

REVUE ACTOBA

www.actoba.com | JANVIER 2015 - II



EMAILS
& Licenciement du salarié

JEU TELEVISE
Protection juridique

DROIT A L'IMAGE
Cession tacite

PUBLICITE ILLICITE
Darty c/ Saturn

BOURSE EN LIGNE
Affaire boursorama

JOURNALISTE
Définition et critères

Le juridique au service des opérationnels ...

FOCUS

AdWords & concurrence déloyale

N° 218

3 Communication électronique

Emails moqueurs du salarié
 Dénigrement par email
 Dénomination sociale sur AdWords
 Responsabilité de Boursorama
 Mot de passe et signature électronique
 Preuve de l'horodatage
 Renvoi aux conditions générales en ligne
 Programmes de flux sur internet

9 Audiovisuel / Cinéma

Protection d'un jeu télévisé
 Cession de droits sur un synopsis
 Reddition des comptes audiovisuels
 Image des défunts dans les documentaires
 TV : cession tacite du droit à l'image
 Image des personnes dans les reportages
 Contrat d'adaptation audiovisuelle
 Libre choix de l'auteur audiovisuel

14 Pub. / Presse / Image

Publicité comparative : Darty c/ Saturn
 Publicité : l'accord préalable du photographe
 Vie privée des paparazzis
 Contrat de travail avec un photographe ?
 Image des sociétés dans les reportages TV
 Image des modèles photo
 Critères du journaliste de presse
 Correspondant local de presse ou journaliste

19 Propriété intellectuelle

Publier un recueil d'œuvres
 Missions de l'arrangeur musical
 Affaire Lacoste
 Refonte d'ouvrage et droit moral
 Protection de la signature de Picasso
 Marques dans les livres
 Protection du nom de cheval Jappeloup

FICHES DU MOIS

22

Le must carry
 La rémunération des auteurs
 TVA et production audiovisuelle
 Contrat de partenariat
 Contrat de commande pour la publicité

CONTRATS DU MOIS

22

Contrat de coproduction de clip (*)
 Contrat de vente de spectacle (*)
 CGV | Assurance de responsabilité (*)
 Promesse de cession d'actions (*)
 CGV de vente en ligne (*)

(*) 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 ...

Emails moqueurs du salarié

Dans ce litige opposant un ancien salarié à son employeur, des dissensions étaient apparues entre le directeur général et le salarié, responsable d'antenne. L'examen des termes moqueurs, ironiques, agressifs et effectivement offensants que le salarié a adoptés dans les échanges avec son supérieur hiérarchique montre qu'ils dépassaient largement le cadre de la liberté d'expression ou de la critique constructive et révèlent de sa part une absence de discernement sur les limites qui s'imposaient à lui, les propos tenus relevant manifestement du dénigrement, de la remise en cause des compétences, de la crédibilité et de la légitimité de son supérieur hiérarchique en tant que directeur général. Le licenciement pour cause réelle et sérieuse du salarié était dans ces conditions donc justifié.

> [Télécharger la décision ici](#)

Dénigrement par email

Limites de la liberté d'expression

Il convient d'être prudent en matière de liberté d'expression lorsqu'une procédure judiciaire est engagée contre un concurrent. Une association qui incite ses adhérents et clients à envoyer des messages de protestations à une société « concurrente » et à lui retirer sa clientèle au motif qu'elle a engagé une action judiciaire à son encontre, s'expose à une condamnation pour dénigrement.

Faute et dénigrement

Une association commise une faute au sens de l'article 1382 du code civil, constitutive d'une concurrence déloyale ayant pour objet ou effet de retirer à une société sa clientèle et de submerger sa messagerie électronique de messages malveillants en la dénigrant publiquement pour l'avoir assignée en procès.

> [Télécharger la décision ici](#)

Dénomination sociale sur AdWords

Concurrence déloyale non applicable

Les mêmes principes s'appliquent en matière de reprise de marques ou de dénominations sociales sur Google AdWords. Ne commet pas d'actes de concurrence déloyale, une société qui fait l'acquisition auprès des gestionnaires de moteurs de recherches d'AdWords, des mots clefs reprenant le nom d'une association concurrente.

Absence de risque de confusion

Il appartient à l'association dont la dénomination a été réservée à titre de mot clef sur AdWords, de démontrer que la société concurrente a entretenu une confusion en achetant son nom comme mot-clé dans le système 'Adwords'. En l'espèce, l'internaute moyen n'avait aucun motif de penser que l'annonce commerciale de la société affichée sur la page des résultats de recherches visant l'association provenait d'une entreprise liée à cette dernière. Il n'y avait donc aucun risque de confusion dans l'esprit du consommateur qui se trouvait en présence de deux annonces concurrentes concernant des opérateurs économiques dont la dénomination est distincte.

> [Télécharger la décision ici](#)

Responsabilité de Boursorama

Devoir d'information insuffisant

La responsabilité du site Boursorama a été retenue à l'égard d'un particulier investisseur ayant essuyé d'importantes pertes financières. Le site boursier a manqué à son obligation de conseil et d'information. S'il apparaissait que le particulier investisseur s'inscrivait dans un projet de gestion dynamique de son compte et manifestait la volonté de spéculer sur les valeurs mobilières composant son comptes titres et à son PEA, les questions posées par la société

BOURSORAMA pour cerner son profil investisseur ont été considérées comme très globales et imprécises.

Le questionnaire en cause ne distinguait pas selon les marchés financiers ni selon les produits financiers d'investissement envisagés par le client. Il était également lacunaire dans la mesure où il ne posait aucune question sur le montant des ordres passés habituellement par le client, la répartition de son portefeuille boursier et le montant des sommes qu'il aurait pu perdre en bourse, sur la gestion individuelle ou sous mandat de son portefeuille, sur sa situation patrimoniale précise.

La société BOURSORAMA n'a pas davantage tenu compte de l'horizon de placement indiqué par son client, ni de la fréquence des passages d'ordres indiquée par lui, lorsqu'il est passé d'une fréquence de cinq ordres par mois annoncée à celle de six ordres en moyenne par jour.

Le fait que le particulier investisseur soit diplômé de l'Ecole nationale des Ponts et chaussées et qu'il soit fort expérimenté en informatique, ne suffit pas à lui conférer la qualité de professionnel averti de la finance, qu'il n'est certainement pas.

Insuffisante évaluation du client

La société BOURSORAMA n'a pu échapper aux conséquences de l'insuffisance de l'évaluation du profil d'investisseur du particulier à laquelle elle a procédé, en admettant en dernière analyse qu'elle a classé son client dans la catégorie des non-professionnels.

En l'espèce, ils s'agissait d'investissements sur des warrants, or ces derniers sont des options particulières, d'achat ou de vente, (call warrant, put warrant) émises par les banques et ayant le statut juridique de valeurs mobilières. Ils comportent le droit pour l'investisseur d'acquérir les titres sous-jacents, ce qui les distingue des 'turbos' qui ne permettent pas d'exercer ce droit, et ils apparaissent comporter un effet de levier moindre que les 'turbos'.

Selon les juges, la société BOURSORAMA a semé la confusion sur la description de ses produits, et ne l'a pas informé des caractéristiques des produits structurés dérivés et des risques y afférents.

Il résulte en conséquence incontestablement des éléments de la cause que la société BOURSORAMA

a : i) insuffisamment apprécié le profil de risque de l'investisseur et sa volonté d'intervenir sur le marché des produits dérivés ; ii) manqué à son obligation de faire souscrire à au client, dès le début de leurs relations, un contrat d'ouverture de compte produits dérivés complémentaire de son compte titres ordinaire et mentionnant que celui-ci s'est bien vu remettre la note d'information afférente au marché des produits dérivés.

