

REVUE ACTOBA

www.actoba.com | FEVRIER 2015 -II



MK2/KECHICHE
L'exclusivité du producteur

DROIT A L'OUBLI
& Internet

EMAILS
& Messagerie des avocats

FACEBOOK
& Vie privée

CAPTATION
Autorisation du comédien

COPE PRIVEE
Créance due

Le juridique au service des opérationnels ...

FOCUS

Contrat de placement de produits

N° 220

3 Communication électronique

Messagerie électronique des avocats
Pages jaunes en ligne : dol retenu
AdWords : risque de confusion retenu
Accord non formalisé de création de site
Droit à l'oubli sur Internet
Approvisionnement illicite sur Amazon
Responsabilité d'une régie en ligne
Contrefaçon de site internet
Vie privée sur Facebook

8 Audiovisuel / Cinéma

Contrat de placement de produit
Affaire MK2 / KECHICHE
Exclusivité du producteur
Responsabilité de l'agent artistique
Rémunération de l'artiste interprète
Contrat de captation audiovisuelle
Droit à la paternité du comédien
Journaliste ou chroniqueur TV

13 Pub. / Presse / Image

Droits du salarié graphiste
Reproduction accessoire d'œuvre d'art
Œuvre d'art : l'exception d'actualité
Courte citation photographique
Rupture du contrat d'agence
Cession des œuvres publicitaires
Allégations publicitaires : SEB c/ Philips
Exploitation de l'image de l'œuvre

18 Propriété intellectuelle

Protection du jean slim
Copie de gamme de couleurs
Pap c/ Pap auto
Copie privée : créance due
Protection des manuels d'utilisation
Action de la SACEM
Protection d'une maquette de livre
Musique des défilés de mode
Droit moral et musique

FICHES DU MOIS

24

Courtage de nom de domaine
Le contrat d'option | Cinéma
Contrefaçon en ligne
Dénigrement entre concurrents
Etiquetage des médicaments

CONTRATS DU MOIS

24

Contrat de cession de nom de domaine (*)
Contrat de location de jeu vidéo (*)
CGV entre professionnels (*)
Contrat de dépôt vente (*)
Autorisation de tournage (*)

(*) 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 ...

Messagerie électronique des avocats

Secret des correspondances

L'associé d'un cabinet d'avocat n'est pas en droit, sans l'autorisation du juge judiciaire, de consulter et utiliser à titre de preuve les emails (supposés insultants) de collaborateurs/trices, dès lors que les messageries en cause ne sont pas mis à la disposition par le cabinet (messagerie Gmail). L'arrêté du conseil de discipline de l'ordre des avocats du barreau de Paris a retenu que l'avocat associé avait manqué au principe de délicatesse et a en conséquence violé les dispositions de l'article 1.3 du règlement intérieur national, a été confirmé.

Dans cette affaire, après avoir pris connaissance de mails échangés entre ses deux collaboratrices sur leurs messageries électroniques privées, maître L. a mis fin à leurs contrats de collaboration libérale. Celles-ci se sont adressées à la commission d'arbitrage et dans le cadre de cette instance, l'avocate de l'une d'entre elles, a saisi la commission de déontologie à propos de la production desdits mails effectuée par maître L. lors de la phase de conciliation. La commission de déontologie a émis un avis en demandant le retrait des correspondances en cause. L'autorité de poursuite a décidé d'ouvrir une procédure disciplinaire à l'encontre de maître L. en ce qu'il aurait manqué aux principes essentiels de la profession d'avocat par violation du secret des correspondances privées et utilisation de celles-ci et en ce qu'il n'aurait pas respecté l'avis de la commission de déontologie en maintenant les courriers litigieux dans le cadre de l'instance d'arbitrage.

Par ailleurs, l'utilisation des pièces litigieuses est susceptible de constituer une faute déontologique, quel que soit le sort réservé à la procédure dans laquelle celle-ci a été effectuée, la nullité éventuelle de la procédure d'arbitrage ayant pour conséquence de dénuer de tout effet la production de ces pièces mais n'est pas susceptible de faire disparaître l'acte matériel d'usage reproché à maître L. Ainsi le maintien des mails au cours de

la procédure d'arbitrage peut également être examiné sans qu'il soit nécessaire de connaître l'issue du recours en nullité de cette procédure.

Atteinte au secret des correspondances

Il n'était pas allégué que les messages en cause figuraient dans des fichiers conservés dans le disque dur de l'ordinateur de l'une ou l'autre des deux collaboratrices. Ainsi ces messages se situaient uniquement sur leurs boîtes aux lettres privées accessibles à des adresses gmail.

