

SECRET DE L'INSTRUCTION
ACTION CIVILE OUVERTE

SALARIES
& DROITS D'AUTEUR

MAUVAIS PAYEUR
DENONCIATION EN LIGNE

REVUE ACTOBA

www.actoba.com | MARS 2014 - II



GOOGLE SUGGEST
& Données personnelles

APPLE / COPIE FRANCE
Redevances de copie privée

EBAY
Action en vice caché

PLUS BELLE LA VIE
Droit des fans

PORNO CHIC
Un style protégé

CARREFOUR / AUCHAN
Publicité comparative

Le juridique au service des opérationnels ...

FOCUS

Diffamation sur internet

N° 200

3 Communication électronique

Google Suggest et données personnelles
Revenus Allopass & déclaration BNC
Réglementation des pronostics sportifs
Compétence sur Google Suggest
Apple contre Copie France
Dénoncer en ligne un mauvais payeur
Protection des contenus des CD Rom
Contrat de réalisation de site internet
Vice caché d'une voiture achetée sur eBay
Contrefaçon de site internet

10 Audiovisuel / Cinéma

Contrefaçon de scénario
Responsabilité du producteur exécutif
Plus belle la vie : droit des fans
Statut du présentateur TV
Domicile fiscal des comédiens
Affaire Play TV
Porno chic protégé par le droit d'auteur
Protection des jaquettes de films X
Contrefaçon de court métrage

15 Pub. / Presse / Image

Location de panneau publicitaire
Carrefour c/ Auchan
Publicité comparative dans la distribution
Publicité par l'objet
Photographie du couple Birkin / Gainsbourg
Cession tacite de droit à l'image
Photographies des pochettes de disque
Secret de l'instruction : l'action civile
Image des personnes dans la presse
Diffamation sur internet

22 Propriété intellectuelle

Obligation d'exploiter des droits ?
Contrefaçon de l'œuvre musicale Aïcha
Nature de l'œuvre de collaboration
Droits d'auteur du salarié
Droits du producteur musical
Action en contrefaçon du licencié exclusif
Protection des panneaux signalétiques
Protection des expressions génériques
Tissu ou costume Cerruti ?
Protection du design d'un bateau

FICHES DU MOIS 28

- Diffamation sur les réseaux sociaux
- Régime des enchères en ligne
- Gestion collective
- Respect de la vie privée
- Respect de la présomption d'innocence
- Contrefaçon en ligne

CONTRATS DU MOIS 28

- Convention de confidentialité
- Déclaration de cession de brevet – INPI
- Statuts de SARL d'Architecture (*)
- Statuts de SARL d'Assurance / courtage (*)
- Licence collective de marque (*)
- Contrat d'animation de site internet (*)

(*) Sur abonnement Uplex.fr

Uplex.fr Téléchargez vos modèles de contrats sur Uplex.fr, saisissez le Code promo "1975" et bénéficiez de 10% de réduction...

Nouveautés La base de données Actoba.com s'est enrichie de nouvelles rubriques d'actualités: droit du travail, pilotage d'entreprise, contrats et concurrence ...

Google Suggest et données personnelles

Application de la loi du 6 janvier 1978 à Google Suggest

Précision toujours utile : l'article 2 de la loi du 6 janvier 1978 limite son périmètre d'application « aux traitements automatisés de données à caractère personnel, ainsi qu'aux traitements non automatisés de données à caractère personnel contenues ou appelées à figurer dans des fichiers, à l'exception des traitements mis en oeuvre pour l'exercice d'activités exclusivement personnelles ».

Notion de fichier

Le système de suggestion Google Suggest n'est pas un fichier et ne répond pas à la définition que donne la loi informatique et libertés du fichier, à savoir « tout ensemble structuré et stable de données à caractère personnel accessibles selon des critères déterminés », dès lors que les mots qui sont suggérées ne présentent pas les caractères de stabilité et de structure imposés par le texte visé.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6296

Revenus Allopass & déclaration BNC

Revenus BNC

Les revenus accessoires perçus à titre principal ou accessoire des services Allopass doivent être déclarés au titre des Bénéfices non commerciaux (BNC). L'administration fiscale est en droit de redresser et sanctionner toute absence de déclaration et d'obtenir, au titre de son droit de communication (tiré des articles L. 81 et L. 85 du livre des procédures fiscales) auprès d'Allopass, tous les documents utiles.

Droit de communication de l'administration fiscale

Aucune disposition du livre des procédures

fiscales ne prévoit, dans le cadre de l'exercice par l'administration de son droit de communication auprès de tiers, de faire mention d'informations telles que l'heure de la remise des documents, les nom et adresse des tiers ayant transmis les documents en cause ainsi que le grade de l'agent du service dûment habilité les ayant reçus.

Dans cette affaire, un auteur de logiciels avait perçu par chèque de la société Allopass sur ses comptes bancaires, des commissions sur des numéros de télécommunication surtaxés permettant l'accès à ses sites internet. Les sommes en cause provenaient de son activité de coauteur de logiciels originaux mais n'avaient pas été déclarées.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6297

Réglementation des pronostics sportifs

L'activité de pronostics sportifs hors ligne (en boutique par exemple) est réglementée de longue date et n'a pas fait, contrairement aux jeux d'argent en ligne, d'une libéralisation. Le dispositif légal actuel a été jugé conforme au droit européen par le Conseil d'Etat.

Atteinte à la libre prestation de service

Une législation nationale autorisant les jeux d'argent de façon limitée ou dans le cadre de droits spéciaux ou exclusifs accordés ou concédés à certains organismes, en ce qu'elle restreint l'exercice d'une activité économique, porte atteinte à la liberté d'établissement et à la libre prestation de services.

Toutefois, cette atteinte à la prestation de service peut être admise au titre des mesures dérogatoires prévues par le traité de l'Union européenne ou si elle est justifiée par des raisons impérieuses d'intérêt général, telles que les conséquences moralement et financièrement préjudiciables pour l'individu et la société susceptibles de résulter de la pratique des jeux de hasard. Même justifiée, l'entrave à la prestation de service ne peut, ainsi que l'a jugé la Cour

de justice de l'Union européenne (CJUE), être justifiée que si les mesures restrictives sont proportionnées à la réalisation des objectifs invoqués, c'est-à-dire si elles sont propres à garantir ces objectifs et si elles ne vont pas au-delà de ce qui est nécessaire pour les atteindre.

Comme relevé par la CJUE dans ses arrêts n° C-42/07 du 8 septembre 2009 et n° C-212/08 du 30 juin 2011, un État membre cherchant à assurer un niveau de protection particulièrement élevé des consommateurs de jeux de hasard peut être fondé à considérer que seul l'octroi de droits exclusifs à un organisme unique soumis à un contrôle étroit des pouvoirs publics est de nature à permettre de maîtriser les risques propres à cette activité et de poursuivre une politique efficace de lutte contre le jeu excessif. Dans ce cas, il incombe au juge national de rechercher si les contrôles auxquels l'organisme bénéficiant d'un droit exclusif est soumis sont effectivement mis en oeuvre de manière cohérente et systématique pour atteindre les objectifs qui lui sont assignés et si la politique menée par celui-ci, si elle peut impliquer l'offre d'une gamme de jeux étendue, une publicité d'une certaine envergure et le recours à de nouvelles techniques de distribution, n'est pas pour autant expansionniste.

Décret du 1er avril 1985

En application de l'article 1er du décret du 1er avril 1985 relatif à l'organisation et à l'exploitation des jeux de pronostics sportifs autorisés par l'article 42 de la loi de finances pour 1985, il peut être proposé au public une offre de jeux de pronostics sportifs mais celle-ci doit respecter les objectifs suivants :

- assurer l'intégrité, la sécurité et la fiabilité des opérations de jeux et veiller à la transparence de leur exploitation ;
- canaliser la demande de jeux dans un circuit contrôlé par l'autorité publique, afin de prévenir les risques d'une exploitation des jeux d'argent à des fins frauduleuses et criminelles et de lutter contre le blanchiment d'argent ;
- encadrer la consommation des jeux afin de prévenir le développement des phénomènes de dépendance.
- les jeux de paris et de pronostics sportifs ne peuvent être vendus aux mineurs, même émancipés.

Compétence de la Française des jeux

L'organisation et l'exploitation des jeux de pronostics sportifs est en tout état de cause, à l'entreprise publique constituée sous forme de société anonyme « La Française des jeux » (FDJ) (article 17 du décret du 9 novembre 1978 relatif à l'organisation et à l'exploitation des jeux de loterie autorisés par l'article 136 de la loi du 31 mai 1933). Les statuts de la FDJ ont été approuvés par le ministre chargé du budget et le ministre chargé de l'économie et des finances.

Cette société doit exercer sa mission conformément aux objectifs mentionnés à l'article 1er du décret du 9 novembre 1978. Elle est soumise au contrôle économique et financier de l'Etat. Un comité consultatif pour la mise en oeuvre de la politique d'encadrement des jeux et du jeu responsable, placé auprès du ministre chargé du budget, auquel, depuis l'intervention de la loi du 12 mai 2010 relative à l'ouverture à la concurrence et à la régulation des jeux d'argent et de hasard en ligne, s'est substitué un comité consultatif des jeux ayant les mêmes missions, était compétent pour prescrire la réalisation d'études, conseiller le ministre dans la mise en oeuvre de la politique d'encadrement des jeux exploités par la Française des jeux et contrôler sa conformité aux objectifs.

Conformité avec le droit européen

Ces dispositions légales ont pour objet la protection de l'ordre public par la lutte contre la fraude, la prévention des risques d'une exploitation des jeux d'argent à des fins criminelles et la prévention des phénomènes de dépendance. Ces objectifs constituent des raisons impérieuses d'intérêt général susceptibles de justifier des restrictions quant aux opérateurs autorisés à proposer des services dans le secteur des jeux de pronostic sportif.

Du fait des objectifs qui lui sont assignés et des modalités du contrôle qui sont exercées sur La FDJ, la restriction de l'offre des jeux de pronostic sportif imposée par le décret du 1er avril 1985 sont regardés comme étant propre à garantir la réalisation des objectifs invoqués, alors même que cette dernière société développe une politique dynamique d'adaptation de son offre de jeux. Les contraintes auxquelles la FDJ est soumise visent à contrôler l'offre de paris proposés tant en nombre qu'en contenu, à l'obliger à réagir par des mesures correctrices dans les cas où était constaté

le développement de pratiques excessives ou dépendantes provoquées par certains types de jeux, à encadrer sa politique de promotion et de publicité par un plafonnement de son budget dédié à ces dépenses à 1 % de son chiffre d'affaires, et à limiter l'addiction au jeu par la fixation d'un taux de retour des mises aux joueurs à un niveau sensiblement inférieur à celui pratiqué par d'autres opérateurs.

