

p. 15 Contrats du mois avec Uplex.fr



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

- Déclaration de cession - Dessin et modèle
- Assignation en contrefaçon – Dessin et modèle
- Contrat de cession de dessin et modèle (*)
- Contrat de cession de marque (*)
- Business Plan (*)

p. 14 Questions du mois

- Contester un paiement en ligne
- Contrefaçon sur Internet
- Déontologie des SMS surtaxés
- Appartenance à la franc-maçonnerie
- Droits du Maquettiste

p. 23 Fiches juridiques (Guide en ligne)

- Compétence juridictionnelle sur Internet
- Régime juridique du Troc en ligne
- La contribution à l'audiovisuel public
- TVA des publications numériques
- Régime juridique du livre numérique
- Abus de l'informatique par le salarié

p. 2 Communication électronique

- Meetic c/ One Date
- AdWords, une marque notoire
- Usage toléré de marque sur Adwords
- Anonymisation des décisions de justice en ligne
- Mise à disposition de liens contrefaisants (P2P)
- Proxénétisme et internet
- Nouvelles technologies et Licenciement
- Atteinte à la vie privée sur Internet
- Téléchargement mobile de données
- Obligations des opérateurs

p. 5 Audiovisuel & Cinéma

- Reportage TV diffamant
- Requalification de CDD d'usage
- Droit à l'image dans les reportages
- M.F Banier c/ Complément d'enquête
- Reprise de séquences audiovisuelles
- Indivisibilité dans les contrats de production
- Contrefaçon d'œuvre audiovisuelle première
- Action de l'auteur d'une œuvre audiovisuelle

p. 8 Publicité / Presse / Image

- Partenaire officiel d'un événement
- Exagérations publicitaires
- Droits du Photographe
- Affaire Candeloro
- Diffamation au cours d'une interview
- Vérité des faits diffamatoires
- Délit de dénigrement
- Citation pour diffamation
- Conditions de la bonne foi du journaliste
- Délit de diffamation sur Internet

p. 11 Prop. Intellectuelle / Spectacle vivant

- Cession de droits : la règle des 7/12ème
- Périmètre d'action de la SPEDIDAM
- Expertise de contrefaçon
- Protection de la marque 7 jours
- Marques similaires mais non identiques
- Protection de la marque Bateaux Mouches
- Notion de risque de confusion de marques
- Usage de marque dans la vie des affaires
- Protection de la marque ELLE

Meetic c/ One Date

Estimant que la société Crowstone (one date.com.) avait repris la charte graphique de son site Internet, la société Meetic a poursuivi cette dernière en contrefaçon et concurrence déloyale.

Les juges ont écarté la contrefaçon et la concurrence déloyale.

La page d'accueil du site Meetic illustrée d'une présentation particulière des photographies sous forme de polaroids, ne constitue pas une oeuvre de l'esprit protégeable par le droit d'auteur. La concurrence déloyale a également été écartée : l'internaute moyennement attentif qui est habitué à la présence de photographies d'identité sur la page d'accueil des sites de rencontre, ne fera pas de lien entre les photographies en pêle-mêle du site « One date » et les photographies sous une "forme pyramidale horizontale fuyante" du site Meetic.

De plus, le risque de confusion est écarté par la page d'accueil du site « One date » qui comporte un bandeau très visible avec la mention « One date » alors que la page d'accueil du site Meetic comporte, de façon tout aussi lisible, la mention Meetic.

> Décision n° 5140

AdWords, une marque notoire

La société F. s'est vue refusée le dépôt à l'Institut National de la Propriété Industrielle, l'enregistrement de la marque verbale « adwords » pour les classes 36 et 38. Cette dernière est une marque notoire appartenant à la société Google.

Le mot « adwords » est un néologisme créé à partir des mots anglais « ad » pour advertising qui signifie publicité, et « words » qui signifie mots. Il sert à définir le service internet de placement d'annonces publicitaires, créé en 2000, qui renvoie l'internaute directement vers les sites web des annonceurs, ce à partir du moteur de recherche Google créé par la société éponyme en 1998 et à diffusion mondiale.

Le service « adwords » est en tête des liens sponsorisés à hauteur de 60 % des visites internet, et représente 90 % des revenus de la société Google. La marque « adwords » de cette société est ainsi notoirement connue auprès du public de très nombreux pays en

raison de l'importance de son exploitation. C'est en conséquence à tort que la société F. prétendait que la marque « adwords » n'est pas à caractère distinctif dans le monde entier, et est utilisée d'une manière générique dans la classe 35.

> Décision n° 5141

Usage toléré de marque sur Adwords

La réservation sur Adwords de la marque « Rentabiliweb » par un tiers ne porte pas atteinte à la fonction d'indication d'origine de la marque.

Le lien promotionnel litigieux ne créait pas de risque de confusion ni ne présentait des caractéristiques telles qu'il ne permettrait pas d'identifier clairement leur auteur (distinct du titulaire de la marque). Le lien promotionnel en cause ne tombait pas non plus sous le coup des pratiques commerciales déloyales prohibées par les articles L 120-1 et L. 121-1 du code de la consommation.

La publicité affichée à partir du mot-clé n'est pas si vague qu'elle interdit, ou ne permet que difficilement, à l'internaute normalement informé et raisonnablement attentif de savoir si les produits ou les services visés par l'annonce proviennent du titulaire de la marque ou d'une entreprise économiquement liée à celui-ci ou, au contraire, d'un tiers. Les juges ont précisé que l'internaute moyennement attentif qui a précisément adressé sa requête sur Google ne risque pas de confondre les liens du titulaire de la marque et celui de l'annonceur ayant réservé le mot clef litigieux.

> Décision n° 5142

Anonymisation des décisions de justice en ligne

L'anonymisation des décisions de justice traitant de la vie privée des particuliers est une obligation sous peine de condamnation des éditeurs. Dans l'affaire soumise, Madame E. a obtenu la condamnation du site Internet d'un éditeur ayant publié une décision faisant état de son divorce, incluant son nom complet. Une atteinte au respect de la vie privée, constitue un trouble manifestement illicite que le juge peut faire cesser.

> Décision n° 5143

Mise à disposition de liens contrefaisants (P2P)

La Cour de cassation a confirmé la condamnation de M.X. (1) ayant mis en ligne un site donnant accès à des liens pointant vers des fichiers contenant des oeuvres musicales et cinématographiques, lesquels pouvaient être aisément téléchargés à la seule condition de disposer d'un logiciel de P2P disponible gratuitement sur la toile.

Les Sociétés Colombia Pictures Industries inc, Disney Entreprises Inc, Paramount Pictures Corporation, Tristar Pictures Inc, Twentieth Century Fox Film corporation, Universal City Studios LLLP, Warner Bros Inc ont toutefois obtenu la censure de la décision pour insuffisance de réparation de leur préjudice.

