

REVUE ACTOBA

www.actoba.com | NOVEMBRE 2014 - I



TRADING EN LIGNE
Obligations des banques

FACTURES TEL.
Question du piratage

LEBONCOIN.FR
Conditions de la vente

AIRBNB
Collecte de la taxe de séjour

BEIN SPORTS
& Droit de la concurrence

LES INCONNUS
Affaire tournez ménages

Le juridique au service des opérationnels ...

FOCUS

Rémunération du salarié en CDDU

N° 214

3 Communication électronique

Trading en ligne : obligations des banques
Factures téléphoniques impayées
Vente d'un véhicule sur leboncoin.fr
Liquidation judiciaire de l'hébergeur
Contrat de location de site internet
Contrat de location d'un ordinateur portable
Messagerie électronique du salarié
Taxe de séjour sur Airbnb

8 Audiovisuel / Cinéma

Affaire beIN Sports
Distribution de chaînes TV et concurrence
Heures supplémentaires dans l'audiovisuel
Tarifs d'accès aux chaînes payantes
Rémunération du salarié en CDD d'usage
Les inconnus : Tournez ménages
Protection des habillages d'émissions

15 Pub. / Presse / Image

Publicité du tourisme dentaire
Définition du journaliste de presse
Concurrence dans le secteur de la presse
Canard enchaîné : affaire Patrick Buisson
Contrefaçon de magazine : qui peut agir ?
Image des œuvres dans les magazines
Diffusion de photographies à la TV

22 Propriété intellectuelle

Déclaration des droits à la SCAM
Dépôt d'un nom géographique
Affaire Hugo Boss
Expiration du contrat de licence de marque
Contrefaçon de titre de livre
Contrat de coproduction musicale
Exploitation graphique de l'œuvre musicale
Protection d'un modèle de chaussure

FICHES DU MOIS 27

- Pouvoirs de sanction de l'ARCEP
- Spamming sur terminal mobile
- Vidéosurveillance en milieu professionnel
- Régime du troc en ligne
- Honnêteté des programmes TV

CONTRATS DU MOIS 27

- Convention bilatérale de production
- Assignation en liquidation judiciaire
- Bail commercial (conforme à la loi Pinel) (*)
- Bail précaire (conforme à la loi Pinel) (*)
- Contrat de vidéoprotection (*)

(*) 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 ...

Trading en ligne : obligations des banques

Un consommateur / investisseur, désireux de pouvoir procéder à des transactions de type trading sur de nombreux supports, s'est rapproché de Saxo Banque et a téléchargé une version de démonstration de leur plateforme de trading. Celle-ci devait lui permettre de conduire de telles opérations portant sur des actions, des obligations, des contrats à terme ferme et des contrats sur devises (forex). Le consommateur a rempli un questionnaire destiné à déterminer son niveau d'expérience en matière de trading et ses connaissances des instruments financiers. Suite au passage de plusieurs opérations, le client a perdu 75% de son investissement et a poursuivi la banque.

Devoir de mise en garde par SAXO

Aucune responsabilité de la banque n'a été retenue, cette dernière a parfaitement rempli son obligation de mise en garde. Dans la demande d'ouverture de compte signée, figurait un article « Reconnaissance des risques encourus » ou étaient détaillés les risques encourus lors des opérations de trading, particulièrement sur les instruments à effet de levier (type FOREX ou CFD), cette section était particulièrement explicite et reprenait en les détaillant plusieurs avertissements.

Par ailleurs, une fenêtre apparaissait en ligne avant le passage des ordres du client l'avertissant sur le caractère non approprié de certains types d'investissements. Enfin, la banque avait passé plusieurs appels proposant au client de faire le point et de l'assister.

> [Télécharger la décision ici](#)

Factures téléphoniques impayées

Piratage de ligne téléphonique

Un consommateur ne peut refuser de régler les

factures qui lui sont réclamées par son opérateur téléphonique pour des communications qu'il dit ne pas avoir pu passer, ayant été victime d'un système de piratage informatique de sa ligne qui s'est traduit par plus de 2500 appels de numéros surtaxés.

Si le consommateur avait déposé plainte contre X pour escroquerie, il n'avait pas sollicité de sursis à statuer en première instance et sa plainte étant antérieure au jugement déféré, il a été déclaré irrecevable par application des dispositions de l'article 564 du code de procédure civile.

Effets de la plainte contre X

Au surplus, la plainte déposée plus de deux ans après les faits objet du litige, n'est pas de nature à modifier les obligations contractuelles du consommateur qui le rendent seul responsable de l'installation, de l'exploitation et de la maintenance des équipements de sa connexion wifi et de son accès internet, ainsi qu'il est précisé aux conditions générales qu'il a reçues en mains propres de son opérateur. Ainsi, même dans l'hypothèse où sa plainte aboutirait à la confirmation qu'il a été victime de pirates informatiques, auteurs des communications facturées par l'opérateur téléphonique, l'abonné n'en serait pas pour autant déchargé de sa dette à l'égard de celui-ci mais il aurait seulement la possibilité de réclamer paiement aux auteurs des faits, du montant de la facture réglée à l'opérateur.

> [Télécharger la décision ici](#)

Vente d'un véhicule sur leboncoin.fr

Contrat de vente d'un véhicule

Des acheteurs ont fait appel sans succès d'un jugement ayant confirmé la vente d'un véhicule camion Citroën C35 aménagé en « camion pizza » et de les avoir condamné in solidum à payer à l'acheteur la somme de 8.500 euros pour solde de prix de vente alors, selon eux, qu'aucun accord sur la chose et sur le prix n'était intervenu et que le véhicule

était tombé en panne dès leur prise de possession.

Achat d'un véhicule sur le boncoin.fr

Dans l'affaire soumise, le propriétaire d'un C35 l'a proposé à la vente, et a pour ce faire publié une annonce sur le site Internet «Le bon Coin», dans laquelle les caractéristiques essentielles du véhicule étaient précisées, et le prix de 12.000 euros annoncé. Les acheteurs, qui souhaitaient acquérir un « camion pizza » pour leur fille, ont fait connaître leur intérêt pour ce véhicule. Les parties se sont rencontrées le jour prévu et les acheteurs après avoir examiné le véhicule, ont remis au vendeur 6 chèques de 2.000 euros chacun et ont immédiatement pris possession du « camion pizza ».

Vente parfaite du véhicule

Un chèque est un instrument de paiement, dont la remise opère transfert de la propriété de la provision au bénéficiaire. La remise de ce titre au vendeur, tout comme la prise de possession immédiate du véhicule caractérisent clairement l'intention des acheteurs de se porter acquéreur de la chose mise en vente.

Il résulte de ces éléments d'une part que les parties se sont accordées sur la nature de la chose vendue, puisque le vendeur a annoncé les caractéristiques et que les acquéreurs ont procédé à un examen qu'ils ont considéré comme suffisant, et d'autre part qu'un échange de consentements a également porté sur le prix demandé par le vendeur sur son annonce et accepté par les acquéreurs qui lui ont remis un titre de paiement de ce montant.

Le fait que l'acheteur ait effectué postérieurement une remise de 2000 euros sur le prix de vente ne concrétise pas un désaccord des parties sur les éléments de la vente, c'est-à-dire la chose et le prix, mais n'est que la manifestation d'un litige naissant entre elles sur l'état du véhicule et du matériel vendus, critiqué par les acquéreurs. L'opposition ensuite illégalement pratiquée au versement de la provision au bénéficiaire procède de la même manifestation de mécontentement des acquéreurs. Cette vente doit donc être considérée comme parfaite au sens de l'article 1583 du code civil. Le jugement a donc été confirmé en ce qu'il a condamné les acheteurs au paiement du solde du prix de vente, soit 8.500 euros.

> [Télécharger la décision ici](#)

Liquidation judiciaire de l'hébergeur

En matière de contrat de location de site internet assorti d'un crédit, le loueur dispose d'une certaine protection en cas de liquidation judiciaire de l'hébergeur.

Livraison du site internet

Le procès-verbal de livraison et de conformité du site Web démontrait que celui-ci a été livré le 1er juin 2010 au plus tard, or la société d'hébergement a été par la suite défaillante dans le maintien de l'hébergement et ce, de manière définitive en fait, à compter de la liquidation judiciaire prononcée le 09 mars 2011, de sorte que le contrat de prestation de service a été résilié judiciairement à compter de cette date pour défaut d'exécution.

Résiliation du contrat de financement de site internet

Cette résiliation entraîne la résiliation du contrat de location financière et de louage de la société Locam qui est privée à compter de cette date du droit de réclamer les mensualités qui n'ont plus de contrepartie, et ce par application de l'interdépendance des contrats conclus et nonobstant les clauses contractuelles contraires mais réputées non écrites.

> [Télécharger la décision ici](#)

Contrat de location de site internet

Contester la signature d'un contrat de location de site internet

Un contrat de location de site internet assorti d'un crédit, n'est pas opposable au locataire si ce dernier prouve que la signature apposée sur le contrat est un faux. Dans cette affaire, il résultait du rapprochement entre les signatures figurant au contrat de location et au procès-verbal de livraison, d'une part, et des pièces de comparaison, fiables (procès-verbal d'audition, bail commercial), d'autre part, que celles qui figuraient sur les documents fondant la demande de la société de crédit ne pouvaient être attribuées au locataire.

La signature authentique, à structure horizontale complexe nécessitait une reprise d'appui, était fortement

marquée ; elle n'avait aucune ressemblance avec celles qui étaient contestées, caractérisées par un trait peu appuyé, sans reprise, formant une structure essentiellement verticale. Il n'était donc pas établi que la signature figurant sur les documents prétendument contractuels était de la main du locataire. Dans ces conditions, la dénégation présentée au juge de la mise en état était fondée.

Quid du mandat apparent ?