Enfin, des mesures destinées à contrôler l'accès des joueurs, en particulier les mineurs, aux jeux de loterie et à informer le public sur les risques de dépendance sont imposées à la FDJ ainsi que des règles strictes ayant pour objet d'assurer la sécurité des jeux, leur transparence financière et la lutte contre le blanchiment.

En conséquence, les dispositions du décret du 1er avril 1985 par lesquelles l'Etat a confié l'organisation et l'exploitation des jeux de loterie à une entreprise publique, peuvent, eu égard aux particularités liées à l'offre de jeux de pronostics sportifs, être regardées comme justifiées par les objectifs de la lutte contre la fraude, de prévention des risques d'une exploitation des jeux d'argent à des fins criminelles et de prévention des phénomènes de dépendance. Il a été jugé que ces dispositions légales ne méconnaissent pas les articles 43 et 49 du traité instituant la Communauté européenne.

Compétence sur Google Suggest

Les juges français sont pleinement compétents pour apprécier les éventuels litiges concernant la fonctionnalité Google Suggest.

La victime d'une injure / d'un dénigrement par le biais de Google Suggest (y compris sur les sites Google. ca, google.be et google.ch) peut s'adresser aux tribunaux français, en application de l'article 46 du Code de procédure civile qui maintient au profit de la victime la possibilité de saisir la juridiction du lieu où demeure le défendeur ou, s'agissant d'infraction commises sur le réseau internet, la

juridiction du pays où elle a le centre de ses intérêts.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6298

Apple contre Copie France

5 millions d'euros de provision

La société Apple a été condamnée à payer à la société Copie France, une provision de 5 millions d'euros au titre de la redevance pour copie privée sur les tablettes tactiles. Le Conseil d'Etat devrait se prononcer prochainement au fond sur cette affaire.

Décision n° 13 de la Commission

Dans sa décision n°13, la Commission pour la copie privée a soumis les tablettes tactiles multimédias à la rémunération pour copie privée. Or Apple a fait valoir que la décision prise précipitamment ne repose sur aucune étude d'usage et a retenu un barème identique à celui fixé par la décision n°11 pour les téléphones portables, laquelle décision a été annulée par le Conseil d'Etat pour ne pas avoir apprécié l'usage professionnel qui pouvait être fait de ces appareils selon les règles dégagées par l'arrêt Padawan du 21 octobre 2010 de la CJUE.

Séparation des pouvoirs

En l'espèce, il n'appartient pas au juge judiciaire de statuer sur la légalité d'un acte administratif. Il est également constant que la décision n°13 de la Commission est exécutoire tant que le Conseil d'Etat ne l'a pas annulée. Néanmoins lorsqu'il existe des doutes sérieux sur la validité d'un acte administratif dont dépend la solution du litige devant le juge judiciaire, celui-ci sursoit à statuer jusqu'à ce que la juridiction administrative se soit prononcée. En l'espèce, l'existence de la créance de la société Copie France à l'égard de la société Apple repose sur la décision n°13 de la Commission. Le principe de la taxation n'étant pas contestable (le litige portant sur le montant des barèmes adoptés par

“ Copie privée ”

la commission pour la copie privée), le juge judiciaire a accordé une provision à la société Copie France.

Par ailleurs la loi met à la charge des fabricants et importateurs d'appareils d'enregistrement le paiement de la compensation équitable à charge pour eux de la répercuter sur le consommateur final qui bénéficie de l'exception de copie privée. En l'espèce, la société Apple qui fournit du matériel d'enregistrement et qui au surplus reconnaît avoir collecté le montant de la rémunération pour copie privée auprès des consommateurs finals, est bien débitrice de l'indemnité due à la société Copie France. Indépendamment du montant de cette provision, on attendra avec intérêt la décision au fond du Conseil d'Etat.

Principe de la copie privée

Pour rappel ,l'article L311-1 du Code de la propriété intellectuelle tel que résultant de la loi du 3 juillet 1985 a instauré au profit des auteurs, artistes interprétés et producteurs un droit à rémunération pour copie privée qui est perçue par la société pour la perception de la rémunération de la copie privée audiovisuelle et sonore dite Copie France . Une commission prévue par l'article L311-5 du Code de la propriété intellectuelle fixe le montant de, cette rémunération selon les supports d'enregistrement. Plusieurs décisions de la commission fixe les barèmes applicables selon les supports d'enregistrement concernés.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6299

Dénoncer en ligne un mauvais payeur

Blog au nom d'un débiteur

Les juges font parfois preuve d'audace en matière de liberté d'expression. Dans cette affaire, un créancier mécontent a créé un Blog (nom de domaine du nom de son débiteur) afin de dénoncer son débiteur mauvais payeur. Aucun abus au titre de la liberté d'expression (et en particulier la diffamation) n'a été retenu.

L'article 29, alinéa 1°, 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, sans difficulté, l'objet du débat sur la preuve de sa vérité organisé par les articles 35, 55 et 56 de la loi ; ce délit, qui est caractérisé même si l'imputation est formulée sous une forme déguisée, dubitative ou par voie d'insinuations, se distingue ainsi de l'expression d'appréciations subjectives et de l'injure, que l'alinéa deux du même article 29 définit comme « toute expression outrageante, termes de mépris ou invective qui ne renferme l'imputation d'aucun fait ».

Ni l'inexactitude des propos ni leur caractère désobligeant ne suffisent à caractériser la diffamation et l'appréciation de l'atteinte portée à l'honneur ou à la considération de la personne visée doit s'apprécier indépendamment du mobile de son auteur comme de la sensibilité de la personne visée ou de sa conception subjective de l'honneur et de la considération, mais au regard de considérations objectives d'où s'évincerait une réprobation générale, que le fait soit prohibé par la loi ou considéré comme d'évidence contraire à la morale commune.

Mauvais payeur n'est pas une diffamation

Le créancier reprochait à son débiteur de n'avoir pas payé la somme convenue dans un contrat en rémunération du service prévu par ce même contrat. Cette imputation visait bien une personne identifiable (nom et prénom cité ainsi que reproduction de photographies du débiteur). Cependant, le Tribunal a considéré que s'il s'agissait effectivement de l'imputation d'un fait précis susceptible de faire l'objet d'un débat sur la preuve de sa vérité, le fait d'avoir manqué à une obligation purement civile n'est pas considéré, aujourd'hui, comme contraire à la représentation commune de l'honneur au sens de l'article 29 alinéa 1° de la loi sur la liberté de la presse.

Ainsi, et malgré le caractère incontestablement désagréable, voire préjudiciable de ces propos, ils ne peuvent être considérés comme diffamatoires

et le débiteur a été débouté de ses demandes.

Droit à l'image du mauvais payeur

Attention toutefois au respect du droit à l'image : le créancier avait publié deux clichés photographiques représentant le débiteur. Or, en vertu de l'article 9 du Code civil, toute personne a droit au respect de sa vie privée et est fondée à en obtenir la protection, que toute personne dispose également en vertu du même texte, d'un droit exclusif sur son image, attribut de la personnalité, et sur l'utilisation qui en est faite. Ce droit lui permet, en principe, de s'opposer à la diffusion de celle-ci sans son autorisation et d'obtenir réparation du préjudice qui lui aurait été causé de ce fait.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6300

Protection des contenus des CD Rom

Textes des CD Rom

Les contenus textuels des CD Rom peuvent être protégés par le droit d'auteur dès lors qu'ils sont originaux. L'article L111-1 du code de la propriété intellectuelle prévoit que l'auteur d'une oeuvre de l'esprit jouit sur cette oeuvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous. L'article L112-1 du même code indique que ses dispositions protègent les droits des auteurs sur toutes les oeuvres de l'esprit, quels qu'en soient le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination. Enfin, l'article L 122-4 précise que toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droits ou ayant cause est illicite.

Absence de contrefaçon

En l'espèce, la reprise contrefaisante de textes d'un ouvrage historique pour concevoir un CD Rom n'a pas été jugée constituée. Les CD Rom historiques présentent une certaine spécificité dès lors qu'ils reprennent de nombreuses informations du domaine public. La reprise d'une expression répandue, ou d'un pléonisme, ne saurait pas caractériser le plagiat ; les idées ne sont pas en soi protégeables au titre du droit d'auteur, dès lors que leur formulation n'est pas reprise. En l'occurrence,

les deux oeuvres ont porté sur les mêmes faits, la même construction, se sont référés aux mêmes faits et aux mêmes dates. Les deux oeuvres contenaient les mêmes observations, et leurs auteurs se livraient à des analyses ou développaient des hypothèses marquées par une certaine proximité. Pour autant, le caractère commun aux deux oeuvres ne dépassait pas le niveau de la reprise et du développement des idées.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6301

Contrat de réalisation de site internet

Bonne foi contractuelle

Faire appel à un autre prestataire internet pendant l'exécution d'un contrat de conception de site internet avec un premier prestataire, peut être analysé comme une violation de l'obligation civile d'exécuter les conventions de bonne foi.

Fautes du prestataire internet

Dans cette affaire, un client ayant passé commande d'un site internet a mis en demeure son prestataire de rectifier des erreurs ou approximations concernant notamment des photographies du site, qualifiées de « la plupart du temps troubles », ainsi que des fautes d'orthographe, stigmatisait la mauvaise qualité du travail effectué et lui demandait, en vue de faire intervenir une autre entreprise, de fournir les codes d'accès FTP et de restituer le nom de domaine. Le client reprochait également à son prestataire d'avoir créé un site marchand peu pratique pour l'internaute, de ne pas recevoir sur sa messagerie les commandes passées, estimant qu'il a manqué à son obligation contractuelle de réaliser un site marchand conforme à la commande et en état de fonctionnement.

