

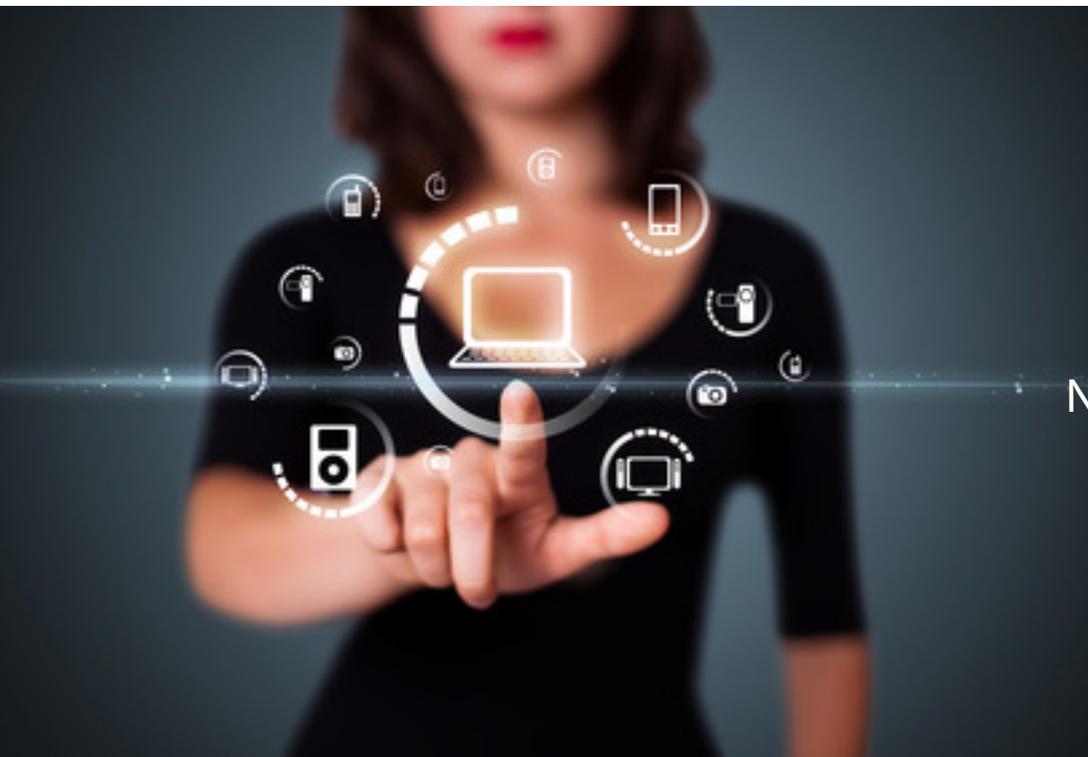
CONSTAT EN LIGNE
& PRODUIT CONTREFAIT

TEE SHIRTS
& PHRASES HUMORISTIQUES

MARQUE NF
UNE PROTECTION MULTIPLE

REVUE ACTOBA

www.actoba.com | OCTOBRE 2014 - I



NOM DE DOMAINE
& Contrefaçon

ADWORDS
Affaire OPODO

NOKIA C/ COPIE FRANCE
Copie privée due

AFFAIRE OCKRENT
Départ vexatoire confirmé

MUSIQUE DE FILM
Déterminer les coauteurs

IMAGE DES OEUVRES
Contrefaçon dans un magazine

Le juridique au service des opérationnels ...

FOCUS

SPRE et redevance équitable

N° 212

3 Communication électronique

Contrefaçon dans un nom de domaine
 Nom de domaine expiré : quels droits ?
 Obligations du référenceur internet
 Marque sur AdWords : Affaire OPODO
 Constats d'achat en ligne
 AdWords et parasitisme
 Nokia c/ Copie France
 Poursuivre un site allemand en France

10 Audiovisuel / Cinéma

TNT : obligation d'information des vendeurs
 Diffusion de photographies à la TV
 Convention collective du cinéma
 Coauteur de musique de film
 Statut de journaliste radio
 Préjudice de précarité du journaliste radio
 Affaire Christine Ockrent

16 Pub. / Presse / Image

Contrefaçon dans une publicité
 Distinctions et médailles trompeuses
 Etiquetage des eaux potables ou minérales
 Image des œuvres et droit moral
 Collaboration à un magazine de mode
 Statut du correspondant local de presse
 Requalification du contrat de pigiste
 Licencier un journaliste

24 Propriété intellectuelle

Définition d'une discothèque
 Contrat d'artiste : quel tribunal compétent
 Obligations du producteur musical
 SPRE : la responsabilité du gérant
 Constats d'achat en ligne
 Nullité d'un brevet
 Phrases humoristiques sur tee shirts
 Marque NF notoire et collective

FICHES DU MOIS 30

- Contrefaçon de photographie en ligne
- Droit d'agir des sociétés de gestion coll.
- Saisie d'un disque dur informatique
- La libéralisation des jeux d'argent
- L'usurpation d'une adresse IP

C ONTRATS DU MOIS 30

- Captation de l'image d'un comédien
- Convention Coll. de la Distribution Directe
- Domain Name Agreement (*)
- Contrat de distributeur commercial agréé (*)
- Terms and conditions | Online Sweepstake (*)

(*) Sur abonnement Uplex.fr

Nouveautés Le site Actoba.com est doté d'une nouvelle plateforme : + de veille judiciaire, réseaux sociaux, recherche plus efficace, téléchargement direct des décisions sans ID ...

Contrefaçon dans un nom de domaine

Cette décision confirme que la reprise de la marque d'un tiers dans un nom de domaine est sanctionnée par la contrefaçon par imitation.

Article L.713-2 du Code de la propriété intellectuelle

Selon l'article L.713-2 du Code de la propriété intellectuelle, « 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 ».

Est également interdite « 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 ».

Affaire ELM LEBLANC

Se fondant sur ces deux textes, la société ELM LEBLANC a obtenu la condamnation d'un chauffagiste ayant exploité un site Internet accessible à partir d'un nom de domaine incluant la marque ELM LEBLANC.

Les signes en présence étant différents, les juges ont recherché si, au regard d'une appréciation des degrés de similitude entre les signes et entre les services désignés, il existait un risque de confusion dans l'esprit du public concerné.

Les marques opposées ont été déposées en classe 11, 37 et 42, en particulier pour désigner les installations de chauffage par production et distribution d'eau chaude, installations sanitaires, chauffe-eau, chauffe-bain, chaudières murales, services de réparation, d'entretien et de surveillance desdits appareils et installations, alors que les services proposés par la société défenderesse sur les sites Internet qui viennent d'être évoqués concernent ces mêmes produits et services, soit donc à l'évidence une activité identique

aux services désignés par les marques opposées.

Par ailleurs, l'appréciation de la similitude visuelle, auditive et conceptuelle des signes doit être fondée sur l'impression d'ensemble produite par ceux-ci, en tenant compte, notamment, de leurs éléments distinctifs et dominants.

D'un point de vue visuel, mis à part l'aspect figuratif de la marque figurative opposée, à savoir deux carrés superposés qui sont repris sur les sites sans être forcément de la couleur grise, les signes, pour ce qui est de la marque verbale, sont composés de part et d'autre des mêmes initiales et du même mot ELM LEBLANC.

Phonétiquement, la sonorité que retient le consommateur d'attention moyenne est ce dernier signe.

Sur le plan intellectuel, les signes renvoient aux mêmes services liés au chauffage, de par la notoriété dans ce secteur de la société demanderesse.

Il résulte de ces éléments que l'identité des services concernés alliée à la forte similitude entre les signes en cause pris dans leur ensemble entraîne un risque de confusion, le consommateur d'attention moyenne étant amené, à attribuer aux services proposés une origine commune..

> [Télécharger la décision ici](#)

Nom de domaine expiré : quels droits ?

La société CUIVRES ET BOIS avait fait l'acquisition de deux noms de domaine (les ventsdunord.com et les ventsdunord.fr) tombés dans le domaine public. Un concurrent s'est alors approprié lesdits noms de domaines. En défense, le concurrent faisait valoir que la société titulaire initial des noms de domaine s'était mise en difficulté en abandonnant ses noms de domaine.

Nom de domaine tombé dans le domaine public

Afin de récupérer ses noms de domaine, la société titulaire initial des noms de domaine s'est appuyée avec succès sur l'action en concurrence déloyale. Cette dernière action, fondée sur l'article 1382 du Code civil, permet à son titulaire de faire sanctionner civilement certains manquements à l'exercice loyal du commerce, le comportement parasitaire constituant l'une des formes de la concurrence déloyale.

Le demandeur à l'action doit donc rapporter la preuve d'une faute, d'un préjudice et du lien de causalité entre la faute et le préjudice.

Toute faute, quelle que soit sa nature ou sa gravité – soit même une faute d'imprudence ou de négligence – commise dans l'exercice de la concurrence engage la responsabilité de son auteur. La bonne foi de celui qui récupère des noms de domaine tombés dans le domaine public est donc sans effet.

Protection permanente du nom de domaine

En l'espèce, dès lors, d'une part, que les sociétés exercent exactement la même activité, très spécialisée, et que, d'autre part, les magasins de ces deux sociétés sont situés à proximité, dans la même ville, à 700 mètres de distance l'un de l'autre, cette appropriation de noms de domaine n'est à l'évidence pas purement fortuite et ne relève pas de la simple coïncidence, témoignant à l'inverse d'une attitude délibérée de la part du nouveau déposant, peu important que le nom de domaine fût tombé dans le domaine public.

Le rachat du nom de domaine litigieux a eu pour effet, lorsqu'était ré-entrée sur internet le nom de domaine, de rediriger automatiquement l'internaute vers le site de la société concurrente. Il en allait de même à chaque fois que l'on cliquait sur cette adresse lorsqu'elle était insérée, comme lien hypertexte, dans un autre site internet.

En conséquence, le rachat d'un nom de domaine identique à celui jusqu'alors utilisé par son concurrent direct, constitue, de la part de la Société en cause, un comportement caractéristique d'une concurrence déloyale, notamment par le biais d'actes de parasitisme, dès lors que cette attitude était de nature, d'une part, à faire naître, dans l'esprit du public, une confusion entre les

deux sociétés afin de capter la clientèle de sa concurrente et, d'autre part, à permettre à la Société fautive de se placer dans le sillage du titulaire initial du nom de domaine, en tirant parti, sans déployer le moindre effort, des partenariats et contacts professionnels que cette dernière société était parvenue à nouer dans le même domaine d'activité et avec la même clientèle potentielle.

De facto, cette situation a nui à la popularité du site initial et a conduit à son déclassement dans les moteurs de recherche, d'autant que ce nom de domaine ne lui avait toujours pas été restitué. Le comportement de la Société concurrente a également directement attenté à l'image de la Société titulaire initial du nom de domaine, par la confusion sciemment créée entre les deux sociétés, dans l'esprit d'un public normalement attentif.

La faute commise par la Société concurrente a aussi contribué à diluer le pouvoir attractif du signe distinctif que constituent l'enseigne et le nom de domaine. Le concurrent fautif a été condamné à payer la somme de 15 000 euros à titre de dommages et intérêts.

