispositions de l'article L113-1 du Code de la Propriété Intellectuelle, la qualité d'auteur appartient, sauf preuve contraire, à celui ou à ceux sous le nom de qui l'oeuvre est divulguée. Une société qui se prévaut de la titularité des droits sur des photographies, doit démontrer qu'elle est à l'origine de la réalisation desdites photographies (commanditaire) si aucun élément ne permet d'établir que les photographies ont été divulguées sous sa dénomination sociale (présence d'un copyright par exemple).

> Décision n° 4972

Obligations des agences photo

En sa qualité de professionnelle, une agence photo engage sa responsabilité lorsqu'elle diffuse des photographies dans la presse en contre partie de rémunérations, sans vérifier si ces photographies sont libres de droit de diffusion. Dans cette affaire, l'agence STARFACE s'est vue condamnée in solidum avec les personnes qui lui ont communiqué des photographies sans cession de droits du photographe, au paiement de la somme de 15 000 € à titre de dommages et intérêts.

> Décision n° 4973

Contrefaçon d'un article du Monde.fr

La reproduction non autorisée d'un article du Monde.fr sur un site italien (site du journal IL Foglio non diffusé en France au moment des faits), accessible à partir de l'adresse www.illfoglio.it et exclusivement rédigé en langue italienne, vise le public italien et n'emporte pas compétence du juge français. C'est à tort que les juges du fond ont déclaré la loi française était applicable aux motifs que l'une des victimes, le journal Le Monde, est de nationalité française (1).

En application de l'article 5 § 2 de la Convention de Berne du 9 septembre 1886 et des articles L. 335-2 et suivants du code de la propriété intellectuelle, d'une part, la protection due à tout auteur d'un pays unioniste est exclusivement dévolue à la législation du pays où elle est réclamée (cette dernière désignant la loi de l'Etat sur le territoire duquel se sont produits les agissements délictueux et non celle du pays où le dommage a été subi) et d'autre part, la perpétration de la contrefaçon sur le territoire de la République (en l'occurrence italienne) est un élément constitutif de l'infraction.

(1) Il ressort de l'article 113-7 du code pénal que la loi pénale française est applicable à tout crime, ainsi qu'à tout délit puni d'emprisonnement, commis par un Français ou par un étranger hors du territoire de la République lorsque la victime est de nationalité française au moment de l'infraction.

> Décision n° 4974

Diffamation dans les pièces judiciaires

En vertu de l'article 41 de la loi du 29 juillet 1881, ne peuvent donner lieu à une action en diffamation, injure ou outrage, ni le compte rendu fidèle fait de bonne foi des débats judiciaires, ni les discours prononcés ou les écrits produits devant les tribunaux. Les juges peuvent néanmoins prononcer la suppression des discours injurieux, outrageants ou diffamatoires, et éventuellement prononcer des dommages et intérêts contre la partie fautive.

Ce droit à suppression de passage diffamatoire ne s'applique pas lorsque la partie poursuivie ne fait que reprendre avec objectivité des éléments d'information divulgués par la presse.

> Décision n° 4975

Base de données d'articles de presse

Au titre de l'article L.341-1 du Code de la propriété intellectuelle, le producteur d'une base de données est la personne qui prend l'initiative et le risque des investissements correspondants. Il bénéficie d'une protection du contenu de sa base lorsque la constitution, la vérification ou la présentation de celle-ci atteste d'un investissement financier, matériel ou humain substantiel. Cette protection se cumule avec celle résultant du droit d'auteur ou d'un autre droit sur la base de données ou un de ses éléments constitutifs.

Pour bénéficier de la protection légale, le producteur de la base de données doit établir la réalité d'un investissement substantiel, apprécié de manière quantitative et/ou qualitative, soit dans l'obtention, soit dans la constitution, soit dans la vérification, soit dans la présentation du contenu de la base. Il s'agit de démontrer la réalité de l'investissement consacré à la constitution de ladite base.

Concernant la preuve de cet investissement, la communication de liasses fiscales indiquant le chiffre d'affaires et la masse salariale du producteur de la base de données n'est pas suffisante dans la mesure où ces documents ne détaillent pas les éventuels investissements effectués pour la constitution, la vérification ou la présentation des bases de données.

> Décision n° 4976

Protection des interviews de presse

Une interview de presse imprimée peut être protégée par le droit d'auteur dès lors que le journaliste lui donne une forme personnelle par le choix et l'agencement des questions. Le seul fait qu'il s'agisse du compte-rendu d'un entretien ne peut suffire à exclure la qualité d'auteur.