> [Télécharger la décision ici](#)

Mot de passe et signature électronique

Signature électronique du client

A propos de la passation d'ordres en ligne, les juges ont reconnu la validité juridique de la clause suivante : « la banque en ligne attribue au titulaire du compte un identifiant et un mot de passe personnels, que le titulaire s'engage à maintenir secrets et à utiliser pour son usage propre et individuel. Le titulaire reconnaît que la saisie successive de son identifiant et de son mot de passe a la même valeur qu'un écrit au sens de l'article 1316 du code civil, que cette double saisie permet l'identification du client et prouve le consentement de ce dernier aux opérations effectuées, permettant l'imputation à son compte. Elle assure également la sécurisation des opérations en rendant très difficile toute intrusion. »

Contestations vaines du client

Le client était donc mal venu à persister en sa contestation de la passation des ordres de bourse en ligne, alors qu'il n'a jamais contesté aucun des avis d'opéré qui lui ont été systématiquement communiqués après chaque transaction et auxquels il avait en permanence accès sur le site en cause (site de bourse en ligne).

> [Télécharger la décision ici](#)

Preuve de l'horodatage

Convention de preuve avec le client

Est parfaitement valide la clause d'un prestataire de bourse en ligne instaurant une convention de preuve entre les parties et supposant la validité à titre de preuve avec le client, des journaux de transactions informatiques : « Les enregistrements utilisés constitueront la preuve des instructions données et de l'imputation au compte des opérations correspondantes. Il est ajouté que l'enregistrement fera foi en cas de litige entre les parties ».

Absence de clause abusive

Ces stipulations définissant les modes de preuve de la réception des ordres par le prestataire, répondent aux exigences du règlement général de l'autorité des marchés financiers, qui n'impose aucun mode de preuve spécifique et n'exige pas l'intervention d'un tiers pour le contrôle et la garantie de réalisation des opérations. Dès lors il ne peut être relevé dans les dispositions contractuelles une convention abusive sur la preuve.

Contestation sans succès d'un listing Atos

Pour contester avoir passé ses ordres de bourse, le client ne pouvait être admis à contester sans justification un document émanant du partenaire contractuel officiel de la société BOURSORAMA (Atos), société de renommée internationale spécialisée dans les services transactionnels de haute technologie, apportant son concours à la société BOURSORAMA comme à de très nombreux établissements financiers. De surcroît, la société BOURSORAMA démontrait avoir satisfait aux dispositions de l'article R533-10-5 du code monétaire et financier applicables à compter du 1er novembre 2007.

> [Télécharger la décision ici](#)

Renvoi aux conditions générales en ligne

Acceptation des CGV en ligne

Dans cette affaire, la pratique du renvoi aux conditions générales en ligne a été validée. Un client ayant passé des ordres de bourse, contestait avoir reçu les conditions générales qu'il n'avait pas signées et entendait se les voir déclarer inopposables. Or, la convention conclue entre le prestataire et le client portait la mention suivante : « Je déclare avoir reçu, pris connaissance et accepté toutes les clauses de conditions générales BOURSORAMA BANQUE et de la brochure tarifaire dont un exemplaire de chaque m'a été remis ou que j'ai consulté directement sur le site Internet de BOURSORAMA BANQUE. Je reconnais comme preuve, pour le passage de mes instructions sur Internet, les modalités mises en place par BOURSORAMA BANQUE. »

Services d'investissement en ligne

La convention de service écrite que doit passer le prestataire de services d'investissement avec son client n'est soumise à aucun formalisme particulier. C'est donc à juste titre que le Tribunal a estimé que la convention d'ouverture de compte versée aux débats, signée par le client sous la mention susvisée, suffit à établir que le client a pris connaissance et a accepté les conditions générales relatives à l'ouverture du compte.

> [Télécharger la décision ici](#)



Programmes de flux sur internet

Le simple fait de diffuser les programmes de l'entreprise de communication audiovisuelle sans son autorisation constitue un acte de contrefaçon (sans compter l'application du droit d'auteur sur chaque émission TV). Dans l'affaire Playmedia contre France Télévisions, La société Playmédia a tenté sans succès de bénéficier du régime du mustcarry que lui a refusé la société France Télévisions.

Absence de must carry

La société Playmédia n'avait pas obtenu et n'a d'ailleurs toujours pas obtenu l'autorisation de la société France Télévisions de diffuser l'ensemble des programmes diffusés sur les chaînes de télévision publique, elle ne dispose d'aucun contrat pour ce faire et la décision du CSA rendue le 23 juillet 2013, et acceptée par les deux parties montre à l'évidence que la société Playmédia n'avait pas le droit de diffuser les services édités par la société France Télévisions, qu'elle devait cesser de le faire avant la fin de l'année et utiliser le délai pour se mettre en conformité avec les dispositions légales applicables.

Propriété des droits voisins des radiodiffuseurs

Un radiodiffuseur bénéficie en France, sur l'ensemble de ses programmes (c'est-à-dire sur le signal diffusant ses chaînes, indépendamment de leur contenu), du droit voisin reconnu aux entreprises de communication audiovisuelle par l'article L. 216-1 du code de la propriété intellectuelle, qui dispose : « Sont soumises à l'autorisation de l'entreprise de communication audiovisuelle la reproduction de ses programmes, ainsi que leur mise à la disposition du public par vente, louage ou échange, leur télédiffusion, et leur communication au public dans un lieu accessible à celui-ci moyennant paiement d'un droit d'entrée »

Aux termes de l'article L. 122-2 du code de la propriété intellectuelle: « La télédiffusion s'entend de la diffusion par tout procédé de télécommunication de sons, d'images, de documents, de données et de messages de toute nature. »

Cette définition large recouvre donc toute forme de diffusion sur l'internet ce qu'ont confirmé les décisions rendues sur ce point reconnaissant que la télédiffusion telle que visée à l'article L. 216-1 du code de la propriété intellectuelle, couvre la retransmission en direct ou streaming sur l'internet, à destination des internautes, des programmes diffusés par les chaînes de télévision.

La société France Télévisions bénéficie en France sur l'ensemble des programmes des droits voisins reconnus aux entreprises de communication audiovisuelle par l'article L. 216-1 du code de la propriété intellectuelle.

Cette protection est indépendante de la qualité d'oeuvre ou de l'originalité des contenus diffusés. La seule exigence posée par la loi, les conventions internationales applicables et le droit de l'Union européenne, est celle d'une diffusion de programmes par un service de télévision.

Le programme est une notion plus large que celle d'oeuvre et en particulier il n'est pas exigé la démonstration de l'originalité du programme ce qui en fait un droit voisin. Il se définit comme un ensemble construit de signes, sons et images qui fait l'objet d'une diffusion par l'entreprise de communication audiovisuelle. Le droit de cette dernière naît ainsi de la diffusion des signaux, peu important que le contenu ait été créé par elle ou par un tiers, ce droit voisin visant à protéger les investissements engagés par l'entreprise aux fins de permettre la communication au public de divers contenus.

Les droits de communication au public ne sont pas restreints à la seule communication au public dans un lieu accessible à celui-ci moyennant paiement d'un droit d'entrée mais couvre bien tous les modes de communication au public moyennant un droit d'entrée en l'espèce une taxe de la redevance pour les chaînes diffusées par la société France Télévisions.

Position de la CJUE

La Cour de justice de l'Union européenne dans son rendu le 7 mars 2013 dans l'affaire ITV Broadcasting Ltd. e.a. / TVCatchup Ltd (C607/11) a confirmé cette

interprétation et dit pour droit que : « La notion de «communication au public», au sens de l'article 3, paragraphe 1, de la directive 2001/29/CE du Parlement européen et du Conseil, du 22 mai 2001, sur l'harmonisation de certains aspects du droit d'auteur et des droits voisins dans la société de l'information, doit être interprétée en ce sens qu'elle couvre une retransmission des oeuvres incluses dans une radiodiffusion télévisuelle terrestre — qui est effectuée par un organisme autre que le radio-diffuseur original, — au moyen d'un flux internet mis à disposition des abonnés de cet organisme qui peuvent recevoir cette retransmission en se connectant au serveur de celui-ci – bien que ces abonnés se trouvent dans la zone de réception de ladite radiodiffusion télévisuelle terrestre et puissent recevoir également celle-ci sur un récepteur de télévision. »

La société France Télévisions dispose donc bien des droits voisins de communication au public de ses programmes de télévision.