En l'espèce, les messageries utilisées par les deux collaboratrices – qui n'avaient pas le statut de salarié – étaient des messageries privées qui correspondent à des espaces personnels que la société Google, s'agissant d'adresses gmail, met à la disposition des internautes sur ses serveurs et elles n'étaient pas mises à leur disposition par maître L. Le fait que l'accès au serveur de l'opérateur Internet sur lequel se trouvent stockés les messages en cause, s'effectue par le moyen de l'ordinateur professionnel, est sans incidence sur le caractère privé de la boîte aux lettres électroniques. Ainsi si maître L. estimait qu'il avait un intérêt légitime à connaître un message stocké dans cette boîte aux lettres, en ce qu'il aurait présenté un caractère professionnel, il lui appartenait de solliciter l'autorisation du juge, selon les règles de l'article 145 du code de procédure civile. Par ailleurs, le droit à la preuve n'est pas un droit absolu et il suppose que celle-ci soit obtenue loyalement.

> [Télécharger la décision ici](#)

Pages jaunes en ligne : dol retenu

Dans cette affaire, le dol a été retenu contre une société. Un commercial avait fait signer à un client un contrat de souscription de site internet alors qu'il souhaitait obtenir un abonnement aux Pages Jaunes et qu'il avait signé un contrat concernant un site internet croyant ne signer qu'un bon de commande pour les Pages Jaunes.

Les manœuvres dolosives ont été corroborées par l'attestation du commercial qui précisait que « la méthode commerciale était de prendre rendez-vous pour proposer les espaces publicitaires dans les pages jaunes d'en assurer le renouvellement. La réalité était tout autre : vendre des sites internet, transférer le budget pages jaunes vers xxx. C'était une méthode de vente à cycle court. ». Les juges ont prononcé la nullité du contrat de souscription de licence d'exploitation de site internet.

> [Télécharger la décision ici](#)

AdWords : risque de confusion retenu

Protection d'un nom de produit

Il est acquis que l'achat d'un mot clé et son utilisation ne sont pas illicites sauf en cas de confusion auprès du consommateur moyen. Toutefois en l'espèce, le risque de confusion a été retenu concernant l'achat d'un mot clé correspondant au nom du produit d'un concurrent.

En l'espèce, s'il n'existe aucun risque de confusion entre les sites des deux sociétés (Seb/Philips) qui par ailleurs bénéficient chacune d'une notoriété telle que le consommateur moyen ne peut les confondre, il n'en demeure pas moins que le mot clé « Actify » correspond à un produit spécifique de la société Seb jouissant d'une notoriété certaine du fait de son ancienneté sur le marché. L'achat de ce mot clé par la société Philips a été considéré comme fautif.

En effet, la société Philips a introduit un modèle similaire sous la dénomination Airfryer, de sorte que la confusion portait non pas sur les sociétés mais sur un de leur produit respectif en raison des similitudes existant entre ceux-ci, le mot clé Actifyer conduisant vers les pages du site Philips consacré à ce produit concurrent. Cette confusion a été accompagnée par des manœuvres trompeuses sur les qualités de ce produit et parfaitement déloyales. Ces faits constituent un détournement de clientèle et une utilisation parasitaire des investissements réalisés par la société Seb pour la promotion de sa friteuse (600 000 euros de dommages et intérêts).

> [Télécharger la décision ici](#)

Accord non formalisé de création de site

Accord verbal des parties

Le contrat de création de site internet ne répond pas à un formalisme particulier, il peut parfaitement être verbal. En l'espèce, la preuve d'un accord verbal des parties sur la chose et sur le prix, tels que définis au dernier devis était parfaitement rapportée. Selon les courriels présentés au juge, le client n'avait formulé aucun reproche sur la qualité du travail réalisé, le gérant de la société cliente évoquait simplement, d'une part des possibilités de réduction du prix en raison de sa contribution à l'exécution du site et d'autre part des difficultés financières. Ces éléments ont établi la bonne exécution des prestations facturées.

Droit de résiliation du prestataire

En l'espèce, le prestataire n'ayant pas reçu paiement intégral du prix convenu par le client, il était fondé à lui opposer l'exception d'inexécution, en ne transmettant pas les codes d'accès permettant l'administration du site internet..

> [Télécharger la décision ici](#)

Droit à l'oubli sur Internet

Condamnations en ligne et droit à l'oubli

Une personne condamnée a demandé aux juges, mais sans succès, d'ordonner à la société Le Dauphiné Libéré la suppression sur son site internet de l'article intitulé 'Lucien-Gilles de Vallière, un pervers incurable' et de l'article intitulé 'la libération des meurtriers et violeurs d'enfants en question'. L'introduction du nom du condamné dans les moteurs de recherches faisait apparaître de nombreuses entrées le concernant y compris une galerie de photographies se rapportant à ses procès, permettant ainsi aux personnes intéressées par sa situation de se renseigner.