Preuve des manquements contractuels

Le client a été débouté de sa demande de condamnation. Il lui appartenait de rapporter la preuve de ses allégations conformément aux articles 9 du code de procédure civile et 1315 du code civil. En application de l'article 1134 du code civil les conventions doivent être exécutées de bonne foi, or le client ne s'expliquait pas sur les conditions dans lesquelles, alors qu'il était encore

en relations contractuelles, a contracté avec un autre prestataire informatique pour la réalisation d'un autre site marchand portant le même nom, mais avec une terminaison en fr. au lieu de .com. Le client ne démontrait pas non plus la réalité des griefs invoqués.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6302

Vice caché d'une voiture achetée sur eBay

Connaissance des vices cachés

Un garagiste professionnel qui vend un véhicule sur eBay pour le compte d'un client, même s'il dissimule sa qualité de garagiste, reste qualifié de « professionnel » par les juges. Il est donc présumé connaître les vices affectant le véhicule qui vend. Dès lors que sur eBay le garagiste a été le seul interlocuteur de l'acheteur, il s'est comporté en tant que vendeur, puis lors de la livraison du véhicule, en percevant le prix de la vente et en remettant à l'acquéreur les certificats de cession et d'immatriculation du véhicule. Ces documents étaient certes établis au nom du vendeur final mais le garagiste n'avait pas précisé sa qualité de mandataire.

Nullité de la vente du véhicule

Dans cette affaire, un particulier, après avoir acheté son véhicule sur eBay, a subi une panne dès le lendemain de son achat et a procédé au changement de la boîte de vitesse du véhicule avant de faire soumettre le véhicule à une expertise. L'acheteur a ensuite fait assigner le garagiste vendeur devant le tribunal d'instance en réclamant la résolution de la vente, sur le fondement du vice caché. L'expert auquel avait eu recours l'acheteur, avait constaté une consommation excessive d'eau et d'huile, en concluant que le véhicule ne pouvait être utilisé en l'état. L'expert a retenu deux défauts importants affectant d'une part la boîte de vitesse du véhicule sur laquelle il a constaté la destruction des pignons et des roulements, ainsi que des traces noirâtres

attestant de la dégradation du lubrifiant chargé en impuretés. Il a retenu par ailleurs un défaut d'étanchéité vraisemblable du joint de culasse expliquant une surconsommation de liquide et une surpression dans le circuit de refroidissement. Il a également conclu que le véhicule se trouvait hors d'usage, du fait d'un défaut d'entretien préexistant à la vente. Sur la base de cette expertise, les juges ont prononcé la résolution de la vente.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6303

Contrefaçon de site internet

Cette décision vient de confirmer que le site internet peut être qualifié, dans son ensemble, d'œuvre originale protégée par les droits d'auteur.

Site internet original

L'originalité d'un site de vente en ligne de pneus, a été retenue en raison des caractéristiques suivantes :

Une charte graphique, composée de blanc, de bleu et de gris avec des touches d'orange, les couleurs emblématiques du site étant le noir et le orange pour rappeler la marque déposée par le site, les visuels de sa page d'accueil comme la pile de pneus ;

Des fonds de page apparaissant sur les côtés, composés d'éléments visuels et textuels, variant selon les événements ou les saisons ;

L'apparition, en bas de chaque page, d'un encadré comportant plusieurs nuances de gris (une des couleurs du logo) comportant les principales informations contenues sur le site Internet ;

Une architecture avec la présentation des produits dans des encarts de couleurs vives, un bouton d'achat d'une couleur orange dégradée ;

Des fiches produits avec des encadrés originaux ;

“ Critères de l'originalité

Un processus d'achat et l'affichage d'une fenêtre « pop-up » particulière au moment de l'ajout d'un produit dans le panier, la mise en avant des avis des clients et fournisseurs, ainsi que le système de notation des produits en étoiles et représentés dans un graphique bleu en forme de toile d'araignée présentant les notes attribuées ;

La combinaison de l'ensemble de ces différents éléments caractérisant la charte graphique, l'identité visuelle, l'architecture du site www.allopnus.com est le fruit de choix précis et cohérents et d'un parti pris esthétique qui démontraient l'empreinte de la personnalité de son auteur. En effet, la combinaison de l'ensemble de ces éléments, au travers du choix arbitraire et précis des couleurs, de leurs dégradés comme de la place des photographies, logos ou textes sur la page internet ou encore des systèmes de notation ou de présentation des produits novateurs était originale (application du droit d'auteur).

Application du droit d'auteur

L'article L.111-1 du Code de la propriété intellectuelle dispose que l'auteur d'une oeuvre de l'esprit jouit sur cette oeuvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous, comportant des attributs d'ordre intellectuel et moral ainsi que des attributs d'ordre patrimonial.

Le droit à la protection est reconnu à l'auteur de toute oeuvre de l'esprit, quels qu'en soit le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination (principe de la protection d'une oeuvre sans formalité et du seul fait de la création d'une forme originale).

Contrefaçon de site internet établie

Il a été jugé que la société 1001 pneus avait fait évoluer la présentation de ses sites par une reprise quasi servile des caractéristiques du site Allopnus. Le site en cause a repris les éléments les plus importants caractérisant la combinaison originale que constitue le site Allopnus.com (reprise des couleurs emblématiques de la marque, de la charte graphique, des titres bicolores, du logo 3xCB, du visuel de la pile de pneus, des blocs gris

de bas de page, du système de notation des produits par étoiles et par graphiques "toile d'araignée" ...).

300 000 euros de dommages et intérêts

Compte tenu des investissements que représentent la création du site internet copié avec une charte graphique cohérente et avec des éléments originaux et novateurs, les juges ont fixé le préjudice subi par la société Allopnus à la somme de 300.000 euros au titre de la contrefaçon de son site internet.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6304

Contrefaçon de scénario

Dans cette affaire, les juges ont conclu que le scénario du film Colombiana ne constitue pas une contrefaçon du court métrage « Le fantôme de l'orchidée ».

Protection du scénario

Aux termes de l'article L.111-1 du code de la propriété intellectuelle, l'auteur d'une oeuvre de l'esprit jouit sur cette oeuvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous, comportant des attributs d'ordre intellectuel et moral ainsi que des attributs d'ordre patrimonial et ce droit est conféré, selon l'article L.112-1 du même code, à l'auteur de toute oeuvre de l'esprit, quels qu'en soient le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination. La contrefaçon doit être appréciée 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 droit ou ayants cause, est illicite. La contrefaçon est constituée lorsque les caractéristiques originales d'une oeuvre sont reprises.

Idee non protégeable

En l'occurrence, le thème en cause ne présentait pas une originalité suffisante. Le concept d'une petite fille qui a vu ses parents assassinés sous ses yeux et décide de se venger n'est pas original puisque auparavant des films ont déjà repris ce thème (Rien que pour vos Yeux, 1983, ou l'Expert, 1994). Le fait que dans Le fantôme de l'Orchidée et Colombiana le père de l'héroïne soit le comptable d'un clan mafieux, ce qui implique nécessairement qu'il ait eu des relations amicales avec les membres de ce clan, n'est qu'une idée, non susceptible de protection, pas plus que le fait de se défendre devant des hommes cherchant à l'assassiner. De surcroît, les histoires d'amour sont différentes dans les deux films. En effet, si les héroïnes ne dévoilent pas leurs crimes à leurs amoureux, cette idée étant commune, ce personnage

est dans Le fantôme de l'Orchidée en charge de l'enquête la concernant alors que dans Colombiana, il est tout à fait extérieur à son activité criminelle.

S'agissant de la symbolique de l'orchidée, une série et un film (épisode 19 de The Equalizer réalisé en 1986 et Le tueur de l'orchidée réalisé en 1992) où l'idée de laisser cette fleur pour signer un crime.

L'ensemble de ces éléments établit que les quelques vagues similitudes ne portent pas sur des éléments originaux et qu'en conséquence, aucune contrefaçon n'est établie.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6305

Responsabilité du producteur exécutif

Marque dénigrée

Un sketch de 4 minutes intitulé le « Power plate Game » a été diffusé sur VIRGIN RADIO dans cette émission puis sur le site internet www.virginradio.fr. Lors de la séquence, deux intervenants à l'émission ont tenu les propos suivants : « Arthur de l'équipe est sur un Power Plate, un vrai Power Plate, en direct, vous savez, ce truc où on s'assoit c'est censé faire maigrir mais enfin ça abîme surtout le dos ; ouais, complètement, et en plus, ça déchausse les dents (..) Oh la vache, c'est en train de me tasser le dos (..) ». Considérant que ces propos contrefaisaient et dénigraient leur marque, les sociétés POWER PLATE INTERNATIONAL et LIFE SPORT INTERNATIONAL ont mis en demeure la société EUROPE 2 Communication de les indemniser de leur préjudice. La société EUROPE 2 recherché la garantie du producteur exécutif de l'émission.

Garantie du producteur exécutif

En vertu de l'article 1134 du code civil, les conventions légalement formées tiennent lieu de lois à ceux qui les ont faites. En l'espèce, EUROPE 2 et le producteur exécutif ont conclu un contrat de production aux termes duquel le producteur exécutif s'est engagée à assurer la production de l'émission et qu'il garantit

“ Marque et liberté d’expression ”

au diffuseur la jouissance paisible des droits afférents aux prestations confiées au producteur et le garantit contre toute réclamation de tiers pendant la durée du contrat. Aux termes du contrat, s’il survenait à l’occasion de la diffusion ou de la rediffusion de l’émission des réclamations, actions ou plaintes de toute nature émanant de tiers à raison des propos tenus à l’antenne, le producteur exécutif en supporterait toutes les conséquences financières, ce que le producteur exécutif reconnaît et accepte expressément.

La clause relative aux droits de propriété intellectuelle sur les enregistrements de l’émission prévoyait également que le producteur ferait son affaire de toutes cessions et autorisations relatives à d’éventuels droits de propriété intellectuelle ou droits de la personnalité nécessaires à l’exploitation paisible de l’émission par le diffuseur et garantissait à ce titre le diffuseur contre toute revendication ou réclamations de tiers.

Pour retenir la responsabilité du producteur exécutif, le tribunal a constaté que la garantie contractuelle visait expressément toutes les “conséquences financières” en cas de “réclamations, actions ou plaintes de toute nature” de tiers, sans qu’il y ait lieu de distinguer selon la nature des conséquences financières ni selon l’issue de l’action des tiers, puisque la garantie contractuelle était détachée de toute faute du producteur. En présence de ces termes clairs et précis, il n’y avait pas lieu d’interpréter le contrat, sauf à le dénaturer en limitant a posteriori la garantie du producteur et en restreignant les termes de l’accord alors que la volonté des parties avait clairement pour objet la garantie de toute conséquence financière, sans que l’absence de référence aux frais d’avocats et de procédure constitue une cause d’exclusion de garantie.