Droits des producteurs sur les émissions TV

En sus des droits voisins des télédiffuseurs, les auteurs et producteurs de contenus diffusés bénéficient sur les oeuvres audiovisuelles qu'ils créent, produisent ou co-produisent (journaux d'information, documentaires, magazines, téléfilms, films), de droits d'auteur protégés par le code de la propriété intellectuelle et les conventions internationales en vigueur (notamment la Convention de Berne du 9 septembre 1886 modifiée, le Traité OMPI de 1996 sur le droit d'auteur et l'accord ADPIC de 1993) pour autant que celles-ci répondent au critère d'originalité.

Or l'article L. 122-1 du code de la propriété intellectuelle dispose: « Le droit d'exploitation appartenant à l'auteur comprend le droit de représentation et le droit de reproduction. »

L'article L.122-2 ajoute: « La représentation consiste dans la communication de l'oeuvre au public par un procédé quelconque, et notamment : 1° Par récitation publique, exécution lyrique, représentation dramatique, présentation publique, projection publique et transmission dans un lieu public de l'oeuvre télédiffusée ; 2° Par télédiffusion. La télédiffusion s'entend de la diffusion par tout procédé de télécommunication de sons, d'images, de documents, de données et

de messages de toute nature. Est assimilée à une représentation l'émission d'une oeuvre vers un satellite. »

La société France Télévisions est donc également présumée titulaire des droits d'auteur sur les émissions qu'elle a produites elle-même et notamment sur les journaux d'information, documentaires, magazines, téléfilms, films.

Droits voisins des producteurs de vidéogramme

Les producteurs de contenus audiovisuels bénéficient enfin, au regard de l'ensemble de oeuvres audiovisuelles diffusées qu'ils produisent, des droits voisins du producteur de vidéogrammes reconnus aux producteurs d'oeuvres audiovisuelles par l'article L. 215-1 du code de la propriété intellectuelle, qui dispose : « Le producteur de vidéogrammes est la personne, physique ou morale, qui a l'initiative et la responsabilité de la première fixation d'une séquence d'images sonorisée ou non. L'autorisation du producteur de vidéogrammes est requise avant toute reproduction, mise à la disposition du public par la vente, l'échange ou le louage, ou communication au public de son vidéogramme ».

La communication au public couvre également la diffusion à destination du public sur le réseau internet, ce que confirme le considérant 23 de la directive 2001/29/CE du 22 mai 2001 : « La présente directive doit harmoniser davantage le droit d'auteur de communication au public. Ce droit doit s'entendre au sens large, comme couvrant toute communication au public non présent au lieu d'origine de la communication. Ce droit couvre toute transmission ou retransmission, de cette nature, d'une oeuvre au public, par fil ou sans fil, y compris la radiodiffusion. Il ne couvre aucun autre acte. »

En conséquence, toute diffusion sur le réseau internet de programmes d'un organisme de radiodiffusion, d'oeuvres protégées par le droit d'auteur incluses dans ces programmes, ou de fixation de ces oeuvres également incluses dans ces programmes, est soumise à l'autorisation préalable des ayants droit concernés, et en l'espèce de la société France Télévisions pour les droits qu'elle détient sur ces éléments.

Application de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986

Ainsi si la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 sur la

liberté de communication, qui établit le régime du must-carry, indique que: « La communication au public par voie électronique est libre » , elle précise que : « L'exercice de cette liberté ne peut être limité que dans la mesure requise, d'une part, par le respect de la dignité de la personne humaine, de la liberté et de la propriété d'autrui,... ». Or le Conseil Constitutionnel, dans sa décision 2006-540 DC du 27 juillet 2006 a jugé que les droits d'auteur et les droits voisins étaient des droits de propriété protégés en tant que tels par la Constitution.

C'est d'ailleurs la raison pour laquelle la réglementation du régime du must carry prévoit la conclusion d'un contrat avec les titulaires de droits afin de préserver les droits des éditeurs sur les programmes diffusés et ceux des titulaires des droits sur les oeuvres cédés en vue de leur exploitation sur leur réseau à certaines conditions. L'article 2-1 de la loi précise : Pour l'application de la présente loi, les mots : « distributeur de services » désignent toute personne qui établit avec des éditeurs de services des relations contractuelles en vue de constituer une offre de services de communication audiovisuelle mise à disposition auprès du public par un réseau de communications électroniques au sens de l'article L.32 du code des Postes et communications électroniques. Est également regardée comme distributeur de services toute personne qui constitue une telle offre en établissant des relations contractuelles avec d'autres distributeurs.

Il ressort clairement de ce texte que le distributeur de services ne peut proposer de diffuser les services de communication audiovisuelle d'un éditeur qu'une fois un contrat conclu entre les deux parties. En l'espèce, aucun contrat n'a été conclu avec la société Playmédia.

Le must carry n'est pas un régime mis en place pour permettre l'accès des utilisateurs finals sans s'assurer du respect des droits de propriété intellectuelle.

> [Télécharger la décision ici](#)



Protection d'un jeu télévisé

Projet d'émission TV

Dans cette affaire opposant la société Endemol à un auteur, les juges ont eu l'opportunité de rappeler que les idées sont de libre parcours. Un jeu télévisé peut être protégé par les droits d'auteur s'il est original. En effet, au titre 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 ».

Si un projet d'émission, aussi appelé format, ne fait pas partie des catégories d'oeuvres de l'esprit énumérées par l'article L.112-2 du Code de la propriété intellectuelle, les oeuvres audiovisuelles visées dans le 6° de cet article renvoyant manifestement non à un projet mais à une oeuvre constituée d'images déjà captées, il est toutefois constant que cette énumération n'est pas limitative.

Un projet ou format d'émission peut donc constituer une oeuvre de l'esprit originale à condition que celui qui invoque la protection au titre des droits d'auteur d'une part la décrive avec suffisamment de précision pour permettre d'identifier la création en cause, et ce tant ce qui concerne son déroulement et ses mécanismes que ce qui touche à son aspect formel tenant par exemple au décor, au cadrage, au positionnement des protagonistes, à la bande son, au code couleur et d'autre part démontre qu'elle résulte de partis pris créatifs exprimant la personnalité de leur auteur et qui lui confèrent un caractère original.

En matière de droits d'auteur, la notion d'antériorité en tant que telle est indifférente en droit d'auteur, seule la preuve du caractère original étant exigée comme condition de l'octroi de la protection au titre du livre premier du Code de la propriété intellectuelle. Les antériorités opposées ne sont déterminantes que dans la mesure où elles établissent que le projet d'émission ne présente pas de caractère original, parce qu'il ne ferait que reproduire sans effort créatif ce qui était déjà connu.

Absence de protection d'un jeu télévisé

Dans cette affaire, le jeu télévisé articulé autour du concept suivant a été jugé original : « un jeu télévisé de questions-réponses portant sur la culture générale mais dans lequel le but des candidats n'est pas d'apporter la réponse exacte à la question posée mais de trouver la réponse qui a été donnée par un panel de 1000 personnes représentatif de la population française préalablement interrogé, en cherchant en outre à fournir la réponse la moins citée par ledit panel, puisque le candidat est récompensé par une somme en euros constituée par la différence entre 100 et la proportion exprimée en pourcentage de membre du panel ayant donnée cette réponse. En conséquence moins la réponse a été citée par le panel plus le gain est important. En revanche, donner une réponse qui n'a pas été citée par le panel ou qui a été citée par moins de 2% entraîne une pénalité. »

Ce jeu revêt un caractère original tenant à ce principe consistant à ce que la bonne réponse soit non pas la réponse exacte qui n'est plus donnée à l'issue du jeu qu'à titre informatif, mais les réponses les moins proposées par le panel et donc a priori les plus extravagantes.