Obstacle à la libération conditionnelle

Le condamné ne rapportait pas la preuve que les articles de presse litigieux étaient un obstacle à sa demande de libération conditionnelle et à sa réinsertion et ne démontrait pas non plus l'urgence à voir ordonner la suppression des articles litigieux. Par application

de l'article 809 du code de procédure civile, le juge peut toujours, même en présence d'une contestation sérieuse, prescrire en référé les mesures conservatoires ou de remise en état qui s'imposent, soit pour prévenir un dommage imminent soit pour faire cesser un trouble manifestement illicite.

Au regard de l'absence d'urgence, il n'existait pas de démonstration d'un dommage imminent en lien avec la parution des dits articles lesquels n'ajoutent rien sur le net à une information bien fournie sur les faits pour lesquels la personne citée a été condamnée.

Vie privée et faits connus

Sur l'atteinte à la vie privée, le tribunal a considéré que les faits liés à la vie privée du condamné ont été livrés à la connaissance du public à l'occasion de ses procès et les articles litigieux n'ont fait que reprendre des éléments déjà connus. Par ailleurs, si les propos de l'expert psychiatre mis en exergue dans le premier article sont péjoratifs, le rédacteur de l'article a pris soin de préciser qu'ils ne prédisent en rien l'état actuel du détenu qui devra être examiné par les psychiatres mandatés, le cas échéant, par le juge de l'application des peines.

Importance du fait d'actualité

Par ailleurs, le débat sur la libération des personnes condamnées pour meurtre et viol sur mineurs a été remis d'actualité par la demande de libération du condamné et d'un autre détenu.

Image des condamnés

La reprise des unes du journal illustrant les articles en cause n'a pas non plus porté atteinte à l'image du condamné, les diverses photographies les illustrant existant déjà sur le réseau dans la galerie de photographies le concernant. En conséquence, les articles litigieux ne pouvaient constituer une atteinte à la vie privée et à l'image du condamné.

> [Télécharger la décision ici](#)

Approvisionnement illicite sur Amazon

Poursuites d'un revendeur Amazon

Une société revendeur sur Amazon a été condamnée pour importation illicite de produits (appareils photos Nikon). Cette dernière avait importé des produits revêtus des marques NIKON et NIKKOR sur le territoire français sans le consentement de la société NIKON CORPORATION et les a revendus à des consommateurs français. Dans le cadre d'une démarche de contrôle des produits NIKON achetés sur Internet, leur prestataire, la société SARP, a procédé à l'achat d'un appareil NIKON auprès du revendeur, via le site Amazon. Lors de la réception de cet appareil et de son optique, étaient livrés une notice intitulée garantie mondiale de réparation Nikon, d'autre part un CD-Rom comportant le manuel de référence du NIKON 1 J1 en langues coréenne et anglaise, enfin un CD-Rom gravé supportant les mentions mode d'emploi en français, adresse SAV et courrier client contenant plusieurs manuels de référence en format PDF, un fichier de format word intitulé courrier client, un fichier au format word intitulé SAV avec mention de la garantie constructeur NIKON, un adaptateur de prise électrique ne portant ni le logo NIKON, ni le marquage CE.

Importation illicite

La société NIKON CORPORATION attestant que ces appareils avaient été introduits sur le territoire de l'Union sans son consentement, et la société NIKON FRANCE indiquant que leurs numéros de série ne figuraient pas dans ses banques de données européenne, ont obtenu la condamnation du revendeur Amazon.

> [Télécharger la décision ici](#)



Responsabilité d'une régie en ligne

Sanction de l'autopromotion

La responsabilité contractuelle d'une régie publicitaire en ligne a été retenue aux motifs que celle-ci n'avait pas donné toutes les informations nécessaires au calcul du manque à gagner subi par son client par le recours abusif à la pratique dite de l'autopromotion. Pour la pratique de l'autopromotion, la seule limite contractuelle était, sauf aménagement ponctuel décidé d'un commun accord, que le volume total d'espace publicitaire consacré aux opérations d'échange et à l'autopromotion n'excède pas 30% de l'espace publicitaire total disponible sur le site.

Au cas particulier, le relevé d'activités publicitaires fait apparaître que ce pourcentage a été largement dépassé, et ce sans aménagement d'un commun accord, de sorte qu'à juste titre les premiers juges ont retenu que la régie publicitaire en ligne avait tiré un profit personnel du manque d'annonceurs.

Si la régie publicitaire en ligne n'était pas astreinte à une obligation de résultat, elle se devait à tout le moins d'informer sa cliente du détail et du montant des commandes chaque mois, ce qui aurait permis d'attirer l'attention du client sur le manque d'annonceurs et sur le pourcentage d'autopromotion.