Aucune stipulation contractuelle n’imposait un accord préalable du producteur sur le choix du conseil du diffuseur sur la fixation des honoraires et il n’y avait donc pas lieu d’ajouter aux termes clairs de l’accord des parties.

Modération des frais de justice

Néanmoins, l’article 1135 du code civil dispose que les conventions obligent non seulement à ce qui y est

exprimé, mais encore à toutes les suites que l’équité, l’usage ou la loi donnent à l’obligation d’après sa nature. En l’espèce, les sommes dues par le producteur exécutif au titre des frais de défense du diffuseur, dans la mesure où elles ne sont pas déterminées ni déterminables dans le contrat lui-même, doivent être équilibrées au regard des actes effectivement accomplis dans le cadre de cette défense (minoration de l’indemnisation au titre des frais de justice).

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6306

Plus belle la vie : droit des fans

Les fans de séries télévisées ont aussi le droit à la liberté d’expression, droit qui inclut le libre usage du titre des séries TV (même protégés à titre de marque) pour créer, par exemple, des pages Facebook.

Droits des fans

La créatrice et animatrice du site internet www.pblvmarseille.fr, site non officiel consacré à la série télévisée “plus belle la vie”, ainsi que d’une page FACEBOOK également consacrée à cette série ainsi obtenu gain de cause contre la société de production de la série. La société TELFRANCE SERIE, société de production de films et de programmes pour la télévision et producteur délégué de la série télévisée “PLUS BELLE LA VIE”, feuilleton quotidien diffusé sur la chaîne FRANCE 3 est titulaire des marques françaises “PBLV” et “PLUS BELLE LA VIE”. La société avait obtenu de la société FACEBOOK FRANCE de fusionner la page non officielle de fans avec la page FACEBOOK officielle de cette société (de sorte que la société TELFRANCE SERIE s’est appropriée les 605200 fans de la page FACEBOOK non officielle).

Notion d’usage commercial

Pour ordonner le transfert du groupe FACEBOOK plus belle la vie à son propriétaire « non officiel », les juges ont considéré que la création d’un groupe de fans n’était pas assimilée à un usage commercial de marque.

L’article L 713-2 du code de la propriété intellectuelle

“Présentateur TV”

prévoit que “ sont interdits, sauf autorisation du propriétaire : a) La reproduction, l’usage ou l’apposition d’une marque, même avec l’adjonction de mots tels que : “formule, façon, système, imitation, genre, méthode”, ainsi que l’usage d’une marque reproduite, pour des produits ou services identiques à ceux désignés dans l’enregistrement; b) La suppression ou la modification d’une marque régulièrement apposée”.

La Directive du Parlement et du Conseil du 22 octobre 2008 rapprochant les législations des Etats membres sur les marques prévoit notamment, en son article 5, que la marque enregistrée confère à son titulaire un droit exclusif, et que le titulaire est habilité à interdire à tout tiers, en l’absence de son consentement, de faire usage dans la vie des affaires d’un signe identique à la marque pour des produits ou des services identiques à ceux pour lesquels celle-ci est enregistrée. Aussi, le titulaire d’une marque est habilité à faire interdire l’usage d’un signe identique à la marque, lorsque cet usage se situe dans le contexte d’une activité commerciale visant à un avantage économique et non dans le domaine privé.

Par ailleurs, le titulaire d’une marque ne peut s’opposer à l’usage d’un signe identique à sa marque, si cet usage n’est pas susceptible de porter atteinte à l’une de ses fonctions.

Si l’activité commerciale peut s’entendre hors des seules opérations commerciales conduites par des personnes commerçantes, elle doit viser l’obtention d’un avantage direct ou indirect de nature économique. En l’espèce, l’usage de la marque plus belle la vie était licite dans la mesure où il ne présentait aucun caractère commercial. En effet, En l’espèce, les pièces versées ne démontrent pas que l’animatrice du groupe FACEBOOK a utilisé sa page afin de réaliser des échanges commerciaux ayant pour but de distribuer des biens ou des services sur le marché.

De la même façon, la présence sur cette page du logo et du nom de cette série est insuffisante à démontrer son caractère commercial. L’organisation, par l’animatrice du groupe de jeux concours (dont la société TELFRANCE SERIE était au courant puisqu’elle fournissait des cadeaux aux gagnants) n’établissait pas

non plus que la participation à ces jeux était payante, ni ne démontrait l’existence d’un quelconque avantage économique qu’en aurait retiré l’animatrice du groupe.

Demande de retrait fautive

Dès lors, l’initiative de la société TELFRANCE SERIE, qui a entraîné la fermeture de la page FACEBOOK en cause apparaissait déloyale. L’importance du nombre de fans de cette page permet d’apprécier l’investissement humain réalisé par l’animatrice. Cette dernière a obtenu la somme de 10 000 euros à titre de dommages et intérêts.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6307

Statut du présentateur TV

Une société du secteur audiovisuel a appliqué à tort les taux réduits, (70% des taux du régime général) prévus par l’arrêté du 24 janvier 1975 sur les rémunérations versées à ses animateurs et présentateurs. Estimant que les conditions d’exercice de l’activité de ces derniers ne leur conféraient pas la qualité d’artiste du spectacle, l’URSSAF a appliqué les taux de droit commun et procédé à la réintégration du différentiel.

L’article L 212-1 du code de la propriété intellectuelle dispose qu’est artiste du spectacle celui “représente, chante, récite, déclame, joue ou exécute de toute autre manière une oeuvre littéraire ou artistique, un numéro de variétés, de cirque ou de marionnettes”, donc celui qui se livre par la voix ou le geste à un jeu de scène impliquant un talent et une interprétation personnels. Or, les prestations réalisées par les présentateurs ne pouvaient leur conférer la qualité d’artiste du spectacle au sens de la loi. En effet, l’animateur présentateur, en ce qu’il est chargé de dire à l’antenne après les avoir éventuellement rédigés, les textes de présentation d’une émission, d’un invité, d’une séquence, d’animer une émission selon un format et une ligne éditorial même s’il fait usage de sa voix qui est sans conteste un élément de sa personnalité, ne se livre à aucun jeu de scène impliquant une interprétation personnelle du message qu’il délivre aux seules fins d’information des auditeurs. Les présentateurs animateurs ne pouvaient donc

être considérés comme des artistes de spectacle.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6308

Domicile fiscal des comédiens

Les salariés de l'audiovisuel non résidents en France sont ceux qui ont leur résidence en Europe ou à l'étranger (ils ne relèvent pas du système fiscal français). Il résulte de l'article L.136-1 du code de la sécurité sociale et de l'ordonnance du 24 janvier 1996 instituant la CRDS que la contribution sociale d'activité sur les revenus d'activité et sur les revenus de remplacement CSG et la CRDS sont dues par les personnes physiques qui sont à la fois considérées comme domiciliées en France pour l'établissement de l'impôt sur le revenu et à la charge, à quelque titre que ce soit, d'un régime obligatoire français d'assurance maladie.

La domiciliation fiscale en France est retenue dès lors que le contribuable y séjourne plus de 183 jours au cours de l'année.

Il en résulte que sont assujetties à la CSG/CRDS toute les personnes domiciliées fiscalement en France à moins qu'il ne soit rapportée la preuve de leur affiliation dans un autre Etat membre de l'Union Européenne ou d'un Etat lié par une convention internationale avec la France. Il appartient à l'employeur chargé du précompte de justifier de la domiciliation fiscale par la production, soit d'une attestation du service des impôts français qui gère les personnes domiciliées fiscalement hors de France, soit d'une attestation de résidence émanant des services fiscaux de l'Etat dans lequel se situe le domicile fiscal. En l'espèce, une société de l'audiovisuel a été redressée car ne justifiant pas de la domiciliation fiscale de ses collaborateurs à l'étranger.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6309

Affaire Play TV

Termes descriptifs

Les termes PLAY, REPLAY et TV ont été jugés comme descriptifs des services de télévision en ligne ou de streaming ou de visionnage différé et ne sont pas déposables à titre de marque. Leur inversion est sans importance pour l'impression visuelle ou intellectuelle qu'en aura le consommateur raisonnablement attentif et normalement informé, qui est l'internaute utilisateur des services de télévision en ligne.

Absence de risque de confusion

En l'espèce, s'il existe une grande similitude entre les deux signes pour identifier des services identiques ou similaires (services de télévision en ligne ou de streaming ou de visionnage différé), il n'en demeure pas moins que la différence graphique est suffisante pour permettre au consommateur raisonnablement attentif et normalement informé d'identifier l'origine des différents services, celui-ci étant habitué dans ce domaine à prendre en considération les logos qui sont déterminants.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6310

Porno chic protégé par le droit d'auteur

Dans l'affaire Colmax / Blake, le style porno chic a été jugé comme éligible à la protection par le droit d'auteur. Si certains des éléments qui composent les films pornographiques dits « porno chic » sont nécessairement connus et que, pris séparément, ils appartiennent au fonds commun de l'univers des films pour adultes (représentation de fantasmes, obsessions, plaisirs ou objets sexuels), en revanche, leur combinaison est de nature à conférer à ces films une physionomie propre véhiculant au delà d'un style de présentation plus 'soigné', satisfaisant aux critères de cette catégorie ou aux exigences commerciales dans ce domaine, des choix arbitraires

“ Action en contrefaçon ”

en particulier d'effets visuels (couleurs notamment le noir et blanc, images stylisées, ralentis, lieux de tournage tels des extérieurs), d'agencement et d'assemblage de scènes ou clips, d'atmosphère ou de sonorisation (musique ou voix off) susceptibles de les distinguer de films du même genre et qui traduit un effort créatif procédant d'un parti-pris esthétique empreint de la personnalité de leur auteur. Par voie de conséquence, ces films doivent bénéficier de la protection instituée au titre du droit d'auteur.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6311

Protection des jaquettes de films X

Les jaquettes de films X peuvent être considérées comme protégeables par le droit d'auteur dès lors qu'elles sont originales. En l'espèce, si les jaquettes en cause présentaient des photographies dites de « charme » révélant le savoir faire d'un professionnel, elles traduisaient aussi chacune des ambiances singulières par des choix de pose, d'éclairage, de traitement de la couleur, de contraste ou de cadrage très différents, comme leur mise en page sur les jaquettes, conférant à chacune d'elles dans son ensemble une physionomie propre et traduisant pour chacune un parti-pris esthétique portant l'empreinte de la personnalité de leur auteur.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6312

Contrefaçon de court métrage

Protection des courts métrages

Le film publicitaire « Bottom up » n'a pas été considéré comme une contrefaçon du court métrage « Torticolis ». Le court métrage, en tant qu'œuvre audiovisuelle originale, bénéficie de la protection par les droits d'auteur. En vertu de l'article L122-1 du code de la propriété intellectuelle, le droit d'exploitation appartenant à l'auteur comprend le droit de représentation et le droit de reproduction. L'article L122-4 du code de la propriété intellectuelle dispose

que toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droits ou ayant cause est illicite.