En outre l'auteur a effectué de nombreux choix arbitraires pour définir en détail le déroulement du jeu, son organisation, sa mise en scène en décrivant précisément les pupitres des candidats ainsi que l'enchaînement des séquences ou les interventions du meneur de jeu et les prises de paroles, de sorte que le principe original du jeu a été formalisé pour être mis en oeuvre, en retenant une combinaison de solutions qui prise isolément sont certes banales pour faire partie du fond commun des éléments d'un jeu télévisé de questions-réponses mais dont la combinaison confère à l'ensemble une configuration propre. En conséquence le projet de jeu « EXCELLENTE ERREUR » bénéficie de la protection au titre du droit d'auteur.

> [Télécharger la décision ici](#)

Cession de droits sur un synopsis

Une cession complète de droits d'auteur sur un synopsis emporte nécessairement le droit de présenter ce synopsis aux télédiffuseurs. Les juges ont ainsi validé une cession des droits d'auteur sur un synopsis de l'épisode du téléfilm « l'homme de la situation ». Les clauses des contrats stipulaient une cession, pendant une durée de 30 ans, des droits d'adaptation du texte et de l'oeuvre, de reproduction, d'adaptation, de représentation, d'utilisations secondaires et dérivées. Les auteurs, en leur qualité de professionnels ne pouvaient pas ignorer que la commande par les sociétés de productions de synopsis induisait leur présentation future à des télédiffuseurs.

> [Télécharger la décision ici](#)

Reddition des comptes audiovisuels

En application de l'article 1122 du code civil, les héritiers d'un auteur audiovisuel (ayants cause à titre universel), continuent la personne du de cujus et deviennent parties aux contrats conclus par le défunt. Les héritiers deviennent donc créanciers et débiteurs des droits et obligations de leur auteur en lien avec l'ensemble des contrats signés, de son vivant. Le producteur audiovisuel est tenu en sa qualité, de rendre des comptes aux héritiers et ce à compter du moment où ces derniers ont produit leur attestation de notoriété leur attribuant la qualité d'héritiers. La reddition de comptes doit couvrir toute la période suivant l'exploitation du film. Toutefois, un retard dans la production des comptes n'est pas suffisamment grave pour emporter la résiliation du contrat de production.

> [Télécharger la décision ici](#)

Image des défunts dans les documentaires

Affaire Christian POVEDA

Christian POVEDA a d'abord été un journaliste photographe reporter puis également un auteur réalisateur de documentaires engagés pour la télévision, s'intéressant particulièrement au phénomène de la violence chez les jeunes et à l'Amérique Latine. Ses deux activités étaient intimement liées, ses reportages photo lui fournissant le plus souvent les sujets de ses documentaires et tout le matériel photo pour leur promotion.

Son film, « LA VIDA LOCA », son premier film de long métrage pour le cinéma, est le fruit d'une enquête au coeur des Maras, le Maras 18 et le Maras Salvatrucha dit MS, deux gangs du Salvador qui se font la guerre avec une violence aveugle et destructrice.

Christian POVEDA a été assassiné par balles au Salvador, pays d'Amérique Latine, le 2 septembre 2009, de 4 balles dans la tête, par un membre du gang salvadorien dénommé « La 18 », peu de temps avant la sortie en salles de son dernier film « La Vida Loca », ce film, portant justement sur les membres de ce gang.

Image de Christian POVEDA

Les héritiers de Christian POVEDA ont poursuivi les producteurs de l'émission de télévision litigieuse « Spécial Investigation : Qui a tué Christian POVEDA ? » et la société CAPA PRESSE sur le fondement des articles 9, 16 et 1382 du code civil. Au cours de cette émission, a été reproduite pendant 5 secondes une séquence photographique représentant le cadavre de Christian POVEDA.

Les conjoints POVEDA faisaient valoir que la séquence litigieuse était une image émotionnellement intolérable parce que dégradante pour l'humanité de la personne représentée et qui leur a causé un préjudice personnel certain en ce qu'elle a fait ressurgir et aviver chez eux le traumatisme

“

et la peine immense qu'ils ont connue, et qu'ils continuent de connaître, suite aux circonstances très violentes de l'assassinat de Christian POVEDA.

Droit à l'information c/ Image des défunts

Les juges ont considéré que la publication de la photographie d'un cadavre ne constitue pas en soi une atteinte au respect dû au mort ou une atteinte à sa mémoire. En effet si cette publication répond aux nécessités de l'information et relève de la liberté d'expression, elle ne peut être restreinte.

En l'espèce, force est de constater que le documentaire traite de la façon dont l'enquête a été menée à la suite de l'assassinat de Christian POVEDA et montre les investigations menées par les deux journalistes qui ont traité le sujet. Il importe peu qu'un premier film de 26 minutes ait abordé le décès et le travail de Christian POVEDA en 2009 quelques jours après l'assassinat et été diffusé dans le cadre de l'émission Envoyé Spécial, Carnet de route d'une part car il ne s'agit pas du même sujet, et d'autre part car à supposer même qu'il s'agisse du même sujet, l'information n'est pas limitée à l'actualité mais concerne les thèmes sujets à débat dans la société et dans le monde en tenant d'apporter des éléments pour nourrir la réflexion des téléspectateurs. La condition relative à la nécessité de l'information était est donc remplie.

S'agissant d'éviter tout sensationnalisme, il convient de constater que le documentaire « Qui a tué Christian Poveda? » relate une enquête longue et minutieuse menée par deux journalistes amis et confrères de Christian POVEDA qui tenaient d'une part à rendre hommage à l'un des leurs qu'ils estimaient en montrant en quoi avait consisté son travail et de quel prix il l'a payé, et d'autre part en exposant la violence qu'il a côtoyée et qu'il a lui-même montré de façon crue pour la dénoncer.

Pour ce faire, ils ont centré leur enquête sur la façon dont l'enquête sur son assassinat a été menée, sur les risques qu'il avait pris et donc il était nécessaire de montrer l'image de son cadavre qui est le résultat de sa prise de risque, de la violence qu'il dénonçait et des rumeurs qui circulaient à son égard pour

le discréditer. Le sujet commence logiquement par montrer le mort sur lequel on va enquêter.

Pour autant ils ont choisi une image de Christian POVEDA qu'ils ont travaillée, éliminant toute trace de sang et faisant en sorte que le visage ne soit pas vu des spectateurs. Il n'est pas porté en l'espèce atteinte à la mémoire du mort en montrant la souffrance qu'il a subie car le but est la dénonciation de cette souffrance et la réalisation ne participe d'aucun sensationnalisme ou voyeurisme. Au contraire, la violence de l'image est bien moindre que celle des images filmées par Christian POVEDA et exposées dans son film.

Il y a donc eu une proportion dans le choix du cliché qui n'a effectivement pas été fourni par la société LA FEMME ENDORMIE et prise en compte du respect dû au mort et au chagrin de sa famille.

En effet, le chagrin subi par la famille ne résulte pas de l'exposition de cette image ni du documentaire lui-même qui au contraire rend hommage à Christian POVEDA, mais de la perte de celui-ci et les circonstances violentes de sa disparition ne sont pas le fait des journalistes auteurs- réalisateurs de l'émission diffusée sur canal +. Les conjoints POVEDA ont donc été déboutés de leurs demandes.