> [Télécharger la décision ici](#)

Contrefaçon de site internet

Contrefaçon de site internet établie

Les juges ont confirmé que la société 1001 Pneus a commis des actes de contrefaçon du site www.allopnus.com par la reprise sur son www.1001pneus.fr de sa charte graphique, des couleurs emblématiques de sa marque, des titres bicolores, du logo 3xCB, du visuel de la pile de pneus, des blocs gris de bas de page, du système de notation des produits par étoiles et par graphiques « toile d'araignée », et n'a

pas retenu la contrefaçon par la reprise d'un fonds de page représentant un paysage, de certains visuels, de l'affichage « pop up » aux mêmes couleurs et du processus d'achat de pneumatiques. Le site www.1001pneus.fr a bien repris les éléments les plus importants caractérisant la combinaison originale que constitue le site www.allopnus.com de la société 1001pneus (300 000 euros de dommages et intérêts).

Dévalorisation de site internet

La société victime de la contrefaçon justifiait parfaitement du montant des investissements consacrés à la création et à la réalisation de son site internet, ainsi que du préjudice résultant de la dévalorisation de l'attractivité de son site internet.

> [Télécharger la décision ici](#)

Vie privée sur Facebook

Suite à un article mis en ligne sur le site internet www.mediapart.fr intitulé : «Le CV d'extrême droite de l'assistante parlementaire d'Hervé Mariton» faisant état de nombreuses connexions avec l'extrême droite, l'assistante parlementaire en cause a poursuivi le site pour atteinte à la vie privée. L'affirmation selon laquelle l'assistante parlementaire «gravite dans la sphère de l'extrême droite la plus radicale » était notamment appuyée sur des informations issues de son compte Facebook (ouvert sous un pseudonyme).

Principe du respect de la vie privée

En vertu de l'article 9 du Code civil, toute personne a droit au respect de sa vie privée et est fondée à en obtenir la protection et d'obtenir réparation du préjudice qui lui aurait été causé de ce fait. Ce droit peut cependant céder devant les nécessités de la liberté d'expression lorsque la diffusion des informations ou des images est légitime au regard de ces nécessités, l'appréciation de cette légitimité étant fonction d'un ensemble de circonstances tenant à la personne qui se plaint de l'atteinte aux droits protégés par l'article 9 du Code civil, notamment sa qualité et son comportement antérieur,

l'objet de la publication en cause, son contenu, sa forme, l'absence de malveillance et d'atteinte à la dignité de la personne, ainsi que sa participation à un débat d'intérêt général ; ces critères sont conformes aux stipulations des articles 8 et 10 de la Convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales.

Absence d'atteinte à la vie privée

Concernant l'accès à des informations publiées sur Facebook, les juges ont écarté toute violation de la vie privée. S'il est exact qu'en dehors des cas où la loi impose l'obligation de révéler sa véritable identité, chacun dispose de la liberté d'utiliser un pseudonyme pour masquer au public sa personnalité dans des activités particulières et que le fait de dévoiler la véritable identité d'une personne utilisant un pseudonyme peut ainsi constituer une atteinte à sa vie privée dès lors qu'au-delà de cette révélation c'est une partie de sa personnalité qui est, contre son gré, rendue publique, il en était différemment dans l'affaire soumise.

En effet, l'assistante parlementaire, a certes modifié son patronyme sur le compte Facebook qu'elle a créé mais d'une façon relativement transparente puisqu'elle a fait état de diverses informations personnelles permettant de l'identifier, telles ses date et lieu de naissance, son activité professionnelle actuelle et passée, sa scolarité, un cliché photographique la représentant et surtout les noms de membres de sa famille dont notamment celui de sa soeur qui est le même que le sien. Si elle avait souhaité que les informations qu'elle faisait figurer sur ce compte Facebook, ne soient pas accessibles au public, il lui était loisible de ne les rendre consultables que par les personnes qu'elle déterminait.

> [Télécharger la décision ici](#)

Contrat de placement de produit

Absence de placement de produits visible

La SARL MARQUES ET FILMS, spécialisée dans le placement de marques dans les oeuvres audiovisuelles, s'est rapprochée de la société LND, qui vend des articles pour l'équitation, en lui proposant d'associer ses produits et sa marque 'CHARLES DE NEVEL' au film 'JAPPELOUP' réalisé par Guillaume Canet et retraçant l'histoire du cheval Jappeloup aux jeux olympiques de 1988. La société LND, conviée à une première projection du film après montage, et estimant qu'aucun de ses produits n'était présent à l'image, a formulé des réclamations auprès de la société MARQUES ET FILMS qui sont demeurées vaines. La société a donc fait assigner et a obtenu la condamnation de la société MARQUES ET FILMS pour non-respect des obligations essentielles du contrat de placement de produits.