> Décision n° 4977

Protection du savoir faire d'une société

En application du principe fondamental de la liberté du commerce, le créateur d'une société et salarié non lié à son ancien employeur par une clause de non concurrence, est libre de créer une entreprise concurrente et de proposer au public des produits et services similaires à ceux de son ancien employeur dès lors qu'il ne s'approprie pas des informations confidentielles ou un savoir faire personnel appartenant à ce dernier.

En l'espèce, le salarié était en droit de commercialiser un produit similaire à celui de son ancien employeur, de contacter la même attachée de presse, de s'adresser au même laboratoire pour la fabrication de produits similaires, et d'utiliser une terminologie, un argumentaire et une présentation de ses documents commerciaux proches de ceux de son ancien employeur.

> Décision n° 4978

Marque trompeuse donc nulle

Les marques « Le cirque de Moscou sur glace », « Les jeunes prodiges du cirque de Moscou », « Les Étoiles du cirque de Moscou » sont nulles car induisent en erreur le consommateur, dans la mesure où elles n'émanent pas du cirque de Moscou.

L'article L.711-3 du code de la propriété intellectuelle dispose que « Ne peut être adopté comme marque ou élément de marque un signe : [...] c) De nature à tromper le public, notamment sur la nature, la qualité ou la provenance géographique du produit ou service ».

En l'occurrence, la réputation du Cirque de Moscou est établie de longue date, comporte un grand nombre d'artistes qui donnent une multitude de spectacles soit par le moyen d'une vingtaine de cirques itinérants, soit sur scène dans une cinquantaine de salles et touchent ainsi plusieurs millions de spectateurs chaque année dans les États de l'ancienne URSS. Le Cirque de Moscou s'inscrit dans une longue tradition du cirque russe et que le Cirque d'État a été déclaré « héritage culturel » en 1992 par décision gouvernementale au même titre que le

Théâtre Bolchoï (la première école de cirque au monde a été créée à Moscou en 1926).

Il en résulte que, depuis de nombreuses années, le public français normalement informé et raisonnablement attentif au domaine des spectacles de cirque connaît la tradition et la réputation d'excellence des artistes et des spectacles de cirque russes et spécialement moscovites.

Le choix du déposant fautif de décliner sous forme de marque des expressions incluant le signe « cirque de Moscou » pour désigner des spectacles de cirque, ne peut être regardé comme arbitraire ou le fruit d'un hasard. De toute évidence, ce choix a été dicté par le souci de créer dans l'esprit du public l'idée confuse que les spectacles identifiés par cette marque ont un rapport avec les artistes qui s'illustrent régulièrement au festival international du cirque de Monte-Carlo sous les couleurs du Cirque d'État de Moscou ou avec le Cirque d'État de Moscou lui-même, alors qu'un tel rapport est en fait inexistant.

> Décision n° 4979

Protection des personnages animés

La reprise de personnages animés, leurs déclinaisons, variantes et produits dérivés, ainsi que leur exploitation sous un autre support par un tiers non autorisé, constituent des actes de contrefaçon. Les personnages d'animation sont protégés par le droit d'auteur et éventuellement par le droit des marques en cas de dépôt du nom des personnages.

Dans ce contentieux, ont été jugés contrefaisants, l'exploitation indue sur un site Internet, du chien et du koala dénommés "Boowa & Kwala".

> Décision n° 4980

Affaire Autoliberté c/ Autolib'

Il est acquis qu'une marque est descriptive lorsqu'elle indique une caractéristique du produit ou du service qu'elle désigne, notamment sa qualité et sa destination. La marque descriptive peut être déclarée nulle. Il convient, pour l'appréciation de la distinctivité de la marque, de la prendre en considération dans sa globalité.

Dans cette affaire, la nullité des marques française et communautaire "AUTOLIBERTE" a été déclarée. En effet, le signe AUTOLIBERTE décrit à la fois la qualité et la destination du service proposé, à savoir la location de véhicules automobiles à des conditions avantageuses en termes de liberté de choix comme de mouvement pour l'utilisateur. Il est établi que la voiture est étroitement associée à l'idée de liberté de mouvement ainsi qu'il résulte des nombreux services de location qui utilisent le terme liberté dans leur dénomination tels que « Car Liberté », « Cartes Liberté », « Louée soit la liberté », "Location automobile ... Le terme de liberté associé à la voiture, dans l'acception qui est la sienne auprès du grand public, décrit l'avantage que procure la location d'un véhicule qui est proposée selon des formules de plus ou moins courte durée, à la fois souples et modulables.