M X. était titulaire du nom de domaine se rapportant à l'adresse du site et avait également reconnu qu'il avait reproduit, en violation des droits de leurs auteurs, des oeuvres de l'esprit en téléchargeant et en gravant 25 cédéroms de jeux vidéo.

(1) Délits de contrefaçon par édition ou reproduction d'une oeuvre de l'esprit au mépris des droits de l'auteur, contrefaçon par diffusion ou représentation d'oeuvres de l'esprit au mépris des droits de l'auteur et reproduction ou diffusion non autorisée de programme, vidéogramme ou phonogramme.

> Décision n° 5144

Proxénétisme et internet

M. X a été condamné du chef de proxénétisme aggravé et aide au séjour irrégulier pour avoir mis personnellement en ligne sur un site internet les annonces de huit jeunes filles, ainsi que des photographies suggestives de celles-ci qui proposaient notamment des «massages complets pour hommes très exigeants».

La mise en ligne constitue bien un acte de proxénétisme par facilitation ou complicité du délit.

> Décision n° 5145

Nouvelles technologies et Licenciement

Certains secteurs d'activité sont frappés par le développement du commerce électronique (exemple : les enveloppes papier) et peuvent donc engendrer des licenciements économiques. La question du caractère légal de ces licenciements se pose régulièrement.

Le principe applicable est la possibilité de recourir au licenciement économique. La lettre de licenciement qui fait état de difficultés économiques, d'une mutation technologique ou d'une réorganisation, et qui indique que cette situation entraîne une suppression d'emploi, une transformation d'emploi ou une modification du contrat de travail doit être suffisamment motivée.

En l'espèce, la lettre de licenciement répondait bien aux exigences légales de motivation des articles L. 1233-3 et L. 1233-16 du code du travail.

> Décision n° 5146

Atteinte à la vie privée sur Internet

Les atteintes à la vie privée commises sur les sites Internet relèvent du domaine de la responsabilité extracontractuelle.

Dans cette affaire, la société Nouvelle du Journal de l'Humanité a mis en ligne, au courant du mois d'août 1996, sur son site Internet des articles concernant l'état de santé de M. X., faits relevant de sa vie privée. L'action de M.X a été jugée prescrite.

Le délai de prescription de l'action en responsabilité civile extracontractuelle (10 ans) engagée à raison de la diffusion sur le réseau Internet d'un message, court à compter de sa première mise en ligne, date de la manifestation du dommage allégué. C'est uniquement à partir de la mise en ligne des données portant atteinte à la vie privée (équivalente à la mise à disposition du public), que le délai de prescription de dix ans doit être calculé et non à partir des constatations des atteintes à sa vie privée par la victime.

> Décision n° 5134

Téléchargement mobile de données

Les opérateurs ont une obligation d'information sur les services proposés aux abonnés de téléphonie mobile, notamment sur les services de « forfait Data » (téléchargement de données). Dès lors qu'un opérateur stipule bien que ce service n'est pas inclus dans les forfaits souscrits, il satisfait à son obligation d'information.

L'opérateur n'engage pas sa responsabilité contractuelle dès lors qu'il a spécifié de façon suffisamment explicite, claire et apparente sur les documents signés par son abonné, les tarifs des données téléchargées sur mobile.

> Décision n° 5135

Obligations des opérateurs

En matière de téléphonie mobile, les opérateurs n'ont pas d'obligation légale de sécuriser leurs services de communication ni d'obligation légale de restriction de l'accès : le titulaire de la ligne prend seul la responsabilité de l'utilisation qu'il fait de l'appareil (terminal mobile) qui lui a été fourni par l'opérateur.

En utilisant un téléphone mobile ou en le laissant utiliser par un enfant dont il a la garde, pour une prestation manifestement exclue des prévisions contractuelles, l'abonné prend un risque dont il doit assumer les conséquences (surconsommation).

> Décision n° 5136

Reportage TV diffamant

Suite de la diffusion, sur la chaîne de télévision FR3, d'un reportage intitulé " Maisons de retraite, du scandale à l'espoir ", reproduisant notamment des critiques formulées par des anciens pensionnaires, sur leurs conditions de vie dans une maison de retraite, l'établissement concerné a porté plainte contre la chaîne et s'est constitué partie civile du chef de diffamation publique (articles 29 et 32 de la loi du 29 juillet 1881).

L'auteur du reportage et le directeur de publication de France Télévisions, ont été renvoyés devant le tribunal et condamnés à des peines d'amende et au paiement de dommages-intérêts.

Pour infirmer le jugement rendu, les juges d'appel et la Cour de cassation ont déclaré nulle la plainte assortie de constitution de partie civile déposée par l'établissement de retraite. La plainte se bornait à décrire, au style indirect, et en quelques phrases, le reportage incriminé, sans spécifier exactement les passages et propos pouvant caractériser l'infraction dénoncée. La plainte ne répondait pas aux exigences de l'article 50 de la loi sur la presse (exigences prescrites à peine de nullité).

> Décision n° 5156

Requalification de CDD d'usage

M. X... a, par des contrats successifs à durée déterminée, été engagé pendant 8 années en qualité d'animateur / programmateur dans le domaine audiovisuel. Son dernier contrat étant arrivé à terme, le salarié a demandé la requalification de la relation de travail en contrat à durée indéterminée et le paiement de sommes à titre notamment de dommages-intérêts.

Débouté en appel, le salarié a obtenu gain de cause en cassation : le juges du fond s'étaient contentés de considérer que l'emploi d'animateur et programmateur figuraient bien à la liste des emplois pouvant être pourvu par CDD d'usage (accord d'entreprise du 28 juillet 2000 dit Cachetier ; protocole 3 de l'article I.1-2.2 de la convention collective).

La détermination par accord collectif de la liste précise des emplois pour lesquels il peut être recouru au contrat de travail à durée

déterminée d'usage ne dispense pas le juge, en cas de litige, de vérifier concrètement l'existence de raisons objectives établissant le caractère par nature temporaire de l'emploi. Or, en se déterminant ainsi par référence aux dispositions conventionnelles, sans caractériser l'existence d'éléments concrets et précis établissant le caractère par nature temporaire de l'emploi exercé par M. X., les juges d'appel n'ont pas donné de base légale à leur décision.

> Décision n° 5157

Droit à l'image dans les reportages

Mme D., salarié de France Télévisions reprochait à son employeur d'avoir fait usage d'une photographie la représentant dans un reportage diffusé lors du Journal de 20 heures sur France 2. Le reportage en cause relatif aux travaux du sociologue Hugues LAGRANGE consacrés à la surreprésentation de certaines minorités ethniques dans la composition de la délinquance sur le territoire français, était illustré de la photographie de la salariée.