> [Télécharger la décision ici](#)

Obligations du référencement internet

Responsabilité du référencement

Arguant de ce que son prestataire référencement n'aurait pas correctement exécuté ses prestations, la société K. a suspendu le paiement de ses factures. Pour s'opposer au paiement des sommes réclamées, la société K. invoquait trois griefs : la prétendue inexécution du contrat de référencement, la non exécution de la prestation de création du site Internet et le défaut de communication des codes d'accès FTP permettant la maintenance du site par un autre prestataire.

Obligation de moyen du référencement

S'agissant du premier grief, la société K. reprochait principalement au prestataire la baisse de son site dans le classement du moteur de recherche GOOGLE. Or, comme rappelé par les juges, le référencement est par nature aléatoire, le prestataire étant débiteur d'une obligation de moyens en sorte qu'il incombe

au client de rapporter la preuve de la faute de son cocontractant lequel ne se serait pas comporté avec toute la diligence requise. Les dispositions contractuelles confirmaient que le prestataire n'était nullement tenu à une obligation de résultat :

« Le client a été informé au préalable que le référencement est tributaire de nombreux paramètres techniques, technologiques ou autres que la société ne peut maîtriser de manière totale. En conséquence la société n'est tenue que d'une obligation de moyens ».

Faute du client

Le client avait également, de sa propre initiative, fermé le site après avoir constaté qu'il n'était plus en bonne position dans les résultats des recherches sur GOOGLE, cette fermeture n'étant manifestement pas propice à l'amélioration du classement, ce dont la société K. avait été avertie, étant précisé que cette situation n'était pas, à l'évidence, liée à la prestation exécutée par la société mais résultait de la propre responsabilité de GOOGLE.

Les juges ont considéré que le prestataire avait mis en oeuvre d'importants moyens pour optimiser le référencement allant jusqu'à supporter le coût financier d'interventions liées audit référencement mais non prévues au devis telles que le passage de l'hébergement du site de la société K. d'un serveur mutualisé à un serveur dédié.

> [Télécharger la décision ici](#)

Marque sur AdWords : Affaire OPODO

Marque et liens promotionnels

Par procès-verbal de constat d'huissier, l'association AFAT, titulaire de la marque AFAT, a fait constater qu'en effectuant une recherche avec le mot clé « AFAT » sur le moteur de recherche GOOGLE, apparaissait sur la première page de résultats dans la rubrique « liens commerciaux » un paragraphe

intitulé « AFAT' indiquant 'Vite des promos pour vos vacances Découvrez vite nos petits prix! » et en-dessous un lien hypertexte intitulé « www.vovoyages.com/vivacances ». Le même jour, à la même heure, cliquer sur ce lien commercial conduisait à l'affichage d'une page internet du site de la société OPODO (anciennement VIVACANCES).

Le lien promotionnel en cause avait été configuré par le propriétaire d'un site intermédiaire de réservation de voyages en ligne ayant adhéré à un programme d'affiliation proposé par OPODO et géré par la plateforme TRADEDOUBLER.

Le tiers en cause avait acquis auprès de la société GOOGLE plusieurs mots-clés dont AFAT . Comme précisé par les juges, même en l'absence de contrat, il lui appartenait de vérifier les mots-clés acquis et ce d'autant plus que dans le cadre de son adhésion au programme d'affiliation d'OPODO au travers de la plate-forme TRADEDOUBLER, il a eu connaissance des conditions d'utilisation des mots clés achetés et notamment de l'interdiction d'achat de marques concurrentes et du risque d'exclusion encouru en cas de non-respect de ces règles.

En retenant le terme AFAT, en sa qualité de créateur du lien commercial litigieux et d'exploitant d'un site Internet, le tiers a vu sa responsabilité engagée dès lors que ledit terme était protégé au titre des marques enregistrées à l'INPI.

Liens promotionnels : absence de faute de négligence

En revanche, il ne pouvait pas être reproché à la société OPODO, une faute de négligence en ne vérifiant pas que le tiers n'utilisait pas une marque concurrente pour amener du trafic sur son site . En effet, dès que la société OPODO a été informée par la délivrance de l'acte introductif d'instance de l'utilisation du mot-clé AFAT, un message électronique a été adressé au tiers en lui rappelant la non conformité à la politique d'achat des mots clés et en précisant qu'il s'agissait d'une deuxième alerte.



AdWords et risque de confusion entre marques

Selon l'article L713-1 du code de la propriété intellectuelle, l'enregistrement de la marque confère à son titulaire un droit de propriété sur cette marque pour les produits et services qu'il a désignés.

Selon l'article L713-3 du code de la propriété intellectuelle, sont interdits, sauf autorisation du propriétaire, s'il peut en résulter un risque de confusion dans l'esprit du public, notamment la reproduction, l'usage ou l'apposition d'une marque, ainsi que l'usage d'une marque reproduite, pour des produits ou services similaires à ceux désignés dans l'enregistrement.

Il était reproché au tiers d'avoir utilisé une partie de la marque, en l'occurrence, le mot AFAT, correspondant au terme distinctif de la marque AFAT VOYAGES, important peu qu'elle soit semi-figurative et AFAT étant l'acronyme de l'Association Française des Agences de Tourisme.

L'AFAT n'est pas un mot dans le domaine public. Peu de personnes connaissent en effet la signification de l'acronyme AFAT pour Auxiliaires Françaises de l'Armée de Terre. Dès lors, la marque AFAT VOYAGES n'a pas un caractère déceptif et n'avait pas à être annulée.

D'autre part, la position du lien commercial litigieux en haut de la page du résultat des recherches effectuées sur le moteur GOOGLE, au même niveau que le premier résultat et sous le titre AFAT, caractérise une atteinte à l'identification d'origine des marques protégées. Le tiers a donc bien commis un acte de contrefaçon des marques.

Protection de la marque AFAT

L'association française des agences de tourisme a pour objet de fédérer des agences de voyages dans le cadre d'un réseau volontaire dénommé AFAT VOYAGES. L'association AFAT a constitué un groupe de sociétés composé notamment des sociétés AFAT ENTREPRISE, COFAT et AFAT TOURISME ET AFFAIRES. L'association AFAT est titulaire de deux marques semi-figuratives déposées le 23 juin 1998 et enregistrées auprès de l'INPI sous les numéros 98738284 et 98738285. L'une

est composée d'un élément verbal constitué de la dénomination AFAT VOYAGES et d'un élément figuratif consistant dans la représentation graphique d'une colombe prenant son envol. L'autre est composée d'un élément verbal constitué de la dénomination AFAT VOYAGES et d'un élément figuratif consistant dans la représentation graphique d'une colombe prenant son envol, insérés dans un rectangle de couleur rouge.

AdWords et démarchage de la clientèle d'autrui

Si le démarchage de la clientèle d'autrui est licite s'il n'est pas accompagné d'un acte déloyal, la sélection à titre de mot clé de la dénomination sociale d'un concurrent peut constituer un acte de concurrence déloyale si elle engendre un risque de confusion entre les deux entreprises, leurs produits ou leurs sites respectifs.

Or, en utilisant le mot-clé AFAT, le tiers a aussi commis un acte de concurrence déloyale par parasitisme dans la mesure où l'internaute cliquant sur le lien commercial pense se rendre sur un site appartenant au réseau AFAT, réseau que l'ASSOCIATION FRANÇAISE DES AGENCES DE TOURISME et la SAS VOYAGES ENTREPRISES sont chargées de développer et d'animer. Le tiers en tire profit dans le cadre de son activité d'affilié, en espérant inciter plus d'internautes à cliquer sur le lien commercial créé.

> [Télécharger la décision ici](#)

Constats d'achat en ligne

Achat pour constater une contrefaçon

Un huissier est parfaitement en droit de constater un achat en ligne par son client victime d'actes de contrefaçon sur Internet. Le client avait, devant l'huissier, procédé à un achat sur un site proposant à la vente, une contrefaçon d'un modèle de sandales. En terme de preuve, cet achat est identique à celui fait par le client qui serait rentré dans une boutique et aurait acheté un objet et réglé avec sa carte bancaire, avec l'huissier l'accompagnant jusqu'au magasin et l'attendant dans la rue. Dans ce cas, l'huissier n'a pas agi comme prête-nom puisqu'il a créé un compte, a payé avec sa carte de

crédit et que c'est lui qui réceptionnera les chaussures.

Ordonnance du 2 novembre 1945

L'huissier a donc respecté les prescriptions de l'ordonnance du 2 novembre 1945 relative au statut des huissiers, qui disposent que ces derniers peuvent, commis par justice ou à la requête de particuliers, effectuer des constatations purement matérielles, exclusives de tout avis sur les conséquences de fait ou de droit qui peuvent en résulter. Il s'est cantonné à son rôle de devoir constater matériellement les opérations de son client n'a eu aucune intervention sur 1 opération d'achat.

De surcroît, il n'a opéré aucune description du modèle litigieux, aucune saisie réelle, aucune recherche de renseignement comptable, mais a simplement constaté la référence, la photographie, l'achat par un tiers et les a imprimés.

Pas de saisie contrefaçon déguisée

Les constatations matérielles établissent que l'huissier n'a aucunement outrepassé sa mission de constat et n'a pas procédé à une saisie contrefaçon déguisée, mais à la constatation d'un achat en ligne, comme il l'aurait fait avec une personne qui procède à l'achat en boutique. En conséquence, le procès-verbal de constat d'achat de deux paires de sandales sur le site est régulier et valable ; la demande de nullité a été rejetée.

> [Télécharger la décision ici](#)

AdWords et parasitisme

La société DELKO DEVELOPPEMENT a fait constater que la requête DELKO effectuée avec le moteur de recherche google.fr déclenchait, par la mise en oeuvre du service de référencement google adwords, l'affichage d'un lien commercial vers le site exploité par la société OSCARO, accompagné du message publicitaire suivant 'Oscaro pièces et accessoires voiture livraison en 24 heures, 60% sur les prix'.

Action en parasitisme

L'action de la société DELKO DEVELOPPEMENT était fondée

sur le parasitisme qui consiste pour un agent économique à s'immiscer dans le sillage d'un autre afin de tirer profit sans rien dépenser, de ses efforts et de son savoir faire.

Le Tribunal a rappelé qu'en l'absence de circonstances caractérisant un risque de confusion entre les sites internet de deux sociétés concurrentes, le démarchage de la clientèle d'autrui au moyen de l'achat d'un mot clef constitué de la marque ou de la dénomination sociale de ce tiers est licite s'il n'est pas accompagné d'un acte déloyal.

En l'espèce, il n'existait aucun risque de confusion entre les sites internet des deux sociétés pour un internaute normalement informé et d'attention moyenne, et l'utilisation du terme générique delco ne peut être considéré comme un acte déloyal.

Démarchage licite de clientèle

Le seul référencement sous la marque ou la dénomination sociale DELKO ne suffisait pas à caractériser un comportement parasitaire de la société OSCARO et devait être considéré comme un démarchage licite de clientèle.

> [Télécharger la décision ici](#)

Nokia c/ Copie France

Redevances sur les cartes mémoire

Sur la base de sortie de stocks de cartes mémoire non dédiées et téléphones mobiles multimédia de la société NOKIA, des notes de débit ont été émises par les sociétés SORECOP et COPIE France en application des décisions n°8 du 9 juillet 2007 et n°10 du 27 février 2008 de la commission instituée par l'article L 311-5 du Code de la propriété intellectuelle, dite commission Copie Privée, concernant les taux de rémunération respectivement des cartes mémoire non dédiées et des téléphones mobiles multimédia.