S'il est exact que deux prélèvements bancaires correspondant au paiement des loyers ont été débités, cette seule circonstance ne caractérise pas un accord du locataire, ni ne conforte l'existence d'un mandat apparent. Tout d'abord, en effet, ni le formulaire du contrat, ni le procès-verbal de livraison ne sont revêtus d'un cachet commercial, de sorte qu'il n'est aucun élément intrinsèque, autres que les mentions déniées, pouvant manifester un accord. Quant à l'élément extrinsèque pris du paiement partiel, il ressort de ce qui précède que les documents contractuels ont été falsifiés, ce qui implique une fraude privant de toute portée l'obtention des documents nécessaires au prélèvement.

L'établissement de crédit qui devait financer le site internet a reçu deux documents qui présentaient des anomalies, puisqu'ils étaient dépourvus de tout cachet commercial ; cela ne pouvait être mis sur le compte d'un simple oubli, sans autre investigation, puisque cette circonstance se retrouve dans chacun d'eux ; dans ces conditions, elle ne justifie pas d'une croyance légitime dans les pouvoirs du signataire, dont il n'est pas établi qu'il s'agissait du gérant de la société locatrice. L'établissement de crédit n'était pas dispensé de vérifier la réalité et l'étendue de ces prétendus pouvoirs. Le locataire était donc victime d'un faux. La thèse prise d'un mandat apparent n'a pas non plus été retenue.

L'établissement de crédit a également commis une négligence fautive en s'abstenant de donner aucune suite aux contestations de la société locatrice, alors que les documents dont il disposait étaient suffisamment

équivoques pour justifier des vérifications..

> [Télécharger la décision ici](#)

Contrat de location d'un ordinateur portable

Un consommateur a conclu un contrat de location d'un ordinateur portable de marque ACER avec la société PARFIP et un contrat avec la société IDEP MULTIMEDIA pour la création d'un site internet, chaque contrat rappelant les conditions financières prévues. Le contrat de location financière était signé par le loueur et le consommateur locataire. Sur ce contrat étaient également apposés le nom et la signature du représentant de la société IDEP MULTIMEDIA, en qualité de fournisseur du matériel.

Le consommateur ayant été défaillant dans le paiement de ses loyers, a été assigné et a invoqué en défense, l'existence d'une erreur sur la portée de son engagement alors que le procès-verbal de réception du matériel portait la signature des trois parties. Il était ajouté que sur le contrat que « le fournisseur a effectué une démonstration complète du fonctionnement du matériel » et « qu'un contrôle du bon fonctionnement du matériel a été réalisé par le fournisseur, en la présence du signataire qui l'a personnellement constaté ».

Résiliation aux torts du locataire du site

Conformément aux dispositions de l'article 1134 du code civil, la société PARFIP France était fondée à solliciter l'application de l'article 6 des conditions générales selon lesquelles le contrat pouvait être résilié par le bailleur en cas de non-paiement d'un loyer à son échéance. Le contrat stipulait qu'en cas de résiliation, le locataire devait restituer à ses frais exclusifs le bien au lieu que lui indiquerait le bailleur, et à verser à celui-ci, une indemnité de résiliation égale au total des loyers restant à courir jusqu'au terme du contrat, majorée d'une pénalité de 10% (cette clause pénale manifestement



excessive eu égard au préjudice subi a été à juste titre réduite par le tribunal à 1%). Le jugement a été confirmé en ce qu'il a condamné le consommateur.

> [Télécharger la décision ici](#)

Messagerie électronique du salarié

Violation du règlement intérieur de la société

Un salarié peut être notifié d'une mise à pied disciplinaire de 2 jours s'il abuse des moyens informatiques mis à sa disposition par l'employeur. Dans cette affaire, le vendeur d'une enseigne de la distribution qui se trouvait au comptoir micro-informatique, sur la surface de vente, a été surpris par son supérieur en train de consulter sa messagerie électronique personnelle sur l'ordinateur professionnel mis à sa disposition pour servir les clients et effectuer les opérations de vente alors que des clients se trouvaient en rayon.

Le règlement intérieur de la société stipulait bien que les ressources informatiques sont réservées, par principe, à un usage professionnel, même si leur utilisation privative est tolérée dans des limites raisonnables, à la condition qu'elle n'ait pas de conséquence sur le travail et la bonne marche de l'entreprise : « Cette utilisation n'étant autorisée que pendant les pauses ou, à titre exceptionnel, pendant le temps de travail en, cas d'impérieuse nécessité ».

Faute du salarié

Or, le salarié, alors qu'il n'était pas en pause, devant un ordinateur mis à sa disposition pour un usage professionnel, face à une page de messagerie électronique personnelle de l'internet et n'invoquait aucune impérieuse nécessité qui l'aurait amené à devoir agir ainsi.

Il était donc légitime de sanctionner, ainsi, un « vendeur confirmé », qui n'était pas disponible pour la clientèle et avait été également précédemment sanctionné, à juste titre, à raison de son attitude vis-à-vis de cette clientèle (mise à pied de 2 jours justifiée).

> [Télécharger la décision ici](#)

Taxe de séjour sur Airbnb

Le site Airbnb vient d'annoncer qu'il est en cours de négociation avec le gouvernement pour collecter la taxe de séjour directement auprès des voyageurs, pour le compte des hébergeurs. Cette taxe serait reversée de façon agrégée aux collectivités locales. Le nouveau dispositif ne concernerait que la taxe de séjour, la déclaration et le paiement des autres taxes et impôts restent à la charge individuelle des hébergeurs.

Exigibilité de la taxe de séjour

Pour rappel, les communes peuvent demander aux vacanciers séjournant sur leur territoire de payer une taxe de séjour. Le département peut également instituer une taxe additionnelle de 10 % à la taxe de séjour perçue par les communes et leurs groupements sur son territoire. La taxe additionnelle est recouvrée en même temps que la taxe de séjour communale ou intercommunale.

Qui doit payer la taxe de séjour ?

La taxe de séjour doit être payée par le touriste qui loge dans l'un des hébergements suivants : hôtel, résidence de tourisme, meublé de tourisme, chambre d'hôtes, village de vacances, camping (ou terrain de caravanage), port de plaisance, autre type d'hébergement (par exemple en auberge de jeunesse, en hôpital thermal). Elle est due par personne et par nuit. Elle est directement réglée au logeur, à l'hôtelier ou au propriétaire qui la reverse à la commune.

Personnes exonérées

Restent néanmoins exonérés de la taxe de séjour, les enfants de moins de 13 ans, les agents de l'État

travaillant temporairement dans une station (par exemple sauveteurs-secouristes), les bénéficiaires de certaines aides sociales (personnes âgées bénéficiaires d'une aide à domicile, personnes handicapées ou en centre pour adultes handicapés ou d'hébergement et de réinsertion sociale), dans certaines stations, les pensionnés de guerre et les personnes accompagnant les malades. Le conseil municipal, sur délibération, peut aussi exonérer partiellement ou totalement : les bénéficiaires de chèques-vacances, les enfants âgés de 13 à 18 ans, les professionnels participant au fonctionnement de la station, et les touristes dont le loyer est inférieur à un certain montant.

Les personnes ci-dessus doivent présenter un justificatif de leur qualité (pièce d'identité pour les enfants, justificatif de la prestation reçue pour l'adulte handicapé...).

Alors combien ?

Le montant de la taxe de séjour est fixé par délibération du conseil municipal de la commune. Le tarif varie de 0,20 € à 1,50 € par personne et par nuit, en fonction du type d'hébergement et de son standing.

Affaire beIN Sports

Dans le cadre de la procédure initiée par la société beIN Sports devant l'Autorité de la concurrence, les juges ont confirmé la décision de l'Autorité ayant estimé que la pratique consistant pour les sociétés du Groupe Canal Plus et la Ligue à avoir négocié de gré à gré puis conclu un accord exclusif attribuant les droits de retransmission du Top 14 pour une durée de cinq années, en excluant tout autre opérateur du processus d'attribution, révèle, en l'état de l'instruction, un objet et/ou un effet anticoncurrentiel susceptibles de caractériser une entente contraire aux articles L. 420-1 du code de commerce et 101du TFUE. Les éléments à l'appui de la saisine de l'Autorité sont suffisamment établis pour justifier d'une instruction au fond.

Les pratiques dénoncées par la société beIN Sports France concernent les conditions dans lesquelles la Ligue nationale de rugby et la société Groupe Canal Plus ont conclu, le 14 janvier 2014, un accord au terme duquel la Ligue a attribué au Groupe Canal Plus la totalité des droits de diffusion des matches de la compétition de rugby désignée sous l'appellation « Top 14 ». Cette compétition est nationale, elle se déroule tout au long de l'année et oppose les quatorze meilleurs clubs professionnels de rugby à XV, lesquels comptent dans leurs équipes les meilleurs joueurs internationaux évoluant en Europe.

Marché de l'offre de télévision payante

La Cour d'appel de Paris a confirmé qu'il existait un risque que la privation de la possibilité de présenter une offre et de concourir à un appel à concurrence s'agissant de l'attribution des droits de diffusion du Top 14 est susceptible d'avoir eu un effet sur le marché de l'offre de télévision payante.

S'il existe sur les marchés des droits de diffusion de compétitions sportives des durées d'exclusivité de cinq ans, voire de six, il n'en demeure pas moins que la durée de cinq ans, qui excède d'une année

ce qui était prévu par l'appel d'offres, a pour effet de porter à huit ans l'exclusivité détenue par les sociétés du Groupe Canal Plus, sans remise des droits en compétition sur le marché, alors qu'ainsi que l'indique la Ligue, l'intérêt du public pour le rugby est en développement, que le Top 14 constitue une compétition premium et qu'il n'est pas démontré que d'autres droits, comme ceux du tennis, du Hand-ball et de la formule 1, sont susceptibles de constituer une véritable offre alternative.

Les droits de diffusion des matches du Top 14 constituent bien des droits dits « premium », portant sur des événements susceptibles de générer des taux d'audience élevés et qui constituent par leur attrait des motifs d'abonnement, ou en d'autres termes, des « moteurs d'abonnements ».