En défense, la société France Télévisions a fait valoir sans succès, que la demande de la salariée relevait des dispositions dérogatoires de la loi du 29 juillet 1881, qui prévoit et réprime les atteintes à l'honneur et à la considération notamment à raison de l'appartenance à une ethnie (article 33 de la loi de 1881).

Les juges ont considéré que l'assignation introductive d'instance était parfaitement claire et dénuée de la moindre ambiguïté sur l'objet des poursuites engagées par la salariée : une atteinte au droit dont elle dispose sur son image, du fait de "*l'utilisation par son employeur de sa photographie sans obtention préalable de son consentement*". Les intérêts consacrés par la loi du 29 juillet 1881 étant différents de ceux visés par l'article 9 du code civil (respect de la vie privée et droit à l'image), toute personne est libre de demander réparation d'une atteinte au respect de sa vie privée et / ou au droit dont elle dispose sur son image sur le fondement de ce dernier texte, dès lors que la violation invoquée repose sur des éléments distincts d'un délit de presse.

La violation du droit à l'image de la salariée a été retenue : en sa qualité de professionnelle de l'information, la société France Télévisions n'ignorait pas que l'utilisation de l'image d'une personne est subordonnée à l'obtention préalable d'un accord pour chaque usage qui en est fait et qu'aucune autorisation à portée générale ne saurait être déduite d'un consentement, qui aurait été antérieurement donné pour un usage particulier. La diffusion de la photographie de la salariée ne s'imposait aucunement pour illustrer, de manière pertinente et légitime, le reportage litigieux, toute autre photographie d'une personne de la même origine pouvant être substituée à la sienne. La salariée a obtenu la somme de 4.000 euros à titre de dommages et intérêts.

> Décision n° 5158

M.F Banier c/ Complément d'enquête

Suite à la diffusion par FRANCE 2 à l'occasion de l'émission « Complément d'enquête » d'un reportage intitulé « Banier l'homme qui aimait les veuves » (mettant en cause ses relations avec la décoratrice Madeleine Castaing »), l'intéressé a obtenu la condamnation de la chaîne, pour diffamation.

L'article 29 de la loi du 29 juillet 1881 définit la diffamation comme « toute allégation ou imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération de la personne », le fait imputé étant entendu comme devant être suffisamment précis, détachable du débat d'opinion et distinct du jugement de valeur pour pouvoir, le cas échéant, faire aisément l'objet d'une preuve et d'un débat contradictoire. Ce délit qui est caractérisé même si l'imputation est formulée sous forme déguisée ou dubitative ou encore par voie d'insinuation se distingue ainsi de l'injure, définie par le même texte comme « toute expression outrageante, termes de mépris ou invective qui ne referme l'imputation d'aucun fait », ainsi que de l'expression subjective d'une opinion, dont la pertinence peut être librement discutée dans le cadre d'un débat d'idées, mais dont la vérité ne saurait être prouvée.

Le fait d'avoir imputé à François-Marie Banier d'avoir profité du manque de lucidité d'une personne âgée pour prendre, dans le dessein de les exposer mais sans l'en prévenir ni obtenir son accord, des clichés attentatoires à sa dignité, constituent une imputation diffamatoire, un tel comportement, à l'égard d'une personne dont on se prétend de surcroît

l'ami étant, pour le moins, contraire à l'honneur et à la considération

La bonne foi n'a pas été reconnue au journaliste audiovisuel : l'exigence de sérieux de l'enquête n'ayant pas été respectée. La circonstance que tant François-Marie Banier que ses amis et avocats aient refusé de participer à l'émission télévisée à laquelle ils avaient été invités n'emportait pas dispense d'effectuer les vérifications possibles et de s'exprimer avec prudence.

Il était loisible pour le journaliste audiovisuel de reprendre contact avec François-Marie Banier avant la diffusion de l'émission afin de recueillir ses réactions. Une simple revue de presse, travail qui ne présente aucune difficulté particulière et qui n'exige le concours d'aucun témoin, aurait également permis au journaliste lors de la préparation de l'émission, d'être informé de la position de François-Marie Banier.

> Décision n° 5159

Reprise de séquences audiovisuelles

L'ayant droit du réalisateur Guy Mas (auteur de séquences filmées représentant le Général de Gaulle) n'a pas obtenu gain de cause contre la société France Télévisions. Ce dernier arguait d'une contrefaçon par reproduction dans la série « Apocalypse : la deuxième guerre mondiale ». L'ayant droit n'a pas réussi à prouver que les séquences reprises par France Télévisions étaient bien l'œuvre de Guy Mas.

> Décision n° 5160

Indivisibilité dans les contrats de production

Les juges ont admis une indivisibilité de droit entre les contrats d'auteur réalisateur, de commande de texte, de cession de droit d'auteur et un contrat de coproduction audiovisuelle. Ces contrats portent sur des obligations indivisibles qui ont toutes le même objet : la réalisation d'une oeuvre audiovisuelle et des investissements financiers à cette fin ainsi que la recherche de financements et d'un diffuseur pour le producteur.

> Décision n° 5161

Contrefaçon d'œuvre audiovisuelle première

Le grief de contrefaçon d'une oeuvre audiovisuelle seconde suppose la reprise partielle ou intégrale d'une oeuvre première. En matière audiovisuelle comme en toute autre matière, les idées sont de libre parcours, la protection d'une oeuvre audiovisuelle ne peut être accordée qu'à compter de la formalisation de cette idée. Il s'ensuit que pour prétendre bénéficier de droits d'auteur, les auteurs doivent déterminer la date à laquelle l'oeuvre audiovisuelle a été créée.

La contrefaçon doit s'apprécier au regard de 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 cause est illicite. Il en est de même pour la traduction, l'adaptation ou la transformation, l'arrangement ou la reproduction par un art ou un procédé quelconque". Il est constant que la contrefaçon s'apprécie selon les ressemblances et non d'après les différences. Elle ne peut toutefois être retenue lorsque les ressemblances relèvent de la reprise d'un genre et non de la reproduction de caractéristiques spécifiques de l'oeuvre première ou encore lorsque les ressemblances alléguées se limitent aux idées sans reprise de leur mise en forme.

> Décision n° 5162

Action de l'auteur d'une oeuvre audiovisuelle

L'auteur d'une oeuvre audiovisuelle qui a cédé ses droits patrimoniaux n'est plus en droit d'agir en contrefaçon, seul le nouveau cessionnaire des droits patrimoniaux a un intérêt à agir pour assurer la protection de ses droits. En revanche, l'auteur reste titulaire de son droit moral, qui est inaliénable en vertu de l'article L. 121-1 du code de la propriété intellectuelle. Les demandes formées à ce titre sont recevables.