La société NOKIA a réglé les factures émises par la société SORECOP pour un montant total de près de 100 000 euros TTC et a suspendu le paiement des autres factures d'un montant total de 4 millions d'euros TTC puis a fait assigner les sociétés SORECOP et COPIE FRANCE devant le tribunal de grande

instance de Paris pour qu'il soit jugé qu'aucune des factures en cause n'est due. En effet, la créance de rémunération invoquée par les sociétés SORECOP et COPIE FRANCE au titre des factures litigieuses était privée de fondement juridique, en suite des arrêts rendus par le Conseil d'Etat le 17 décembre 2010 qui a annulé les décisions administratives 8 et 10 de la commission pour la copie privée.

Nokia redevable de la copie privée

L'industriel, qui fournit le support, est le débiteur de l'obligation de paiement à la société COPIE FRANCE cette rémunération étant versée par le fabricant, l'importateur ou la personne qui réalise des acquisitions intra-communautaires, et qui dispose de la possibilité de ne pas répercuter au consommateur le droit payé.

Il appartient au juge judiciaire de tirer les conséquences civiles des annulations des décisions n° 8 et 10 de la commission copie privée prononcées par le Conseil d'Etat le 17 décembre 2010. Les juges ont retenu que, pour les supports en cause, le principe de créance de la société COPIE FRANCE au titre de la compensation des pertes subies par les ayants droits du fait de la liberté de copie n'est pas contestable.

La seule détermination du taux de la rémunération par la commission copie privée instituée pour ce faire s'est avérée contraire aux dispositions du Code de la propriété intellectuelle, justifiant son annulation par le Conseil d'Etat mais si les dispositions afférentes à la rémunération pour copie privée prévoient que le taux de rémunération est fixé par une commission ad hoc, l'annulation de décisions de cette dernière, quant à cette modalité pratique, ne saurait priver les titulaires du droit de reproduction d'une juste rémunération, ou compensation équitable, à raison de copies licites réalisées à partir de supports d'enregistrement fournis par la société NOKIA.

La société NOKIA ne saurait ainsi sérieusement prétendre ne rien devoir verser pour la reproduction à usage privé alors qu'en sa qualité

de professionnelle du secteur elle ne peut ignorer qu'elle doit une rémunération évaluée selon le mode forfaitaire tel que prévu au 2ème alinéa de l'article L 131-4 du Code de la propriété intellectuelle.

Evaluation de la redevance par le juge

Le juge compétent en matière de propriété intellectuelle peut procéder à cette évaluation spécifique des droits de propriété intellectuelle. Sauf à vider de sa substance l'exception au droit exclusif de reproduction de l'auteur sur son oeuvre, le jugement doit être confirmé en ce qu'il a admis qu'il appartenait au juge judiciaire de déterminer en l'espèce la compensation financière devant être allouée au titre de la rémunération pour copie privée.

Nonobstant l'absence pour la période litigieuse de détermination valide par la commission ad hoc d'un taux de rémunération, les juges ont fixé le montant de la redevance eu égard aux déclarations de sorties de stocks effectuées par la société NOKIA, de la nature des supports concernés utilisables pour la reproduction à usage privé d'oeuvres, et de la nécessité d'établir une juste contrepartie financière, pour compenser la perte de revenus des ayants droit du fait de l'exception au principe de leur consentement à la copie leurs oeuvres, à savoir des reproductions pour un usage privé à partir d'une source licite, à raison de la mise à disposition par la société NOKIA des supports en cause. La redevance a été fixée à 2 400.000 euros pour la période de mai à décembre 2008.

> [Télécharger la décision ici](#)



Poursuivre un site allemand en France

Achat en ligne à partir de la France

Il est possible d'attirer devant les juridictions françaises un site internet allemand proposant à la vente des produits contrefaisants. La technique étant de passer commande sur le site, par un huissier français, les produits incriminés (règlement à partir d'un compte en banque situé en France et livraison en France). En l'occurrence, il s'agissait de tee-shirts et portes-monnaie supportant l'image, avec diverses transformations, du « Che au béret et à l'étoile », protégée au titre des droits d'auteur.

Compétence juridictionnelle française

Dans cette affaire, le juge de la mise avait commis une erreur d'appréciation en fait et en droit en énonçant que la juridiction française n'avait pas compétence pour connaître du litige. Il résulte des considérants du règlement CE n°44/2001 destiné à unifier les règles de conflit de juridictions en matière civile et commerciale, que le for du domicile du défendeur doit être complété par d'autres fors autorisés en raison du lien étroit entre la juridiction et le litige ou en vue de faciliter une bonne administration de la justice. Ainsi, l'article 5 point 3 de ce règlement prévoit dans un chapitre intitulé 'compétences spéciales' qu'« une personne domiciliée sur le territoire d'un Etat membre peut être attirée dans un autre Etat membre : (...) en matière délictuelle ou quasi-délictuelle, devant le tribunal du lieu où le fait dommageable s'est produit ou risque de se produire ».

Saisie d'une question préjudicielle relative à l'application de cette disposition, la juridiction communautaire a dit pour droit (CJCE, 03 octobre 2013, C-170/12, Peter Pinckney / KDG Mediatech AG) que ledit article « doit être interprété en ce sens que, en cas d'atteinte alléguée aux droits patrimoniaux d'auteur garantis par l'Etat membre de la juridiction saisie, celle-ci est compétente pour connaître d'une action en responsabilité introduite par l'auteur d'une oeuvre

à l'encontre d'une société établie dans un autre Etat membre et ayant, dans celui-ci, reproduit ladite oeuvre sur un support matériel qui est ensuite vendu par des sociétés établies dans un troisième Etat membre, par l'intermédiaire d'un site internet accessible également dans le ressort de la juridiction saisie. Cette juridiction n'est compétente que pour connaître du seul dommage causé sur le territoire de l'Etat membre dont elle relève. ».

Il résulte des enseignements de cet arrêt que le dommage qui risque de se matérialiser dans le ressort de la juridiction saisie découle notamment de la possibilité de se procurer, au moyen d'un site internet accessible dans le ressort de la juridiction saisie, une reproduction de l'oeuvre à laquelle s'attachent les droits dont le demandeur se prévaut.

> [Télécharger la décision ici](#)

TNT : obligation d'information des professionnels

Equipements TNT obligatoires

Les professionnels fabricants de téléviseurs ont l'obligation d'équiper leur téléviseur d'un équipement TNT et doivent en répondre auprès des consommateurs.

Aux termes de l'article 19 de la loi n° 2007-309 du 5 mars 2007 relative à la modernisation de la diffusion audiovisuelle et à la télévision du futur : « Dans un délai de neuf mois à compter de la promulgation de la présente loi, les téléviseurs vendus par les industriels aux distributeurs d'équipement électronique grand public sur le territoire national intègrent un adaptateur permettant la réception des services de la télévision numérique terrestre. Dans un délai de douze mois à compter de la promulgation de la présente loi, les téléviseurs vendus aux consommateurs sur le territoire national intègrent un adaptateur permettant la réception des services de la télévision numérique terrestre.

A partir du 1° décembre 2008, les téléviseurs et les enregistreurs mis en vente par un professionnel permettant la réception des programmes en haute définition intègrent un adaptateur prévu à cet effet ».

Obligation d'information

Les industriels et les distributeurs d'équipements électroniques grand public sont tenus d'informer de façon détaillée et visible les consommateurs des capacités de chaque téléviseur, adaptateur, enregistreur ou tout autre équipement récepteur de télévision à recevoir des signaux numériques, notamment en haute définition, en faisant état, le cas échéant, de la labellisation.

Selon l'article 1147 du code civil et la jurisprudence en la matière, il appartient au vendeur professionnel de prouver qu'il s'est acquitté de son obligation d'information et de conseil lui imposant en l'espèce

de renseigner son client sur les caractéristiques techniques du matériel vendu au regard des dispositions de la loi précitée, peu important que le matériel ait été vendu à l'organisme de leasing.

En l'espèce, une société vendeuse de téléviseurs, a été condamnée aux motifs que le matériel concerné était à la date du bon de commande, d'ores et déjà obsolète. Par ailleurs, la société n'a pas rempli le devoir d'information et de conseil qui lui incombait en vertu de l'article 19 de la loi du 5 mars 2007 et de l'article 1147 du code civil.

Les offres commerciales de fournir des téléviseurs avec TNT intégrée moyennant une location financière sur six ans, ou de poser une antenne pour un coût important ne sont pas de nature à exonérer la société de sa responsabilité contractuelle.

> [Télécharger la décision ici](#)

Diffusion de photographies à la TV

Contrefaçon par représentation non autorisée

Lors du reportage intitulé « les enfants terribles de la République » diffusé dans le cadre, de l'émission « complément d'enquête » par FRANCE TÉLÉVISIONS, des photographies protégées par le droit d'auteur ont été diffusées, sans l'accord de leur auteur. Aussi, cette diffusion était constitutive de contrefaçon.

Photographies originales

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 de l'article susmentionné est conféré, selon l'article L.112-1 du même code, à l'auteur de toute oeuvre de l'esprit, quels qu'en soit 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 et du seul fait de la création d'une forme originale.

Néanmoins, lorsque cette protection est contestée en défense, l'originalité d'une oeuvre doit être explicitée par celui qui s'en prétend auteur, seul ce dernier étant à même d'identifier les éléments traduisant sa personnalité.

Exception d'information

FRANCE TELEVISIONS n'a pu faire valoir l'exception d'information. L'article L122-5 9ème du code de la propriété intellectuelle prévoit que « lorsque l'oeuvre a été divulguée, l'auteur ne peut interdire : [...] la reproduction ou la représentation, intégrale ou partielle, d'une oeuvre d'art graphique, plastique ou architecturale, par voie de presse écrite, audiovisuelle ou en ligne, dans un but exclusif d'information immédiate et en relation directe avec cette dernière, sous réserve d'indiquer clairement le nom de l'auteur ».

La société FRANCE TÉLÉVISIONS a fait état de cette exception pour soutenir que la diffusion des photographies en cause relevait du droit à l'information, en ce qu'elles portaient sur un élément du patrimoine de Bernard TAPIE (Yacht) qui faisait lors de la diffusion du reportage dans lequel elles sont insérées l'objet d'une couverture médiatique importante.

Pour autant, la société FRANCE TÉLÉVISIONS n'indiquait pas le nom de l'auteur de ces photographies dans son reportage. Elle ne pouvait tirer argument de l'absence d'indication de l'auteur d'une photographie sur celle-ci pour soutenir qu'elle peut se dispenser d'indiquer clairement son nom, comme le prévoit l'article L122-5 9ème ni du fait que le nom de cet auteur ne figure pas sur les sites sur lesquels elle a récupéré ces oeuvres.

Dès lors, et faute d'indication du nom de l'auteur de ces photographies, la société FRANCE TÉLÉVISIONS ne peut invoquer l'exception du droit à l'information.

Préjudice du photographe

Cette utilisation a nécessairement causé un préjudice au photographe. L'article L331-1-3 du code de la propriété intellectuelle permet à la juridiction d'attribuer à titre de dommages et intérêts une somme forfaitaire, laquelle ne saurait être inférieure au montant des redevances ou droits qui auraient été dus si l'autorisation d'utiliser les droits en cause avait été sollicitée.