Droit moral et placement de produits

La société en charge du placement de produits a fait valoir sans succès que dans le cadre de ce type de contrat, son obligation était nécessairement limitée par le droit moral sur l'oeuvre cinématographique, d'ordre public, protégé par l'article L 113-7 du code de la propriété intellectuelle, qui bénéficie au réalisateur auquel appartient la décision finale du montage et donc de l'apparition ou non de la marque dans le film. Or, l'inexécution ou mauvaise exécution du contrat n'était pas véritablement discutée. Le contrat non daté, mais signé des deux parties, liste en pages 3 et 4 dix engagements précis de la société MARQUES ET FILMS en contrepartie du versement par la société LND d'une somme de 50 000 euros, dont 15% à la signature du contrat, de la fourniture de vêtements, articles chaussants, accessoires et maroquinerie à la marque CHARLES DE NEVEL que porteront les deux acteurs principaux (Guillaume Canet et Marina Hands) et de l'autorisation donnée par la société LND aux auteurs et au producteur du film de faire état de sa marque dans des condi-

tions précisées. L'absence de placement effectif de produits engage la responsabilité du prestataire.

> [Télécharger la décision ici](#)

Affaire MK2 / KECHICHE

Dans l'affaire opposant Abdellatif KECHICHE à la société MK2, les juges viennent de trancher en faveur de la société MK2.

Absence de remise de synopsis

Aux termes d'un contrat Abdellatif KECHICHE s'était engagé à proposer en exclusivité à MK2, ses trois prochains films, dont « Venus Noire », contre une rémunération versée d'avance, moyennant la remise d'un synopsis, pour permettre au producteur d'exercer le cas échéant son droit de préemption, dans un délai de 90 jours, puis de 6 mois, après la remise du scénario définitif. A défaut par le producteur de produire le scénario définitif, le cinéaste pouvait librement proposer et céder les droits d'adaptation et d'exploitation audiovisuels à tout tiers de son choix, avec dans cette hypothèse, le remboursement des frais liés à l'écriture du scénario définitif et du tiers de la somme reçue d'avance.

Il a été jugé que le cinéaste ne justifiait pas avoir satisfait, pour les autres films, à ses obligations, par la remise au producteur d'un synopsis qui consistait en un court texte (de cinq à dix pages pour un long métrage), comportant un résumé de l'intrigue, du déroulement de l'histoire, de la structure du film et de la présentation des caractères des personnages.

En effet, si des idées de film ont été évoquées, comme l'adaptation audiovisuelle de la bande dessinée « Rosalie Blum » ou le « projet vibrations » en mai 2009, Abdellatif KECHICHE ne justifiait pas de la remise, par lui-même, à son contractant, d'un synopsis, conforme aux usages de la profession et aux stipulations contractuelles.



A défaut d'y avoir procédé, Abdellatif KECHICHE ne se trouvait pas libéré des liens du contrat et ne pouvait dès lors proposer comme il l'a fait, sans l'évoquer préalablement avec la société MK2 de nouveaux projets de films (« La blessure, la vraie » ou « le bleu est une couleur chaude » devenu « la vie d'Adèle ») à d'autres producteurs (La Petite Reine ou Quat' sous Films et Wild Bunch), sans manquer gravement à ses obligations contractuelles d'exclusivité à l'égard de la société MK2.

Résolution judiciaire appliquée

Ces manquements sont suffisamment graves pour justifier en application des dispositions de l'article 1184 du code civil, la résolution judiciaire du contrat conclu entre les parties et la restitution par le cinéaste des sommes perçues à titre d'avance sur ses droits d'auteur, au titre des deuxième et troisième films, soit la somme de 180 000 euros.

> [Télécharger la décision ici](#)

Exclusivité du producteur

Le fait qu'un scénariste s'engage à proposer en exclusivité à un producteur ses futurs scénarios ne s'analyse pas comme un contrat de production mais comme un contrat d'option / droit de préemption. Les juges ont également reconnu la validité de la clause accordant au producteur une exclusivité sur les projets d'un cinéaste. Cette clause ne porte ni atteinte au droit de la concurrence ni à la liberté de travailler du cinéaste. La clause interdisait au cinéaste de proposer à toute société tierce un projet de film cinématographique de long métrage et de conclure tout accord de partenariat similaire ou identique, avec quelque société tierce.

Définition du contrat de production

Le contrat de production audiovisuelle, qui opère un transfert de propriété ou de droits exclusifs sur l'oeuvre, analysé, en l'absence de définition légale, au regard des parties au contrat (un auteur et un producteur) et de l'objet du contrat, à savoir la production d'une oeuvre audiovisuelle, est soumis au droit commun des

contrats, sous réserve des règles spéciales du code de la propriété intellectuelle, et aux règles communes à tous les contrats d'auteur, notamment quant à l'interdiction de cession globale des oeuvres futures, en vertu de l'article L131-1 du même code, peu important que ces dispositions figurent dans le titre du code de propriété intellectuelle régissant le contrat d'édition.