> [Télécharger la décision ici](#)

TV : cession tacite du droit à l'image

Image des personnes

Une personne filmée a assigné sans succès pour violation de son droit à l'image, le producteur d'une émission ainsi que la SA France Télévisions, à la suite de la diffusion sur la chaîne France 3 d'un documentaire intitulé « hors-série, l'enfer des copropriétaires.

Cession tacite d'une autorisation de filmer

Il a été jugé que le comportement manifestement coopératif de la personne filmée que l'on voit s'adresser



directement à la caméra, répondre aux questions de la journaliste, se prêter à la prise de gros plans et porter un micro, ne permet pas d'opérer la moindre distinction entre la captation de son image, dont elle peut difficilement prétendre qu'elle ne l'a pas tacitement autorisée et celle de sa diffusion qu'elle aurait catégoriquement refusée, ce qui impliquerait de façon totalement invraisemblable que l'équipe de tournage ait accepté de réaliser la scène litigieuse sachant qu'elle ne serait jamais diffusée. L'autorisation tacite donnée par le particulier portait donc tant sur la captation de son image que sur sa diffusion.

> [Télécharger la décision ici](#)

Image des personnes dans les reportages

Reportage sur les services d'urgence

A l'occasion d'une dispute conjugale à son domicile parisien, une personne, s'est, dans un moment d'énerverment, blessée à la tête avec un verre ce qui a provoqué sa chute et une perte de connaissance. Son compagnon a appelé les pompiers lesquels sont intervenus accompagnés d'un cameraman travaillant à un documentaire sur les missions et l'activité des sapeurs pompiers de Paris. La vidéo de cette intervention au domicile du particulier été intégrée à ce reportage diffusé sur la chaîne de télévision France 2, ainsi qu'en streaming sur le site internet de la chaîne.

Personnes reconnaissables

La personne accidentée filmée a poursuivi la chaîne en faisant valoir que si son visage et celui de son compagnon ont été floutés, ils étaient reconnaissables par leur silhouette et par leur voix qui n'a pas été modifiée. La victime soulignait en outre que l'intérieur de son domicile était reconnaissable par son mobilier et qu'en outre, apparaît à l'écran son manteau, qui est une création originale reconnaissable. Elle a produit aux débats les attestations de trois personnes qui affirmaient avoir, par ce biais, été informées de l'accident dont elle a été victime.

Atteinte à la vie privée

Il apparaît de ce reportage que le visage de la victime a été flouté, qu'elle est représentée allongée au sol, souffrant et le spectateur l'entend exprimer sa douleur, sans que, bien que non modifiée, sa voix en raison de la douleur qui l'étreint ne soit pas clairement reconnaissable. Cependant, et ainsi que le précisent les trois personnes qui attestent l'avoir reconnue, l'ensemble constitué de sa silhouette, de celle de son compagnon, qui évoque la présence de sa fille, et de l'intérieur de son appartement – son aspect général, son agencement, son mobilier, même si certains de ces éléments ont été floutés -, y compris son manteau qui apparaît à l'écran, permet de reconnaître la victime. La victime était donc identifiable et recevable à se plaindre des atteintes portées aux droits que lui consacre l'article 9 du Code civil.

Quant à la nature des atteintes portées au respect dû à la vie privée, la victime a été représentée dans une situation où sa santé était en cause, que l'hypothèse d'une tentative de suicide était exprimée dans la présentation de cette intervention des sapeurs-pompiers ainsi que la dispute avec son compagnon, circonstances qui appartiennent à la sphère la plus intime de la vie privée. Le domicile appartient également de façon particulièrement prégnante à la sphère protégée de la vie privée.

Ces atteintes caractérisent le trouble manifestement illicite et l'urgence au sens des articles 808 et 809 du Code de procédure civile.

Liberté d'informer c/ Vie privée

C'est en vain que la chaîne et le producteur de l'émission ont invoqué la primauté du droit de savoir du public sur les droits de la personnalité. En effet, si le reportage litigieux, portant sur le travail et les missions des sapeurs pompiers de Paris, constituait un sujet d'intérêt général que le public était en droit de connaître, il ne saurait être considéré que ce droit devait prévaloir sur celui de la victime de ne pas souhaiter que l'accident dont elle a été victime et les difficultés qu'elle pouvait rencontrer dans un cadre strictement privé, à son domicile, soient

ainsi publiquement livrées. L'interrogation préalable de la demanderesse pour solliciter son accord à la diffusion de ces images ne paraît pas une exigence démesurée au regard de la mise en balance des droits de la personnalité et de ceux de la liberté d'expression.

> [Télécharger la décision ici](#)

Contrat d'adaptation audiovisuelle

Commande d'adaptation audiovisuelle

L'auteur d'une adaptation audiovisuelle est également considéré comme auteur si son travail est original. En l'espèce, un auteur, par échanges de lettre, s'est vu confier l'adaptation en français, en vue du doublage, du texte des huit épisodes d'une série télévisée. Le contrat en cause s'analysait en un contrat de commande, l'auteur ayant reçu des instructions concernant le style d'écriture et le registre de langage.

Aux termes de l'article L 112-3 du code de la propriété intellectuelle, les auteurs de traductions, d'adaptations, transformations ou arrangements des oeuvres de l'esprit jouissent de la protection instituée par le code sans préjudice des droits de l'auteur de l'oeuvre originale.

Application du droit d'auteur à l'adaptation audiovisuelle

L'auteur a procédé à l'adaptation en français qui lui était demandée selon les directives de la production, prestation soumise à la double contrainte de la fidélité au texte original, et des nécessités techniques du synchronisme. Cette adaptation du texte, que l'auteur a achevée en participant aux séances de vérifications, porte, malgré les contraintes citées ci-dessus, par le choix des mots, des expressions, des tournures de phrases, et les ajouts de texte, qui ne répondent pas exclusivement à des nécessités techniques, l'empreinte de la personnalité de son auteur, et constitue une oeuvre protégeable.

Conséquence importante de l'application du droit d'auteur : les modifications sur l'adaptation audiovisuelle doivent être validées par l'auteur. En l'espèce, en modifiant lors de l'enregistrement, sans l'autorisation de l'auteur, le texte d'adaptation, la société de production a porté atteinte à son droit moral.

> [Télécharger la décision ici](#)

Libre choix de l'auteur audiovisuel

Le fait pour un auteur de se voir confier l'adaptation audiovisuelle d'une première saison ne confère aucun droit à se voir confier l'adaptation des suivantes, le producteur et la société de doublage étant libres de choisir leurs prestataires. En l'espèce, il est constant qu'il y a eu, indépendamment des atteintes aux droits par ailleurs sanctionnées, mécontentement entre le producteur et l'auteur, qui avaient de nombreux points de désaccord, mécontentement qui a conduit à faire le choix d'un autre adaptateur pour les saisons 2 et 3 de la série TV en cause.

> [Télécharger la décision ici](#)



Publicité comparative : Darty c/ Saturn

Conditions de la publicité comparative

Dans cette affaire portant sur une publicité comparative effectuée sur le prix de vente de la Nintendo DS, les magasins Darty n'ont pas obtenu la condamnation de l'enseigne Saturn.

En application de l'article L 121-8 du code de la consommation «Toute publicité qui met en comparaison des biens ... en identifiant, implicitement ou explicitement un concurrent ou des biens ou services offerts par un concurrent n'est licite que si 1° elle n'est pas trompeuse ou de nature à induire en erreur, 2° elle porte sur des biens ou des services répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objectif, 3° elle compare objectivement une ou plusieurs caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives de ces biens ou services, dont le prix peut faire partie».

Conditions cumulatives de la publicité comparative

La publicité n'est licite que si elle répond aux trois conditions cumulatives posées par ce texte : i) la comparaison objective : l'exigence d'objectivité que rappelle le texte suppose que soient données au consommateur les informations sur les caractéristiques propres du produit de nature à justifier l'écart de prix vanté et l'avantage financier susceptible d'être réellement obtenu par le consommateur.