> Décision n° 5163

Partenaire officiel d'un évènement

Se prévaloir de la qualité de « partenaire officiel » de façon mensongère quel qu'en soit le support et y compris à la radio, peut donner prise à une action en responsabilité. Toutefois, les juges peuvent retenir la bonne foi du fautif.

Dans cette affaire opposant une radio à la société Olympique Lyonnais (OL), la bonne foi a été reconnue à un animateur ayant faussement présenté sa radio comme partenaire officiel de l'OL. Les juges ont retenu le caractère isolé et sans malveillance de cette usurpation de la part d'un simple exécutant (l'animateur radio) qui a pu ignorer l'importance d'une telle mention au sein d'un média ou le sens exact des mots et leur portée juridique n'est probablement pas la priorité de sa ligne éditoriale, consacrée à la musique de variété et au sport spectacle.

Il n'a pas non plus été ordonné de rectificatif à l'antenne : une telle sanction aurait été totalement disproportionnée par rapport aux quelques erreurs par ignorance ou inadvertance commises et reconnues qui n'ont probablement laissé aucun souvenir à l'auditeur moyennement attentif.

> Décision n° 5164

Exagérations publicitaires

L'exception d'hyperbole publicitaire est une réalité juridique. Le gonflement de chiffres ou l'emphase sont donc autorisés sans pouvoir tomber sous le coup du délit de publicité trompeuse. Ainsi, le fait d'offrir de proposer de gagner de « centaines de places » pour participer à une rencontre sportive ou culturelle est un gonflement fictif constituant une outrance / hyperbole publicitaire non signifiante et légalement autorisée.

> Décision n° 5165

Droits du Photographe

L'article L 113-1 du code de la propriété intellectuelle qui dispose que « la qualité d'auteur appartient, sauf preuve contraire, à celui ou à ceux sous le nom de qui l'oeuvre est divulguée » est également applicable aux photographes. Ces derniers peuvent se

prévaloir de la présomption légale s'ils justifient d'une divulgation de leurs photographies accompagnée de leur nom. Il revient alors aux tiers de renverser la présomption en apportant des éléments de preuve établissant que le photographe n'est pas l'auteur des clichés.

> Décision n° 5166

Affaire Candeloro

Suite à une interview donnée au Parisien, Philippe Candeloro reprochait à un producteur de spectacle d'être « parti avec la caisse » et annulé le projet « Hello et Goodbye ». Poursuivi pour diffamation, le patineur artistique a bénéficié de l'exception de bonne foi.

La diffamation était bien applicable en ce que l'expression « Le promoteur est parti avec la caisse » présentée comme le résumé formulé par Philippe Candeloro de l'explication qu'il donne au défaut de remboursement des acheteurs de billets pour les représentations annulées, impute au demandeur d'être à l'origine de ce manquement, en raison, non pas de circonstances fortuites ou même d'erreurs de gestion, mais d'un comportement malhonnête (l'image choisie par le patineur ne laissant guère de place à une hésitation sur l'imputation de malhonnêteté qui est formulée).

Toutefois l'expression utilisée « le promoteur est parti avec la caisse » même si elle constitue un raccourci incontestablement vif et maladroit en ce qu'il induit une malhonnêteté qui n'est nullement établie, la situation créée, qui imposait au patineur de s'expliquer sur le défaut de remboursement des billets, comme le dépit qu'il avait pu concevoir en découvrant certains éléments qui n'avaient pas été portés à sa connaissance, permettent de considérer que le propos qui lui est reproché n'a pas excédé les limites acceptables en ce domaine dès lors qu'étant lui-même impliqué dans cette affaire (il était tenu à une moins grande rigueur que n'aurait pu l'être un journaliste).

> Décision n° 5167

Diffamation au cours d'une interview

Une personne interviewée et dont les propos sont publiés, peut être poursuivie pour diffamation en qualité de « complice de droit commun » de l'infraction au sens de l'article 43 de la loi du 29 juillet 1881.

La responsabilité « en cascade » prévue par l'article 42 de la même loi ne fait pas obligation au demandeur de poursuivre l'ensemble des personnes responsables de la diffamation (directeur de la publication du journal ou auteur de l'article), les poursuites peuvent également être dirigées à l'encontre du complice de droit commun au sens des articles 121-6 et 121-7 du Code pénal : « Est complice d'un crime ou d'un délit la personne qui sciemment, par aide ou assistance, en a facilité la préparation ou la consommation. Est également complice la personne qui par don, promesse, menace, ordre, abus d'autorité ou de pouvoir aura provoqué à une infraction ou donné des instructions pour la commettre. »

Pour rappel, l'article 29, alinéa 1er, de la loi sur la liberté de la presse définit la diffamation comme "toute allégation ou imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération de la personne ou du corps auquel le fait est imputé" ledit fait devant être suffisamment précis pour pouvoir faire l'objet du débat sur la preuve de sa vérité. Ce délit, qui est caractérisé même si l'imputation est formulée sous une forme déguisée, dubitative ou par voie d'insinuation, se distingue ainsi de l'injure qui lui est défini comme "toute expression outrageante, terme de mépris ou invective qui ne renferme l'imputation d'aucun fait".

Il est nécessaire pour qu'un propos puisse être considéré comme diffamatoire que l'imputation vise une personne, sinon nommée du moins identifiable, que l'appréciation de l'identification de la personne visée par un propos considéré comme diffamatoire, peut être faite au regard, non seulement du texte dans lequel s'insèrent ces propos, mais également d'éléments extrinsèques qui permettent de l'identifier.

> Décision n° 5168

Vérité des faits diffamatoires

En matière de diffamation, la vérité du fait diffamatoire ne constitue un fait justificatif que dans la mesure où la preuve en est administrée par le prévenu, ou le défendeur en matière civile, conformément aux prescriptions des articles 35 et 55 de la loi du 29 juillet 1881. A défaut du respect des formalités d'ordre public prévues par ces textes, et notamment la signification d'une offre de preuve dans les formes et délais imposés par l'article 55 de la loi, le prévenu, ou le défendeur, est déchu du droit de rapporter la preuve de la vérité du fait diffamatoire.

Concernant, la preuve du fait diffamatoire, mais seulement quand il est relatif aux fonctions, celle-ci peut être établie par les voies ordinaires, dans le cas d'imputations contre les corps constitués, les armées de terre, de mer ou de l'air, les administrations publiques. La vérité des imputations diffamatoires et injurieuses peut être également établie contre les directeurs ou administrateurs de toute entreprise industrielle, commerciale ou financière, faisant publiquement appel à l'épargne ou au crédit.