Absence de contrefaçon

En l'espèce, les juges ont conclu que le système narratif du court-métrage et de la publicité était bien différent, même s'ils utilisaient tous deux un outil scénaristique classique pour créer le suspense consistant à présenter en début de récit une situation mystérieuse dont on veut connaître la cause, laquelle n'est révélée qu'ensuite.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6313

“ Publicité comparative ”

Location de panneau publicitaire

Pouvoirs de l'agence immobilière

Il est toujours loisible à des propriétaires de concéder la location d'un panneau publicitaire sur l'un des murs de leur bien. Toutefois, lorsque le bien est confié à une agence, cette dernière peut-elle procéder à une location de panneau publicitaire sans l'accord des propriétaires ? la réponse est positive. Par application de l'article 1992 du code civil, le mandataire (l'agence immobilière) engage sa responsabilité s'il commet des fautes dans le cadre de la gestion qui lui est confiée. Une agence immobilière ne peut être poursuivie pour mauvaise exécution de son mandat pour avoir loué un panneau publicitaire sans l'information et l'accord exprès des propriétaires.

Etendue du mandat d'agence

Le mandat confié à l'agence ne rendait pas cette information préalable obligatoire puisqu'il permettait de "louer par écrit, en totalité ou en partie l'immeuble sispour le temps et aux prix, charges, clauses et conditions que le mandataire avisera...". Au regard des termes généraux du mandat, il n'était pas possible de faire une distinction entre des locaux internes à l'immeuble et le mur pignon du même immeuble, dès lors que ce mur peut donner lieu à la conclusion d'un contrat de location. Il ne peut pas plus être retenu que l'agence aurait eu l'obligation de recueillir l'avis ou l'accord préalable de ses mandants pour la conclusion du bail litigieux ou encore de procéder par voie d'appel d'offres.

Il ne peut donc pas être considéré que l'agence aurait commis une faute du seul fait qu'elle a conclu avec la SOCIETE CLEAR CHANNEL FRANCE un contrat de location d'emplacement publicitaire, pour une durée de 6 années. Elle a, au contraire, profité du changement de la réglementation applicable (nouveau règlement local de publicité), pour rentabiliser le mur pignon au profit des propriétaires.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6314

Carrefour c/ Auchan

Publicité comparative : le critère de l'objectivité

La société Auchan a été condamnée pour publicité comparative illicite pour avoir diffusé le slogan publicitaire « Une preuve de plus qu'AUCHAN est moins cher » se référant à la comparaison des prix de 14 produits de grande marque. Cette publicité dont l'objet était de démontrer que la société AUCHAN pratique des prix inférieurs à ceux des autres distributeurs et notamment à ceux des sociétés CARREFOUR, ne reposait pas sur un panel suffisamment représentatif de produits couramment consommés, mais uniquement sur 14 produits sélectionnés par la société AUCHAN elle-même. En conséquence une telle publicité comparative ne remplit pas la condition d'objectivité exigée par l'article L. 121-8 du code de la consommation, n'est pas licite.

Article L121-9, 2°, du code de la consommation

Selon les dispositions de l'article L121-9, 2°, du code de la consommation, une publicité comparative ne peut entraîner le discrédit ou le dénigrement des marques, noms commerciaux, autres signes distinctifs, biens, services, activité ou situation d'un concurrent. La publicité comparative telle que diffusée par la société AUCHAN dans son magasin de Marne la Vallée comportait un slogan qui véhicule l'idée que les magasins exploités par les sociétés CARREFOUR pratiquent des prix nettement, voire très supérieurs à ceux de la société AUCHAN. Une telle publicité, dont la véracité n'est ni démontrée, ni vérifiable par les consommateurs, présente bien un caractère dénigrant à l'égard des sociétés CARREFOUR.

Evaluation du préjudice

Même si les sociétés CARREFOUR n'ont pu chiffrer le montant du manque à gagner causé par la publicité dénigrante de la société AUCHAN (diffusée dans la période précédant les fêtes de fin d'année), il est certain que l'affirmation par cette société d'être « moins cher » que ses concurrentes a causé un préjudice au moins en terme d'image aux sociétés CARREFOUR.

“ Comparaison par les prix ”

Les juges ont alloué aux sociétés CARREFOUR la somme de 30 000 € à titre de dommages et intérêts.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6315

Publicité comparative dans la distribution

Conditions de la publicité comparative

L'article L 121-8 du code de la consommation dispose que toute publicité qui met en comparaison des biens ou services en identifiant, implicitement ou explicitement, un concurrent ou des biens ou services offerts par un concurrent n'est licite que si :

1°) elle n'est pas trompeuse ou de nature à induire en erreur ;
2°) elle porte sur des biens ou services répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objet ;
3°) elle compare objectivement une ou plusieurs caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives de ces biens et services, dont le prix peut faire partie.

Une publicité fautive ou de nature à induire en erreur peut d'autre part avoir pour effet de détourner la clientèle et constituer un acte de concurrence déloyale justifiant une action fondée sur l'article 1382 du code civil qui implique cependant que soit rapportée la preuve d'une faute, d'un préjudice et d'un lien de causalité.

Comparaison des prix

En l'espèce la société exploitant l'enseigne Intermarché a effectué une publicité comparative avec Super U en faisant paraître dans un journal local gratuit un encart sur une demi-page comparant les prix de vente de 7.000 produits identiques. Il était ensuite précisé « le Super U est plus cher en 2010 de : produits alimentaires: janvier + 1,4%, février + 2,0%, mars + 1,4% ; produits non alimentaires: janvier + 12,4%, février + 8,1%, mars + 12% ».

Cette publicité a été considérée comme illicite : si sur les 7.000 produits identiques dont il était question, certains ont fait l'objet de plusieurs relevés en caisse sur la période, aucune précision quantitative n'étant donnée

à cet égard, et il aurait été approprié en conséquence de se référer à la notion d'articles. En réalité avaient été comparés un nombre d'articles communs de 2.734 en janvier, 2.916 en février et 2.422 en mars 2010, chiffre très éloigné du nombre de 7.000. Une telle présentation approximative dans un contexte de présentation des résultats d'une étude de type statistique est de nature à induire en erreur le consommateur moyen.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6316

Publicité par l'objet

Contrat de commande d'objet publicitaire

Un client est en droit de refuser de payer une commande d'articles publicitaires dès lors que ces derniers ne présentent pas une qualité suffisante. En l'espèce, une société a refusé à bon droit de payer les 500 clés USB formant une carte de crédit avec le logo d'un client, en raison de la mauvaise qualité du marquage. La société a refusé de payer la facture correspondante et a renvoyé au fournisseur l'intégralité de la marchandise.

Articles publicitaires de mauvaise qualité

Les juges ont donné gain de cause au client : i) le produit livré n'était pas conforme à la commande ni au bon à tirer, le client était donc fondé à opposer l'exception d'inexécution au fournisseur ; ii) l'impression du logo n'était pas conforme au bon à tirer et était de qualité médiocre, certaines mentions étant quasiment illisibles ; iii) le fournisseur n'a donné au client aucun avertissement quant à la netteté et au rendu des couleurs (le bon à tirer présente sur son verso un fond bleu avec le logo ERDF dans un encadré bleu plus soutenu, le produit livré faisait apparaître l'ensemble du support chromatique en vert plus ou moins foncé, les parties blanches apparaissaient en vert pâle, les parties jaunes en vert anis et les parties bleues en vert anglais).

Les juges ont rappelé que dans le cadre d'une communication, l'utilisation d'un logo par une société ne saurait souffrir d'aucune différence de couleur dès lorsqu'il s'agit de ses codes d'identification commerciale. S'agissant d'un produit publicitaire, l'aspect

“Originalité des photographies”

esthétique est une qualité essentielle pour le client.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6317

Photographie du couple Birkin / Gainsbourg

Protection des photographies

Les dispositions de l'article L.112-1 du Code de la propriété intellectuelle protègent par les droits d'auteur toutes les oeuvres de l'esprit, quels qu'en soient le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination, pourvu qu'elles soient des créations originales. Selon l'article L.112-2 9°, les oeuvres photographiques sont considérées comme oeuvres de l'esprit. Il est constant que s'agissant d'une photographie posée, prise en studio, le photographe imprime au cliché l'empreinte de sa personnalité et en fait ainsi une oeuvre originale dès lors qu'il effectue des choix qui lui sont propres, sur les sujets, leur pose, le cadrage, la lumière, le décor.

Originalité établie

Concernant une photographie du couple Birkin / Gainsbourg, le Tribunal a conclu à l'originalité du travail du photographe. Outre qu'il a choisi un couple d'artistes célèbres, emblématiques dans les années 70, a cadré la photographie en l'orientant de manière verticale et en la centrant exclusivement sur la tête des sujets, avec la tête de Jane BIRKIN surgissant du côté comme détachée de son corps qui n'est pas visible, qui repose, du côté de son profil droit, sur celle de Serge GAINSBORG, ses cheveux tombant sur lui mais en laissant son visage entièrement dégagé. Il a en outre pris soin de ne laisser aucun vêtement ou accessoire perturber la vision des visages qui fixent le spectateur de manière intense. Il a encore sélectionné une teinte de noir et blanc particulière pouvant évoquer les photographies posées type "Studio HARCOURT" alors que l'attitude des sujets ne relève pas de ce registre très codifié.

Il résulte de l'ensemble de ces choix arbitraires, que le photographe (Just JAECKIN) a, dans

ce cliché, créé une composition particulière, éloignée des photographies habituelles de couples célèbres, qui forme une oeuvre originale.