Sur le point du prix, ce dernier critère exerce sur l'acte d'achat d'un objet un empire «quasi-absolu» au détriment des autres paramètres, lorsque le prix est le seul critère retenu pour la publicité comparative, l'objectivité de la publicité implique que les personnes auxquelles elle s'adresse puissent avoir connaissance des différences de prix des produits comparés et des caractéristiques propres des produits de nature à justifier ces différences de prix. En l'espèce, les caractéristiques propres de la console Nintendo étaient connues du consommateur, les comparaisons ayant strictement le même objet. Il ne saurait y avoir obligation d'exposer au consommateur, au titre de l'objectivité, les paramètres

qui permettent de déterminer le prix de ces produits.

> [Télécharger la décision ici](#)

Publicité : l'accord préalable du photographe

Accord préalable du photographe

Même si un photographe cède ses droits d'auteur pour une exploitation de ses œuvres pour des supports publicitaires, il a la faculté de soumettre son accord préalablement à chaque cession.

En l'espèce, le photographe Willy Rizzo avait cédé ses droits incorporels sur son œuvre photographique demeurée en possession de l'éditeur au sein de ses archives. L'éditeur était donc investi de tous les droits de reproduction et de représentation sur cette œuvre « quelle qu'en soit la destination, éditoriale, publicitaire, commerciale ». Ces stipulations prévoyaient qu'en cas d'utilisation publicitaire d'un produit, l'exercice du droit de reproduction dont le cessionnaire se trouvait investi était soumis à une condition, à savoir le recueil de l'accord préalable et sous forme écrite de l'auteur qui se réservait ainsi le droit d'être associé à la négociation.

Utilisation publicitaire sans accord préalable

Des photographies de Brigitte Bardot prises par Willy Rizzo ayant été utilisées par la société Lancel à des fins publicitaires sans que l'éditeur ait obtenu un tel accord du photographe, une condamnation pour contrefaçon a été prononcée. L'éditeur, professionnel de l'édition de presse et censée être à même de percevoir et de lever toute équivoque au stade de la formation d'un contrat ressortant de son domaine d'activité, devait savoir ou ne pouvait ignorer, nonobstant ce qu'a pu lui écrire la société Lancel sur l'utilisation des photographies, qu'en lui concédant une licence d'exploitation de ses droits de reproduction pour des PLV (Publicité sur le Lieu de Vente), elle autorisait l'usage publicitaire de ces photographies. Or, il lui appartenait, pour exercer valablement le droit qui lui avait été cédé, de respecter les termes de la convention le liant à l'auteur et, plus

“

précisément, de recueillir préalablement son accord écrit.

Cette transgression de l'éditeur a causé un dommage à Monsieur Rizzo à qui la convention réservait le droit d'être associé à la négociation dans le cas d'une concession du droit d'exploitation de son oeuvre à des fins publicitaires (supplément de droits d'auteur en considération d'un tarif publicitaire conforme aux usages). Par ailleurs, le fait d'être associé à la négociation permettait à Willy Rizzo, qui s'était, par ailleurs, réservé un droit d'exploitation artistique, de s'assurer que son oeuvre n'était pas dépréciée.

La perte subie consécutive à la banalisation de ces photographies qui ont été ravalées au rang d'objets publicitaires a été prise en considération puisque, loin d'avoir été « sublimées » par cette campagne massive générant une visibilité hors normes, les photographies numérotées et signées qui pouvaient être exploitées conformément au droit d'exploitation artistique qui leur était réservé ont subi une dépréciation de leur valeur marchande, aucun tirage n'ayant d'ailleurs été vendu depuis la campagne Lancel.

> [Télécharger la décision ici](#)

Vie privée des paparazzis

Une journaliste, ancienne compagne d'un paparazzi a obtenu la condamnation d'un autre paparazzi pour atteinte à son image et à sa vie privée. Sur la page facebook et sur le compte twitter du paparazzi (concurrent de l'ancien compagnon de la journaliste), figurait un article illustré d'une photographie de sa personne, la montrant en buste de trois quart, l'article comportant également des propos désobligeants.

Atteinte à l'image

La photographie de la journaliste, prise à son domicile en train de cuisiner, est sans rapport aucun avec les propos poursuivis et a été publiée sans son autorisation et sans pouvoir être relié à un fait d'actualité ou à un sujet d'intérêt général. C'est donc à bon droit que les juges ont estimé que sa diffusion

avait causé un préjudice ouvrant droit à réparation.

Atteinte à la vie privée

Outre la révélation de l'adresse de la journaliste, le fait de mentionner également que la journaliste a été la compagne d'un paparazzi notoire dont elle a eu trois enfants, information qui n'était pas de notoriété publique, constitue aussi une atteinte à la vie privée, fautive au sens des articles 8 de la convention européenne des droits de l'homme et de l'article 9 du Code civil.

> [Télécharger la décision ici](#)

Contrat de travail avec un photographe ?

Un photographe ayant collaboré avec la REDOUTE a demandé sans succès la requalification de sa collaboration en contrat de travail.

Preuve du contrat de travail

L'existence d'une relation de travail ne dépend ni de la volonté exprimée par les parties ni de la dénomination qu'elles ont donnée à la convention, mais des conditions de faits dans lesquelles est exercée l'activité litigieuse. Il appartient en conséquence au juge d'examiner ces conditions de fait et de qualifier la convention conclue entre les parties, sans s'arrêter à la dénomination qu'elles avaient retenue entre elles.

Présomption de non salariat

Par ailleurs, ainsi qu'en dispose l'article L'8221-6 du code du travail, «sont présumé[s] ne pas être liés avec le donneur d'ordre par un contrat de travail dans l'exécution de l'activité donnant lieu à immatriculation ou inscription» notamment «les personnes physiques immatriculées au registre du commerce et des sociétés, au répertoire des métiers, au registre des agents commerciaux ou auprès des unions de recouvrement des cotisations de sécurité sociale et d'allocations familiales pour le recouvrement des cotisations d'allocations familiales», ainsi que, dans la rédaction de ce texte applicable au litige, soit celle antérieure à l'entrée en



vigueur de la loi du 2014-626 du 18 juin 2014 relative à l'artisanat, au commerce et aux très petites entreprises, «les personnes physiques relevant de l'article L'123-1-1 du code de commerce ou du V de l'article 19 de la loi n° 96-603 du 5 juillet 1996 relative au développement et à la promotion du commerce et de l'artisanat».

En l'occurrence, le photographe disposait d'un numéro SIRET mais n'entrait pour autant dans aucune des catégories visées par le code de commerce, dès lors qu'il n'était ni artisan, ni auto-entrepreneur, et qu'en tant que photographe indépendant n'ayant pas la qualité de journaliste professionnel, il n'était pas inscrit auprès des unions de recouvrement des cotisations de sécurité sociale et d'allocations familiales pour le recouvrement des cotisations d'allocations familiales, mais relevait des assurances sociales des artistes auteurs.

Exclusion du statut de reporter photographe

Le photographe ne pouvait se prévaloir des dispositions combinées des articles L'7111-1 et L'7111-4 du code du travail qui prévoient que le dit code est applicable notamment aux reporters-photographes, dès lors que ne sont concernés par ce texte que les photographes qui ont pour activité principale, régulière et rétribuée l'exercice de leur profession dans une ou plusieurs entreprises de presse, ce qui n'était nullement son cas.

> [Télécharger la décision ici](#)

Image des sociétés dans les reportages TV

Présomption d'innocence des sociétés

La société CHARAL a assigné sans succès les sociétés FRANCE TELEVISION, ECLECTIC PRODUCTION et ECLECTIC PRESSE estimant avoir été victime d'une atteinte à la présomption d'innocence en raison d'un reportage intitulé « La vérité si je mange », diffusé sur la chaîne de télévision FRANCE 5 ainsi que sur le site internet de rediffusion.