Le Top 14 constitue auprès du public la deuxième motivation en terme de volume d'abonnement (32 %), après la ligue 1 de football et avant la Ligue des champions (31 %), ainsi que la Première Ligue (17 %), qui sont toutes deux des compétitions de football. Ces pourcentages démontrent à tout le moins un intérêt particulièrement important et identifié pour le Top 14 des abonnés ou éventuels abonnés à une ou des chaînes de télévision payante.

Ni le fait que l'autorité de la concurrence ait examiné les montants d'acquisition des droits du Top 14 sans les comparer à ceux des droits de différentes compétitions de football, ni le fait que la tendance à l'augmentation de la valeur des droits de diffusion, relevée par l'autorité, puisse être constatée aussi sur les droits du football, ne sont de nature à exclure la qualification de droits premium. En effet, le Top 14 appartient à une catégorie de quelques compétitions, autres que de football, dont les droits excèdent 10 millions d'euros et que parmi ces compétitions il constitue celle dont les droits sont les plus élevés, dépassant significativement les autres compétitions de rugby (Hcup et Coupe du Monde de Rugby à XV), mais aussi la Formule 1 et Roland Garros et qu'enfin le montant de ces droits a connu, depuis 1999, une augmentation constante, les



sociétés du Groupe Canal Plus ayant accepté en dernier lieu de doubler le montant des droits de diffusion.

Mise en concurrence des droits premium

Si aucune disposition de droit interne ou communautaire n'impose que les droits du Top 14 soient attribués au terme d'une mise en concurrence, il résulte néanmoins de la pratique décisionnelle de la Commission européenne, telle qu'elle ressort des décisions des 23 juillet 2003 (COMP/C.2-37.398), relative à la commercialisation des droits de l'UEFA Champions League, 19 janvier 2005 (COMP/C.2-37.214), relative à la commercialisation des droits du championnat allemand de football (Bundesliga) et 22 mars 2006 (COMP/C.2-38.173), relative à la commercialisation des droits de la Premier League, que ces droits, compte tenu de leur caractère premium, doivent être commercialisés selon une procédure de mise en concurrence afin d'éviter le risque de mise en oeuvre de pratiques anticoncurrentielles.

Ces principes ont été adoptés et appliqués par l'Autorité de la concurrence dans sa décision n° 03-MC-01 du 23 janvier 2003. La Ligue qui se trouvait dans la même situation de cédante centralisée de droits que les opérateurs concernés par les décisions précitées, avait, jusqu'à la pratique dénoncée, procédé par appels à la concurrence, et ceci quand bien-même eût-elle estimé que les droits qu'elle offrait n'étaient pas des droits premium.

En l'espèce, si la société beIN Sports a négocié certains contrats de gré à gré, elle a rapporté toutefois la preuve que les attributions des droits en cause ont été précédées de consultations de ses concurrents et que, de plus, elles ont été isolées au regard du nombre particulièrement important de droits relatifs à des manifestations premium attribués à l'issue d'un appel à concurrence, notamment, en ce qui concerne le rugby puisqu'ainsi que le démontre la société beIN Sports, sans être contestée, les droits relatifs à la Coupe d'Europe et au challenge européen, au tournoi des six nations, aux rencontres amicales du XV de France, et à la coupe du monde sont attribués après mise en concurrence.

Exclusivités et concurrence

Si les exclusivités ne sont pas anticoncurrentielles par elles-mêmes, le caractère anticoncurrentiel présumé de la pratique retenue par l'Autorité de la concurrence ne réside pas dans le fait que ces sociétés aient obtenu un tel droit, mais dans le cumul des circonstances de négociation et de leur aboutissement à l'octroi de l'exclusivité pour une durée de cinq ans, constituant ensemble un faisceau d'indices.

S'agissant de ces circonstances, il convient de relever que si le contrat de 2011 devait prendre fin en 2016, la Ligue a, au mois de mai 2013, étudié l'intérêt que pourrait avoir pour elle sa résiliation anticipée comme le lui permettait l'article 15-1 du contrat et qu'elle a, ainsi qu'elle le fait valoir, consulté la société beIN Sports France. Son dirigeant, dans une lettre du 24 juin 2013 adressée au président de la Ligue, a manifesté son intérêt pour les droits du Top 14 et l'a confirmé dans une rencontre avec le comité de pilotage en septembre suivant.

Le fait d'avoir brusquement interrompu la procédure d'appel d'offres, pour reprendre les négociations qui avaient, avant le lancement de celle-ci, échoué, et négocier dans le secret un nouvel accord comportant une clause d'exclusivité pour cinq années, durée qui, si elle existe dans d'autres contrats, est longue s'agissant de droits exclusifs, et ce alors qu'au moins un concurrent, en phase de développement sur le marché de l'édition de chaînes payantes, avait manifesté à plusieurs reprises son intérêt pour les droits en cause, est susceptible de caractériser un objet anticoncurrentiel.

Historique de la cession des droits du Top 14

Pour rappel concernant le Top 14, la Ligue et le Groupe Canal Plus ont conclu des contrats d'exclusivité de diffusion des droits depuis 1999. Le dernier contrat précédant les faits qui ont donné lieu à la saisine de l'Autorité de la concurrence, avait été conclu, à la suite d'une consultation des acteurs du marché demeuré infructueuse, le 14 décembre 2011, pour cinq saisons de 2011/2012 à la saison 2015/2016 en contrepartie d'une rémunération moyenne de 31,7 millions d'euros par saison. À la suite des engagements souscrits par

les sociétés du groupe Canal Plus dans le cadre de l'opération de concentration TPS / CanalSat, une clause de résiliation anticipée au bénéfice de la Ligue a été insérée dans le contrat. Elle prévoyait que celle-ci pourrait user de cette faculté à l'issue de la saison 2013/2014, sans aucune pénalité sous réserve de notifier sa décision aux sociétés Canal Plus et Canal Plus Distribution, au plus tôt le 1er septembre 2013 et au plus tard le 31 décembre 2013. Dans cette hypothèse, l'article 15.2 de la convention précisait que la Ligue ne pourrait attribuer les droits d'exploitation jusqu'alors concédés à ces sociétés pour les saisons suivantes « (') qu'à l'issue d'une mise sur le marché transparente et non discriminatoire telle qu'une consultation ou un appel à candidature qui ne pourra débuter qu'après la notification à Canal+ et Canal+ Distribution de la décision de la LNR d'exercer sa faculté de résiliation anticipée du contrat au terme de la saison 2013/2014 ».

La Ligue a constitué, dès le mois de décembre 2012, un comité de pilotage chargé de préparer la renégociation des droits du Top 14 et de présenter des propositions en ce sens au comité directeur. Ce comité de pilotage a engagé, en septembre 2013, une consultation des acteurs du marché de la télévision payante. À la suite de plusieurs échanges et propositions entre la Ligue et les sociétés du groupe Canal Plus, celles-ci ont adressé le 2 décembre 2013 une offre améliorant sa dernière proposition. Celle-ci a été refusée par la Ligue qui l'a jugée insuffisante.

Le même jour, elle a notifié aux sociétés du Groupe Canal Plus qu'elle avait décidé de mettre en oeuvre la résiliation anticipée et elle a annoncé dans un communiqué de presse qu'elle lançait un appel d'offres. Cette procédure concernait les saisons 2014/2015 jusqu'à la saison 2017/2018 et prévoyait une remise des propositions le lundi 13 janvier 2014 entre 13 et 15 heures.

Les sociétés du Groupe Canal Plus ont estimé que la Ligue avait interrompu les négociations en cours de manière fautive et ont alors lancé contre elle plusieurs actions judiciaires tendant à faire valoir les droits qu'elles revendiquaient

et à faire suspendre l'appel d'offres. Parmi ces procédures, un référé d'heure à heure a été plaidé le 8 janvier 2014, le délibéré devant être rendu le 13 janvier suivant, soit à la date de remise des offres.

Le 10 janvier 2014, la Ligue a décidé d'interrompre l'appel d'offres et a précisé dans un communiqué de presse que « compte tenu de l'existence des actions judiciaires intentées par Canal Plus, que la LNR juge totalement infondées et qui affectent le bon déroulement de l'appel d'offres, dont notamment, le dépôt des offres prévu lundi 13 janvier 2014, le comité directeur de la LNR (...) a décidé (...) d'interrompre cette procédure (') en arrêtant ce jour l'appel d'offres. En prenant cette décision, la Ligue entend ainsi conserver la maîtrise du calendrier et les modalités de la commercialisation des droits du Top 14. La Ligue communiquera ultérieurement sur les suites qui seront données à cette décision ».

Le lendemain, les sociétés du Groupe Canal Plus ont repris les négociations. Celles-ci ont débouché sur une offre remise le 14 janvier 2014 portant sur la diffusion à titre exclusif des matches du Top 14 pour cinq saisons de 2014/2015 à 2018/2019 pour un montant de 355 millions d'euros, soit une moyenne de 71 millions par saison. Si cette offre a recueilli un accord de la Ligue, elle n'a toutefois pas fait l'objet d'un contrat. Le projet datant du 19 février 2014 est demeuré en suspens.

Dans sa saisine, la société beIN Sports a dénoncé trois pratiques qu'elle estimait contraires aux articles L. 420-1 et L. 420-2 du code de commerce, ainsi qu'aux articles 101 et 102 du TFUE et résultant de :

- l'inclusion dans le contrat de 2011, conclu entre les sociétés du Groupe Canal Plus et la Ligue, d'un droit de priorité au profit du Groupe Canal Plus qui serait constitutive d'un abus de position dominante des sociétés de ce groupe et d'une entente entre lui et la LNR ;
- la stratégie d'intimidation judiciaire mise en oeuvre par les sociétés du Groupe Canal Plus à l'encontre de la Ligue, qui serait constitutive



d'un abus de position dominante de sa part ;

- la conclusion de l'accord du 14 janvier 2014, à la suite de l'interruption de la procédure de mise en concurrence, attribuant les droits d'exploitation audiovisuelle du Top 14 au Groupe Canal Plus pour cinq saisons, qui serait constitutive d'un abus de position dominante de ce groupe et d'une entente entre lui et la Ligue.