D'une façon plus générale, l'idée de liberté est liée de longue date à la voiture ainsi qu'il ressort par exemple d'autres marques telles que "Renault, signe de liberté", "Ford, la découverte en toute liberté" , "Passeport Liberté" (Volkswagen France) ou encore "Liber-T" (Association des sociétés françaises d'Autoroutes"). Il en résulte que l'usage du terme liberté est habituel pour symboliser le confort qu'apporte l'automobile et que le consommateur en perçoit immédiatement le sens en relation avec le service couvert par le signe "AUTOLIBERTE", celui de la location de voiture dont il désigne la caractéristique objective principale que constitue la faculté pour l'utilisateur de se procurer sans contrainte un véhicule selon différentes options conformes à ses besoins. Le mot de liberté se réfère dans le signe précité non pas à un concept philosophique abstrait mais simplement à la notion de mouvement et de déplacement sans entrave, qui est la fonction même d'un véhicule et la vocation essentielle d'un service de location de voitures.

> Décision n° 4981

ELLE, une marque notoire

M. X a déposé la marque « Elle d'élissa » pour désigner un parfum. La marque communautaire ELLE ayant été déposée par la Société Hachette Filipacchi (avec concession de licence au bénéfice de la société YSL), le groupe de presse a formé

opposition avec succès à ce dépôt de marque.

Selon l'article 9- b du règlement communautaire du 26 février 2009, le titulaire d'une marque communautaire est habilité à interdire à tout tiers, en l'absence de son consentement, de faire usage dans la vie des affaires d'un signe pour lequel, en raison de son identité ou de sa similitude avec la maque communautaire et en raison de l'identité ou de la similitude des produits ou services couverts par la marque communautaire et le signe, il existe un risque de confusion dans l'esprit du public, le risque de confusion comprenant le risque d'association entre le signe et la marque.

En l'espèce, le risque de confusion a été jugé établi. Pour rappel, le risque de confusion doit être apprécié globalement, en tenant compte de l'impression d'ensemble dégagée par les similitudes visuelles, phoniques et conceptuelles au travers de leurs éléments distinctifs et dominants. Le terme « Elle » avait visuellement dans la marque « Elle d'élissa », une position dominante. Le fait que le prénom Elissa renvoie à la chanteuse libanaise très connue de la clientèle moyen-orientale visée par le produit ne suffit pas à écarter le risque de confusion dès lors qu'il n'empêche pas de penser à une association ou une déclinaison de la marque de la société Hachette Filipacchi presse.

La marque « Elle » a également bénéficié de la protection des marques notoires. Cette dernière est une marque de renommée dans le domaine de l'édition et de la presse féminine en raison de son ancienneté et de sa diffusion mondiale. Cette renommée est si importante qu'elle exerce un large pouvoir d'attraction pour des produits faisant partie de l'univers féminin et que la marque a notamment été exploitée dans des domaines tels que celui de la mode et de ses accessoires. L'usage du mot « Elle » pour désigner un produit qui est associé au domaine de la mode créera dans l'esprit du consommateur potentiel une association avec la marque de la société Yves Saint Laurent beauté.

> Décision n° 4982

Concurrence déloyale et parasitisme

La concurrence déloyale et le parasitisme sont certes pareillement fondés sur l'article 1382 du code civil mais sont caractérisés par application de critères distincts, la concurrence déloyale l'étant au regard du risque de confusion, considération étrangère au parasitisme qui requiert la circonstance selon laquelle, à titre lucratif et de façon injustifiée, une personne morale ou physique copie une valeur économique d'autrui, individualisée et procurant un avantage concurrentiel, fruit d'un savoir-faire, d'un travail intellectuel et d'investissements.

La concurrence déloyale comme le parasitisme présentent la caractéristique commune d'être appréciés à l'aune du principe de la liberté du commerce qui implique qu'un produit qui ne fait pas ou ne fait plus l'objet de droits de propriété intellectuelle, puisse être librement reproduit, sous certaines conditions tenant à l'absence de faute par la création d'un risque de confusion dans l'esprit de la clientèle sur l'origine du produit ou par l'existence d'une captation parasitaire, circonstances attentatoires à l'exercice paisible et loyal du commerce.