En l'occurrence, l'utilisation sans droit par la société France Télévisions de 12 photographies a causé à l'auteur un préjudice estimé à la somme de 5000 euros au titre des droits de reproduction.

Par ailleurs, le travail de recadrage, avec un floutage des bords des photographies diffusées, et l'absence de toute indication du nom de l'auteur de ces photographies diffusées sans son consentement, a également causé au photographe un préjudice moral certain, chiffré à la somme de 4000 euros.

> [Télécharger la décision ici](#)

Convention collective du cinéma

Convention du personnel des salles de cinéma

Le personnel des salles de cinéma peut être dérouteré sur la convention collective qui leur est applicable. Dans cette affaire, les parties s'opposaient sur la convention applicable, le salarié revendiquant celle de l'exploitation cinématographique, services généraux et administratifs du 1er juillet 1971 et l'employeur celle de l'exploitation cinématographique du 19 juillet 1984.

Cette dernière a le même objet et champ d'application que celle de 1971, sous réserve de la discussion relative aux catégories de personnels concernés. Elle prévoit, dans son article 1er qu'elle régit les rapports entre les employeurs et les salariés de l'exploitation cinématographique sur tout le territoire métropolitain et qu'elle annule toutes les dispositions antérieures nationales ou régionales. Le salarié considérait que le texte de 1984 ne concernait que le personnel des salles et non les salariés qui appartiennent de manière permanente et exclusive aux services généraux et



administratifs de l'exploitation cinématographique.

Toutefois les classifications prévues par le texte de 1984, si elles mentionnent naturellement le personnel de salle, envisagent également la situation de directeurs pouvant avoir la responsabilité de plusieurs salles ou même de plusieurs directeurs.

Position de la Fédération nationale des cinémas

Par ailleurs la Fédération nationale des cinémas a confirmé que la seule convention collective en vigueur dans la profession est celle de 1984, celle de 1971 pouvant être appliquée volontairement. La lettre d'embauche du salarié mentionnait à cet égard que la convention collective applicable était celle de l'exploitation cinématographique (c'est donc le texte de 1984 qui doit recevoir application).

> [Télécharger la décision ici](#)

Coauteur de musique de film

Présomption de l'article L. 113-1 du CPI

Afin de déterminer l'auteur d'une musique de film, il convient d'appliquer la présomption de l'article L. 113-1 du Code de la propriété intellectuelle. Selon cette dernière, la qualité d'auteur appartient, sauf preuve contraire, à celui ou à celle sous le nom de qui l'oeuvre est divulguée.

En l'espèce, la société LEGENDE FILMS a confié à M. L. la composition et la réalisation des oeuvres musicales destinées à constituer une partie de la bande originale du film Coco réalisé par Gad ELMALEH. Un contrat de commande d'oeuvres musicales et de cession de droits a été signé entre les parties. Les oeuvres en cause ont été déposées à la SACEM avec l'indication de M. L. en qualité d'auteur compositeur.

Artiste interprète coauteur ?

L'artiste interprète engagée par la société LEGENDE

FILMS pour interpréter quatre des oeuvres originales écrites et composées par M. L. pour la bande originale du film, dont Coco's Party et You Rock a tenté sans succès d'obtenir la qualité de coauteur.

Si les génériques de début et de fin du film mentionnaient M. L. comme compositeur de la musique originale dont étaient extraites les oeuvres musicales en cause, en ces termes : « musique originale composée et arrangée par Stéphane L. », ce dernier est également désigné en qualité d'auteur des oeuvres reproduites sur le disque de la bande originale, son nom figurant en cette qualité entre parenthèses sous le titre de ces oeuvres.

L'artiste interprète ne pouvait donc revendiquer à son profit cette présomption de titularité des droits d'auteur. Les attestations produites par cette dernière n'étaient pas non plus de nature à détruire la présomption de titularité des droits d'auteur.

> [Télécharger la décision ici](#)

Statut de journaliste radio

Missions du journaliste radio

Un collaborateur de Radio France a obtenu la qualification de journaliste audiovisuel. Ce dernier informait les auditeurs dans le domaine musical, le cas échéant accomplissant un véritable travail de « création », dans tous les cas apportant une collaboration intellectuelle, alternant diffusion d'oeuvres, critiques, interviews, débats.

Les juges ont rappelé que sont journalistes ceux qui apportent une collaboration intellectuelle et personnelle à une publication périodique en vue de l'information des lecteurs, peu important qu'une carte professionnelle leur ait été remise, définition transposable quand il s'agit d'émissions radio et d'un public d'auditeurs.

Cette collaboration intellectuelle et personnelle ne se borne pas à une simple transmission d'informations, le journaliste apportant le plus souvent sa « lecture », sa compréhension, son analyse et sa sensibilité

dans la manière de transmettre cette information.

Indemnisation du journaliste licencié

Aussi, le collaborateur de la radio ayant pour activité principale, régulière et rétribuée l'exercice de sa profession, notamment au sein de la société Radio France, et en tirant le principal de ses ressources, peut donc prétendre au statut de journaliste professionnel, peu important qu'il ait détenu ou non une carte professionnelle.

Dans cette affaire, le journaliste bien qu'ayant travaillé pendant 26 ans, à titre principal, au sein de Radio France a vu sa collaboration, interrompue quasiment du jour au lendemain et sans autre forme par son employeur.

La relation de travail étant requalifiée en contrat à durée indéterminée, réputé à temps plein depuis le 1er septembre 1982 cette rupture unilatérale par l'employeur, pour « faire évoluer et renouveler l'antenne », qui ne saurait en l'espèce constituer un motif de licenciement, s'analyse donc comme un licenciement, irrégulier en la forme et dépourvu de cause réelle et sérieuse. Il en produit les conséquences, notamment en termes d'indemnités.

> [Télécharger la décision ici](#)

Préjudice de précarité du journaliste radio

Lorsque le collaborateur de longue durée d'une radio obtention le statut de journaliste, il peut bénéficier, outre les indemnités liées à la requalification de sa relation de travail, une somme d'argent au titre du préjudice de précarité. Ce préjudice est lié au préjudice moral et financier et maintien du collaborateur dans une situation précaire.

Affaire Radio France

Les juges ont retenu qu'en appliquant à un collaborateur, le système de contrats à durée

déterminée pendant 26 ans, système également appliqué à de nombreux autres collaborateurs, Radio France a choisi délibérément et nécessairement consciemment de s'appuyer sur le régime spécifique d'assurance-chômage, pour compléter les salaires irrégulièrement versés, mais aussi de maintenir pendant toutes ces années le salarié dans un système de précarité d'emploi et de flexibilité constante de son travail ayant nécessairement un impact sur l'organisation de sa vie, mais aussi sur les droits auxquels il aurait pu prétendre s'il avait bénéficié d'un CDD (notamment comité d'entreprise et autres avantages réservés au salarié permanent).

En conséquence les juges ont condamné l'employeur à verser au collaborateur une somme de 10 000 € au titre du préjudice distinct de celui découlant du licenciement lui-même.

> [Télécharger la décision ici](#)

Affaire Christine Ockrent

Dans l'affaire l'opposant à son ancien employeur (France Médias Monde), Christine Ockrent n'a pas obtenu gain de cause. Celle-ci faisait valoir une révocation déguisée de son poste, sans justes motifs.

Crise de gouvernance

Un conflit grave opposait Mme Ockrent aux directeurs et salariés des sociétés du groupe AEF (France Médias Monde) et à leur président directeur général. La défiance manifestée à l'encontre de la directrice générale déléguée par la très grande majorité des collaborateurs des sociétés du groupe, y compris des directeurs, établissait l'existence d'une crise de gouvernance d'une particulière gravité et d'une situation de blocage, préjudiciable aux intérêts des sociétés en cause, compromettant leur intérêt social et leur fonctionnement. Il existait donc de justes motifs à la révocation de Mme Ockrent de ses quatre mandats sociaux, en dépit de l'absence de faute établie à son encontre.

“

La circonstance que la défiance dont a été l'objet Mme Ockrent ait été pour l'essentiel le résultat de l'affaire largement médiatisée dite « d'espionnage informatique » dans laquelle elle était injustement mise en cause n'a pas pour effet de priver de justes motifs la révocation dont elle a été l'objet, dès lors que cette défiance et la crise interne qui s'en est suivie au sein des sociétés du groupe compromettaient sans nul doute l'intérêt social de ces sociétés.

La question de l'imputabilité de la mésentente entre les deux dirigeants à la tête du groupe n'est pas pertinente dès lors qu'il n'est pas contestable que les effets de cette mésentente étaient de nature à compromettre l'intérêt social. Il n'est en tout état de cause pas établi, contrairement à ce qui est soutenu, que M de Pouzilhac, en tant que président directeur général des sociétés du groupe, et/ou les conseils d'administration de ces sociétés aient « orchestré » des manoeuvres pour parvenir à l'éviction de Mme Ockrent, ni qu'ils aient contribué de manière fautive à la situation de défiance à laquelle cette dernière a dû faire face ni encore qu'ils aient intentionnellement laissé perdurer cette situation ».

Révocation d'un directeur général

Selon l'article L.225-55 du code de commerce, le directeur général délégué est révocable à tout moment par le conseil d'administration, sur proposition du directeur général. Lorsque sa révocation est décidée sans juste motif, elle peut donner lieu à dommages-intérêts.

Les nombreux courriers échangés entre Mme Ockrent et M de Pouzilhac et les pièces produites notamment les articles de presse révélaient en outre, une mésentente grave entre les deux dirigeants qualifiée par la presse de « guerre des chefs », situation ayant conduit le comité d'entreprise de RFI à solliciter en référé la nomination d'un administrateur provisoire en janvier 2011, eu égard à la « paralysie des organes de décisions » et au blocage des instances de gestion consécutifs à ces affrontements dont la presse se faisait l'écho.

Toutefois, les juges ont considéré que les circonstances dans lesquelles Mme Ockrent a été contrainte de

prendre acte de la rupture de ses mandats, pour sortir de l'impasse dans laquelle elle se trouvait face à la passivité des organes sociaux, et ce, après avoir été mise à l'écart de la direction générale déléguée pendant plusieurs mois sur la base d'une rumeur médiatique et pour des motifs qui ne lui ont jamais été clairement exposés et sur lesquels elle n'a jamais été mise en mesure de s'expliquer devant l'organe habilité à décider sa révocation, conduisent à retenir que la révocation de fait dont elle a été l'objet s'est accompagnée de circonstances vexatoires qui ont porté atteinte à son image et qu'elle revêtait un caractère abusif. Mme Ockrent a obtenu la somme de 30 000 euros au titre de son préjudice moral.

Historique de l'affaire

Pour rappel, la société Audiovisuel Extérieur de la France (société AEF) aujourd'hui dénommée France Medias Monde, est détenue à 100 % par l'Etat, elle coordonne les activités des radios et télévisions publiques destinées à l'international et était l'actionnaire unique de France 24 et RFI, cette dernière étant elle-même actionnaire unique de la Société Monégasque d'exploitation et d'études de radiodiffusion (société SOMERA dénommée Monte-Carlo Doualiya (MCD).