L'Autorité de la concurrence, après avoir recueilli le 21 mai 2014 l'avis du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), a par décision n° 14-MC-01, rendue le 30 juillet 2014, prononcé les mesures conservatoires ainsi énoncées :

« – Article 1er : Il est enjoint à la Société d'Édition de Canal+, à la Société Groupe Canal Plus et à la Ligue nationale de rugby de suspendre l'accord conclu le 14 janvier 2014 à l'issue de la diffusion de la saison 2014/2015 du Top 14.

- Article 2 : Il est enjoint à la Ligue nationale de rugby de procéder à une nouvelle attribution des droits d'exploitation audiovisuelle du Top 14 au titre de la saison 2015/2016 et des saisons suivantes, dans les meilleurs délais et au plus tard avant le 31 janvier 2015, à l'issue d'une procédure transparente, non discriminatoire et pour une durée qui ne soit pas disproportionnée.

- Article 3 : Il est enjoint à la Société d'Édition de Canal Plus et à la Société Groupe Canal Plus de cesser, dès la notification de la présente décision, toute communication, qu'elle soit externe ou dirigée vers leurs abonnés, relative à l'attribution exclusive pour les cinq prochaines saisons des droits du Top 14 jusqu'à la saison 2018/2019 ».

> [Télécharger la décision ici](#)

Distribution de chaînes TV et concurrence

Distribution de la chaîne Cfoot

Dans le cadre du litige l'opposant à Numéricâble, la LFP a obtenu la levée du séquestre concernant la communication du contrat de distribution et de commercialisation des chaînes MCS, MCS

Extrême et Ligue 2 Multicanaux sur le réseau NUMERICABLE. L'affaire suivra son cours pour être jugée au fond. Pour rappel, dans ce litige, la LFP reproche essentiellement à Numéricâble d'avoir :

- Abusé de sa position dominante en appliquant à la chaîne Cfoot éditée par la LFP des conditions de distribution discriminatoires,

- Manqué à ses obligations de non-discrimination et de transparence, telles que résultant de l'article 3-1 de la loi n°86-1067 du 30/09/86,

- Opéré un abus de droit constitutif d'une faute au regard de l'article 1382 du code civil en appliquant à la chaîne Cfoot éditée par la LFP des conditions de distribution discriminatoires,

Missions de la LFP

La LIGUE DE FOOTBALL PROFESSIONNEL, ci-après « LFP », composée de l'ensemble des clubs professionnels de football, exerce par délégation de la Fédération Française de Football, une mission de service public consistant à organiser, gérer et réglementer le football professionnel national et à ce titre, elle est chargée de la commercialisation exclusive des droits d'exploitation audiovisuelle des championnats professionnels de Ligue 1, de Ligue 2 et de la Coupe de la Ligue, ainsi que des magazines s'y rapportant, les produits ainsi générés étant intégralement reversés en accord avec les dispositions réglementaires.

Les sociétés NUMERICABLE et NC NUMERICABLE, sont majoritairement détenues par la société YPSO FRANCE, elle-même co-contrôlée par le câblo-opérateur luxembourgeois ALTICE et deux fonds d'investissement. NUMERICABLE, opérateur important via son réseau câblé implanté sur le territoire national, fournit des services d'accès à internet, à la télévision et à la téléphonie fixe et a participé au lancement de la chaîne MCS en 2007, détenue à 85% par le câblo-opérateur ALTICE.

A cette époque, MCS bénéficiait notamment d'une partie des droits exclusifs de diffusion de la Ligue 2 pour les saisons 2007/2008 à 2009/2010, qui lui avaient



rétrocédés par YPSO, laquelle les avait elle-même acquis en 2007 auprès de la LFP. MCS qui exploite en particulier les chaînes Ma Chaîne Sport, Ma Chaîne Sport Extrême, MCS VOD et MCS Mobile, éditait également le service Ligue 2 Multicanaux et diffusait jusqu'en 2010 le vendredi soir, à l'exception du match du lundi soir diffusé par Eurosport : 1 match de ligue 2 sur Ma Chaîne Sport, – 3 matches sur Ligue 2 multicanaux, dont celui diffusé sur Ma Chaîne Sport. La LFP a édité du 28/07/11 au 31/05/12, la chaîne thématique CFoot, consacrée au football, proposant notamment à ses abonnés la diffusion : i) des matches de la saison 2011/2012 en direct ou en différé, voire d'archives, en particulier et en exclusivité, ceux de la Ligue 2 : ii) le vendredi soir par multiplex en direct simultané, de huit matches sous forme d'extraits, iii) d'un match le samedi après-midi, – des émissions d'information sur le football tant professionnel qu'amateur.

> [Télécharger la décision ici](#)

Heures supplémentaires dans l'audiovisuel

La convention de la communication et de la production audiovisuelles en date du 31 mars 1984 prévoit expressément la possibilité d'effectuer des heures complémentaires dans la limite du tiers du nombre d'heures prévues par le contrat de travail.

Le salarié est fondé à solliciter une majoration de sa rémunération horaire lorsque le nombre d'heures effectuées excède de plus du tiers le temps de travail convenu, ou lorsque ce nombre a excédé la durée légale du travail. Toutefois, le salarié doit être vigilant à la prescription : son action en paiement des salaires exigibles plus de cinq ans sera déclarée irrecevable (prescription de l'article L3245-1 du code du travail).

> [Télécharger la décision ici](#)

Tarifs d'accès aux chaînes payantes

Pratiques

discriminatoires

Un éditeur de chaîne TV peut-il être condamné pour ses prix abusivement bas ? C'était la question posée dans cette affaire. Se fondant sur le seul article 1382 du code civil, il était demandé au tribunal de dire que beIN SPORT avait commis un acte de concurrence déloyale en adoptant un comportement économiquement irrationnel, fondé sur la vente de l'abonnement aux chaînes beIN SPORT à un prix anormalement bas au regard des investissements particulièrement importants réalisés, entraînant ainsi une désorganisation du marché.

Concurrence

déloyale

Les faits caractérisant la concurrence déloyale consistent, pour l'essentiel, dans l'utilisation de procédés contraires aux usages et habitudes professionnels tendant à détourner la clientèle d'un concurrent ou qui entraînent la désorganisation du marché par des pratiques abusives, l'action en concurrence déloyale a pour but, non pas de limiter l'exercice de la concurrence lui-même mais, d'en éviter les abus. A ce titre, l'article 1382 du code civil dispose : « Tout fait quelconque de l'homme qui cause à autrui un dommage, oblige celui par la faute duquel il est arrivé à le réparer ».

Sur les prix « anormalement » bas, les juges du Tribunal de commerce ont considéré que dans la fixation du prix, si pour apprécier la désorganisation du marché les deux critères (prix et nombre d'abonnés) sont corrélés, le prix de l'abonnement n'est pas le seul critère intervenant dans la décision d'abonnement, d'autres facteurs tels que la qualité de l'image, des commentaires sportifs etc., sont aussi être pris en compte. En conséquence, il n'était pas démontré que les prix conseillés par beIN SPORT pour l'abonnement à ses chaînes soit anormalement bas par rapport à ceux du marché.

> [Télécharger la décision ici](#)

Rémunération du salarié en CDD d'usage

La rémunération minimale des salariés en CDD d'usage relevant de la branche de la télédiffusion est fixée par l'accord collectif national du 22 décembre 2006, elle n'est pas la même que celle versée aux autres salariés de l'audiovisuel. En effet, conformément à son article 1.1, ledit accord collectif règle les rapports entre les employeurs et les salariés employés sous contrats à durée déterminée d'usage, à l'exception des salariés relevant de la convention collective nationale des journalistes ou de la convention collective des artistes interprètes employés pour des émissions de télévision, et il s'applique uniquement aux salariés employés sous contrats à durée déterminée d'usage. Le salarié en CDD d'usage qui obtient la requalification de sa relation de travail en CDI est mal fondé à se prévaloir des dispositions de cet accord.

> [Télécharger la décision ici](#)

Les inconnus : Tournez ménages

D'aucun se souviendront de la réplique culte de la jolie mannequin intervenante dans le sketch des Inconnus « Tournez ménage » parodie culte de l'émission « Tournez manège ». Cette dernière a revendiqué devant les tribunaux (sans succès) la qualité d'artiste interprète.

Statut d'artiste interprète exclu

L'intervenante, soutenue dans sa revendication par l'ADAMI, excipait du fait que son contrat de travail la désignait comme « artiste dramatique ». Pour qu'un artiste-interprète puisse bénéficier de droits voisins, il convient de rechercher si son jeu d'acteur, indépendamment du texte interprété, révèle une valeur intrinsèque résultant de l'empreinte personnelle dont l'artiste a délibérément choisi de le marquer.

En l'espèce, il résulte du visionnage du sketch au-

quel a procédé la cour que se présentait comme suit l'oeuvre de l'esprit écrite par les Inconnus et que devait interpréter l'intervenante à la faveur d'un dialogue avec les protagonistes du sketch :

« bonjour Fabienne » (prénom de l'animatrice du jeu « Tournez ménages »)

« euh ! En fait, disons que je n'ai pas de préférence. Euh ! tout dépend de l'état d'esprit dans lequel je vais voir le film et dans ce domaine je suis pour l'éclectisme » (en réplique au premier candidat masculin l'interrogeant sur ses goûts cinématographiques),

« eh bien oui ! Je suis pour un brassage des ethnies et une société cosmopolite, oui » (en réponse à une question du second candidat masculin relative aux couples ayant des nationalités différentes),

« mais il y a des fois, je crois, il faut savoir perdre » (phrase finale à l'annonce de son élimination du jeu).