Le parasitisme est caractérisé dès lors que les personnes morales ou physiques ne sont pas en état de concurrence directe sur un même marché, alors que les actes de concurrence déloyale concernent au contraire des personnes directement concurrentes exerçant la même activité au même moment.

> Décision n° 4983

Importance de l'accord de confidentialité

Il est parfois risquer d'entrer dans une négociation pour octroyer une licence sur un brevet, sans prendre quelques précautions de base et notamment la signature d'un accord de confidentialité.

Dans l'affaire soumise, la société Barilla a été poursuivie pour avoir exploité indûment le savoir-faire de déposants d'un brevet portant sur une boîte d'emballage. La violation de l'accord de confidentialité n'a pas été retenue. Il a été jugé que le produit mis sur le marché par la société Barilla ne reprenait pas

l'emballage des inventeurs et qu'il ne mettait pas non plus en oeuvre la même technique.

Les seuls éléments communs aux produits en cause, sont la forme et les dimensions des pots. Or ces éléments sont visibles par tous et ne constituent pas des informations confidentielles.

> Décision n° 4985

Marque générique

Le caractère générique d'une marque, soulevé en défense d'une action en contrefaçon, doit être apprécié à la date à laquelle a commencé l'usage prétendument contrefaisant. En conséquence, sont donc recevables les éléments de preuve présentés par une société poursuivie pour contrefaçon, postérieurs au dépôt de la marque concernée.

> Décision n° 4989

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

- Contrat de consultant informatique
- Formulaire de demande d'ISSN
- Contrat de Franchise (*)
- Contrat de traduction (*)
- Cahier des charges – Sondages d'opinion (*)
- Délégation de paiement (*)

(*) Sur abonnement Uplex.fr

Télésurveillance du salarié

C'est acquis, le salarié a le droit au respect de l'intimité de sa vie privée sur son lieu de travail. Sauf disposition expresse contraire du code du travail, les règles du code de procédure civile en matière de recevabilité de la preuve s'appliquent au contentieux social.

En application de l'article 9 du code de procédure civile, de l'article 6 § 1 de la Convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales et le principe de loyauté dans l'administration de la preuve, le détournement du système de vidéosurveillance mis en place par un employeur (bar-tabac), et qui doit à la base servir uniquement au contrôle de sécurité pour les clients et à la lutte contre le terrorisme, ne peut être utilisé pour surveiller le salarié (à l'insu de ce dernier). Il s'agirait là d'un détournement de la finalité du système de télé-surveillance, constituant un procédé déloyal de preuve.

En l'espèce, il a été jugé que si le salarié était bien informé de l'existence de l'installation d'une caméra de surveillance au sein des locaux pour des raisons de sécurité, ce dispositif n'était pas à l'origine destiné à contrôler l'activité professionnelle des salariés.

En conséquence, l'employeur ne peut utiliser les images de ce système afin de fonder un licenciement (l'employeur avait présenté un enregistrement de vidéosurveillance présentant le salarié en flagrant délit de vol de caisse).

Le moyen de preuve fondé sur cet enregistrement d'images doit être écarté, comme constituant un procédé déloyal à l'égard du salarié dont les faits et gestes ont été captés à son insu (Ch soc 2 octobre 2001 et Ass. Plen. 7 janvier 2011) et résultant d'un détournement de l'objet du système de vidéosurveillance, qui avait été autorisé par la Préfecture et qui était limité à la surveillance des locaux.

Toutefois, la preuve testimoniale peut palier à cette nullité de moyen de preuve. La preuve testimoniale est toujours admissible par application des dispositions de l'article 199 du Code de procédure civile, étant rappelé que le juge est libre d'apprécier la valeur et la portée des éléments de preuve soumis à son appréciation.

Usage du courrier électronique par les syndicats

M. X., délégué syndical au sein de la caisse régionale de Crédit maritime mutuel du Finistère, a fait l'objet d'un avertissement pour avoir envoyé avec son ordinateur et sa messagerie personnels, un tract signé de l'intersyndicale à l'adresse électronique des trente-cinq points de vente des agences du Crédit maritime mutuel en Bretagne. Le délégué syndical a saisi la juridiction prud'homale pour demander l'annulation de cet avertissement.