Contrefaçon de photographie

La reproduction de cette photographie de Just JAECKIN, sans autorisation, pour une campagne publicitaire portant sur des bijoux à l'occasion de la Saint valentin, a été jugée contrefaisante. La photographie litigieuse a été reproduite sur le site internet de la société GAS BIJOUX et sur sa page Facebook sans autorisation alors que ni la société ni le directeur de la publication du site, ne pouvaient ignorer l'identité de l'auteur de la photographie qui est indiquée sous la photographie par la mention "photo : Serge Gainsbourg et Jane Birkin par Just JAECKIN". La présence sur un site internet de la photo équivaut à une représentation de celle-ci chaque fois qu'un internaute consulte le site internet ou la page Facebook en cause. Ces agissements constitueraient selon eux des atteintes aux droits patrimoniaux d'auteur du cessionnaire et du photographe.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6318

Cession tacite de droit à l'image

Il est acquis que le droit à l'image permet à toute personne de s'opposer à la diffusion de son image sans son autorisation. La cession tacite du droit à l'image est admise dans certaines circonstances. En l'espèce, la violation du droit à l'image de l'intervenant à un DVD n'a pas été retenue. Le visionnage du DVD permettait de constater que le nom et la qualité de l'intéressé apparaissait à 4 reprises :

- au dos de la jaquette couvrant le DVD,
- au générique du début du film précédé de ,
- lorsque dans le film apparaît l'intéressé pour la première fois,
- à la fin du générique avec la précision.

En conséquence, l'intéressé a volontairement, de façon implicite mais nécessaire, participé au tournage du film qui à l'évidence est un ensemble cohérent

“ Secret de l’instruction ”

et non un simple repérage des lieux, vu sa durée (environ 1 heure dont les 2/3 avec sa présence et son commentaire) et la participation d’un cameraman et d’un preneur de son. Le fait que l’intéressé n’ait pas autorisé par écrit ce tournage et qu’il n’ait pas été rémunéré ne lui permet pas de battre monnaie, puisque son image a été utilisée dans le seul cadre pour lequel il avait accepté qu’elle soit captée. C’est donc à bon droit que le Tribunal de Grande Instance a refusé de reconnaître une atteinte à son image.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6319

Photographies des pochettes de disque

A propos de l’utilisation non autorisée sur une pochette de disque, d’une photographie réalisée sur le plateau du film A bout de souffle (mis en scène et réalisé par Jean-Luc GODARD en 1959), les juges ont rappelé que les photographies des pochettes de disque sont également éligibles à la protection par le droit d’auteur si elles sont originales.

Les dispositions de l’article L.112-1 du Code de la Propriété Intellectuelle protègent par le droit d’auteur toutes les oeuvres de l’esprit, quels qu’en soient le genre, la forme d’expression, le mérite ou la destination, pourvu qu’elles soient des créations originales. Sont considérées notamment comme oeuvres de l’esprit les oeuvres photographiques.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6320

Secret de l’instruction : l’action civile recevable

En matière de violation du secret de l’instruction, la victime (la personne mise en examen ou autre) a la faculté de saisir le juge civil obtenir des dommages et intérêts.

Monopole du ministère public

Les dérogations au monopole des poursuites réservées

au ministère public par les articles 48 à 48-6 de la loi du 29 juillet 1881 ne mentionnent pas l’article 38 incriminant la publication d’actes de procédure avant qu’ils n’aient été lus en audience publique. En conséquence, une personne se prétendant victime d’une telle infraction ne peut elle-même mettre en mouvement l’action publique. Toutefois, la personne concernée reste recevable à rechercher, par une action civile, la réparation du préjudice personnel qui serait issu de sa commission dès lors que la prohibition de l’exercice d’une action civile séparée de l’action publique prévue à l’article 46 ne vise que les délits de diffamation prévus par les articles 30 et 31 de la loi sur la liberté de la presse.

Banier contre Libération

Dans cette affaire, François-Marie Banier a obtenu 1 000 euros de dommage et intérêts au titre de la violation du secret de l’instruction par le journal Libération. Ce dernier avait publié plusieurs extraits de procès verbaux d’audition dans le cadre de l’affaire Bettencourt.

Interdiction de publier des actes d’accusation

La réponse est négative. L’interdiction de la publication des actes d’accusation et tous autres actes de procédure criminelle ou correctionnelle avant qu’ils aient été lus en audience publique est prévue par l’article 38 alinéa 1 de la loi du 29 juillet 1881. Cette interdiction constitue une restriction nécessaire au principe de la liberté d’expression.

Cette limitation, prévue par loi, est rendue nécessaire i) d’une part, pour garantir “l’autorité et l’impartialité du pouvoir judiciaire”, au sens de l’alinéa 2 de l’article 10 de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l’homme et des libertés fondamentales, en ce qu’elle contribue à préserver le déroulement d’investigations encore en cours, la sincérité des personnes ultérieurement appelées à témoigner devant les enquêteurs et éventuellement la juridiction saisie et à éviter que ne résultent de la divulgation de pièces auxquelles leur caractère officiel confère une autorité particulière un préjugé dans l’esprit du public tout en préservant l’impartialité des personnes qui seront appelées à intervenir dans ladite procédure ;

“ Image des personnes ”

ii) d'autre part, aux fins de protéger la réputation des droits d'autrui au sens de cette même disposition en raison de l'impact fort que peut avoir auprès du public la divulgation d'actes de procédure nécessairement partiels et présentés dans des conditions qui ne bénéficient pas des garanties d'une procédure judiciaire, ces droits pouvant être ceux de la personne soupçonnée, mise en examen, prévenue ou accusée.

Limites à l'interdiction

Toutefois, la prohibition de publier des actes d'accusation ne doit pas restreindre excessivement la possibilité des journalistes d'informer sur les affaires pénales, même non encore publiquement examinées par une juridiction, et spécialement sur celles qui, soulevant des questions d'intérêt général, mettant en cause des intérêts majeurs ou concernant des personnes qui exercent des responsabilités importantes notamment dans les domaines politiques ou économiques, comme en l'espèce, méritent spécialement d'être portées à la connaissance du public.

L'application de l'interdiction légale ne saurait non plus avoir pour effet d'interdire aux journalistes de livrer, en pareil cas, à leurs lecteurs les sources documentaires auxquelles ils ont puisé leurs informations, pour en asseoir la crédibilité, ou qui nourrissent leurs articles, pour les soumettre à une libre contradiction et il peut ainsi être notamment admis qu'il convient d'exclure du champ d'application de l'article 38 les courtes citations d'actes qui n'ont pour objet que de corroborer et justifier les propos d'un journaliste au sein d'un article.

Dans tous les cas, il appartient au juge de rechercher, dans chaque cas et au regard de ces principes, si la violation alléguée de l'article 38 de la loi du 29 juillet 1881 est constituée.

Banier contre Libération

En l'espèce, la violation des dispositions de l'article 38 de la loi du 29 juillet 1881 a été retenue. S'agissant de l'appréciation du préjudice subi par M. Banier suite à la publication d'actes d'accusation par le journal Libération, les juges ont souligné que tous

les témoignages reproduits par le journal étaient défavorables à François-Marie Banier et que leur sélection univoque n'était pas contrebalancée par la simple affirmation de l'avocat de M. Banier selon laquelle certains seraient mensongers et qu'il en existe d'autres qui seraient à décharge.

En raison de la très grande publicité donnée à l'affaire en général et aux dires des témoins concernés en particulier, les juges ont retenu le seul préjudice issu de la publication des mêmes informations mais sous la forme particulière des actes de procédure eux-mêmes (1 000 euros de dommages et intérêts).

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6321

Image des personnes dans la presse

Droit à l'image, Droit à l'information

La jurisprudence était quelque peu réticente à autoriser la reproduction de l'image d'une personne aux fins d'illustrer une actualité. Les juges considéraient que la reproduction de l'image n'était pas nécessaire à la libre information et n'apportait pas au public d'élément d'information supplémentaire. Cette position semble révolue. Les juges font de plus en plus primer le droit à l'information sur le droit à l'image des particuliers.

Affaire La Charente Libre

Dans l'affaire soumise, le droit à l'image d'une personne a cédé devant les nécessités de l'information. La Charente Libre avait publié sur son site internet sous le titre « Primaire PS : 100 pièces pour une seule voix » un article illustré d'une photographie représentant le gérant d'un commerce (ayant voté pour la primaire socialiste), prise plusieurs années auparavant dans un autre contexte. La publication de ce cliché était intervenue sans l'accord du sujet photographié et l'article diffusé sur le blog de La Charente Libre avait donné lieu à de nombreux commentaires particulièrement désobligeants et outranciers à son égard.

“ Diffamation & Injure ”

L'article 9 du code civil dispose que chacun a droit au respect de sa vie privée. Il s'ensuit que toute personne a sur son image un droit exclusif et absolu et peut s'opposer à sa fixation, à sa reproduction ou à son utilisation sans autorisation préalable. Il est cependant admis que la publication de la photographie d'une personne n'est pas subordonnée à son autorisation lorsqu'elle vise à illustrer un événement public ou d'actualité dans lequel elle est directement impliquée, sous la seule réserve de l'atteinte à la dignité humaine.

En l'espèce il résultait des pièces produites que la photographie litigieuse avait été réalisée par un journaliste de La Charente Libre dans le magasin du gérant afin d'illustrer un article paru plusieurs années auparavant. L'examen du cliché montrait que le gérant avait posé pour la circonstance devant le photographe, ce qui excluait que la prise de vue ait pu être effectuée sans l'accord de l'intéressé, lequel ne pouvait ignorer qu'elle était destinée à être publiée dans la presse.

Les juges ont considéré que la publication de l'image en cause était de nature à caractériser un événement d'actualité locale. La Charente Libre était donc en droit d'utiliser la photographie du gérant afin d'illustrer un fait d'actualité locale dans lequel il était directement impliqué.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6322

Diffamation sur internet

La société RTL NET éditrice du site internet du même nom a été relaxée du délit de diffamation contre plusieurs joueurs de l'équipe de rugby d'Angleterre. Le site avait publié un article intitulé « Rugby-Mondial 2011 : l'Angleterre ébranlée par de nouveaux scandales » qui imputait à trois joueurs de l'équipe britannique de rugby d'avoir attiré une femme de ménage dans une chambre de l'hôtel où ils séjournaient, puis de l'avoir humiliée en lui faisant des « remarques lubriques » et en la filmant.

Caractère diffamatoire de l'article de presse

Le caractère diffamatoire de l'article a été retenu mais l'auteur journaliste a bénéficié de l'excuse de bonne foi. Les faits décrits dans les propos incriminés présentaient une précision suffisante pour pouvoir faire l'objet d'un débat sur la preuve de leur vérité. Si les propos en cause n'imputaient pas au joueur de rugby concerné d'avoir commis des faits de harcèlement sexuel, le comportement décrit par l'article était contraire à la conception commune de l'honneur dès lors qu'il a eu pour conséquence d'humilier une employée placée sous sa dépendance.