En l'occurrence, le contrat liant les parties avait pour objet l'engagement du cinéaste à proposer contre rémunération à MK2, en exclusivité, ses trois prochains projets de films. Il a ainsi pour objet d'instituer un partenariat entre le producteur et le cinéaste, accordant au premier, un droit de préemption sur les projets de réalisation du cinéaste et permettant au second de bénéficier d'une rémunération versée d'avance. Mais il ne constitue pas un contrat de production audio-visuelle, en ce qu'il ne porte pas sur un projet définitif et en ce qu'il n'opère pas transfert au profit du producteur, des droits de l'auteur, dont la cession est renvoyée à une ou plusieurs conventions arrêtées ultérieurement d'un commun accord (clauses 1.2.2, 2.2.1, 3.2.1 du contrat liant les parties).

Il s'agit donc d'un contrat d'option ou de priorité accordée au producteur, qui ne constitue pas, à ce stade, s'agissant d'un contrat préliminaire, un contrat de production audiovisuelle au sens strict et qui ne le deviendra que lorsque l'option est levée. Il ne contient pas cession d'oeuvres futures, qui ne sont à ce moment que des projets en germe et ne peut donc être interprété comme instituant un pacte de préférence.

Ce droit de préemption / contrat d'option n'est donc pas soumis aux dispositions de l'article L132-4 du code de la propriété intellectuelle.

> [Télécharger la décision ici](#)

Responsabilité de l'agent artistique

Dans cette affaire, la responsabilité d'un agent artistique n'a pas été retenue. L'agent était intervenu, aux côtés du cinéaste Abdellatif KECHICHE, au-delà d'une simple activité de placement et a servi d'intermédiaire,

entre MK2 et le cinéaste, en proposant comme base de discussion un contrat antérieur (conclu avec PATHE), en relayant les demandes du cinéaste (échanges de mails entre Charles GILIBERT de MK2 et l'agence et en participant à la signature de contrats de préférence et ce contre rémunération.

Absence de faute de l'agent

Abdellatif KECHICHE n'établissait pas que l'agence artistique ait manqué à ses obligations dans l'exercice de ses missions et n'établissait pas non plus les défaillances alléguées de son agent (avoir écarté toute autre offre au profit de MK2, avoir suggéré, élaboré et négocié un contrat sans en déceler les vices et les déséquilibres, avoir manqué à ses obligations d'information et de conseil, avoir adopté une neutralité ambiguë).

Droit de rupture du contrat d'agent

Enfin, la rupture par l'agence Nicole CANN des relations entre eux, motivée par une perte de confiance mutuelle, n'est ni brutale, ni fautive, dès lors que le contrat était à durée indéterminée et susceptible comme tel d'être résilié unilatéralement par les cocontractants et alors que le cinéaste lui-même avait indiqué précédemment, à la société MK2, estimer se trouver libre de tout engagement à l'égard de son agent et en raison de la perte de confiance réciproque entre eux.

> [Télécharger la décision ici](#)

Rémunération de l'artiste interprète

Principe de la rémunération de l'auteur

L'article L.212-3 du code de la propriété littéraire et artistique dispose que « Sont soumises à l'autorisation écrite de l'artiste-interprète la fixation de sa prestation, sa reproduction et sa communication au public, ainsi que toute utilisation séparée du son et de l'image de la prestation lorsque celle-ci a été fixée à la fois pour le son et pour l'image.

Cette autorisation et les rémunérations auxquelles elle donne lieu sont régies par les dispositions des articles L.7121-2 à L.7121-4 et L.7121-6, L. 7121-7 et L.7121-8 du code du travail, sous réserve des dispositions de l'article L.212-6 du présent code. »

Cachet, salaire ou redevance ?

Il résulte de ces dispositions que les rémunérations que perçoit l'artiste-interprète sont soit des salaires, soit des redevances selon les cas. Il s'agit d'un salaire (en pratique qualifié de cachet) lorsque l'artiste participe à un concert en public ou à un enregistrement, c'est-à-dire toutes les fois que sa présence physique est requise et qu'il y a exécution directe d'une prestation vivante.

Il s'agit d'une redevance, et non d'un salaire ou d'un accessoire du salaire lorsque la présence physique de l'artiste n'est pas requise pour l'exploitation, qu'il s'agit de l'utilisation d'un enregistrement de sa prestation et que la rémunération, versée à l'occasion de la vente ou de l'exploitation de l'enregistrement est fonction du produit de cette exploitation, et non fonction du salaire initial. C'est ainsi qu'en dehors de l'hypothèse dans laquelle la présence physique de l'interprète est requise, la rémunération proportionnelle aux ventes de disques versée par le producteur à l'artiste est une redevance d'exploitation.