La vérité des faits diffamatoires peut toujours être prouvée, sauf :

- a) Lorsque l'imputation concerne la vie privée de la personne (sauf délit contre un mineur) ;
- b) Lorsque l'imputation se réfère à des faits qui remontent à plus de dix années (sauf délit contre un mineur) ;
- c) Lorsque l'imputation se réfère à un fait constituant une infraction amnistiée ou prescrite, ou qui a donné lieu à une condamnation effacée par la réhabilitation ou la révision.

Quand le prévenu est admis à prouver la vérité des faits diffamatoires, il doit dans le délai de dix jours après la signification de la citation, faire signifier au ministère public ou au plaignant au domicile par lui élu, suivant qu'il est assigné à la requête de l'un ou de l'autre :

1° Les faits articulés et qualifiés dans la citation, desquels il entend prouver la vérité ;

2° La copie des pièces ;

3° Les noms, professions et demeures des témoins par lesquels il entend faire la preuve. Cette signification doit contenir élection de domicile près le tribunal correctionnel, le tout à peine d'être déchu du droit de faire la preuve. Dans l'affaire soumise, aucune offre de preuve n'ayant été signifiée, le tribunal ne pouvait donc faire droit à cette demande.

> Décision n° 5169

Délit de dénigrement

L'exercice d'un droit peut constituer une faute lorsque le titulaire de ce droit en fait, avec l'intention de nuire, un usage préjudiciable à autrui.

L'initiative prise par une société ayant obtenu la condamnation de son concurrent, de diffuser sur une grande échelle, essentiellement par la voie de l'Internet, la décision prononçant la condamnation (alors que le tribunal avait estimé que les condamnations pécuniaires réparaient suffisamment le préjudice subi) est fautive. Il a été jugé que la diffusion de la décision déferée accompagnée de termes dénigrants tels que « Tricher peut coûter cher » l'a été avec une réelle intention de nuire.

Ce comportement n'est pas acceptable dans le cadre de loyales et honnêtes pratiques concurrentielles et constitue par conséquent une faute qui justifie une condamnation à des dommages intérêts (5.000 euros pour actes de dénigrement).

En conséquence, lorsqu'une décision de condamnation est publiée par un concurrent, celle-ci doit l'être dans des conditions de parfaite objectivité, sans polémique et sans commentaire offensant.

> Décision n° 5170

Citation pour diffamation

Une citation pour diffamation est valable dès lors que, par le visa de l'article de la loi du 29 juillet 1881 réprimant le délit imputé, elle ne laisse aucune incertitude sur son objet exact ni ne peut provoquer, dans l'esprit de l'intéressé, aucun doute sur les faits qui lui sont reprochés, peu important la référence à titre subsidiaire à l'article 1382 du code civil.

Les propos injurieux ou diffamatoires ne peuvent pas être poursuivis et réparés sur le fondement de l'article 1382 du code civil, la mention de ce texte dans l'assignation / citation à comparaître doit rester accessoire et ne pas introduire une incertitude pour le défendeur quant à l'objet exact de la demande.

> Décision n° 5171

Conditions de la bonne foi du journaliste

L'article 29, alinéa 1er, de la loi du 29 juillet 1881 définit la diffamation comme "toute allégation ou imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération de la personne ou du corps auquel le fait est imputé".

Il doit s'agir d'un fait précis, susceptible de faire l'objet d'un débat contradictoire sur la preuve de sa vérité, ce qui distingue ainsi la diffamation, d'une part, de l'injure - caractérisée, selon le deuxième alinéa de l'article 29, par "toute expression outrageante, termes de mépris ou invective qui ne renferme l'imputation d'aucun fait et, d'autre part, de l'expression d'une opinion ou d'un jugement de valeur, autorisée par le libre droit de critique, celui-ci ne cessant que devant des attaques personnelles.

Le journaliste qui impute à un homme d'affaires de proférer des menaces -de mort ou de blessure par balle- et des injures à l'égard d'un magistrat, conseiller du président de la République, fait état de faits précis, susceptibles de qualifications pénales et manifestement attentatoires à l'honneur et à la considération.

Le journaliste peut toutefois bénéficier de la bonne foi (distincte de la preuve de la vérité des faits allégués). Les imputations diffamatoires sont réputées, de droit, faites avec intention de nuire, mais elles peuvent être justifiées lorsque leur auteur établit sa bonne foi, en prouvant qu'il a poursuivi un but légitime, étranger à toute animosité personnelle, et qu'il s'est conformé à un certain nombre d'exigences, en particulier de sérieux de l'enquête, ainsi que de prudence dans l'expression. En l'espèce, les conditions de la bonne foi étant réunies, le journaliste a été exonéré de toute responsabilité.

> Décision n° 5173

Délit de diffamation sur Internet

Un artiste interprète dénommé « Chico » a obtenu la condamnation d'un internaute ayant diffusé sur un site Internet des propos lui imputant d'être un imposteur en, se faisant faussement passer pour le « Chico » du groupe des Gipsy Kings.

La diffamation a été retenue : l'internaute a manqué de prudence dans ses propos, de sorte que l'excuse de bonne foi n'a pu lui être reconnue.

L'article 29 de la loi du 29 juillet 1881 définit la diffamation comme toute allégation ou imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération de la personne, le fait imputé étant entendu comme devant être suffisamment précis, détachable du débat d'opinion et distinct du jugement de valeur pour pouvoir, le cas échéant, faire aisément l'objet d'une preuve et d'un débat contradictoire.

En matière de délits de presse, engage leur responsabilité pénale ou civile à raison de propos argués de diffamatoires non seulement le directeur de publication d'un site ou l'auteur des propos qui y figurent mais aussi toute personne qui par aide et assistance s'est sciemment rendue complice, au sens du droit commun, de la diffamation alléguée.

Les imputations diffamatoires sont, de droit, réputées faites avec intention de nuire, mais elles peuvent être justifiées lorsque leur auteur établit sa bonne foi, en prouvant qu'il a poursuivi un but légitime, étranger à toute animosité personnelle, et qu'il s'est conformé à un certain nombre d'exigences, en particulier de sérieux de l'enquête ainsi que de prudence dans l'expression, ces critères s'appréciant différemment dans l'hypothèse où leur auteur ne fait pas profession d'informer et avec plus de tolérance encore quand il se trouve mêlé à une polémique dont il est l'un des protagonistes, ses propos étant alors nécessairement reçus, non pas comme vérité d'évidence, mais pour ce qu'ils sont : les termes d'une controverse.