Les sociétés AEF, RFI, France 24 et MCD ont fusionné à effet du 13 février 2012 de sorte que la société AEF vient aux droits et obligations des autres sociétés – en avril 2008, M. de Pouzilhac a été nommé président-directeur général de la société AEF, puis ultérieurement président directeur général des sociétés RFI et MCD et président de la société France 24, Mme Ockrent étant, de son côté, nommée directrice générale déléguée des trois premières sociétés et, pour une durée devant expirer à l'issue de l'assemblée générale appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos au 31 décembre 2009, directrice générale de France 24.

A compter du 25 juin 2010, M De Pouzilhac a été nommé président-directeur général de France 24 et Mme Ockrent directrice générale déléguée de cette société.

Le 6 octobre 2010, un courriel du directeur financier de la société AEF, contenant des informations sensibles et



confidentielles, a été publié dans le Canard Enchaîné, faits pour lesquels M de Pouzilhac a porté plainte, dès le lendemain, des chefs d'accès frauduleux dans un système de traitement automatisé de données, abus de confiance et détournement, utilisation et divulgation de données à caractère personnel.

La découverte de l'implication possible dans ces faits de l'ancienne collaboratrice de Mme Ockrent et d'un informaticien recommandé par cette dernière a alimenté de fortes rumeurs dans la presse, au début du mois de décembre 2010, sur une éventuelle implication de Mme Ockrent dans cette affaire d'espionnage informatique qui devenait dans certains journaux, « l'affaire O ».

Suite notamment à cette affaire, la directrice des ressources humaines de la société AEF, la directrice des affaires juridiques, le directeur financier et le directeur de la stratégie, du développement et des affaires publiques de cette société, évoquant la crise de confiance traversée par la holding, aggravée par les nombreux interviews donnés par la directrice générale déléguée, ont fait part à M de Pouzilhac, de leur décision de ne plus participer au Comex « dans sa configuration actuelle », considérant ne plus être en mesure d'assurer leur mission sereinement, et de leur souhait d'une modification de l'organigramme de la société afin que leurs services ne relèvent que de lui.

Par courrier, tous les directeurs de la société France 24, dans des termes particulièrement explicites, ont reproché à Mme Ockrent d'avoir « menti sur trois points essentiels » dans l'affaire de piratage informatique et lui ont signifié, eu égard à la gravité des faits d'espionnage de collaborateurs, qu'ils refusaient de travailler avec elle, « le lien de confiance étant définitivement rompu » et de participer à toute réunion où elle serait présente.

À l'occasion d'un vote de confiance/défiance à l'égard des dirigeants de la chaîne, organisé par l'Intersyndicale de France 24, 85% des salariés ont manifesté leur défiance à l'égard de Mme Ockrent. Par la suite, M de Pouzilhac a informé par mails les membres des comités exécutifs des sociétés AEF et France 24 que, conformément à leur demande, ils ne dépendraient plus hiérarchiquement que de la présidence direction générale, copies

de ces courriels étant adressées à Mme Ockrent.

Par courriers, Mme Ockrent a alors sollicité de M de Pouzilhac qu'il la restaure dans son autorité et sa légitimité à la tête du groupe, lui reprochant ses initiatives pour l'écarter de ses attributions et orchestrer et attiser la défiance de ses collaborateurs, précisant qu'elle ne lui remettrait pas sa démission et dénonçant l'acharnement dont elle était victime et qui l'empêchait d'exécuter ses mandats (Mme Ockrent avait déposé plainte contre X pour harcèlement moral, le 28 mars 2011), une perquisition a été menée dans les locaux des sociétés AEF et France 24, le 3 mai 2011.

Dénonçant cette perquisition et la provocation de la « directrice générale déléguée », l'intersyndicale AEF regroupant les syndicats de France 24, RFI et MCD a déposé un préavis de grève et a invité les 1500 salariés du groupe à déposer à leur tour plainte pour harcèlement moral et professionnel.

Mme Ockrent s'est dite contrainte de prendre acte de la rupture de ses mandats de directrice générale déléguée des sociétés AEF, France 24, RFI et MCD, précisant qu'il ne s'agissait pas d'une démission mais d'une révocation déguisée et expliquant : « il ne me reste aujourd'hui que la voie du constat d'une révocation déguisée à raison des pressions résultant de ma mise à l'écart professionnelle délibérée, coordonnée et encouragée par vos soins, assortie de la passivité des organes sociaux du groupe qui n'ont pas tranché, faute de leur avoir soumis cette situation », disant agir « dans l'intérêt du Groupe » et ajoutant qu'elle engageait une action devant le tribunal de commerce.

> [Télécharger la décision ici](#)



Contrefaçon dans une publicité

Campagnes publicitaires autour du ballon rouge

La SAS VAN CLEEF & ARPELS France a pour activité la distribution en France et à l'étranger de produits de haute joaillerie, de bijouterie, d'horlogerie et d'orfèvrerie sous la marque 'VAN CLEEF & ARPELS', exploitant un magasin situé 22, place Vendôme à Paris. La société de droit suisse VAN CLEEF & ARPELS SA est titulaire de dessins et modèles internationaux ainsi que des noms de domaine 'unejourneeaparis.com' et 'vancleef-arpels.com'. Les sociétés VAN CLEEF & ARPELS ont une ligne de bijoux de haute joaillerie baptisée 'Une journée à Paris' axée sur les monuments de Paris et a retenu en 2007, le projet d'une designer de bijoux intitulé 'a day in Paris' afin de commercialiser une collection de bijoux de joaillerie, composée de deux sous-collections avec des figurines représentant sous forme de silhouettes une femme en équilibre sur un ballon rouge, une danseuse en équilibre sur un ballon rouge, un couple tenant un parapluie en équilibre sur un ballon rouge, une petite fille tenant une grappe de ballons multicolores (dont un ballon rouge), un petit garçon avec un ballon rouge sous le pied, un petit garçon tenant une grappe de ballons (dont un ballon rouge).

Limites de la cession des droits publicitaires

Dans le prolongement de sa collection, la SAS VAN CLEEF & ARPELS International a été autorisée par le producteur, à insérer dans un catalogue présentant sa ligne de joaillerie, des photographies extraites du film 'Le ballon rouge'. Estimant que la SAS VAN CLEEF & ARPELS International avait outrepassé les termes de cet accord en créant une ligne de bijoux fortement inspirée du film et en exploitant une campagne publicitaire, déclinée sur de nombreux supports, dont le fil conducteur est un personnage tenant un ballon,

Aucune contrefaçon n'a été retenue : il ressortait de la comparaison du film publicitaire et de l'œuvre 'Le ballon rouge', une réelle différence quant aux lieux où se déroule l'action, la représentation de Paris et les principaux éléments scéniques, de sorte que la clientèle ne pourra se méprendre sur l'origine des

deux films en présence. En particulier, la rencontre entre un petit garçon et une petite fille n'est qu'une scène secondaire du film 'Le ballon rouge', l'accent étant mis davantage sur le personnage principal du petit garçon et de son ballon magique et non sur celui de la petite fille qui n'a qu'un rôle accessoire. Il en résulte que la clientèle ne sera pas amenée à faire un parallèle entre cette scène et le film publicitaire.

Il y avait également des différences notables entre le bijou issu de la sous-collection 'Mercredi à Paris' représentant la silhouette stylisée d'une petite fille tenant dans sa main une grappe de ballons et la scène finale d'envol du petit garçon au-dessus de Paris dans le film 'Le ballon rouge', tendent à exclure tout acte de parasitisme sur ce fondement.

> [Télécharger la décision ici](#)

Distinctions et médailles trompeuses

Médaille et concurrence déloyale

Le dépôt d'une marque incluant le terme « médaille » ou « récompense » doit être manié avec précaution. En effet la marque doit être conforme aux dispositions de la loi du 8 août 1902 relative aux récompenses industrielles.

En l'espèce a été sanctionné le dépôt de la marque semi-figurative française MEDAILLE D'EAU DU GOÛT ET DE L'ENVIRONNEMENT en ce qu'elle constitue un acte de concurrence déloyale en laissant croire que le produit en cause (« Eau de Castalie ») se serait vu décerner une récompense par un jury indépendant pour la qualité de son goût et ses qualités environnementales, alors que rien ne l'établissait.

Loi du 8 août 1902

Il résulte de la loi du 8 août 1902 que les récompenses industrielles, dont notamment les médailles décernées par des associations, ne peuvent faire l'objet d'un usage industriel ou commercial qu'après l'enregistrement auprès de l'Office national de la propriété industrielle soit du palmarès à la requête de l'autorité ayant organisé le concours ou



l'exposition, soit de l'une des récompenses comprises dans ce palmarès, par le bénéficiaire de celle-ci.

Lorsque le concours ou l'exposition a eu lieu sans l'intervention de l'Etat, l'enregistrement n'est effectué qu'après une enquête réalisée par l'Office (INPI).

En l'espèce, les défendeurs versaient au débat uniquement une demande d'enregistrement du palmarès concerné émanant de l'association l'ASSOCIATION DES AMATEURS D'EAU ET DES BUVEURS FRÉNÉTIQUES mais aucune preuve de publication de l'enregistrement au BOPI. En outre, l'usage qui est fait de ce signe en tant que récompense par la société CASTALIE sur les bouteilles « Eau de Castalie » est en infraction aux dispositions de la loi précitée qui exige que soit également indiqué l'association qui l'a délivrée et la date à laquelle elle a été accordée.

Interdiction d'exploiter la marque

En conséquence, les juges ont interdit à la société en cause de faire usage de la marque semi-figurative française MEDAILLE D'EAU DU GOÛT ET DE L'ENVIRONNEMENT, celle-ci contrevenant aux dispositions de la loi du 8 août 1912.

> [Télécharger la décision ici](#)

Etiquetage des eaux potables ou minérales

Les eaux potables ou minérales se doivent de respecter les mentions d'étiquetage impératives. Plusieurs mentions figurant sur les bouteilles « Eau de Castalie » ont été jugées contraires aux dispositions du Code de la santé publique et au Code de la consommation.

Etiquetage des eaux : les dispositions du Code de la Santé Publique

Plusieurs articles clefs du Code de la Santé Publique régissent l'étiquetage des eaux minérales ou potables. L'article R 1321-92 du Code de la Santé Publique prévoit que : « Les eaux rendues potables par traitements,

conditionnées, sont détenues en vue de la vente, mises en vente, vendues ou distribuées à titre gratuit, sous l'une des dénominations de vente suivantes : 1° « Eau rendue potable par traitements » ; 2° « Eau rendue potable par traitements et avec adjonction de gaz carbonique » qui désigne toute eau rendue potable par traitements, conditionnée, qui a été rendue effervescente par addition de gaz carbonique. Cette dénomination doit être complétée par l'indication des traitements mis en oeuvre. Une telle indication doit rendre compte, parmi les catégories de traitements fixés par les dispositions réglementaires prises en application de l'article L. 1321-10, de ceux de ces traitements qui sont réellement utilisés pour l'eau considérée ».

L'article R 1321-93 du même code énonce que : « Sans préjudice des dispositions de l'article R. 112-7 du Code de la Consommation, est interdite, tant sur les emballages ou les étiquettes que dans la publicité, sous quelque forme que ce soit, toute indication, dénomination, marque de fabrique ou de commerce, image ou autre signe figuratif ou non, qui, étant appliqué à une eau rendue potable par traitements, est susceptible de créer une confusion avec une eau minérale naturelle ou avec une eau de source, notamment par l'indication de propriétés favorables à la santé, par la mention d'expressions comportant le mot minéral ou des dérivés de ce mot, par la mention d'expressions comportant le mot source ou des dérivés de ce mot, ou par la mise en exergue d'un ou de plusieurs éléments particuliers relatifs à la composition de l'eau ».