> [Télécharger la décision ici](#)

Contrat de captation audiovisuelle

Autorisation impérative des comédiens

Pour réaliser la captation audiovisuelle d'une pièce de théâtre, l'autorisation des tous les comédiens est nécessaire. En vertu de l'article L 212-3 du code de la propriété intellectuelle, sont soumises à l'autorisation écrite de l'artiste-interprète la fixation de sa prestation, sa reproduction et sa communication au public, ainsi que toute utilisation



séparée du son et de l'image de la prestation lorsque celle-ci a été fixée à la fois pour le son et l'image.

Cette autorisation et les rémunérations auxquelles elle donne lieu sont régies par les dispositions des articles L 762-1 et L762-2 recodifiés aux articles L7121-2 à 4, L7121-6 à 8 du code du travail, sous réserve des dispositions de l'article L 212-6 du code de la propriété intellectuelle.

Et, en application de l'article L212-4 du code de la propriété intellectuelle, la signature du contrat conclu entre un artiste-interprète et un producteur pour la réalisation d'une oeuvre audiovisuelle vaut autorisation de fixer, reproduire et communiquer au public la prestation de l'artiste-interprète. Ce contrat fixe une rémunération distincte pour chaque mode d'exploitation de l'oeuvre.

Affaire Baffie Productions

Dans cette affaire, si un comédien avait expressément consenti au titre du contrat conclu avec la SA THEATRE DU PALAIS-ROYAL au principe de l'enregistrement audiovisuel de son interprétation, cette convention à laquelle la SARL LAURENT BAFFIE PRODUCTIONS n'était pas partie ne peut profiter ou être opposée à cette dernière conformément à l'article 1165 du code civil.

En l'absence de contrat, le producteur ne pouvait se prévaloir de l'autorisation écrite à la fixation de son interprétation donnée par le comédien à la SA THEATRE DU PALAIS-ROYAL. Elle serait en tout état de cause insuffisante à assurer une cession régulière des droits voisins pour la captation audiovisuelle de son interprétation et de son exploitation, faute de fixer une rémunération distincte pour chaque mode d'exploitation de l'oeuvre captée.

Même si la SARL LAURENT BAFFIE PRODUCTIONS démontrait avoir informé le comédien du principe de la captation audiovisuelle à laquelle elle entendait procéder, elle ne prouvait pas avoir recueilli l'autorisation, qui par définition est préalable, écrite de ce dernier. La cession des droits de l'artiste-interprète ne pouvant être implicite, ni la participation du comédien aux représentations dont l'enregistrement était annoncé, qui correspondait à l'exécution de

ses obligations contractuelles à l'égard de la SA THEATRE DU PALAIS-ROYAL, ni le paiement de sa rémunération à ce titre ordonné par le conseil des prud'hommes ne pouvait suppléer l'absence d'écrit antérieur déterminant en outre une rémunération distincte pour chaque mode d'exploitation de l'interprétation. Aussi la SARL LAURENT BAFFIE PRODUCTIONS ne pouvait-elle fixer, reproduire et communiquer au public l'interprétation du comédien.

> [Télécharger la décision ici](#)

Droit à la paternité du comédien

Il n'y a pas d'atteinte au droit au nom d'un comédien lorsque son nom ne figure pas au générique de début d'un DVD, de la vidéo à la demande proposée sur une plateforme ou par télédiffusion sur une chaîne TV, dès lors qu'il est systématiquement mentionné en générique de fin ainsi que sur la pochette du DVD. La mention du nom de l'artiste-interprète en générique de fin suffit au respect de son droit au respect à la paternité de son interprétation.

> [Télécharger la décision ici](#)

Journaliste ou chroniqueur TV

Statut de chroniqueur TV

Un animateur ne peut obtenir le statut de journaliste au seul motif qu'il a eu pour missions, dans le cadre de l'émission « la route du lapin la mission de 'sillonner la Bourgogne/Franche Comté 'à la recherche de petits villages et d'invités non médiatisés', d'avoir pour l'émission 'l'air du temps' effectué des chroniques de trois minutes, d'avoir choisi les thèmes des émissions, les invités et préparé les émissions 'carnet de rencontres' et 'vivre ailleurs'; d'avoir prêté sa voix ou participé à des clips promotionnels ou participé à des événements tels que le marché de Noël de Montbéliard, dicos d'or ou la sélection pour l'Eurovision.

Convention collective applicable



C'est à juste titre que les premiers juges ont retenus que de telles fonctions, lesquelles relèvent de l'animation ou de la production sur des thèmes (cuisine, tourisme, musique, publicité,) qui étaient sans rapport avec l'actualité, ne répondent pas à l'activité de journaliste relevant de la convention collective du journalisme, étant observé que le chroniqueur concerné n'a pas suivi de formation de journaliste, n'est pas journaliste spécialisée et que les fonctions qu'il occupait ne sont pas visées dans l'avenant audiovisuel de la convention collective nationale de travail des journalistes, mais relèvent au contraire de la convention collective de la communication et de la production audiovisuelle.