> Décision n° 5175

Cession de droits : la règle des 7/12ème

En application des dispositions de l'article L 131-5 du Code de la propriété intellectuelle, en cas de cession du droit d'exploitation, lorsque l'auteur a subi un préjudice de plus de sept douzièmes dû à une lésion ou à une prévision insuffisante des produits de l'oeuvre, il peut provoquer la révision des conditions de prix du contrat.

Cette demande ne peut être formée que dans le cas où l'oeuvre a été cédée moyennant une rémunération forfaitaire, et la lésion est appréciée en considération de l'ensemble de l'exploitation par le cessionnaire des oeuvres de l'auteur qui se prétend lésé.

> Décision n° 5147

Périmètre d'action de la SPEDIDAM

La SPEDIDAM n'est pas recevable à agir dans l'intérêt individuel d'artistes-interprètes qui ne sont ni ses adhérents ni ses mandants.

Si les dispositions de l'article L.321-1 du Code de la propriété intellectuelle, reconnaissent aux sociétés de gestion collective régulièrement constituées, telle la SPEDIDAM, la qualité pour ester en justice pour la défense des droits dont elles ont statutairement la charge, elles se gardent d'instituer au bénéfice de ces sociétés une adhésion obligatoire et ne sauraient en conséquence leur conférer un droit d'agir pour défendre les intérêts d'artistes-interprètes qui n'auraient pas adhéré à leurs statuts ou qui ne leur auraient pas confié le mandat exprès de les représenter en justice, ce qui reviendrait à accepter que ces sociétés puissent gérer les droits d'un artiste-interprète contre sa volonté et au mépris de la libre disposition de ses prérogatives.

La SPEDIDAM n'est donc pas fondée à poursuivre, à la place de tout artiste-interprète victime supposée d'une atteinte à ses droits, l'indemnisation du préjudice subi par l'artiste-interprète concerné du fait de cette atteinte.

Si la SPEDIDAM peut se prévaloir, s'agissant de la défense d'intérêts dont elle a statutairement la charge, d'une atteinte à ses intérêts propres ou d'une atteinte à l'intérêt collectif de la profession, elle ne peut agir, en

ce qui concerne le préjudice souffert personnellement par l'artiste-interprète, qu'au nom de ceux qui ayant adhéré à ses statuts, lui ont fait apport de leurs droits, ou encore de ceux qui, s'ils ne sont pas ses membres, lui ont donné le mandat exprès de défendre leurs droits.

> Décision n° 5148

Expertise de contrefaçon

Que se passe-t-il lorsqu'un expert chargé d'évaluer le montant des dommages et intérêts d'une contrefaçon, ne peut mener à bien sa mission en raison des réticences de la partie poursuivie ?

Dans ce cas précis, les juges sont en droit de réaliser une évaluation forfaitaire du préjudice subi. Concernant la fixation des dommages et intérêts, l'article L. 331-1-3 du code de la propriété intellectuelle dispose : *«pour fixer les dommages intérêts, la juridiction prend en considération les conséquences économiques négatives, dont le manque à gagner, subis par la partie lésée, les bénéfices réalisés par l'auteur de l'atteinte au droit et le préjudice moral causé au titulaire de ces droits du fait de l'atteinte. Toutefois, la juridiction peut, à titre d'alternative et sur demande de la partie lésée, allouer à titre de dommages et intérêts une somme forfaitaire qui ne peut être inférieure au montant des redevances ou droits qui auraient été dus si l'auteur de l'atteinte avait demandé l'autorisation d'utiliser le droit auquel il a porté atteinte.»*

> Décision n° 5149

Protection de la marque 7 jours

Porte atteinte aux droits de la société Hachette Filipacchi Presse (titulaire de la marque verbale TELE 7 JOURS), le fait pour l'éditeur d'un site internet (septjours.fr) de reproduire le signe "septjours.fr". Ce nom de domaine constitue la reprise quasi identique de la marque de la société Hachette Filipacchi Presse, l'ajout de "fr" étant indifférent et la mention du chiffre sept en lettres et non en chiffres.

La reproduction du signe "septjours.fr", crée un risque de confusion avec la marque TELE SEPT JOURS dans la mesure où il est utilisé pour les mêmes services et qu'il semble être une déclinaison de cette marque. Cette exploitation du nom de domaine septjours.fr constitue un acte déloyal procurant à la défenderesse un avantage concurrentiel injustifié au préjudice des sociétés Hachette Filipacchi Presse et Hachette Filipacchi Associés.

> Décision n° 5150

Marques similaires mais non identiques

Lorsqu'un tiers est poursuivi pour contrefaçon et que la marque en cause n'est pas reprise à l'identique, les juges apprécient les faits au regard de l'article 713-3 b) du code de la propriété intellectuelle qui dispose que "sont interdits, sauf autorisation du propriétaire, s'il peut en résulter un risque de confusion dans l'esprit du public, l'imitation d'une marque et l'usage d'une marque imitée, pour des produits ou services identiques ou similaires à ceux désignés dans l'enregistrement".

Le Tribunal recherche si, au regard d'une appréciation des degrés de similitude entre les signes et entre les produits désignés, il existe un risque de confusion dans l'esprit du public concerné. Ce risque s'apprécie selon les services visés par le dépôt du signe et la similitude visuelle, auditive et conceptuelle des signes (qui constituent « l'impression d'ensemble produite »).

> Décision n° 5151

Protection de la marque Bateaux Mouches

La Compagnie des Bateaux Mouches, qui exploite une activité de tourisme fluvial sur la Seine, n'a pas obtenu la nullité du dépôt des marques « Bateaux Mouches » et « Bateaux Mouches Paris Pont de l'Alma » par M. X.

La dénomination « Bateaux Mouches » est le nom générique pour désigner l'exploitation de bateaux de tourisme sur la Seine, de sorte qu'il n'existe aucun risque de confusion entre les produits proposés. Il n'était pas établi que le public concerné, à savoir celui des touristes visitant Paris et désireux de contempler ses monuments au fil d'une croisière sur la Seine

et guidé dans ce désir par les ouvrages spécialisés, serait conduit à réserver exclusivement l'expression « Bateaux Mouches » à la société La Compagnie des Bateaux Mouches.

Concernant la bonne foi de tout déposant d'une marque, il a été précisé que l'intention frauduleuse ne se présume jamais et que celle-ci s'apprécie au jour du dépôt de la demande d'enregistrement. L'absence d'exploitation de la marque, circonstance nécessairement postérieure à son dépôt, n'est pas de nature à établir la mauvaise foi du déposant au jour du dépôt.

> Décision n° 5152

Notion de risque de confusion de marques

Le risque de confusion entre deux marques est distinct du parasitisme. Ce dernier, pour être considéré comme fautif au sens de l'article 1382 du code civil, 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 procure un avantage concurrentiel, fruit d'un savoir-faire, d'un travail intellectuel et d'investissements de façon à profiter sans bourse délier des investissements de son concurrent.