L'article R.112-7 du Code de la consommation indique que « L'étiquetage et les modalités selon lesquelles, il est réalisé ne doivent pas être de nature à créer une confusion dans l'esprit de l'acheteur ou du consommateur, notamment sur les caractéristiques de la denrée alimentaire et notamment sur la nature, l'identité, les qualités, la composition, la quantité, la durabilité, l'origine ou la provenance, le mode de fabrication ou d'obtention...Les interdiction ou restrictions prévues ci-dessus s'appliquent également à la publicité et à la présentation des denrée alimentaires, notamment à la forme et à l'aspect donnés à celle-ci ou à leur emballage, au matériau d'emballage utilisé, à la manière dont elles sont disposées ainsi qu'à

l'environnement dans lequel elles sont exposées. »

L'article R.112.14 du même code énonce que « La dénomination de vente d'une denrée alimentaire est celle fixée par la réglementation en vigueur en matière de répression des fraudes ou à défaut par d'autres réglementation ou par les usages commerciaux... Dans tous les cas, la dénomination de vente doit être indépendante de la marque de commerce ou de fabrique ou de la dénomination de fantaisie... »

Etiquetage des eaux et pratiques commerciales trompeuses

Au visa de ces articles, il a été jugé que constituait une pratique commerciale trompeuse, le texte suivant figurant sur des bouteilles d'eau : « Médaille d'eau du goût et du respect de l'environnement. Prisée pour la pureté de son goût, l'Eau de Castalie est affinée dans cet établissement à partir de l'eau de réseau locale. Ainsi micro filtrée, elle constitue une alternative responsable aux eaux en bouteille transportées sur des centaines, voire des milliers de kilomètres jusqu'à votre table. Rafraîchie à la demande et servie plate ou gazeuse, l'Eau de Castalie conserve ses minéraux et ses oligo-éléments naturels ».

Les juges ont considéré que le procédé utilisé par la société CASTALIE sur les étiquettes de la bouteille, consistant à noyer la mention réglementaire dans un texte de présentation en introduisant de plus une distance ironique, accentué par l'emploi de guillemets dans la version de 2012, vide cette mention de sa portée informative et constitue de ce fait une application irrégulière de la loi et contrevient en conséquence, à celle-ci.

De même, la référence, dans l'étiquette aux « minéraux et oligo-éléments naturels » de l'Eau de Castalie constitue une indication sur l'étiquette de la bouteille qui est susceptible de créer une confusion avec les eaux minérales ainsi qu'aux eaux de source qui entre dans le champ des mentions prohibées par l'article R.1321-93 du Code de la santé publique.

Ces manquements à la réglementation constituent des pratiques commerciales trompeuses et constituent pour les demanderesses qui défendent les intérêts d'exploitants et propriétaires d'eaux minérales et d'eaux de source des actes de concurrence déloyale en créant une confusion tendant à dissimuler les

différence de caractéristiques propres de ces produits avec celles des eaux rendues potables filtrées.

> [Télécharger la décision ici](#)



Image des œuvres et droit moral

L'éditeur d'une revue qui reproduit sans autorisation l'image d'une œuvre ne s'expose pas seulement à une condamnation pour contrefaçon mais également à une condamnation pour atteinte au droit à la paternité de l'auteur.

Droit de paternité sur l'œuvre

En vertu de l'article L121-1 du code de la propriété intellectuelle, l'auteur jouit du droit au respect de son nom. En l'espèce, le nom du sculpteur Aristide MAILLOL n'apparaissait pas sur des photographies reproduites dans un magazine, ce qui constitue une atteinte à son droit de paternité. La seule circonstance que les lecteurs connaîtraient les sculptures, ne dispense pas l'éditeur de mentionner le nom de leur auteur. L'éditeur de presse a donc engagé sa responsabilité civile délictuelle à l'égard des ayants droit de l'auteur.

Atteinte au droit au respect de l'oeuvre

En vertu de l'article L121-1 du code de la propriété intellectuelle, l'auteur a droit au respect de son oeuvre. En l'espèce, les photographies réalisées par Teny RICHARDSON et publiées dans le magazine « PURPLE FASHION » représentaient le mannequin Letitia CASTA dans des poses explicitement érotiques voire sexuelles, en interaction avec les statues d'Aristide MAILLOL, lesquelles, si elles représentent des femmes nues et sont donc empreintes d'une certaine sensualité ne présentent pas de caractère explicitement érotique ou sexuel, la position et l'expression des femmes sculptées étant empreintes de classicisme.

La mise en scène choisie par le photographe porte en conséquence atteinte au respect dû aux oeuvres de l'artiste, et engage en conséquence la responsabilité de la société PURPLE INSTITUTE qui a publié ses clichés.

L'atteinte au droit moral a été réparée par la condamnation de la société PURPLE INSTITUTE à verser aux ayants droit d'Aristide MAILLOL (co-titulaires du droit moral),

la somme de 50.000 euros de dommages et intérêts.

> [Télécharger la décision ici](#)

Collaboration à un magazine de mode

Contrat de travail ou contrat de journaliste ?

S'opposant aux arguments de la société MONDADORI qui lui déniait les qualités de salariée et de journaliste, une collaboratrice soutenait qu'en qualité de journaliste, sa relation de travail avec un organe de presse était nécessairement une relation salariée en application de l'article L7112-1 du Code du travail.

L'article L 7112-1 du code du travail dispose que « Toute convention par laquelle une entreprise de presse s'assure moyennant rémunération, le concours d'un journaliste professionnel est présumée être un contrat de travail. Cette présomption subsiste quels que soient le mode et le montant de la rémunération ainsi que la qualification donnée à la convention par les parties ».

L'article L 7111-3 précise en son alinéa premier qu'est journaliste professionnel toute personne qui a pour activité principale, régulière et rétribuée, l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs entreprises de presse, publications quotidiennes et périodiques ou agences et qui en tire le principal de ses ressources.

Il résulte également de l'alinéa 2 du même texte et de l'article L 7111-4 que le correspondant qu'il travaille sur le territoire français ou à l'étranger, est journaliste professionnel s'il perçoit des rémunérations fixes et remplit les conditions prévues au premier alinéa. Sont notamment assimilés aux journalistes professionnels, les collaborateurs directs de la rédaction, rédacteurs traducteurs, sténographes-rédacteurs, de sorte que la possession d'une carte de journaliste fut elle italienne n'est pas en soi, un critère déterminant de cette qualité et ce, a fortiori au sein de l'Union Européenne.

Contrat de prestation de services et non de journaliste

En l'espèce, l'accord de collaboration établi, prévoyait



expressément que le magazine Mixte recrutait Mme X, titulaire d'une carte de presse italienne, en qualité de Directrice de la Mode, pour diriger le service mode du magazine, réaliser une ou deux séries par numéro et représenter le magazine auprès des marques et bureaux de presse, assister aux représentations et défilés, faciliter les contacts entre annonceurs et le magazine et qu'elle percevait à ce titre une rémunération annuelle sur facture de 130 000 €, soit 10,83 K€ par mois. Cette collaboration étant exclusive, Mme X n'était pas autorisée à collaborer avec d'autres magazines.

Tous les documents produits devant les juges confirmaient que Mme X exerçait son activité de manière indépendante sous forme libérale mais ils permettaient, de retenir en l'absence de tout document fiscal français, que d'un point de vue fiscal, elle exerçait principalement ses activités professionnelles en Italie et non pas à PARIS, ainsi que voudrait le démontrer la production d'éléments relatifs à sa domiciliation à PARIS pour les besoins de son activité professionnelle.

Par ailleurs, il résulte des termes même de l'accord de collaboration que nonobstant son placement sous la responsabilité d'une autre salariée, Mme X travaillait en toute indépendance puisque, si elle était chargée de diriger le service mode du magazine, il lui appartenait sans autre précision de la part de l'employeur, de rédiger une ou deux séries par numéro et de représenter le magazine auprès des marques et bureaux de presse, d'assister aux présentations et aux défilés, et de faciliter les contacts entre les annonceurs et le magazine.

En conclusion, il existait un faisceau d'indices suffisant pour considérer que la preuve est rapportée que les conditions d'exercice des fonctions litigieuses par l'intéressée sous forme libérale, en totale indépendance, exclusives de tout rapport de subordination et de maintien à la disposition de l'employeur et partant de toute activité salariée, mettaient en échec la présomption de l'article L 7112-1 du code du travail.

> [Télécharger la décision ici](#)

Statut du correspondant local de presse

Exclusion du statut de journaliste

Par défaut, le correspondant local de presse n'est pas un journaliste. L'article 10 de la loi n° 87-39 du 27 janvier 1987 définit le correspondant local de presse régionale ou départementale comme étant celui qui « contribue, selon le déroulement de l'activité, à la collecte de toute information de proximité relative à une zone géographique déterminée ou à une activité sociale particulière pour le compte d'une entreprise éditrice. Cette contribution consiste en l'apport d'informations soumises avant une éventuelle publication à la vérification ou à la mise en forme préalable par un journaliste professionnel ».

Par ailleurs, l'article L.7111-3 du code du travail précise qu'est journaliste professionnel toute personne qui a pour activité principale, régulière et rétribuée, l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs entreprises de presse, publications quotidiennes et périodiques ou agences de presse et qui en tire le principal de ses ressources. Le correspondant, qu'il travaille sur le territoire français ou à l'étranger, est un journaliste professionnel uniquement s'il perçoit des rémunérations fixes et remplit les conditions prévues par le Code du travail.

Collaborateur ou journaliste ?

Le collaborateur d'un journal qui fournit des articles et photographies de manifestations sportives locales mais ne participe pas à la politique rédactionnelle du journal, à la hiérarchisation et à la vérification de l'information et dont la rémunération 'variable' est versée sous forme d'honoraires n'est pas un journaliste professionnel mais un correspondant local de presse qui, faute d'appointements fixes, a un statut de travailleur indépendant.



Tel était le cas dans l'affaire soumise : le collaborateur de la rédaction, pour une rémunération avoisinant les 400 euros par mois ne pouvait considérer cette activité que comme un activité d'appoint étant précisé que le collaborateur s'était présenté, lors de son recrutement, comme responsable d'une exploitation agricole. Au demeurant, le relevé des correspondances fait état d'un nombre restreint d'échos et comptes rendus se rapportant pour l'essentiel à l'activité sportive et associative de fin de semaine de la localité.

Il est attesté par ailleurs que les envois du collaborateur étaient soumis à un tri, une relecture et une remise en forme en vue d'une éventuelle publication au sein de rubriques dont la hiérarchisation échappait au correspondant journaliste, faisant même état de trois relectures avant publication.

En conclusion, le collaborateur à la rédaction occupait donc un emploi de correspondant local de presse, exerçant en toute indépendance et sans aucun contrôle de son activité, et non de journaliste.

> [Télécharger la décision ici](#)

Requalification du contrat de pigiste

Un rédacteur pigiste a échoué à obtenir le statut de journaliste professionnel ainsi qu'à faire requalifier sa relation avec la société Prisma en contrat de travail.