Analyse du jeu d'acteur

Il apparaît que le rôle que le texte lui assignait consistait à répondre brièvement mais en termes recherchés aux quatre autres personnages et qu'eu égard à l'effet comique résultant du contraste entre les modes d'expression et langages des personnages qu'ont voulu susciter les auteurs de l'entier texte du sketch, elle ne pouvait interpréter ce rôle que dans le registre de la retenue et de la simplicité en se démarquant de l'outrance qui caractérise l'interprétation des autres personnages.

Sont, certes, perceptibles les divers sentiments mais elle ne peut cependant prétendre qu'elle les restitue en donnant à son interprétation une dimension qui lui serait personnelle dès lors qu'elle ne démontre pas en quoi l'apparence soignée, la posture de jeune femme cultivée, l'élocution et le ton qu'elle adopte pour les exprimer se démarque de la simple bonne exécution de la prestation qu'il lui était demandé de fournir ni de quelle manière l'interprétation à laquelle elle s'est livrée se distingue, du fait de ses choix per-



sonnels, de toute autre interprétation du même rôle par une jeune femme présentant les mêmes traits.

Il en résulte que, faute de présenter un caractère personnel, l'interprétation de l'intervenante ne donnait pas prise au droit voisin de l'article L 212-1 du code de la propriété intellectuelle et que cette dernière ne pouvait donc valablement reprocher aux Inconnus de l'avoir, par leur comportement, privée de son bénéfice. Elle a donc été déboutée de ses demandes en requalification.

> [Télécharger la décision ici](#)

Protection des habillages d'émissions

Habillages d'émission : une œuvre ?

L'habillage d'émission est l'ensemble audiovisuel conçu de manière systématique pour identifier les divers contenus constituant une chaîne de télévision et en assurer la cohérence à travers la diversité. Les habillages d'émissions sont potentiellement des œuvres éligibles à la protection par les droits d'auteur. Leur concepteur est un auteur : aux termes de l'article L.111-1 du code de la propriété intellectuelle, l'auteur d'une oeuvre de l'esprit jouit sur cette oeuvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous, comportant des attributs d'ordre intellectuel et moral ainsi que des attributs d'ordre patrimonial.

En l'espèce, un concepteur revendiquait la paternité des droits d'auteur sur l'habillage des émissions « Complément d'enquête » et « Les infiltrés » qui sont des oeuvres composites au sens de l'article L. 113-4 du code de la propriété intellectuelle. Le litige portait spécifiquement sur les éléments originaux de l'habillage et des génériques.

Le concepteur soutenait que les apports originaux qui lui confèreraient des droits d'auteur portaient sur l'idée de « partir du fond vert pour ouvrir sur le réel » dans le générique de début de l'émission « Complément d'enquête » et sur l'idée de créer « un habillage et un générique adaptables en fonction des thèmes abordés, une trame graphique dans

laquelle il convenait d'insérer des images des reportages, qui variaient selon les thèmes abordés dans l'émission et les images fournies par la rédaction.

Ce à quoi les juges ont répondu que les idées sont de libre parcours et que seule leur formalisation peut donner prise à la protection au titre du droit d'auteur. En l'absence de toute preuve d'une création portant l'empreinte de sa personnalité pour le générique de l'émission « Les Infiltrés » le concepteur a été débouté de ses demandes.

> [Télécharger la décision ici](#)



Publicité du tourisme dentaire

Distribution de prospectus publicitaires

Se pose régulièrement la question, devant les tribunaux, de la publicité des prestations de soins dentaires pour des pays dans ou hors de l'union européenne. Dans cette affaire, la société UK Dent, pour promouvoir en France les soins dentaires offerts par les médecins travaillant dans cette clinique, a diffusé une publicité sous la forme de distributions de prospectus, à l'occasion de l'ouverture d'un stand à la foire d'automne.

Publicité des soins dentaires

Or, selon l'article R 4127-201 du code de la santé publique, les dispositions du Code de déontologie interdisant la publicité des soins dentaires s'imposent à tout chirurgien-dentiste inscrit au tableau de l'ordre, à tout chirurgien-dentiste exécutant un acte professionnel dans les conditions prévues à l'article L.4112-7 ou par une convention internationale, quelle que soit la forme d'exercice de la profession.

L'article L.4112-7 est relatif aux chirurgiens-dentistes, ressortissants d'un Etat, membre de l'Union européenne ou partie à l'accord sur l'Espace économique européen, qui sont établis et exercent légalement leurs activités dans un Etat, membre ou partie à un accord, autre que la France, exécutant en France, de manière temporaire et occasionnelle, des actes de leur profession sans être inscrit au tableau de l'ordre correspondant.

Quid du droit européen ?

Il s'en déduit par exemple que les chirurgiens-dentistes hongrois, non-inscrits au tableau de l'ordre en France et exerçant leurs activités exclusivement dans une clinique à Budapest, ne sont pas visés par les dispositions du code français de déontologie. En effet, le simple fait de faire de la publicité en France ou accessible depuis la France ne saurait constituer l'exercice de l'activité de chirurgien-dentiste en France.

S'agissant du code de déontologie des chirurgiens-dentistes dans l'Union européenne, celui-ci comporte une rubrique « commerce électronique », prévoyant que l'information professionnelle qualifiée de communication commerciale, doit faire preuve de sincérité, d'honnêteté et de dignité. Dans l'élaboration de son site web, le chirurgien-dentiste doit veiller à ce que le contenu ne présente pas d'informations non professionnelles en particulier de nature louangeuse, trompeuse ou comparative ; il prescrit en outre que toute l'information présentée par le site Web doit être honnête, objective, facile à identifier et se conformer à toute législation nationale et code de conduite de l'Etat membre dans lequel le chirurgien-dentiste est établi ou exerce temporairement.

Publicité comparative non autorisée

En revanche, de façon générale, il est fait interdiction à tout chirurgien-dentiste de faire figurer des informations comparatives, ce qui inclut les comparaisons de tarifs. Cette interdiction est applicable à tout site dont l'accès est possible aux citoyens d'un pays de l'Union européenne.

Dès lors que les sites des sociétés hongroises défenderesses sont accessibles en français aux ressortissants français, le Conseil français de l'ordre des chirurgiens-dentistes est recevable et fondé à se prévaloir à leur encontre, dès lors qu'elles exploitent une clinique de chirurgiens-dentistes et qu'elles sont à l'origine des sites concernés, de leurs manquements aux dispositions du code de déontologie européen, proscrivant toute publicité comparative, ce qui inclut nécessairement les comparaisons de tarifs.

Par conséquent, toute mention faisant apparaître quel que soit le support, une formulation affirmant que les tarifs de soins dentaires pratiqués sont moins chers qu'en France apparaît fautive comme se heurtant à l'interdiction légale. Le droit au libre choix du praticien par le patient résultant de la Directive du 9 mars 2011 ne saurait justifier le non-respect du code européen de déontologie sur ce point.

Publicité des soins dentaires et



pratiques commerciales déloyales

Sur la violation alléguée de la Directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005, en ce qu'elle interdit les pratiques commerciales déloyales, il ressort des éléments versés aux débats, que, profitant de l'interdiction de publicité dont font l'objet les chirurgiens-dentistes exerçant en France, les sociétés hongroises en cause ont missionné, un ancien négociant en vins, rebaptisé « conseiller dentaire », pour en faire leur représentant en France, lui faire distribuer des prospectus vantant le caractère beaucoup moins élevés des tarifs pratiqués par les chirurgiens-dentistes travaillant dans la clinique exploitée à Budapest, tenir des stands en particulier à la Foire d'automne de Paris, insistant sur les avantages présentés par la clinique hongroise, sans mentionner les inconvénients de ce tourisme dentaire, notamment en matière de suivi médical.

Une telle attitude constitue une forme de concurrence déloyale à l'encontre des chirurgiens-dentistes français, ayant mobilisé des moyens financiers importants, qui ont nécessairement produit des déplacements de clientèle.

Le conseil national de l'ordre des chirurgiens-dentistes (CNOCD) a obtenu 15 000 euros au titre du préjudice occasionné aux intérêts collectifs de la profession.

> [Télécharger la décision ici](#)

Définition du journaliste de presse

Critères du journaliste

Selon l'article 7111-3 du code du travail, 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, publication quotidienne et périodique, agences de presse et qui en tire le principal de ses ressources.

Il en résulte que le journaliste professionnel est celui qui a pour occupation principale, régulière et rétribuée d'apporter une collaboration

intellectuelle et permanente à une publication périodique en vue de l'information des lecteurs.

Assistant de rédaction ou journaliste ?

En l'espèce, pour refuser le statut de journaliste professionnel à son salarié, l'employeur faisait valoir que ce dernier était principalement chargé de collaborer à la rubrique sport et plus particulièrement aux championnats de football de ligue 1 et qu'il effectuait ainsi des tâches de récupération des informations, des résultats et des feuilles de match de championnat auprès des correspondants locaux, de saisie, de mise en forme et de « mise sur le fil » de ces informations et comptes rendus de match.

Il s'agissait donc selon lui de tâches d'assistant ou de secrétariat de direction ne permettant pas de considérer qu'il fournissait une prestation intellectuelle de rédaction de dépêches ou d'articles de presse.

Statut de journaliste et carte de presse

Ce à quoi les juges ont répondu que le salarié était titulaire d'une carte de journaliste depuis de nombreuses années, ce qui ne suffisait certes pas à lui conférer un tel statut mais, eu égard aux conditions d'obtention d'un tel document, constituait un élément en faveur de ses affirmations.

En effet, en principe, pour obtenir une telle carte, il est nécessaire de démontrer que l'on exerce une activité de journaliste de façon principale et régulière, d'en tirer plus de 50 % de ses ressources et d'être employé par une entreprise de presse écrite, sur Internet ou audiovisuel ou par une agence de presse agréée.

Par ailleurs, le salarié produisait aux débats la copie de nombreuses dépêches dont il n'est pas contestable qu'il s'agit bien d'un travail de journaliste et sur lesquelles figurent plusieurs initiales parmi lesquelles, les siennes. Contrairement à ce qu'avait estimé le conseil de prud'hommes, la Cour d'appel de Paris a jugé que le salarié pouvait se prévaloir du statut de journaliste.