Le salarié a obtenu gain de cause devant la Cour de cassation : le message syndical n'étant arrivé que dans les seules boîtes électroniques des responsables d'agence, cet acte ne caractérise pas une diffusion au sens de l'article L. 2142-6 du Code du travail.

Les communications syndicales sont réglementées par le Code du travail. Concernant les communications électroniques, l'article L2142-6 du Code du travail pose qu'un accord d'entreprise peut autoriser la mise à disposition des publications et tracts de nature syndicale, soit sur un site syndical mis en place sur l'intranet de l'entreprise, soit par diffusion sur la messagerie électronique de l'entreprise.

Dans ce dernier cas, cette diffusion doit être compatible avec les exigences de bon fonctionnement du réseau informatique de l'entreprise et ne doit pas entraver l'accomplissement du travail.

L'accord d'entreprise doit définir les modalités de cette mise à disposition ou de ce mode de diffusion, en précisant notamment les conditions d'accès des organisations syndicales et les règles techniques visant à préserver la liberté de choix des salariés d'accepter ou de refuser un message.

Concernant les affichages, l'article L2142-3 dispose que l'affichage des communications syndicales s'effectue librement sur des panneaux réservés à cet usage, distincts de ceux affectés aux communications des délégués du personnel et du comité d'entreprise. Un exemplaire des communications syndicales est transmis à l'employeur, simultanément à l'affichage.

Les panneaux sont mis à la disposition de chaque section syndicale suivant des modalités fixées par accord avec l'employeur.

S'agissant de la remise ne mains propres, les publications et tracts de nature syndicale peuvent être librement diffusés aux travailleurs de l'entreprise dans l'enceinte de celle-ci aux heures d'entrée et de sortie du travail.

Le contenu des affiches, publications et tracts est librement déterminé par l'organisation syndicale, sous réserve de l'application des dispositions relatives à la presse.

> Décision n° 4956

Revente en ligne de billets de spectacles

Plusieurs propositions de loi se font actuellement « concurrence » afin d'instaurer un délit de revente illicite de billets d'entrées à un spectacle ou à une compétition sportive.

La proposition n'est pas nouvelle puisque lors de l'examen de la loi n° 2011-267 du 14 mars 2011 d'orientation et de programmation pour la performance de la sécurité intérieure (LOPPSI 2), le Parlement avait instauré une infraction de revente illicite de billets d'entrée ou de titres d'accès à une manifestation culturelle, sportive ou commerciale, à un prix supérieur à leur valeur faciale et dans un but lucratif,

La sanction prévue était une amende de 15 000 euros pour les personnes physiques et de 75 000 euros pour les personnes morales, à qui s'appliquaient également des peines complémentaires (dissolution, interdiction d'exercice d'activités professionnelles, surveillance judiciaire, fermeture d'établissements ou exclusion des marchés publics).

Pour censurer cette disposition par sa décision n° 2011-625 DC du 10 mars 2011, le Conseil constitutionnel avait considéré que de telles dispositions, par leur portée – puisqu'elles visaient les titres d'accès à l'ensemble des manifestations culturelles, sportives ou commerciales – et également du fait qu'elles ne concernaient que la revente par internet à des fins lucratives, méconnaissaient le principe de nécessité des délits et des peines.

La nouvelle proposition de loi vise à créer un nouvel article L. 332-22 du Code du sport, un délit de revente de titres d'accès à une manifestation sportive sans l'accord de l'organisateur de celle-ci, en lui infligeant une amende pénale de 15 000 euros. Ce quantum de peine est porté au double en cas de récidive. Dans le cas des personnes morales déclarées responsables, il est porté au quintuple et est complété par les peines complémentaires de l'article 131-39 du code pénal (dissolution, interdiction d'exercice pendant cinq ans, surveillance judiciaire, fermeture d'établissement, exclusion des marchés publics ou encore publication de la décision, notamment).

Le nouvel article L. 332-22 du Code du sport pourrait échapper à une éventuelle censure du conseil constitutionnel dans la mesure où il ne concernerait que la revente de titres d'accès à des manifestations sportives et s'appliquerait à tous les supports de revente, et non plus exclusivement internet.

Une autre proposition de loi dite MARLAND-MILITELLO du 11 juin 2011 vise à lutter contre les escroqueries en matière de billetterie culturelle et sportive, en particulier sur internet. L'objectif est de s'assurer que des personnes physiques ou morales ne revendent pas, de manière habituelle, des billets sans l'autorisation du producteur, de l'organisateur ou du propriétaire des droits d'exploitation d'une manifestation sportive ou culturelle ou d'un spectacle vivant.