Excuse de bonne foi

Celui qui est juridiquement tenu de la publication de propos diffamatoires peut s'exonérer de toute responsabilité en justifiant de la bonne foi de l'auteur des propos et notamment en établissant qu'il poursuivait, en rendant publics les propos incriminés, un but légitime exclusif de toute animosité personnelle, qu'il a conservé dans l'expression une suffisante prudence et qu'il s'est appuyé sur une enquête sérieuse.

En l'espèce, la légitimité du but poursuivi peut être retenue dans la mesure où il n'est pas contesté que l'entraîneur de l'équipe britannique a tenu une conférence de presse portant sur le comportement du rugbyman et de ses deux camarades (cette circonstance rendait publics les faits en cause sans que rien ne permette de suspecter une quelconque animosité personnelle du journaliste à l'égard du rugbyman).

Les éléments de l'enquête réalisée par le journaliste étaient exclusivement constitués de coupures de presse, spécialement du « Sunday Mirror » (sur lequel le sélectionneur de l'équipe s'est publiquement exprimé, les faits décrits ayant entraîné le prononcé d'une sanction disciplinaire à l'encontre du rugbyman). Si les journalistes peuvent se faire l'écho d'une polémique relayée par d'autres organes de presse, la seule référence à de tels articles de journaux ne peut être suffisante pour constituer une enquête sérieuse et ces éléments ne peuvent être rapportés qu'avec circonspection et une distance suffisante pour que le lecteur ne se méprenne pas sur la nature et l'origine de ce qui est évoqué. En l'espèce, l'article en cause rapportait les faits

“ Diffamation en ligne ”

en faisant immédiatement référence à la présentation qui en a été donnée par le journal britannique « Le Sunday Mirror » et en citant abondamment les propos publiquement tenus par l'entraîneur de l'équipe. En conséquence, en faisant état de ces faits rapportés par la presse britannique et sur lesquels l'entraîneur de l'équipe de rugby dans des termes qui restaient mesurés et présentés comme émanant de ces deux sources, le journaliste a fait preuve d'une relative prudence dans l'expression (même si l'intertitre de l'article était provocateur : « DSK Le retour? »).

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6323

“ Adaptation audiovisuelle ”

Obligation d'exploiter des droits ?

Affaire Saint Exupéry

Une société qui a acquis les droits d'adaptation audiovisuelle sur une œuvre littéraire n'a pas l'obligation d'exploiter les droits acquis. Dans cette affaire la succession Saint Exupéry reprochait à la société Paramount une exploitation dérisoire de l'œuvre (la production d'un unique film en quarante ans).

Il est constant que l'œuvre littéraire « Le Petit Prince » a été divulguée de son vivant par Saint Exupéry et que ses ayants-droit, gardiens de la mémoire de l'auteur, peuvent tout au plus se prévaloir, postérieurement à cette première divulgation, d'un préjudice résultant des modalités de la diffusion de l'œuvre autant que celle-ci porterait atteinte au respect de l'intégrité de l'œuvre et à la paternité de l'auteur.

Obligation d'exploitation du producteur

Si l'on doit tenir à l'application du droit français, seules peuvent être invoquées les dispositions spéciales de l'article L 132-27 du code de la propriété intellectuelle disposant : « Le producteur est tenu d'assurer à l'œuvre audiovisuelle une exploitation conforme aux usages de la profession ». Or, il n'était pas prouvé que la société Paramount ait manqué à l'obligation de moyens mise à sa charge en regard des usages de la profession.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6324

Contrefaçon de l'œuvre musicale Aïcha

Un auteur et compositeur musical a poursuivi sans succès en contrefaçon d'œuvre musicale, Jean-Jacques GOLDMAN et la société EMI VIRGIN MUSIC PUBLISHING. L'auteur revendiquait des droits d'auteur sur une œuvre musicale intitulée FOR EVER ayant fait l'objet d'un dépôt à la Société suisse pour les droits d'auteurs d'œuvre musicale (SUISA) et dont se serait largement inspiré le hit musical « Aïcha ».

Conflits entre rapports d'expertise

Un premier rapport d'expertise à caractère privé avait conclu que les œuvres musicales Aïcha 1 et Aïcha 2 présentaient de fortes similitudes tant mélodiques que rythmiques et harmoniques avec l'œuvre FOR EVER.

Prescription non atteinte

Sur le terrain de la procédure, les juges ont conclu que l'action en contrefaçon n'était pas prescrite. Si le droit moral de l'auteur est imprescriptible et si son droit patrimonial est ouvert pendant soixante-dix ans après la mort de l'auteur, les actions en paiement des créances nées des atteintes qui sont portées à l'un ou l'autre de ces droits sont soumises à la prescription de droit commun. Or en l'espèce, s'il n'est pas contesté que l'œuvre Aïcha a été diffusée et commercialisée sous forme de single notamment en France en 1996 mais aussi reprise dans une compilation Best OF de KHALED sortie en novembre 2007. La contrefaçon étant un délit continu, chaque usage qualifié d'illicite constitue un acte distinct et l'action de l'auteur a été considérée comme recevable et non prescrite.

Absence de contrefaçon musicale

La preuve du caractère original est exigée comme condition de l'octroi de la protection au titre du livre I du Code de la Propriété Intellectuelle et il appartient dès lors à l'auteur qui se prévaut de ces dispositions de justifier de ce que l'œuvre musicale revendiquée présente une physionomie propre qui traduit un parti pris esthétique et reflète l'empreinte de sa personnalité.

Les deux rapports d'expertise en cause étant contradictoires, les juges ont conclu que si les œuvres en cause font apparaître un enchaînement d'accords identiques sur 4 notes, ce passage est couramment utilisé dans les œuvres actuelles et n'est pas en tant que tel susceptible d'appropriation.

“ Droits d’auteur du salarié ”

Au surplus, les oeuvres FOR EVER et AÏCHA se distinguent de par leurs traitements rythmiques et dès lors ne produisent pas une même impression malgré le caractère répétitif des mêmes accords, mais constituent globalement de par leur structures musicale et lyrique divergentes, perceptibles pour l’auditeur moyen, des oeuvres distinctes qui traduisent un parti pris esthétique différent. Il s’ensuit que l’oeuvre FOR EVER, qui reprend des éléments connus dans une combinaison dont l’originalité n’est pas établie, ne pouvait pas bénéficier de la protection instaurée par le livre I du Code de la Propriété Intellectuelle.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6326

Nature de l’oeuvre de collaboration

Définition de l’oeuvre de collaboration

En vertu de l’article L. 113-2, alinéa 1er du code de la propriété intellectuelle « est dite de collaboration l’oeuvre à la création de laquelle ont concouru plusieurs personnes physiques ». En l’espèce, une émission TV répondait parfaitement à la définition de l’oeuvre de collaboration : chaque numéro de l’émission était défini collectivement, en conférence de rédaction réunissant les présentateurs et les animateurs et chroniqueurs de l’émission à venir, qui définissaient ensemble la trame de l’émission ou encore les séquences filmées à l’extérieur en vue d’être spécifiquement intégrées à l’émission, tournée en direct depuis un plateau télévisé. Si les séquences filmées étaient par nécessité réalisées antérieurement à la diffusion de l’émission en direct, la communauté d’inspiration et du but poursuivi par chacun des membres de l’équipe établissait que l’émission, qui correspondait à un travail créatif, concerté et conduit en commun, constituait une oeuvre de collaboration.

Régime juridique de l’oeuvre de collaboration

L’article L. 113-3 du code de la propriété intellectuelle précise que l’oeuvre de collaboration est la propriété

commune des coauteurs. Les coauteurs doivent donc exercer leurs droits d’un commun accord. En cas de désaccord, il appartient à la juridiction civile de statuer. Lorsque la participation de chacun des coauteurs relève de genres différents, chacun peut, sauf convention contraire, exploiter séparément sa contribution personnelle, sans toutefois porter préjudice à l’exploitation de l’oeuvre commune.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6327

Droits d’auteur du salarié

Cession globale des oeuvres futures

La question a été tranchée par les tribunaux : les clauses de cession de droits patrimoniaux insérées dans les contrats de travail des salariés (y compris des salariés journalistes) ne sont pas contraires au principe de l’article L131-1 du code de la propriété intellectuelle qui prohibe la cession globale des oeuvres futures.

Ces clauses de cession acceptées par les salariés sont valides car limitées aux articles et contenus journalistiques produits pendant l’exécution de leur contrat de travail ou de pigiste, la cession ayant lieu au fur et à mesure de l’exécution de ces contrats. Elles ne concernent donc nullement l’ensemble des oeuvres futures susceptibles d’être produites par les auteurs, et trouvent contrepartie dans le versement du salaire qu’ils perçoivent en exécution des dites conventions.

Exemple de clause de cession licite

Les contrats de travail en cause comportaient un article intitulé « cession de droits d’auteur » aux termes duquel les journalistes cédaient leurs contributions rédactionnelles et graphiques à l’employeur et à toute autre société soeur ou filiale de celui-ci, pour les incorporer dans les différentes publications éditées et divulguées par lui.

“ Production musicale ”

Les salariés cédaient également à la société et à toute autre société soeur ou filiale de cette dernière tous leurs droits patrimoniaux sur leur contribution, et ce à titre exclusif et définitif pendant toute la durée légale de protection des droits d'auteurs. Ces droits patrimoniaux comprenaient notamment au vu de la convention la réutilisation de la contribution sur quelque support que ce soit et notamment sur support numérique.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6328

Droits du producteur musical

Musique en ligne

Un producteur musical a obtenu la condamnation d'un site de téléchargement légal de musique en ligne ayant proposé aux internautes d'écouter en streaming (diffusion en flux) l'intégralité des quinze titres d'un album qu'il avait produit.

Droits du producteur musical

Aux termes de l'article L213-1 du code de la propriété intellectuelle, le producteur de phonogrammes est la personne, physique ou morale, qui a l'initiative et la responsabilité de la première fixation d'une séquence de son. Il prend d'une part l'initiative d'un enregistrement et de sa fixation, et en assume d'autre part les risques financiers. En l'espèce, il ressortait des pièces versées aux juges que le producteur a été à l'initiative de l'enregistrement musical en cause et a assumé toute la charge financière relative à l'enregistrement musical (notes d'honoraires de l'ingénieur du son, prise de son, montage, masterisation, gravure du master ...).