> [Télécharger la décision ici](#)



Concurrence dans le secteur de la presse

En refusant d'insérer une annonce publicitaire pour un concurrent exploitant un site web de publications nécrologiques en ligne, le journal La Montagne a empêché ce dernier de pouvoir atteindre ses clients et d'exercer ses services de condoléances en ligne. Une atteinte au droit de la concurrence a donc été retenue par les juges. Les refus d'insertion n'étaient justifiés par aucune raison objective, mais avaient pour objet d'écartier un concurrent du marché des annonces de décès en ligne.

Abus de position dominante constitué

Le fait, pour les propriétaires ou gestionnaires d'un équipement ou d'un service qui leur donne une position particulière en tant qu'offreur sur le marché, de refuser l'accès ou de donner un accès discriminatoire à l'équipement ou au service en cause, sans justification objective, est de nature à constituer un abus de position dominante.

En l'espèce, seule l'insertion du message litigieux dans les annonces papier pouvait permettre aux opérateurs en ligne de faire connaître leurs services de condoléances en ligne. Le refus concernait une insertion, dont la fourniture était indispensable pour l'exercice de l'activité en cause, la fourniture de services nécrologiques en ligne. Ce refus faisait obstacle à l'apparition d'un service nouveau, les condoléances en ligne, et pour lequel existait une demande potentielle de la part des consommateurs. La Montagne s'est réservée le marché dérivé, en excluant toute concurrence sur ce marché.

Pour rappel, le journal La Montagne, journal de presse quotidienne régionale, est le seul quotidien publiant des annonces nécrologiques dans les départements du Puy-de-Dôme, du Cantal et de l'Allier (respectivement 100 %, 100 % et 92,74 %) ; il bénéficie d'une position dominante sur les marchés pertinents de la Creuse et de la Corrèze (plus de 77 %). L'importance des parts de marché de La Montagne et la faiblesse de la concurrence réelle ou potentielle confortent la position dominante de La

Montagne sur le marché des annonces nécrologiques.

L'article L. 420-2 du code de commerce prohibe : « L'exploitation abusive par une entreprise ou un groupe d'entreprises d'une position dominante sur le marché intérieur ou une partie substantielle de celui-ci. Ces abus peuvent notamment consister en refus de vente, en ventes liées ou en conditions de vente discriminatoires ainsi que dans la rupture de relations commerciales établies, au seul motif que le partenaire refuse de se soumettre à des conditions commerciales injustifiées. »

Les marchés pertinents en matière de presse

Concernant le marché pertinent en cause, selon la communication sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence (JOCE C 372 du 09/12/97) : « Un marché de produits en cause comprend tous les produits et/ou services que le consommateur considère comme interchangeables ou substituables en raison de leurs caractéristiques, de leur prix et de l'usage auxquels ils sont destinés. Le marché géographique en cause comprend le territoire sur lequel les entreprises concernées sont engagées dans l'offre des biens et services en cause, sur lequel les conditions de concurrence sont suffisamment homogènes et qui peut être distingué de zones géographiques voisines parce que, en particulier, les conditions de concurrence y diffèrent de manière appréciable ». Il en résulte l'obligation, pour la partie plaignante, de définir le marché de produits, puis le marché géographique pertinent.

Sur le marché de produits, en vertu d'une pratique décisionnelle constante des autorités de concurrence, sont distinguées la presse quotidienne nationale, la presse quotidienne régionale, la presse magazine, la presse spécialisée et la presse gratuite. La presse quotidienne régionale constitue un marché distinct des autres supports d'information, dès lors qu'elle a un contenu éditorial plutôt départemental, s'adresse à un public plus rural que la presse quotidienne nationale et n'a pas les mêmes zones de diffusion (départementale pour la presse quotidienne régionale ; nationale pour la presse quotidienne nationale, les grandes villes pour la presse gratuite d'information).

Marché des petites annonces

S'agissant du marché des petites annonces, la presse quotidienne régionale constitue, du point de vue des annonceurs, un marché distinct, car les différents supports de petites annonces n'ont pas les mêmes caractéristiques techniques, les mêmes taux de couverture de la population, les mêmes types de petites annonces et les mêmes tarifs. Les publics qu'un annonceur est susceptible d'atteindre à travers ces nouveaux médias que sont les journaux gratuits d'annonces et Internet ne recouvrent que partiellement ceux qu'il est possible d'atteindre via la presse quotidienne régionale. De plus, pour certaines annonces, telles que celles relatives à l'état civil (naissances, mariages, décès), le vecteur de la presse quotidienne régionale est utilisé de façon privilégiée et incontournable, compte tenu de la circonstance que la presse quotidienne régionale (ou « PQR ») dispose, dans la plupart des cas, de position dominante sur le marché du lectorat régional.

Par ailleurs, des subdivisions plus fines ont déjà été définies, au sein de ce marché, comme le marché des annonces immobilières (décision n° 89-D-05 du 24 janvier 1989) et le marché des offres d'emploi (lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 31 décembre 2002).

Au sein du marché des petites annonces diffusées par la titulaire, il convient également de faire une place particulière aux avis de décès, pour lesquels existe une demande spécifique, qui émane des familles ou des entreprises de pompes funèbres, agissant en qualité de mandataires des familles. Du côté du lectorat, la publication des annonces mortuaires constitue une forte motivation d'achat des quotidiens régionaux ; cette demande est satisfaite principalement par les journaux de la presse quotidienne régionale et, de façon très limitée par la presse quotidienne nationale.

En l'espèce, n'était pas prouvée la substituabilité des annonces nécrologiques par voie de presse écrite et des annonces nécrologiques par Internet.

> [Télécharger la décision ici](#)

Canard enchaîné : affaire Patrick Buisson

L'hebdomadaire Le Canard Enchaîné a publié un article intitulé « Sarko enregistré à son insu : un micro était caché dans le Buisson », dans lequel était repris des extraits de conversations du Président de la République et de membres de son entourage (enregistrements effectués par Patrick Buisson.

Atteinte à la vie privée

Il a été jugé que quelles que fussent la nature et le contenu des paroles ainsi recueillies, leur interception clandestine, par sa conception, son objet et sa durée, a nécessairement conduit Patrick Buisson à pénétrer dans la vie privée de l'entourage du Président Sarkozy avec la conscience et la volonté de porter atteinte à l'intimité de celui-ci.

Si la publication dans la presse de tels enregistrements pourrait se trouver justifiée en rapportant la preuve que le droit à la liberté d'information l'emportait dans sa mise en balance le droit au respect de l'intimité de la vie privée, Patrick Buisson n'est cependant pas en position de s'en prévaloir dans la mesure où il n'a pris aucune part aux diffusions et publications réalisées par Atlantico et Le Canard Enchaîné.

Il n'est donc pas discutable que M. Buisson a enfreint les dispositions des articles 226-1 et 226-2 du code pénal qui érigent en délit toute atteinte volontaire, au moyen d'un procédé quelconque, à l'intimité de la vie privée d'autrui, notamment par l'enregistrement et la conservation, sans le consentement de leur auteur, des paroles prononcées à titre privé ou confidentiel, ainsi que les dispositions des articles 8-1. de la Convention européenne des droits de l'homme et des libertés fondamentales et 9 du code civil, dont il résulte que toute personne, quelle que soit sa notoriété, sa position sociale ou la nature de ses fonctions, a droit au respect de sa vie privée. Cette violation flagrante de la loi constitue un trouble manifestement illicite.



Responsabilité des organes de presse

Le Canard enchaîné a tenté sans succès de faire valoir qu'en diffusant et publiant les enregistrements effectués par M. Buisson, il n'avait pas porté atteinte à l'intimité de la vie privée de l'entourage du Président et que même si une telle atteinte était malgré tout retenue, le droit à la liberté d'expression de la presse et le droit du public d'être informé devaient primer sur le droit à la protection de l'intimité de la vie privée.

La diffusion et la publication des extraits litigieux sur le site internet Atlantico et dans Le Canard Enchaîné étaient bien constitutifs de troubles manifestement illicites de nature à porter atteinte à l'intimité de la vie privée, protection, garantie par l'article 8 de la Convention européenne des droits de l'homme et des libertés fondamentales (allocation d'une provision d'un montant de 10.000 euros, à valoir sur la réparation de son préjudice et publication d'un communiqué dans Le Canard Enchaîné).

> [Télécharger la décision ici](#)

Contrefaçon de magazine : qui peut agir ?

Magazine : une œuvre collective

Le magazine est dans la très grande majorité des cas, une œuvre collective qui, ainsi qu'en dispose l'article L.113-5 du Code de la propriété intellectuelle, est sauf preuve contraire « la propriété de la personne physique ou morale sous le nom de laquelle elle est divulguée », laquelle est investie des droits d'auteur. L'éditeur est donc présumé titulaire de l'ensemble des droits patrimoniaux.

A qui appartiennent les contenus rédactionnels ?

Concernant en particulier la propriété des contenus rédactionnels, les contrats de travail des rédacteurs / rédacteurs en chef stipulent une cession des droits patrimoniaux en contrepartie de la rémunération perçue, au fur et à mesure de la création de cette contribution et du versement du salaire.

Cette cession des droits est confortée par les dispositions de l'article L.132-36 du Code de la propriété intellectuelle qui pose que la convention liant un journaliste, qui contribue à l'élaboration d'un titre de presse, et son employeur emporte « cession à titre exclusif à l'employeur des droits d'exploitation des œuvres du journaliste réalisées dans le cadre de ce titre ».

A qui appartiennent les illustrations ?

S'agissant des éventuels dessins / illustrations du magazine, leur auteur illustrateur est également soumis à une clause de cession des droits. En cas de contrefaçon des rédactionnels ou des illustrations, l'éditeur se trouve seul recevable à agir en contrefaçon.