Selon le rapporteur de la proposition de loi, en juin 2009, la DGCCRF a contrôlé 20 billetteries en ligne. Sur 19 d'entre elles – dont 14 opérateurs français – des irrégularités (professionnel difficile à identifier, clauses abusives...) ont été constatées. Des estimations chiffreraient à plus de 200 le nombre de fausses billetteries sur internet.

Toutefois, resterait hors du champ du délit, la revente occasionnelle de billets à un ami ou à un membre de la famille ou même à un tiers.

Après l'article 313-6-1 du code pénal, seraient insérés trois articles 313-6-2 à 313-6-4 ainsi rédigés :

« Art. 313-6-2. – Est puni de 15 000 euros d'amende, le fait, de manière habituelle et sans autorisation du producteur, de l'organisateur ou du propriétaire des droits d'exploitation d'une manifestation sportive ou culturelle ou d'un

spectacle vivant de vendre, d'offrir à la vente ou de faire exposer en vue de la vente ou de la cession des titres d'accès à une telle manifestation ou spectacle.

« Pour l'application de l'alinéa précédent, est considéré comme titre d'accès tout billet, document, message ou code, quels qu'en soient la forme et le support, attestant de l'obtention auprès du producteur, de l'organisateur ou du propriétaire des droits d'exploitation, du droit d'assister à ladite manifestation ou spectacle.

« Art. 313-6-3. – Lorsque le délit défini à l'article 313-6-2 est commis en état de récidive, la peine est portée à 30 000 euros d'amende et un an d'emprisonnement.

« Art. 313-6-4. – Les personnes morales déclarées responsables pénalement, dans les conditions prévues par l'article 121-2 du présent code, des infractions définies aux articles 313-6-2 et 313-6-3 encourent, outre l'amende suivant les modalités prévues par l'article 131-38, les peines prévues par l'article 131-39. »

L'assurance couvre t'elle le délit de contrefaçon ?

Une société peut-elle faire jouer son assurance responsabilité professionnelle lorsqu'elle est condamnée pour contrefaçon ?

La question est d'importance, de surcroît pour les sociétés dont l'activité est à risque (exemple: activité publicitaire de PAO). La réponse apportée par les tribunaux est négative. Le délit de contrefaçon est dans la grande majorité des cas, inclut dans les clauses d'exclusion des contrats d'assurance.

En l'espèce le contrat d'assurance de la société stipulait « *qu'outre les exclusions sont exclues : les conséquences d'événements dommages résultant de l'inobservation délibérée par l'assuré des lois, règlements et usages auxquels il doit se conformer dans l'exercice des activités garanties* ».

> Décision n° 4984

Droits des architectes

Il est parfois difficile de qualifier une œuvre architecturale lorsque sont impliqués de nombreux intervenants (maître d'ouvrage, maître d'œuvre, architecte en chef ...). A propos du projet d'aménagement de la ZAC Euralille (projet « Triangle des gares »), les architectes étant intervenus en qualité de maître d'œuvre ont obtenu la reconnaissance de leur qualité d'auteur, la qualification d'œuvre collective ayant été exclue par les juges.

Dans l'affaire soumise, si l'architecte en chef avait pour mission d'assurer la cohérence générale du projet d'aménagement et de créer une certaine harmonie pour des programmes très diversifiés (centre commercial, parking, ensemble immobilier ...) le conduisant à définir les règles générales d'ensemble de ce qui a été construit, il n'en demeurerait pas moins que les architectes ont conservé leurs droits sur leur part de contribution. Ces derniers ont été chargés de la définition des façades extérieures des tours et du suivi architectural des travaux.

Les indications données par l'architecte en chef aux autres architectes n'ont constitué qu'un concept qui a pris forme grâce au travail de ces derniers. Les consignes données, mêmes si elles ont été suivies de modifications, n'ont pas dépassé le stade de simples directives et n'ont en rien entravé la liberté des architectes particuliers. L'œuvre en cause ne constituait donc pas une œuvre collective mais l'œuvre des architectes, lesquels étaient bien fondés à solliciter le bénéfice du droit d'auteur.

> Décision n° 4987

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

- La publicité en faveur des produits de l'alcool
- La publicité des prestations sexuelles
- La publicité en faveur des sites Internet
- Les PV de réception (informatique)
- Réaliser un Panorama de presse électronique