L'atteinte à la présomption d'innocence prévue par l'article 9-1 du code civil consiste en la présentation

publique d'une personne comme coupable de faits faisant l'objet d'une enquête, et suppose que l'écrit litigieux contienne des conclusions définitives manifestant un préjugé tenant pour acquise la culpabilité de la personne visée.

Absence d'atteinte à la présomption d'innocence

L'introduction générale du reportage litigieux relatait les manipulations et trafics dans le domaine alimentaire sans que les propos ne concernent plus particulièrement la société CHARAL. Si les commentaires sont entrecoupés de passage de publicité télévisée pour la marque CHARAL, celle-ci n'est pas expressément visée puisque le nom de CHARAL apparaît à l'écran suivi du nom d'autres enseignes.

S'il est exact que la suite du reportage fait référence à l'affaire dite 'COVI' qui est présentée comme une fraude dans la fabrication des produits alimentaires à base de viande, il est expressément indiqué que ni les vétérinaires ni les juges ni les industriels n'ont souhaité répondre aux questions du journaliste. Seul le représentant de l'association de consommateurs a pu être entendu. Contrairement à ce qu'affirme la société CHARAL, son statut de partie civile dans l'affaire relativise son propos, dont le spectateur sait qu'il ne peut attendre un avis objectif puisqu'il est partie au dossier.

Si le témoignage de l'expert recueilli téléphoniquement est certes très critique sur les pratiques de la société CHARAL, celui-ci est introduit, comme le souligne le tribunal, par des questions et commentaires du journaliste permettant au spectateur de comprendre qu'il s'agit de l'opinion de l'expert en l'état de l'enquête. Le journaliste a utilisé le conditionnel ainsi que des expressions marquant une volonté de prudence tel que 'selon ce vétérinaire'. De plus il clôture son propos par la mention que 'l'affaire est en attente de jugement'. L'ensemble de ces éléments est exclusif de la manifestation d'une opinion définitive du journaliste sur la culpabilité de la société CHARAL puisque il est bien spécifié dans ce documentaire que la justice est saisie et n'a pas encore statué.

Si l'absence de recherche du contradictoire a empêché le spectateur d'avoir la version de la société mise en



cause, cette carence n'est toutefois pas un élément constitutif déterminant de l'atteinte la présomption d'innocence dans la mesure où le documentaire ne contient pas de conclusions définitives manifestant un préjugé tenant pour acquis la culpabilité.

> [Télécharger la décision ici](#)

Image des modèles photo

Importance de l'écrit

Dans cette affaire, un modèle avait accepté de poser en tenue légère ou seins nus devant un photographe professionnel, lequel avait été dépêché à cette fin par la société SIPA PRESS. Pour autant, aucune des sociétés ayant utilisé les photographies en cause justifiait d'un accord sur les modalités de diffusion des photographies prises dans ce cadre, accord qui ne saurait résulter des seules déclarations effectuées par le photographe.

Les juges ont suivi l'argumentation du modèle selon laquelle les photographies sur lesquelles elle apparaissait seins nus ne devaient pas faire l'objet d'une exploitation commerciale, étant observé que la société EDITIONS NUIT ET JOUR a précisément choisi de publier une photographie « seins nus » dans la revue LE NOUVEAU DETECTIVE et non l'une des autres photographies en « tenue légère », par ailleurs largement publiées, notamment par internet.

Violation du droit à l'image

La société EDITIONS NUIT ET JOUR ne pouvaient donc se prévaloir d'une quelconque légitimité au motif que le modèle a elle-même accordé plusieurs interviews illustrées de photographies la représentant en tenue légère et accepté de participer à une émission télévisée en apparaissant dans celle-ci seins nus. Le modèle dispose en effet du droit de sélectionner les représentations d'elle dont elle veut bien qu'elles soient accessibles à autrui et de choisir le public auquel elle s'adresse au travers du support qu'elle estime adapté à ce choix.

> [Télécharger la décision ici](#)

Critères 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](#)

Correspondant local de presse ou journaliste

Selon l'article L7111-3 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, publications quotidiennes et périodiques ou agences de presse et qui en tire le principal de ses ressources.

Conformément à l'article 10 I de la loi n°87-29 du 27 janvier 1987 modifié par l'article 16 de la loi n°93-121 du 27 janvier 1993, le correspondant local de la presse régionale ou départementale, est un travailleur indépendant qui ne relève pas au titre de cette activité de l'article L7111-3 du code du travail mais contribue selon le déroulement de l'actualité, 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.

Requalification du contrat de correspondant local de presse

Un correspondant local de presse a obtenu la requalification de son contrat en celui de journaliste. Il fournissait au journal notamment des articles rédigés par ses soins et qui paraissaient sous sa signature. Certains de ces articles, illustrés de photographies, occupaient une page entière du journal et constituaient des reportages sur une activité ou un événement dans lesquels les propos de personnes interrogées par le correspondant étaient retranscrits. Son activité ne se limitait donc pas à la collecte d'information de proximité et sa contribution excédait un apport d'informations soumises à une vérification ou à une mise en forme préalable par un journaliste professionnel.

L'absence de vérification et/ou de mise en forme du travail du correspondant local de presse est un facteur de requalification de son contrat en celui de journaliste. Par ailleurs, la contribution du correspondant ne dépendait pas du déroulement de l'actualité mais était prédéterminée par le directeur de la publication. En l'espèce, l'activité du collaborateur était une activité régulière au sens des dispositions de l'article L7111-3 du code du travail. Cette activité était rémunérée et les avis d'imposition produits par le correspondant local démontraient qu'il s'agissait de sa seule source de revenus. Enfin, cette activité s'exerçait dans un lien de subordination à l'égard de l'éditeur.

> [Télécharger la décision ici](#)



Publier un recueil d'œuvres

Procéder à la publication d'un recueil de nouvelles suppose nécessairement d'obtenir la cession des droits de l'auteur. Le cas contraire, l'article L.122-4 du Code de la propriété intellectuelle trouve à s'appliquer: « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite ».

Dans cette affaire, une société d'édition a inséré, sans autorisation de l'auteur, une nouvelle dans un ouvrage collectif. Aucun contrat n'ayant été conclu concernant l'intégration de cette nouvelle, l'atteinte aux droits patrimoniaux de l'auteur a été retenue.

> [Télécharger la décision ici](#)

Missions de l'arrangeur musical

Distinction entre transcription et arrangement

La transcription de l'arrangement ou de l'orchestration sur une partition d'orchestre (score) d'où sont tirées les parties séparées individuelles destinées à l'exécution de chaque musicien et qui, selon les témoignages des musiciens présents aux enregistrements constitue une prestation technique et non pas une création protégée.

La prestation d'un musicien sur l'harmonisation et les introductions reprenant la mélodie s'analyse en un travail technique relevant d'un savoir-faire musical qui satisfait à un cahier des charges précis et contraignant de l'auteur-interprète des chansons (absence d'activité créatrice portant l'empreinte de sa personnalité ou d'« apport musical de création intellectuelle »).

Prestation d'arrangement

Le travail d'arrangeur qui comporte plusieurs phases (conception des arrangements à partir d'une mélodie existante, formalisation de l'oeuvre arrangée sur partition et, selon les personnalités, direction d'orchestre) est protégeable et protégé par l'article L 112-3 du code de la propriété intellectuelle qui prévoit que « les auteurs de traductions, d'adaptations, transformations ou arrangements des oeuvres de l'esprit jouissent de la protection instaurée par le présent code sans préjudice des droits de l'auteur de l'oeuvre originale (...) » ainsi que par l'article L 131-3 du même code relatif à la transmission du droit d'exploitation.