> [Télécharger la décision ici](#)

Image des œuvres dans les magazines

Attention : utiliser une sculpture ou toute autre œuvre originale dans une photographie publiée dans un magazine expose l'éditeur de presse à une condamnation pour contrefaçon.

Atteinte aux droits patrimoniaux d'auteur

En vertu de l'article L122-1 du code de la propriété intellectuelle, le droit d'exploitation de l'auteur comprend le droit de présentation et le droit de reproduction.

Selon les articles L122-2 et L122-3 du même code, la représentation consiste dans la communication de l'œuvre au public par un procédé quelconque, et la reproduction dans la fixation matérielle de l'œuvre par tous procédés qui permettent de la communiquer au public d'une manière indirecte.

L'inclusion fortuite d'une œuvre dans une photographie dont elle ne constitue pas le caractère attractif principal, dans laquelle elle n'est pas représentée pour elle-même mais en tant qu'élément intégré au décor est constitutive d'une limitation au monopole conféré à son auteur.



Couverture de magazine contrefaisante

En l'espèce, la statue d'Aristide MAILLOL intitulée « La montagne » avait été utilisée pour la photographie de couverture du magazine « PURPLE FASHION MAGAZINE » numéro 15 (printemps/été 2011) édité par la société PURPLE INSTITUTE en pleine page et en couleurs, dans laquelle on pouvait voir le mannequin Laëtitia CASTA, chevauchant la cuisse de la sculpture de femme.

Cette même statue était également utilisée à l'intérieur du magazine dans un cliché en noir et blanc représentant Laëtitia CASTA chevauchant la même cuisse de la statue mais cette fois la tête renversée en arrière et la bouche entrouverte, dans une attitude érotique.

Il ressortait de l'examen des photographies que chacune d'elle représentait une oeuvre d'Aristide MAILLOL de façon nette et permettant son identification. Par ailleurs, le mannequin était située à proximité immédiate ou sur chacune des oeuvres, et la mise en scène de chaque photographie visait à instaurer un jeu entre le modèle, aux positions et attitudes érotiques, et les sculptures de femmes nues ou légèrement vêtues. L'interaction étant évidente, il ne peut être retenu que les oeuvres du sculpteur, qui occupent une place aussi centrale que le mannequin dans les clichés en cause et en sont donc tout autant le sujet que celle-ci et ses tenues vestimentaires, constituent un simple décor et que leur apparition est fortuite et accessoire.

En l'espèce, aucune limitation au monopole conféré à leur auteur n'était donc justifiée, de sorte que la société qui a édité le magazine a commis des actes de contrefaçon des oeuvres « La montagne », « Trois nymphes », « La rivière », « La jeune fille allongée » et « Flore » au préjudice de l'ADAGP, gestionnaire des droits patrimoniaux y afférents.

> [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](#)



Déclaration des droits à la SCAM

L'auteur défailant dans ses obligations déclaratives auprès des sociétés de gestion collective ne peut se prévaloir de sa bonne foi ou ignorance pour échapper à la prescription de son action en justice.

Prescription et droits d'auteurs

En vertu de l'article 2224 du code civil, issu de la loi du 17 juin 2008 « les actions personnelles ou mobilières se prescrivent par cinq ans à compter du jour où le titulaire d'un droit a connu ou aurait dû connaître les faits lui permettant de l'exercer ». Il appartient à un auteur-réalisateur, en sa qualité de professionnel averti de la réalisation audiovisuelle, de procéder à la déclaration de ses droits auprès de la SCAM. Il ne peut prétendre s'exonérer de cette obligation personnelle en invoquant sa bonne foi.

Il ne peut pas plus se retrancher derrière une croyance selon laquelle l'éditeur d'une chaîne de télévision (en l'espèce France 2) aurait dû procéder aux dites déclarations, alors qu'il n'a perçu aucun des droits d'auteur litigieux pendant près de 12 ans sans s'étonner ni se renseigner, ne serait-ce qu'auprès de la SCAM.

Prescription acquise

Il a donc été jugé que la prescription quinquennale a commencé à courir à chaque paiement de droits opéré par la SCAM et que les demandes de l'auteur-réalisateur qui n'a pas agi en paiement sont prescrites.

> [Télécharger la décision ici](#)

Dépôt d'un nom géographique

Une société a été condamnée pour avoir apposé sur des Tee Shirt le terme « Sun Valley » (protégé à titre de marque) en association avec le terme Riply.

Protection des noms géographiques

Un nom géographique peut être déposé comme marque lorsqu'il ne constitue ni une appellation d'origine ni une indication de provenance. SUN VALLEY est le nom d'un village-station de ski dans l'Etat d'Idaho aux U.S.A.. Mais pour être protégé au titre des noms géographiques (en plus de la protection par le droit des marques), le déposant doit pouvoir justifier des caractéristiques de cette station de ski (superficie du domaine, nombre de remontées mécaniques, déroulement de compétitions internationales, ...), de sa réputation et de sa connaissance en France. En l'espèce, la station de SUN VALLEY ne peut être assimilée par le consommateur d'attention moyenne aux grandes stations à renommée mondiale (VAL D'ISERE en France, CORTINA D'AMPEZZO en Italie et Gstaad en Suisse). En conséquence la marque éponyme même uniquement verbale est parfaitement distinctive et arbitraire pour désigner des vêtements, ce qui la rend valable en vertu de l'article L. 711-1 du Code de la Propriété Intellectuelle.

Contrefaçon de la marque SUN VALLEY

Seule la protection par le droit des marques à été reconnue. Il y avait donc bien reproduction servile de la marque SUN VALLEY sur des produits de même nature (vêtements) de la marque des intimées par les appelantes, ce qui caractérise la contrefaçon de l'article L. 713-2 du Code de la Propriété Intellectuelle comme l'a justement retenu le Tribunal de Grande Instance.

> [Télécharger la décision ici](#)



Affaire Hugo Boss

Reprise de concepts de communication

La société Tokyo est une agence de communication (depuis placée en procédure collective) dont l'objet est de promouvoir ses clients par le marketing. En 2008, elle a été contactée par le responsable de la communication de la société Hugo Boss France (ci-après, société Hugo Boss) afin de réaliser une opération commerciale ponctuelle de trois semaines au sein de la zone événementielle du magasin Citadium sis à Paris. La société Tokyo a adressé un devis chiffré à la société Hugo Boss qui n'a pas accepté le prix et qui a fait appel à une autre agence, la société Tribeca, pour réaliser toute l'opération. La société Tokyo prétendant que la société Hugo Boss aurait fait réaliser son stand sur le modèle de celui qu'elle lui avait présenté. Estimant avoir été victime de parasitisme à l'égard du concept qu'elle avait spécialement réalisé pour la société Hugo Boss, la société Tokyo l'a fait assigner et a obtenu la condamnation de la société Hugo Boss pour parasitisme.

Agissements parasitaires

La société Hugo Boss s'est rendue coupable d'agissements parasitaires en reprenant l'ensemble du travail intellectuel réalisé par la société Agence Tokyo et en le remettant à une société tierce, la société Tribeca, pour la réalisation de son stand éphémère, ce qui lui a permis de réaliser l'opération à un coût moindre ; les deux sociétés sont parvenues à des projets présentant force similitudes et que se trouve ainsi caractérisée une appropriation de la création de l'Agence Tokyo par la société Hugo Boss.

Copie d'aménagement d'espace

Selon les juges, la société Tribeca a aménagé l'espace Citadium conformément aux deux idées développées dès l'origine par la société Agence Tokyo, d'une part, celle d'un espace ouvert, d'autre part, celle d'un visuel habillant l'espace mural du fond ; elle a aussi repris des éléments matériels essentiels de façon identique à ceux figurant dans le projet de la société Agence Tokyo, notamment une cabine comportant la même in-

scription et servant de cabine d'essayage, la présence de sable, une balustrade en bois installée au même endroit et utilisée comme présentoir pour les vêtements, un véhicule Vespa installé près de la cabine d'essayage, un habillage des colonnes existantes par des représentations des façades des hôtels de Miami ; la société Tribeca a ainsi procédé à un aménagement identique de l'espace avec les mêmes éléments matériels que ceux figurant dans le devis de la société Agence Tokyo (travail de créativité personnel de celle-ci).

Il résultait de la comparaison de l'image issue de la proposition de la société Agence Tokyo de celle issue du constat d'huissier dressé, l'existence de similitudes considérables qui ne peuvent en aucun cas être ni le fait du hasard, ni induites par la reprise de références communes ; dès lors, l'installation du site éphémère est une reprise plagiaire qui s'est nourrie de la substance du projet élaboré par la société Agence Tokyo ; la société Hugo Boss a eu en mains un travail élaboré et créatif dont elle a manifestement tiré profit pour obtenir un projet comportant d'importantes similitudes à un prix moindre ; elle a ainsi manqué à la loyauté qui doit régir les relations entre les parties, fût-ce lors de la phase précontractuelle et a commis une faute.

Définition du parasitisme économique

Le parasitisme économique se définit comme l'ensemble des comportements par lesquels un agent économique s'inscrit dans le sillage d'un autre afin de tirer profit sans rien dépenser de ses efforts et de son savoir-faire.

> [Télécharger la décision ici](#)



Expiration du contrat de licence de marque

Contrat de licence de marque

Michel SARRAN est un chef cuisinier toulousain qui bénéficie de deux étoiles au guide Michelin, il est également gérant de la société MICHEL SARRAN, laquelle est titulaire de la marque française verbale MICHEL SARRAN.

Ayant constaté que la société AIR TAHITI NUI, avec laquelle il avait signé le 29 octobre 2007 un contrat de prestation de service autorisant cette compagnie aérienne à utiliser sa marque et son image sur ses menus et cartes pour le service à bord des classes First et Business, continuait à les utiliser plus de deux ans après la résiliation, intervenue à compter du 30 avril 2009, Monsieur Michel SARRAN et la société MSC ont, par acte du 18 avril 2012, fait assigner cette dernière en contrefaçon de marque et concurrence déloyale.