Rupture du contrat de pigiste

En tant que collaborateur occasionnel des magazines Prisma et Télé Loisirs en qualité de pigiste, la société Prisma Média n'était pas tenue de lui fournir de façon constante une quantité de travail et une rémunération régulières et déterminées. La baisse des piges et l'interruption des commandes alléguées ne pouvaient donc s'analyser en un licenciement et fonder des demandes en paiement d'indemnité de rupture de contrat de travail.

Contrat de pigiste et statut de journaliste

Pour prouver l'existence d'un contrat à durée

indéterminée de journaliste pigiste, le pigiste doit prouver qu'il tire le principal de ses ressources de ses activités de journaliste, que l'employeur lui a fourni un volume constant de travail pendant plusieurs années et qu'il bénéficie de la présomption de salariat prévue par l'article L 7112-2 du Code du Travail.

En application de l'article L 7111-3 du Code du Travail, est journaliste professionnel toute personne qui a pour occupation principale, régulière et rétribuée, l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs entreprises de presse, publications quotidiennes, périodiques ou agences de presse et qui en titre le principal de ses ressources, à l'exclusion de ceux qui n'apportent qu'une collaboration occasionnelle selon l'article L 7111-4 du même code.

L'article L 7112-1 du Code du Travail dispose que toute convention par laquelle une entreprise de presse s'assure, moyennant rémunération, le concours d'un journaliste professionnel est présumé être un contrat de travail, quels que soient le mode et le montant de la rémunération ainsi que la qualification donnée à la convention par les parties.

Incidence de la carte de presse sur le contrat de pigiste

En l'espèce, aucun contrat n'a été signé entre le pigiste et la société Prisma Presse depuis le début de leur collaboration. Par ailleurs, le montant des rétributions de piges perçues par le salarié démontre que sa collaboration au profit de Prisma Presse n'était pas régulière, avec de fortes variations mensuelles et annuelles lui permettant d'exercer d'autres activités.



La délivrance d'une carte de presse de journaliste professionnelle pigiste ne peut suffire à établir cette qualité selon les critères définis par l'article L 7111-3 du Code du Travail qui ne sont pas remplis en l'espèce. Pas plus, la référence sur les bordereaux de paiement de piges à la convention collective nationale des journalistes et le versement d'un 13ème mois prévue par cette convention n'établissent que le pigiste avait pour occupation principale, régulière et rétribuée, l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs entreprises de presse, publications quotidiennes, périodiques ou agences de presse et qui en titre le principal de ses ressources. La présomption de contrat de travail attaché au concours rémunéré d'un journaliste professionnel par une entreprise de presse ne trouvait donc pas à s'appliquer.

Contrat de pigiste ou contrat de travail ?

En application de l'article L.121-1 devenu L 1221-1 du code du travail, le contrat de travail est la convention par laquelle une personne s'engage, moyennant rémunération, à mettre son activité à la disposition d'une autre sous la subordination de laquelle elle se place, c'est à dire à se soumettre, dans l'accomplissement de son travail, aux ordres et directives du mandant, qui a le pouvoir d'en contrôler l'exécution et d'en sanctionner les manquements ou si la personne n'exerce pas son activité au sein d'un service organisé, à se soumettre à des conditions de travail qui sont unilatéralement déterminées par le mandant.

L'existence d'une relation de travail salarié dépend des conditions effectives dans lesquelles est exercée l'activité des travailleurs.

En l'espèce, malgré la durée de sa collaboration, le pigiste ne versait aux débats aucun écrit de Prisma Presse ou des magazines pour lesquels il produisait des piges, lui donnant des directives ou instructions précises ou encore lui retournant sa copie pour lui demander de réorienter son sujet, de corriger telle ou telle chose, ni aucune pièce à caractère ne serait-ce que de reproche ou de recadrage. La seule obligation qu'avait le pigiste de produire ses articles dans les délais et selon un format ou un nombre de lignes

déterminé ne caractérise pas l'existence d'un lien de subordination. Par ailleurs, le pigiste ne travaillait pas au sein d'un service organisé puisqu'il n'était astreint à aucun horaire de travail, ne disposait pas d'un bureau au sein de Prisma Presse devenue Prisma Média et n'était pas tenu de participer aux réunions de la rédaction.

En conséquence, le pigiste n'a pas obtenu de requalification de sa relation en contrat de travail à durée indéterminée, ni les rappels afférents au titre des salaires, 13ème mois, prime d'ancienneté, congés payés, provision sur l'épargne salariale. Il a également été débouté de sa demande en appel d'attribution du statut de journaliste professionnel cadre.

> [Télécharger la décision ici](#)



Licencier un journaliste

L'insuffisance professionnelle du journaliste

Dans cette affaire, une société d'édition reprochait à l'une de ses salariées (journaliste pigiste), d'une part, une insuffisance professionnelle tenant à un défaut de qualité rédactionnelle, d'autre part, une faute procédant de l'exécution de mauvaise foi de son contrat de travail.

Défaut de qualité rédactionnelle

Le défaut de qualité rédactionnelle dont il lui est fait grief se manifesterait par une analyse parcellaire et succincte des dossiers, de nombreuses imprécisions et le caractère polémique subjectif des articles non approprié à la ligne éditoriale de la revue.

Aucun exemplaire de la revue n'ayant été versé aux débats pour permettre à la cour de vérifier la mauvaise qualité rédactionnelle des articles de la pigiste, les juges n'ont pas été en mesure de vérifier l'analyse parcellaire et succincte du sujet traité ainsi que les imprécisions reprochées à la journaliste, étant observé que, préalablement à leur parution, ses articles auraient dû faire l'objet d'une relecture vigilante et critique par le secrétariat de rédaction et par le rédacteur en chef chargé du respect de la ligne éditoriale de la revue.

L'insuffisance professionnelle de la journaliste qui se serait manifestée par un défaut de qualité rédactionnelle de ses articles découvert après qu'elle a réclamé le maintien de sa collaboration dans les conditions antérieures n'était donc pas démontré.

Bonne foi du journaliste

L'exécution de mauvaise foi du contrat de travail qui était également reprochée au journaliste ne relevait pas de l'insuffisance professionnelle mais d'une faute disciplinaire. Le journaliste avait, entre autres, opposé un refus de fournir la liste des personnes interrogées à l'occasion de chaque remise d'article, avec la précision de la date de chaque contact.

Les juges ont considéré qu'à supposer que ce refus

soit constitutif d'une insubordination fautive, l'employeur qui en a eu connaissance n'est pas recevable à invoquer cette faute dans sa lettre de licenciement près de 5 mois plus tard, alors qu'il n'est pas établi que le refus a été réitéré dans les 2 mois précédant l'engagement de la procédure de licenciement. C'est donc à raison que le conseil de prud'hommes a considéré que le licenciement de la journaliste était dépourvu de cause réelle et sérieuse.

Remboursement des indemnités ASSEDIC

Attention : la société d'édition a également été condamnée au remboursement des indemnités de chômage payées à la salariée licenciée du jour de son licenciement dans la limite de six mois en application de l'article L. 1235-4 du Code du travail..

> [Télécharger la décision ici](#)



Définition d'une discothèque

Objet du bail commercial : l'activité de bar

Une activité de bar ne doit pas être confondue avec celle de discothèque. Sous réserve d'adjonction d'activités connexes moyennant une procédure d'information du bailleur par acte extrajudiciaire, le bail liant des parties peut expressément exclure l'activité de discothèque mais autoriser l'activité de bar.

Activité de discothèque : la musique ne suffit pas

Dans cette affaire, les juges ont rappelé que la diffusion de musique amplifiée sur laquelle la clientèle peut danser, ne correspond pas nécessairement à l'activité de discothèque. En effet, si toutes les discothèques ont bien sûr pour objet notamment de permettre à la clientèle de danser, tous les établissements dans lesquels on peut entendre de la musique amplifiée et éventuellement danser, ne sont pas pour autant des discothèques.

Il convient de rechercher si les preuves produites permettent de caractériser une activité sinon principale, du moins généralisée de danse de la clientèle sur musique amplifiée.

Contrôle de l'activité de discothèque

Dans l'affaire soumise, un procès-verbal de visite de la commission départementale de sécurité a évalué que les lieux pouvaient contenir au maximum 28 personnes dans la zone des billards, 202 personnes en restauration debout, 82 personnes en restauration assise et 60 personnes en activité de danse. S'agissant de capacité maximale, il en résulte que la configuration même des lieux ne permettait à des clients de danser que dans un espace restreint, de manière très accessoire à l'activité de bar et salle de jeux (absence de piste de danse).

Même s'il existe un équipement d'un 'espace DJ' qui est une installation fixe de régie de lumière et de son, le sol de l'espace devant la régie musique est en carreaux de moquettes, permettant aux clients d'un bar d'esquisser quelques pas de danse, mais pas une activité de discothèque.

Ces éléments démontrent des comportements isolés de quelques individus profitant de la musique pour danser, mais pas une activité généralisée ou de grande ampleur qui seule pourrait caractériser l'activité d'une discothèque. De surcroît, aucun élément extérieur ou de publicité ne mentionnait l'activité de discothèque. En conséquence, la diffusion de musique amplifiée ne caractérisait pas en l'espèce une activité de discothèque prohibée par le bail commercial consenti.

> [Télécharger la décision ici](#)

Contrat d'artiste : quel tribunal compétent

Exception d'incompétence et propriété intellectuelle

Il peut parfois être difficile de déterminer la compétence juridictionnelle en matière artistique, le droit du travail et la propriété intellectuelle donnant lieu à de nombreuses exceptions d'incompétence.

Concernant le droit du travail, l'article L.411-1 du code du travail énonce : « Le conseil de prud'hommes règle par voie de conciliation les différends qui peuvent s'élever à l'occasion de tout contrat de travail soumis aux dispositions du présent code entre les employeurs, ou leurs représentants, et les salariés qu'ils emploient. Il juge les litiges lors la conciliation n'a pas abouti ».

Les tribunaux de grande instance sont, quant à eux, compétents pour connaître, de façon exclusive, des actions visées par l'article L.331-1 du code de propriété intellectuelle qui énonce : « Les actions civiles et les demandes relatives à la propriété littéraire et artistique, y compris lorsqu'elles portent également sur une question connexe de concurrence déloyale, sont exclusivement portées devant des tribunaux de grande instance, déterminés par voie réglementaire ».

Critères de la compétence TGI / Prud'hommes

Pour déterminer s'il y a lieu de retenir la compétence du tribunal de grande instance ou du conseil des prud'hommes en application de ces textes, il convient

de rechercher si les prétentions portent sur l'application de dispositions du code de la propriété intellectuelle. A ce titre, le contrat d'artiste constitue un contrat de travail en application des dispositions de l'article L. 7121-3 du code du travail. Le conseil de prud'hommes est lui compétent pour traiter des litiges relatifs au contrat de travail dont son existence, son déroulement et sa rupture et leurs conséquences légales.

Néanmoins, dès lors qu'aux termes de l'assignation, le litige porte sur l'atteinte aux droits exclusifs du producteur tel que défini par l'article L.213-1 du code de la propriété intellectuelle et sur ses droits en qualité de cessionnaire des droits des artistes-interprètes en cours d'exécution des contrats d'artiste, cela met en oeuvre les règles du code de la propriété intellectuelle conférant de ce fait une compétence exclusive au tribunal de grande instance tant pour statuer sur la nature de phonogrammes au sens de l'article précité que sur les atteintes alléguées aux droits du producteur sur les enregistrements réalisés en cours d'exécution des contrats d'artistes et sur lesquels les artistes-interprètes lui ont cédé leurs droits.