> Décision n° 5153

Usage de marque dans la vie des affaires

L'usage d'une marque dans la vie des affaires s'entend de tout usage pour une opération qui s'inscrit dans le domaine économique et qui vise à l'obtention d'un avantage direct ou indirect de nature économique (presse, campagne de communication ...).

Le fait qu'une association loi 1901 n'ait pas un objet commercial n'empêche pas l'usage fautif de la marque d'un tiers dans la vie des affaires.

> Décision n° 5154

Protection de la marque ELLE

La société HACHETTE FILIPACCHI PRESSE (HFP) est titulaire de la marque notoire "ELLE" exploitée depuis 1945 par plusieurs types de médias dont le célèbre magazine éponyme mais également des sites web et dans le cadre de partenariats avec des chaînes de télévision ou des radios. A ce titre, la société HFP est en droit d'interdire l'usage du signe ELLE par l'association loi 1901 ELLES FM pour exploiter un service de radio.

Les signes ELLES FM et ELLE ont été considérés comme identique. Au sens des tribunaux, un signe est considéré comme identique à la marque déposée s'il reproduit, sans modification ni ajout tous les éléments constituant la marque ou si, apprécié dans son ensemble, il recèle des différences si insignifiantes qu'elles peuvent passer inaperçues aux yeux du consommateur moyen.

Les deux marques opposées sont constituées du même élément dominant, à savoir le vocable "ELLE". L'ajout d'un "S" dans la marque arguée de contrefaçon et l'adjonction des termes FM, RADIO et/ou TELEVISION, qui sont purement descriptifs des services fournis sous le signe ELLES ne sont pas suffisamment perceptibles pour faire obstacle à l'identité de l'élément distinctif et dominant des deux marques constitué du mot "ELLE", qui sera perçu par le consommateur comme le seul élément distinctif et donc comme la marque garantissant l'origine du service.

> Décision n° 5155

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

- Déclaration de cession - Dessin et modèle
- Assignation en contrefaçon – Dessin et modèle
- Contrat de cession de dessin et modèle (*)
- Contrat de cession de marque (*)
- Business Plan (*)

(*) Sur abonnement Uplex.fr

Contester un paiement en ligne

Le consommateur qui souscrit un service en ligne (téléchargement de titres de musique ou autres) peut être induit en erreur et se trouver abonné mensuellement au service. Cette erreur résulte le plus souvent d'une mauvaise lecture des conditions générales d'achat. En ce cas, le consommateur a la faculté de mettre fin, auprès de son établissement bancaire, au prélèvement automatique.

A ce titre, l'autorisation de prélèvement donnée par le client s'analyse comme un mandat. En conséquence, toute contestation du client peut s'analyser comme une révocation du mandat. La banque peut engager sa responsabilité lorsqu'elle poursuit un prélèvement automatique sans l'accord du client.

En matière de fraude de paiement en ligne par carte bancaire, l'article L133-23 du Code monétaire et financier pose le principe selon lequel lorsque le titulaire de la carte nie avoir autorisé une opération de paiement qui a été exécutée, ou affirme que l'opération de paiement n'a pas été exécutée correctement, il incombe au prestataire (éditeur du site de e-commerce) de prouver que l'opération en question a été authentifiée, dûment enregistrée et comptabilisée et qu'elle n'a pas été affectée par une déficience technique ou autre.

L'utilisation de l'instrument de paiement telle qu'enregistrée par le prestataire ne suffit pas nécessairement en tant que telle à prouver que l'opération a été autorisée par le client ou que celui-ci n'a pas satisfait intentionnellement ou par négligence grave aux obligations lui incombant en la matière.

En cas de fraude, le client a l'obligation de signaler, sans tarder, à son prestataire une opération de paiement non autorisée ou mal exécutée et au plus tard dans les treize mois suivant la date de débit sous peine de forclusion (sauf si le prestataire ne lui a pas fourni ou n'ait pas mis à sa disposition les informations du paiement).

A noter que les parties peuvent prévoir un délai de forclusion plus court mais uniquement si le client, personne physique, agit pour des besoins non professionnels.

En cas de fraude, le prestataire a l'obligation de rembourser immédiatement au client le montant de l'opération non autorisée.

> Décision n° 5137

Contrefaçon sur Internet

Il est acquis qu'en matière de contrefaçon, le demandeur peut saisir les tribunaux de l'Etat dans lequel le défendeur a son domicile ou le tribunal du lieu où le fait dommageable s'est produit ou risque de se produire (1), ce dernier lieu étant soit celui où l'auteur de la contrefaçon est établi, soit celui où l'objet de la contrefaçon se trouve diffusé. Concernant les contrefaçons sur Internet, les juges européens ont posé certaines spécificités :

1) L'expression "lieu où le fait dommageable s'est produit" doit, en cas de diffamation au moyen d'un article de presse diffusé dans plusieurs États de l'Union, être interprétée en ce sens que la victime peut intenter contre l'éditeur une action en réparation soit devant les juridictions de l'État contractant du lieu d'établissement de l'éditeur de la publication diffamatoire, compétentes pour réparer l'intégralité des dommages résultant de la diffamation, soit devant les juridictions de chaque État contractant dans lequel la publication a été diffusée et où la victime prétend avoir subi une atteinte à sa réputation, compétentes pour connaître des seuls dommages causés dans l'État de la juridiction saisie (Fiona Shevill c/ Press Alliance SA, CJUE, 7 mars 1995, C-68/93) ;

2) La simple accessibilité d'un site Internet sur le territoire couvert par une marque protégée ne suffit pas pour conclure que les offres à la vente de produits supposés contrefaisants sont destinées à des consommateurs situés sur ce territoire. Il incombe aux juridictions nationales d'apprécier au cas par cas s'il existe des indices pertinents pour conclure qu'une offre à la vente de produits supposés contrefaisants est destinée à des consommateurs situés sur celui-ci (L'Oréal SA e. a. c/ eBay International e.a., CJUE, 12 juillet 2011, C-324/09) ;

3) En cas d'atteinte aux droits de la personnalité (vie privée, image ...) au moyen de contenus mis en ligne sur un site Internet, la personne qui s'estime lésée a la faculté de saisir d'une action en responsabilité, au titre de l'intégralité du dommage causé, soit les juridictions de l'Etat membre du lieu d'établissement de l'émetteur de ces contenus, soit les juridictions de l'Etat membre dans lequel se trouve le centre de ses intérêts, que cette personne peut également, en lieu et place d'une action en responsabilité au titre de l'intégralité du dommage causé, introduire son action devant les juridictions de chaque Etat membre sur le territoire duquel un contenu mis en ligne est accessible ou l'a été et que celles-ci sont compétentes pour connaître du seul dommage causé sur le territoire de l'Etat membre de la juridiction saisie (eDate Advertising et Martinez, 25 octobre 2011, C-509/09 et C-161/10).