> [Télécharger la décision ici](#)

Affaire Lacoste

Cession de droits parfaite

Par contrat du 18 août 1988, l'artiste Vito TONGIANI a cédé contre rémunération à la FFT cinq statues en bronze à implanter dans l'enceinte du stade Roland Garros à Paris, ces statues représentant René LACOSTE, Jean BOROTRA, Jacques BRUGNON, Henri COCHET (les Mousquetaires) et Suzanne LENGLEN.

Par cet acte, monsieur TONGIANI a notamment cédé à la FFT l'intégralité de ses droits de représentation pour toutes les exploitations en deux dimensions, et a conservé « ses droits moraux et pécuniaires pour le cas où son oeuvre serait reproduite en trois dimensions ».

“

Par courrier, le directeur de la publication de la société LACOSTE a proposé à monsieur TONGIANI que pendant la quinzaine des internationaux de France les statues réalisées par le sculpteur représentant les mousquetaires soient habillées du polo Lacoste. En contrepartie, la société LACOSTE s'engageait à précommander 1500 exemplaires de la monographie consacrée aux statues afin d'en couvrir la publication ; elle s'engageait également à proposer aux boutiques LACOSTE l'achat de miniatures des statues.

Monsieur TONGIANI a apposé sa signature sous la mention « bon pour accord ». S'agissant des miniatures des statues, il a ajouté un astérisque correspondant à un renvoi en bas de page, précisant qu'il s'agissait de miniatures d'un tirage en bronze des maquettes originales de statues, et leurs dimensions. Il a également ajouté une mention sur l'engagement de la société LACOSTE à assurer une large communication sur son site, et demandé de « renvoyer un exemplaire signé avec les précisions ».

Monsieur TONGIANI était informé de la présentation qui allait être donnée à ces statues revêtues du polo Lacoste, les statues se trouvant sur la place des Mousquetaires et l'opération étant limitée à la quinzaine des Internationaux de France. L'accord entre monsieur TONGIANI et la société LACOSTE précisant le lieu, la durée et la destination de la cession, a bien respecté les dispositions de l'article L131-3 du code de la propriété intellectuelle et se trouvait pleinement opposable entre les parties.

> [Télécharger la décision ici](#)

Refonte d'ouvrage et droit moral

La publication par une société d'édition modifiant l'ouvrage initial d'un auteur sans son accord, ne constitue pas nécessairement une violation de son droit d'auteur. Un auteur a demandé aux juges (sans succès) de condamner son éditeur qui avait confié l'écriture de la nouvelle édition de son ouvrage à d'autres auteurs sans son autorisation. Le contrat d'édition stipulait qu'une « réimpression avec corrections » nécessitait

l'accord de l'auteur si la mise à jour était confiée à une autre personne de son choix. Mais, cette disposition contractuelle ne pouvait s'appliquer pour la nouvelle édition car il s'agissait non pas d'une « réimpression avec corrections » mais d'une refonte complète avec une autre méthode. L'éditeur n'avait donc pas violé ses obligations contractuelles en confiant la nouvelle édition à d'autres auteurs sans autorisation de l'auteur.

> [Télécharger la décision ici](#)

Protection de la signature de Picasso

Droits d'auteur et signature

Une signature est difficilement protégeable au titre des droits d'auteur, le dépôt à titre de marque se révèle plus efficace. Claude RUIZ PICASSO héritier de l'artiste a fait valoir sans succès que la signature de Pablo PICASSO constituait une oeuvre protégée par le droit d'auteur de par son graphisme original reconnaissable entre toutes autres signatures.

Le fait que la signature de Pablo PICASSO soit reconnaissable entre toutes n'est pas un élément d'accessibilité suffisant à la protection de droit d'auteur. Tout graphisme est unique et différent d'un autre graphisme. Il en est ainsi de l'écriture comme de la signature de chacun laquelle peut par ailleurs évoluer dans le temps.

Protection d'une signature

La signature est l'expression de la personnalité de chacun et permet son identification sans que pour autant il y ait une volonté délibérée de créer une oeuvre de l'esprit qui révèle non plus l'expression mais l'empreinte de la personnalité de l'auteur. Si la signature de PICASSO est l'expression de sa personnalité, les choix esthétiques opérés ne sont pas démontrés et le lien spirituel et intellectuel existant entre l'artiste et sa création n'est pas davantage explicité pour que la signature soit considérée comme une oeuvre de l'esprit.



La signature de PICASSO même si elle est reconnaissable de par son graphisme comme toute autre signature n'existe pas comme oeuvre en tant que telle mais sert à identifier voire à authentifier l'oeuvre sur laquelle elle est apposée. En tant que forme et non oeuvre de l'esprit, elle s'insère dans l'oeuvre pour en être indissociable. Claude RUIZ PICASSO es qualités était donc irrecevable à agir en droits d'auteur sur la signature de Pablo PICASSO.

> [Télécharger la décision ici](#)

Marques dans les livres

L'usage d'une marque dans un livre n'est pas assimilable un usage dans la vie des affaires.

Appréciation du risque de confusion

A propos du signe Jappeloup (déposé à titre de marque par un tiers et repris dans un livre), le tribunal a constaté que les signes en présence étant différents, c'est au regard de l'article L.713-3 du Code de la propriété intellectuelle, qui dispose que « sont interdits, sauf autorisation du propriétaire, s'il peut en résulter un risque de confusion dans l'esprit du public (...) b) 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 », qu'il conviendrait d'apprécier l'éventuelle contrefaçon.

Il y aurait lieu plus particulièrement de rechercher si, au regard d'une appréciation des degrés de similitude entre les signes et entre les services désignés, il existe un risque de confusion dans l'esprit du public concerné. Cependant, pour qu'il soit procédé à cette comparaison, c'est-à-dire pour qu'on examine l'atteinte éventuelle aux fonctions des deux marques opposées, encore faut-il s'assurer que le signe litigieux a bien été utilisé à titre de marque.

Or, il est manifeste qu'en apposant ce signe Jappeloup, l'auteur du livre en cause et son éditeur n'ont pas entendu identifier l'origine d'un produit, à savoir un livre,

pour permettre au consommateur de le distinguer de ceux mis sur le marché par la concurrence, ainsi que le ferait une marque, mais simplement appeler le cheval, personnage principal dudit récit, par son nom, comme tout chroniqueur du réel ne peut manquer de le faire.

> [Télécharger la décision ici](#)

Protection du nom de cheval Jappeloup

Un nom de cheval tout comme un nom d'animal est difficilement protégeable par les droits d'auteur. 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 ».

Toutefois, à part l'article L.112-1 du Code de la propriété intellectuelle qui 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, si elles sont des créations originales, les dispositions de l'article L.112-4 du même Code selon lesquelles « le titre d'une oeuvre de l'esprit, dès lors qu'il présente un caractère original, est protégé comme l'oeuvre elle-même » exigent aussi que cette originalité soit caractérisée avant que la contrefaçon éventuelle soit examinée.

Or, le simple nom d'un cheval, fut-il champion olympique en 1988 avec son cavalier, ne saurait constituer une oeuvre protégeable au sens de ce texte, car ne résultant pas d'un quelconque parti pris esthétique et ne révélant pas la moindre empreinte de la personnalité de son auteur;

> [Télécharger la décision ici](#)



Fiches du mois

A consulter dans le guide en ligne

Le must carry
La rémunération des auteurs
TVA et production audiovisuelle
Contrat de partenariat
Contrat de commande pour la publicité



Contrats du mois

A consulter en ligne

Contrat de coproduction de clip (*)
Contrat de vente de spectacle (*)
CGV | Assurance de responsabilité (*)
Promesse de cession d'actions (*)
CGV de vente en ligne (*)

(*) Sur abonnement Uplex.fr