L'article 6 de ce contrat stipulait que « la Compagnie dispose d'un droit non exclusif d'utilisation du nom commercial et/ou de la marque MICHEL SARRAN sur les menus et cartes pour le service à bord des classes First et Business au départ de l'Escale. Toute autre utilisation du nom commercial et/ou de la marque MICHEL SARRAN devra faire l'objet d'une demande particulière », tandis que l'article 9 prévoyait une durée de 12 mois, renouvelable par tacite reconduction.

Contrefaçon et défaut de renouvellement de la marque

Par courrier du 23 mars 2009, la société AIR TAHITI NUI avait décidé de ne pas renouveler le contrat, lequel a donc pris fin le 30 avril 2009.

Michel SARRAN et la société MSC estimaient que le nom de Michel SARRAN et la marque éponyme ont continué, en dépit de cette rupture, à être utilisés par la société défenderesse, en particulier sur son site Internet accessible à l'adresse fr.airtahitinui.com, ce qui constituait selon eux une contrefaçon de la marque MICHEL SARRAN. Cependant, cette marque, déposée le 27 juillet 2000, n'a pas été renouvelée en 2010, ce qui a eu pour effet de l'invalider.

En conséquence, la contrefaçon n'était pas établie.

Parasitisme établi

Cela étant, il n'était pas contestable, que la société AIR TAHITI NUI a continué près de deux ans après la rupture contractuelle à citer, tant sur son site Internet que sur les menus proposés aux voyageurs, le nom de Michel SARRAN et ce alors que le contrat du 29 octobre 2007 conférait à la compagnie aérienne un droit non exclusif d'utilisation du nom commercial et de la marque, uniquement pour le service des menus et cartes servis à bord, pendant la seule durée des relations contractuelles.

Dès lors que ce contrat n'avait donc pas pour effet d'autoriser la société AIR TAHITI NUI à utiliser à perpétuité le nom de son cocontractant sans aucune contrepartie, le fait d'avoir poursuivi à citer ce nom a servi à cette société à se placer gratuitement dans le sillage du demandeur qui jouit d'une notoriété certaine dans le monde de la gastronomie. Ce comportement fautif est de nature à caractériser des actes de parasitisme.

[> Télécharger la décision ici](#)

Contrefaçon de titre de livre

Protection des titres

Un titre d'ouvrage est protégé par les droits d'auteur dès lors qu'il est original. L'article L.112-4 du Code de la propriété intellectuelle pose que « le titre d'une oeuvre de l'esprit, dès lors qu'il présente un caractère original, est protégé comme l'oeuvre elle-même. Nul ne peut (...) utiliser ce titre pour individualiser une oeuvre du même genre, dans des conditions susceptibles de provoquer une confusion ». Cette protection s'étend à toute adaptation du titre sous d'autres formes. Aux termes de l'article L.122-4 du Code de la propriété intellectuelle, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droits ou ayants cause est illicite. Il en va de même pour la traduction, l'adaptation ou la transformation, l'arrangement ou la reproduction par un art ou un procédé quelconque ».

Litige entre sociétés d'édition

En l'espèce, une société d'édition considérait que plusieurs atteintes à ses droits patrimoniaux d'auteur ont été commises à son préjudice par une autre société d'édition sur le titre « Les leçons de Galopin ». En défense, il était soulevé le caractère purement descriptif, non original, et donc non susceptible d'appropriation de ce titre.

1ère précision des juges sur la titularité des droits sur le titre : une personne morale qui commercialise de manière non équivoque une oeuvre sous son nom est présumée, en l'absence de toute revendication, titulaire des droits d'exploitation à l'égard des tiers poursuivis en contrefaçon, les droits sur le titre sont donc présumés appartenir à la société d'édition.

2ème précision : l'article L.112-1 du Code de la propriété intellectuelle protège par le droit d'auteur toutes les oeuvres de l'esprit, quels qu'en soient le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination, pourvu qu'elles soient des créations originales. Il a été jugé que le titre Galopin révèle l'empreinte de la personnalité de son auteur et bénéficie donc d'une protection au titre du droit d'auteur. La contrefaçon alléguée était donc constituée.

> [Télécharger la décision ici](#)

Contrat de coproduction musicale

Dans cette affaire, un auteur, compositeur, artiste-interprète, a obtenu l'autorisation des héritiers de Serge GAINSBOURG pour utiliser dix textes inédits du chanteur pour en composer la musique et les interpréter. Il a par la suite, signé un contrat de coproduction avec une société de production pour élaborer un album intitulé 'AmourS Gainsbourg ' comportant douze titres, en particulier les dix textes de Serge GAINSBOURG, ainsi que deux autres chansons, pour lesquelles des contrats d'édition et de cession de droits d'adaptation audiovisuelle ont été conclus.

L'auteur a financé seul la réalisation artistique et les

arrangements, ainsi que la rétribution et le défraiement des artistes-interprètes, pour un montant total de 26.450 euros. Il avait également financé, à hauteur de 7.756,70 euros, la réalisation et la fabrication de 1.300 exemplaires de l'album sous format CD, accompagnés d'un livret à des fins de promotion auprès des distributeurs et des festivals.

Estimant que la société de production n'avait pas respecté ses obligations contractuelles de financement l'auteur compositeur l'a fait assigner devant le Tribunal de grande instance de Paris aux fins d'obtenir la résiliation du contrat de coproduction ainsi que la résiliation des contrats d'édition et de cession de droits d'adaptation audiovisuelle.

Obligation de financement paritaire de l'enregistrement

Le contrat de coproduction stipulait dans son article « Budget d'enregistrement » un montant précis ainsi qu'un devis annexé comprenant les frais de production incluant les frais généraux, les imprévus ainsi que la marge de production et de postproduction, chaque partie devant participer au financement à concurrence de 50 %.

Si les parties ont ainsi bien défini un budget et une clef de répartition, aucune clause ne fixait la durée impérative de versement de l'apport de chaque partie. Dans ces conditions, l'inexécution de l'obligation de la société de production n'apparaissait pas établie.

Obligation de garantie en tant que dépositaire des masters

L'auteur compositeur reprochait également à la société de production d'avoir perdu ou détourné le master en pistes séparées de l'album enregistré. Il estimait que la garde et la responsabilité des fichiers master incombaient particulièrement à la société, prestataire technique professionnel de l'enregistrement et copropriétaire du master, en qualité de dépositaire au sens de l'article 1915 du code civil.

Les juges ont relevé que le contrat de coproduction ainsi que son avenant ne comportaient aucune définition du terme « master ». Or, un article du contrat intitulé « PROPRIÉTÉ DU MASTER » stipulait que



celui-ci ainsi que les droits incorporels y afférents sont la copropriété indivise des parties à hauteur de 50% chacune. Selon un autre article, le droit exclusif d'exploitation du « Master » avait été dévolu aux coproducteurs qui ont seuls le droit de fabriquer, vendre, diffuser ou faire diffuser et, d'une manière générale, exploiter par tous moyens, sur tous supports dans le monde entier le 'master', et ce sans limitation de durée.

Il apparaît ainsi que le terme 'master' utilisé par les parties désigne tout à la fois l'œuvre dans sa version définitive et le support matériel destiné à la reproduction en série de cette œuvre. La disparition du fichier piste par piste ne pouvait en conséquence équivaloir à celle du master. Par ailleurs, la détention du master ne s'inscrivait pas en tant qu'obligation dans le cadre du contrat de coproduction, si bien que la disparition litigieuse ne pouvait entraîner la résiliation dudit contrat.

> [Télécharger la décision ici](#)

Exploitation graphique de l'œuvre musicale

Contrat d'édition musicale

En matière d'exploitation d'œuvres musicales, l'article L 132-11 du Code de la Propriété Intellectuelle pose que l'éditeur est tenu d'effectuer ou de faire effectuer la fabrication selon les conditions, dans la forme et suivant les modes d'expression prévus au contrat. La grande majorité des contrats d'édition musicale stipule que l'éditeur s'engage envers l'auteur à assurer à l'œuvre musicale une diffusion commerciale conforme aux usages et une reproduction graphique de l'œuvre.

Partitions en ligne

Se prévalant de ces dispositions, un auteur a reproché à son éditeur ne n'avoir pas réalisé d'impression graphique de ses œuvres. Or, les juges ont considéré que l'exploitation des œuvres musicales revêt aujourd'hui un caractère secondaire compte tenu du développement d'autres formes d'édition notamment phonographiques et qu'est suffisante la présence

des partitions desdites œuvres sur des sites internet spécialisés tels que planetepartitions.com.

> [Télécharger la décision ici](#)

Protection d'un modèle de chaussure

Protection par les droits d'auteur

Les dispositions de l'article L.112-1 du Code de la Propriété Intellectuelle protègent par le droit d'auteur toutes les œuvres de l'esprit, quels qu'en soient le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination, pourvu qu'elles soient des créations originales. Selon l'article L.112-2, 14° du même Code, sont considérées notamment comme œuvres de l'esprit les créations des industries saisonnières de l'habillement et de la parure.

Modèle de chaussure original

L'originalité de modèles de chaussures peut résider dans le choix de matières, de proportions, de formes et la combinaison d'éléments, même déjà connus, mais selon un agencement particulier, qui confère à l'ensemble une physionomie propre et traduit un parti pris esthétique reflétant l'empreinte de la personnalité de son auteur.

> [Télécharger la décision ici](#)



Fiches du mois

A consulter dans le guide en ligne

- Pouvoirs de sanction de l'ARCEP
- Spamming sur terminal mobile
- Vidéosurveillance en milieu professionnel
- Régime du troc en ligne
- Honnêteté des programmes TV



Contrats du mois

A consulter en ligne

- Convention bilatérale de production
- Assignation en liquidation judiciaire
- Bail commercial (conforme à la loi Pinel) (*)
- Bail précaire (conforme à la loi Pinel) (*)
- Contrat de vidéoprotection (*)

(*) Sur abonnement Uplex.fr