La question portant sur la personne signataire du contrat d'artiste est aussi une question préalable qui peut être tranchée par le tribunal de grande instance. Par ailleurs, les griefs de concurrence déloyale ne relèvent en aucune manière de la compétence du conseil des prud'hommes. Il s'ensuit que le tribunal de grande instance est également compétent pour connaître de l'action en contrefaçon et des demandes connexes en concurrence déloyale.

> [Télécharger la décision ici](#)



Obligations du producteur musical

Entrée en vigueur du contrat de production musicale

La prise d'effet d'un contrat de production musicale peut parfaitement être distincte de sa date de signature. En l'espèce, les juges ont considéré que les obligations contractuelles du producteur ne couraient qu'à partir de la sortie de l'album de l'artiste. Ont été ainsi validées les clauses suivantes :

« L'artiste qui se déclare libre de tout engagement et garantit expressément la Société contre tout recours de tiers à ce sujet, concède à la Société l'exclusivité de ses enregistrements sur phonogrammes et vidéogrammes et vidéo musiques ainsi que l'exclusivité de son image pour les dits procédés et tous les autres procédés similaires destinés à la vente au public, tant pour la France que pour le territoire étranger, en vue de leur reproduction musico-mécanique par toute autre personne physique et morale soit sous son nom, soit sous un pseudonyme, soit anonyme quel que soit le moyen employé.

Le présent contrat prend effet à compter de la date de la sortie de l'album ou du single et est établi pour une durée de dix ans avec tacite reconduction. »

Absence de production de l'album

L'artiste a donc fait valoir sans succès contre son producteur musical l'absence de production de l'album, aucune date pour les séances d'enregistrement n'ayant été planifiée. Les premiers juges en ont exactement tiré la conséquence qu'il se déduit en définitive de l'économie du contrat que les obligations réciproques ne naissent qu'après la réalisation d'un album ou d'un single, comme la convention le stipulait expressément. Le producteur n'était donc nullement tenu, avant la réalisation de tels supports, de la moindre obligation de production ou de commercialisation.

Si l'artiste a prétendu avoir remis à son cocontractant des enregistrements audio de sa voix, dont il a sollicité la restitution, il n'a rapporté cependant nullement la preuve d'une telle remise, dont

la réalité est contestée par son adversaire.

> [Télécharger la décision ici](#)



SPRE : la reponsabilité du gérant

Missions de la SPRE

La Société pour la perception de la rémunération équitable de la communication au public des phonogrammes du commerce (SPRE) est une société civile de gestion collective chargée de percevoir, sous le contrôle du ministère de la Culture, la rémunération dite équitable due notamment par les discothèques et services de radiodiffusion sonore aux producteurs de phonogrammes au titre de l'article L. 214-1 du code de la propriété intellectuelle (CPI).

Sanction du défaut de versement de la redevance SPRE

L'article L. 335-4, alinéa 3, du code de la propriété intellectuelle précise que le défaut de versement de la rémunération équitable constitue un délit pénal sanctionné, passible d'une peine d'amende de 300 000 €. C'est à tort que le juge des référés a retenu la responsabilité personnelle d'un gérant de discothèque qui ne s'était pas acquitté du paiement de la redevance SPRE. Si le défaut de paiement de la rémunération équitable est constitutif d'une infraction pénale, il ne s'agit pas d'une faute détachable de ses fonctions sociales.

Redevance SPRE : la responsabilité du gérant

En effet, la responsabilité du gérant d'une société à responsabilité limitée ne peut être engagée à l'égard des tiers qu'en cas de faute intentionnelle commise par le gérant d'une particulière gravité incompatible avec l'exercice normal des fonctions sociales. En l'espèce, la discothèque se trouvait, lors des mises en demeure de payer délivrées par la SPRE, dans une situation financière difficile. Le seul fait de la part du gérant de ne pas déférer aux demandes en paiement réitérées de la SPRE ne suffit pas à démontrer avec l'évidence requise en référé l'existence d'une faute personnelle du gérant dans la violation de l'obligation légale de paiement de la rémunération équitable, susceptible d'engager sa responsabilité.

> [Télécharger la décision ici](#)

Constats d'achat en ligne

Achat pour constater une contrefaçon

Un huissier est parfaitement en droit de constater un achat en ligne par son client victime d'actes de contrefaçon sur Internet. Le client avait, devant l'huissier, procédé à un achat sur un site proposant à la vente, une contrefaçon d'un modèle de sandales. En terme de preuve, cet achat est identique à celui fait par le client qui serait rentré dans une boutique et aurait acheté un objet et réglé avec sa carte bancaire, avec l'huissier l'accompagnant jusqu'au magasin et l'attendant dans la rue. Dans ce cas, l'huissier n'a pas agi comme prête-nom puisqu'il a créé un compte, a payé avec sa carte de crédit et que c'est lui qui réceptionnera les chaussures.

Ordonnance du 2 novembre 1945

L'huissier a donc respecté les prescriptions de l'ordonnance du 2 novembre 1945 relative au statut des huissiers, qui disposent que ces derniers peuvent, commis par justice ou à la requête de particuliers, effectuer des constatations purement matérielles, exclusives de tout avis sur les conséquences de fait ou de droit qui peuvent en résulter. Il s'est cantonné à son rôle de devoir constater matériellement les opérations de son client n'a eu aucune intervention sur l'opération d'achat.

De surcroît, il n'a opéré aucune description du modèle litigieux, aucune saisie réelle, aucune recherche de renseignement comptable, mais a simplement constaté la référence, la photographie, l'achat par un tiers et les a imprimés.

Pas de saisie contrefaçon déguisée

Les constatations matérielles établissent que l'huissier n'a aucunement outrepassé sa mission de constat et n'a pas procédé à une saisie contrefaçon déguisée, mais à la constatation d'un achat en ligne, comme il l'aurait fait avec une personne qui procède à l'achat en boutique.



En conséquence, le procès-verbal de constat d'achat de deux paires de sandales sur le site est régulier et valable ; la demande de nullité a été rejetée.

> [Télécharger la décision ici](#)

Nullité d'un brevet

Convention de Munich

L'article L 614-12 du code de la propriété intellectuelle dispose que la nullité d'un brevet européen est prononcée en ce qui concerne la France par décision de justice pour l'un quelconque des motifs visés à l'article 138 paragraphe 1 de la convention de Munich. Ce dernier article dispose que sous réserve des dispositions de l'article 139 le brevet européen ne peut être déclaré nul, en vertu de la législation d'un Etat contractant avec effet sur le territoire de cet Etat que : a) si l'objet du brevet européen n'est pas nouveau.

Condition de la nouveauté

Une invention est considérée comme nouvelle si elle n'est pas comprise dans l'état de la technique et que l'état de la technique est constitué par tout ce qui a été rendu accessible au public avant la date de dépôt de la demande de brevet européen, par une description écrite ou orale, un usage ou tout autre moyen. Pour porter atteinte à la nouveauté du brevet, l'antériorité doit divulguer les éléments constitutifs de l'invention dans la même forme, le même agencement, la même fonction en vue du même résultat technique de sorte que l'homme du métier puisse par cette divulgation reproduire l'invention.

> [Télécharger la décision ici](#)

Phrases humoristiques sur tee shirts

Application du droit des marques

Une expression humoristique déposée à titre de marque, même si elle n'est pas originale, bénéficie d'une protection efficace. Dans l'affaire soumise, le GROUPE ZANNIER INTERNATIONAL a reproduit sur ses vêtements, les marques « Mini Don Juan » et « Une pincée de maman, un zeste de papa, beaucoup d'amour ... et me voilà ! ».

Différences minimales entre les marques

Ces reproductions sont quasi-serviles et caractérisent une forte ressemblance qui n'est pas écartée par les faits de détail que sont : la calligraphie différente (marques en lettres d'imprimerie, reproductions en lettres majuscules genre pochoir pour la première marque et manuscrites pour la seconde), pour cette dernière la mise en majuscules des mots MAMAN, PAPA et AMOUR et l'ajout d'un landau vu de profil, et pour la précédente l'adjonction des mots <BY GRAIN DE BLE>, <GRAIN DE BLE> étant la marque déposée par la société ZANNIER.

Risque de confusion entre marques

Le consommateur moyen de vêtements pour enfants, lorsqu'il voit les vêtements de la société ZANNIER avec les expressions « Mini Don Juan » et « Une pincée de maman, un zeste de papa, beaucoup d'amour ... et me voilà ! », risque de se méprendre sur l'origine de ceux-ci en croyant qu'ils sont commercialisés par leur auteur titulaires des marques éponymes; l'aspect ornemental et humoristique de ces inscriptions sur les vêtements incriminés est bien inférieur à leur fonction distinctive résultant des marques déposées, même s'il existe sur le marché d'autres expressions proches qui d'ailleurs ont été déposées comme marques. Cette fonction distinctive existe bien que la notoriété des marques du déposant soit moindre que celles de ses adversaires.

> [Télécharger la décision ici](#)



Marque NF notoire et collective

NF, une marque collective et notoire

La marque NF présente les deux caractéristiques d'être notoire et collective. En vertu de l'article L715-1 du code de la propriété intellectuelle, la marque est dite collective lorsqu'elle peut être exploitée par toute personne respectant un règlement d'usage établi par le titulaire de l'enregistrement. La marque collective de certification est appliquée au produit ou au service qui présente notamment, quant à sa nature, ses propriétés ou ses qualités, des caractères précisés dans son règlement.

Aux termes de l'article L. 713-5 du code de la propriété intellectuelle : « La reproduction ou l'imitation d'une marque jouissant d'une renommée pour des produits ou services non similaires à ceux désignés dans l'enregistrement engage la responsabilité civile de son auteur si elle est de nature à porter préjudice au propriétaire de la marque ou si cette reproduction ou imitation constitue une exploitation injustifiée de cette dernière ». Une marque renommée doit être connue d'une partie significative du public concerné par les produits ou services couverts par cette marque.

Pour l'appréciation de la renommée, doivent être prises en compte notamment la part de marché occupée par la marque, l'intensité de son exploitation, son étendue géographique, la durée de son usage, l'importance des investissements de son titulaire, ce dernier pouvant notamment avoir recours à des sondages d'opinion pour établir ladite notoriété.

La marque semi-figurative NF a été déposée le 16 janvier 1990 et régulièrement renouvelée depuis. Elle est bien une marque notoire dès lors qu'une étude IPSOS réalisée en 2009 auprès de 1.000 consommateurs a établi que la marque de certification NF était connue de 85% d'entre eux, de sorte qu'elle est connue du public dans une grande variété de domaines d'activités.

> [Télécharger la décision ici](#)



Fiches du mois

A consulter dans le guide en ligne

- Contrefaçon de photographie en ligne
- Droit d'agir des sociétés de gestion coll.
- Saisie d'un disque dur informatique
- La libéralisation des jeux d'argent
- L'usurpation d'une adresse IP



Contrats du mois

A consulter en ligne

- Captation de l'image d'un comédien
- Convention Coll. de la Distribution Directe
- Domain Name Agreement (*)
- Contrat de distributeur commercial agréé (*)
- Terms and conditions | Online Sweepstake (*)

(*) Sur abonnement Uplex.fr