Dans cette nouvelle affaire concernant la commercialisation de CD Audio contrefaisants pressés en Autriche, la Cour de cassation vient de saisir la Cour de justice de l'Union européenne d'une nouvelle hypothèse : si les juridictions nationales sont compétentes sur les atteintes aux droits patrimoniaux d'auteur résultant de la mise en ligne d'un contenu dématérialisé, celles-ci sont elles également compétentes lorsqu'un support matériel reproduisant le contenu est offert à la vente en ligne ?

A noter que dans le cas particulier de la publicité comparative (dénigrement) sur Internet entre Sociétés, les juges ont l'obligation de rechercher si l'information prétendument dénigrante diffusée en ligne est destinée ou non aux internautes français (la seule accessibilité du site Internet en France étant insuffisante).

(1) L'article 5, point 3, du règlement (CE) n° 44/2001 du 22 décembre 2000 (Bruxelles I), concernant la compétence judiciaire, la reconnaissance et l'exécution des décisions en matière civile et commerciale, dispose qu'en matière délictuelle ou quasi-délictuelle, une personne domiciliée sur le territoire d'un Etat membre peut être atraite, dans un autre Etat membre, devant le tribunal du lieu où le fait dommageable s'est produit ou risque de se produire.

> Décision n° 5138, 5139

Déontologie des SMS surtaxés

Depuis le 1er mars 2012 et sous l'impulsion du projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs, l'association SMS+ qui gère la délivrance des numéros courts SMS surtaxés a adopté de nouvelles règles déontologiques applicables aux éditeurs de services. Le renforcement de la déontologie concerne :

La lutte contre les services non crédibles (Exemple : "Pour savoir si ton petit ami te trompe envoi xxx au xxx" ...);
Le renforcement de la lisibilité des tarifs dans les publicités (le prix devra apparaître avec une taille au moins égale à un tiers de la taille du numéro mentionné);

L'extension des messages d'information tarifaire à l'ensemble des services SMS+ : tous les 5 € consommés pour les services à l'acte, et tous les mois pour les services à abonnement ;
L'extension des plafonds de facturation à l'ensemble des services SMS+ ;

La mise en place généralisée par les éditeurs d'un service client accessible sur simple appel téléphonique via un numéro non-surtaxé (ce numéro sera communiqué en réponse à l'envoi d'un SMS contenant le mot « CONTACT » à l'éditeur);

L'exclusion du recours à l'abonnement dans des cas où il apparaît abusif (ex : loteries);

La mise en place d'un mécanisme de blocage des services SMS+ pour les consommateurs qui en exprimeraient le besoin (Source : Gouvernement).

Appartenance à la franc-maçonnerie

La révélation de l'appartenance d'une personne à la franc-maçonnerie peut elle être légitime et justifiée par l'information du public selon les circonstances, par exemple si elle s'inscrit dans un contexte d'actualité ?

C'était la question posée devant le TGI de Paris dans une affaire où le magazine Medias était poursuivi pour avoir publié un dossier sur les journalistes francs maçons.

Il résulte des dispositions de l'article 9 du Code civil que toute personne, quelle que soit sa notoriété, a droit au respect de sa vie privée et est fondée, à ce titre, à obtenir réparation d'une révélation au public de faits relatifs à sa vie personnelle et familiale.

Ces droits qui découlent également de l'article 8 de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales peuvent toutefois céder devant les nécessités de l'information du public et de la liberté d'expression garanties à l'article 10 de la même Convention, dans le cadre de l'équilibre qu'il revient au juge de dégager, en vertu du second alinéa du dit article, entre ces principes d'égale valeur dans une société démocratique.

Le journaliste poursuivant le magazine faisait valoir qu'il était "victime d'une atteinte à sa vie privée du fait de la révélation de son appartenance à la franc maçonnerie, organisation discrète" et considère "que cette information est sensible dès lors qu'il a toujours cherché à limiter à un cercle minimum, excluant même sa famille, la connaissance de cette appartenance qui fait partie de sa sphère privée". Le journaliste a été débouté de sa demande, l'information en cause ayant été déjà révélée par lui. En effet, dans un droit de réponse, le journaliste reconnaissait expressément qu'il appartenait à la franc-maçonnerie tout en affirmant que « cette appartenance n'interfère pas dans son exercice professionnel et dans son activité syndicale et ne conteste pas avoir été informé de la publication de l'article de François K. intitulé « Les francs-maçons et le pouvoir ».

> Décision n° 5174

Droits du Maquettiste

Un maquettiste (de magazine, d'agence de publicité ou autres) n'est pas coauteur de l'œuvre collective à laquelle il participe, dès lors que les travaux demandés sont réalisés à partir des souhaits des clients et des indications de la société pour laquelle il œuvre.

Dans cette affaire, il a été jugé que le maquettiste avait essentiellement des fonctions de technicien, ses visuels n'étant que des contributions à des œuvres collectives initiées, contrôlées et divulguées sous le nom de l'éditeur. L'employeur du maquettiste était donc investi ab initio des droits d'auteur sur l'ensemble des éléments de l'œuvre collective sans même qu'une cession ne soit nécessaire conformément aux dispositions de l'article L 113-5 du code de la propriété intellectuelle.

Le maquettiste qui réutilise ses travaux pour un tiers, s'expose à une condamnation pour contrefaçon.

A noter que le plus souvent, un magazine ou une plaquette publicitaire sont qualifiées d'œuvres collectives. L'article L 113-2 alinéa 3 du code de la propriété intellectuelle dispose qu' "est dite collective l'œuvre créée sur l'initiative d'une personne physique ou morale qui l'édite, la publie et la divulgue sous sa direction et son nom, et dans laquelle la contribution des auteurs participant à son élaboration se fond dans un ensemble en vue duquel elle est conçue, sans qu'il soit possible d'attribuer à chacun d'un un droit distinct sur l'ensemble réalisé.". L'article L 113-5 du même code ajoute que "l'œuvre collective est, sauf preuve contraire, la propriété de la personne physique ou morale sous le nom de laquelle elle est divulguée. Cette personne est investie des droits de l'auteur".

> Décision n° 5172

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

- Compétence juridictionnelle sur Internet
- Régime juridique du Troc en ligne
- La contribution à l'audiovisuel public
- TVA des publications numériques
- Régime juridique du livre numérique
- Abus de l'informatique par le salarié