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6329

Action en contrefaçon du licencié exclusif

Clause d'action juridictionnelle

Il est acquis que le licencié exclusif d'une oeuvre musicale est en droit d'agir en contrefaçon contre les tiers contrefacteurs. Toutefois, il est préférable de contractualiser ce droit d'agir. La clause suivante pourra être utilisée :

« Dans tous les cas avérés de contrefaçon le licencié et le concédant s'associeront dans toute action et demande de mettre fin aux atteintes portées à la jouissance des droits issus du présent contrat. Sauf dérogation à prévoir d'un commun accord, les frais afférents à ces actions seront partagés solidairement à parts égales entre le licencié et le concédant. De même seront répartis à parts égales les indemnités, dommages et intérêts éventuellement perçus à la suite de ces actions.»

Article L331-1 du code de la propriété intellectuelle

Indépendamment de cette clause, le licencié est recevable à agir en vertu des dispositions de l'article L331-1 alinéa 3 du code de la propriété intellectuelle prévoit que le bénéficiaire valablement investi d'un droit exclusif d'exploitation appartenant à un producteur peut sauf stipulation contraire exercer l'action en justice au titre de ce droit (« le bénéficiaire valablement investi à titre exclusif, d'un droit exclusif d'exploitation appartenant à un producteur de phonogrammes ou de vidéogrammes peut, sauf stipulation contraire du contrat de licence, exercer l'action en justice au titre de ce droit. L'exercice de l'action est notifié au producteur »).

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6330

“ Signalétique & Droits d’auteur ”

Protection des panneaux signalétiques

Cession de droits sur des panneaux signalétiques

Les panneaux signalétiques d’autoroute bénéficient de la protection par les droits d’auteur. La conceptrice de nombreux panneaux signalétiques a poursuivi la Direction de la sécurité et de la circulation routière pour dépassement de la durée des droits de représentation, de ses panneaux. L’économie générale du contrat prévoyait que le droit de représentation desdits panneaux était cédé pour dix ans, cette durée courant en l’absence de prévision contractuelle du jour de la signature du contrat.

Le contrat de cession de droit d’auteur conclu entre la conceptrice et la Direction régionale de l’équipement stipulait que « Chaque panneau sera reproduit en 2 exemplaires à usage signalétique. Les panneaux pourront être reproduits dans les publications du ministère sous réserve qu’elles ne soient à usage commercial. A l’exclusion de toute autre utilisation et pour une durée de 10 ans ».

Mauvaise exécution du contrat

La Direction régionale de l’équipement a été condamnée pour contrefaçon et mauvaise exécution de ses obligations contractuelles pour avoir exploité les panneaux au-delà de la durée autorisée. En vertu de l’article 1134 du code civil, les conventions légalement formées tiennent lieu de loi à ceux qui les ont faites. Elles doivent être exécutées de bonne foi. De plus, selon l’article 1156 du même code, la commune intention des parties contractantes doit être recherchée et le juge ne doit pas s’arrêter au sens littéral des termes, sans toutefois dénaturer le contrat. Enfin, l’article 1161 du code civil dispose que les clauses des conventions s’interprètent les unes par les autres en donnant à chacune le sens qui résulte de l’acte entier.

Si le contrat en cause portait sur la reproduction des panneaux, il ne mentionnait pas le droit de représentation, ces deux droits constituant en vertu de l’article L. 122-1 du code de la propriété

intellectuelle le droit d’exploitation. En l’espèce, le droit de reproduction, c’est à dire la fixation matérielle de l’oeuvre sur des panneaux, et le droit de représentation, à savoir la communication de l’oeuvre au public, sont liés dès lors qu’est seule envisagée par les parties, en dehors de la représentation dans les publications du ministère, l’exploitation des illustrations par le biais des panneaux autoroutiers.

L’article L 122-4 du code de la propriété intellectuelle dispose que : “toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l’auteur ou de ses ayants cause est illicite”. L’atteinte aux droits patrimoniaux de la défenderesse est constituée puisque 51 illustrations étaient toujours représentées sur les panneaux autoroutiers, soit en dehors de la durée de cession de droit prévue par le contrat.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6331

Protection des expressions génériques

Affaire Numericable

La société REVOLUTION MOBILE titulaire de la marque du même nom, a constaté que la société Numericable communiquait sur le web autour du thème de la “Révolution du Mobile” par le biais notamment d’un site internet et d’une page Facebook également au nom “La révolution du mobile”. Estimant que l’utilisation de cette expression et de ce nom de domaine portait atteinte à ses droits sur sa marque et son nom de domaine, la société a poursuivi le câblo-opérateur.

Les juges ont conclu à la validité de la marque “révolution mobile”, celle-ci peut servir utilement à désigner les produits et services visés pour permettre au consommateur de les distinguer de produits et services proposés par une autre entreprise. En revanche, la contrefaçon a été exclue. Compréhension intellectuelle des signes en cause.

“ Bonne foi et contrefaçon ”

Le sens de “REVOLUTION MOBILE” est équivoque, “mobile” pouvant apparaître comme un adjectif qualificatif de “révolution” évoquant alors une révolution qui circule, qui se déroule en plusieurs endroits, ou comme un substantif qui renvoie alors à l’univers des téléphones portables, mais sans que cela soit parfaitement évident. A l’inverse, dans les signes attaqués l’adjonction des articles “la” et “du” ne laisse pas de place à l’ambiguïté. Viennent à l’esprit du public concerné, qui est ici le grand public, les bouleversements en cours dans le secteur du téléphone mobile qui connaît ces dernières années des transformations radicales régulières. En effet, le téléphone mobile est couramment désigné sans le mot “téléphone” mais toujours, dans ce cas, avec un article, un pronom ou un adjectif comme dans : le mobile, ce mobile, ton mobile. “du Mobile” désigne ainsi très directement un téléphone mobile. la comparaison détaillée des signes met donc en lumière des différences significatives.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6332

Tissu ou costume Cerruti ?

Les costumes confectionnés en tissus CERRUTI et les costumes CERRUTI renvoient à deux réalités distinctes. Sous peine de contrefaçon, un vendeur doit impérativement préciser la mention « tissu CERRUTI ».

Affaire CERRUTI

Ayant constaté qu’un site Internet proposait à la vente des costumes prétendus CERRUTI, présentés comme étant soldés « jusqu’à - 65% », la société CERRUTI 1881 a, en vertu d’une ordonnance présidentielle fait diligenter des opérations de saisie-contrefaçon au siège social du site internet. Le délit de contrefaçon a été retenu. S’agissant de costumes, sur les factures adressées, certaines ne comportaient aucune mention relative à la marque des costumes, et deux indiquaient « costume tissu Cerruti ». Le fournisseur a précisé que la mention CERRUTI faisait référence à la marque

utilisée pour la confection des costumes, à savoir LANIFICIO FILLI CERRUTI DAL 1881, marque de la société LANIFICIO FRATELLI CERRUTI située à BIELLA en Italie qui est son fournisseur exclusif en tissus.

Bonne foi et contrefaçon

Les juges ont rappelé que la bonne foi est inopérante en matière de contrefaçon, il était ainsi manifeste que le site internet fautif, spécialiste de la vente de vêtements, ne pouvait ignorer la différence existant entre des tissus CERRUTI et des costumes CERRUTI, et qu’il a donc vendu et offert à la vente ces costumes en reproduisant les marques CERRUTI et CERRUTI 1881 sans l’autorisation de leur titulaire, pour des produits identiques.

Le site a également été sanctionné pour concurrence déloyale. La présentation faite sur le site Internet, mettant en avant le signe CERRUTI et indiquant un pourcentage de remise, conduisait nécessairement les consommateurs à penser que les produits vendus avaient un caractère authentique et qu’ils étaient vendus à des conditions favorables à l’Internaute, créant ainsi une confusion avec les produits de la société CERRUTI 1881. De tels faits, distincts de ceux qui étaient invoqués au titre de la contrefaçon de marques, constituent des actes de concurrence déloyale.

Par ailleurs, au regard des circonstances dans lesquelles le site a mis en vente des polos, chemises et costumes à des prix très inférieurs à ceux pratiqués par la société CERRUTI 1881 qui étaient, ainsi qu’il a déjà été exposé, de nature à créer une confusion avec les produits de cette dernière, les juges ont aussi conclu que de tels agissements étaient constitutifs de concurrence déloyale. La société CERRUTI 1881 a obtenu au titre de son préjudice, la somme de 30.000 euros à titre de dommages-intérêts.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6333

“ Dessin & Design ”

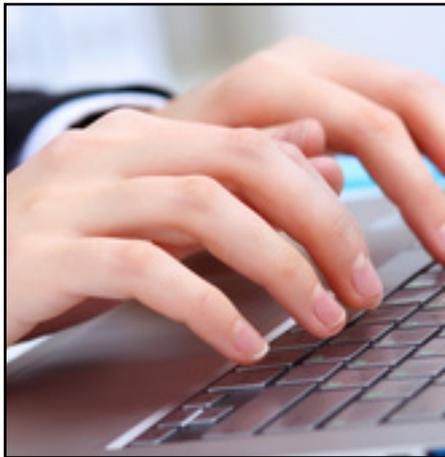
Protection du design d'un bateau

Droits du designer de bateau

Le design d'un bateau est protégé dès lors qu'il présente un caractère original. L'article L 111-1 du Code de la propriété intellectuelle dispose que "l'auteur d'une oeuvre de l'esprit jouit sur cette oeuvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous".

Les dispositions de l'article L.112-1 du Code de la propriété intellectuelle protègent par les droits d'auteur toutes les oeuvres de l'esprit, quels qu'en soient le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination, Il se déduit de ces dispositions le principe de la protection d'une oeuvre, sans formalité, du seul fait de la création d'une forme originale. Cependant, il incombe à celui qui se prétend investi des droits de l'auteur de rapporter la preuve d'une création déterminée à une date certaine, condition de la recevabilité de son action.

> **A télécharger en ligne** : Décision n° 6334



Fiches du mois

A consulter dans le guide en ligne

- Diffamation sur les réseaux sociaux
- Régime des enchères en ligne
- Gestion collective
- Respect de la vie privée
- Respect de la présomption d'innocence
- Contrefaçon en ligne



Contrats du mois

A consulter en ligne

- Convention de confidentialité
- Déclaration de cession de brevet – INPI
- Statuts de SARL d'Architecture (*)
- Statuts de SARL d'Assurance / courtage (*)
- Licence collective de marque (*)
- Contrat d'animation de site internet (*)

(*) Sur abonnement Uplex.fr