> [Télécharger la décision ici](#)

Droits du salarié graphiste

Un graphiste salarié n'a pas nécessairement de droits sur ses créations. En l'occurrence, une salariée bien qu'embauchée en qualité de technicienne de banque niveau F exerçait effectivement la fonction de graphiste affectée au service marketing et communication qui correspondait, de l'aveu des parties, à sa fonction dans le cadre du contrat de prestation graphique qui précédait immédiatement la signature de son contrat de travail.

Missions du graphiste

Un graphiste est un spécialiste chargé de la conception de projets d'expression visuelle qui s'appuie en particulier sur ses connaissances dans les domaines de la typographie, de l'illustration, de l'animation et de la mise en page. Aussi, bien qu'elle ne soit pas par elle-même incompatible avec la qualité d'auteur, sa fonction présuppose l'apport d'un savoir-faire au service d'une communication dont la teneur est décidée par son employeur : sa liberté est censée s'exprimer non dans une création artistique mais dans une mise en forme technique finalisée. En l'espèce, toutes les réalisations litigieuses ont été élaborées en exécution du contrat de travail de la salariée dans le cadre de ses attributions.

Absence de droits d'auteur

Pour conclure à l'absence de droits d'auteur, les juges ont retenu que l'objet et le contenu des réalisations litigieuses, à les supposer systématiquement identifiables, n'offraient qu'une liberté créatrice très réduite à la salariée. La mise en forme de magazines internes, de calendriers, de cartes de crédit ou de documents promotionnels, publicitaires ou informatifs à usage interne ou externe tels les invitations, les affiches annonciatrices de spectacles ou d'évènements parrainés, les brochures, les plaquettes descriptives de produits bancaires ou les dépliants tarifaires était soumise à d'importantes contraintes découlant de leur nature, de leur

format, de leur destination et de leur contenu que la graphiste ne choisissait pas les thèmes de ses interventions et n'était pas maître du texte qui occupait une place importante, ne déterminait pas.

Par ailleurs, la graphiste a puisé des éléments visuels utilisés pour au moins 17 réalisations dans une base de données mise à sa disposition par son employeur et d'autre part avoir été soumise au respect de normes graphiques consignées dans un manuel diffusé dans son service. Aux termes de ce dernier, qui constitue un « ensemble de directives dont l'objectif est d'affirmer et défendre la personnalité de la marque [...] à travers une cohérence visuelle et conceptuelle qui [rend] immédiate l'identification et la compréhension des valeurs de la marque ». La prédominance de la couleur blanche, manifeste dans la plupart des réalisations produites dans l'encadrement des photographies, la couleur des titres, les barres horizontales ou verticales qui structurent les réalisations dont les limites sont à leur tour définies, la clarté et la luminosité des couleurs, la zone de texte, la forme carrée du logotype CAIXA et la nécessité de son positionnement visible systématiquement respectées, la place et la nature des sujets des photographies, la typographie ... sont autant d'éléments ayant privés la graphiste de toute liberté de création. Ces normes, qui ont expressément pour objet l'harmonisation des réalisations du service communication et marketing et qui ont pour l'essentiel été appliquées impliquent que l'image de la banque est exprimée dans les réalisations litigieuses et non la personnalité de la salariée.

Ainsi, à la liberté réduite dont jouissait la graphiste dans le cadre de ses fonctions s'ajoute le processus collaboratif qui présidait à la réalisation des produits litigieux de leur conception à leur validation par un supérieur hiérarchique et qui rend impossible l'attribution d'un droit privatif sur sa contribution qui se fonde systématiquement dans les réalisations créées à l'initiative et sous la responsabilité exclusives de l'employeur.

A supposer les réalisations litigieuses

“

qualifiables d'œuvres de l'esprit objet du droit d'auteur, celles-ci seraient des œuvres collectives appartenant dès l'origine à l'employeur.

> [Télécharger la décision ici](#)

Reproduction accessoire d'œuvre d'art

Théorie de l'accessoire

En application de l'article L 122-4 du code civil, toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle d'une oeuvre faite sans le consentement de son auteur est illicite. Il est toutefois admis que, dès lors qu'elle est accessoire au sujet traité, la reproduction d'une oeuvre dans une photographie peut être regardée comme l'inclusion fortuite de cette oeuvre, constitutive d'une limitation au monopole d'auteur, au sens de la Directive 2001/29/CE du 22 mai 2001, telle que le législateur a, selon les travaux préparatoires, entendu la transposer en considération du droit positif ; la notion d'inclusion fortuite doit s'entendre comme une représentation accessoire et involontaire par rapport au sujet traité ou représenté.

En l'espèce la société Stratégie Media Conseil publie des reportages sur des lieux présentant un intérêt particulier sur le plan décoratif, du fait de « leur beauté, leur caractère, leur agencement ». Participe de cet intérêt la présence dans ces lieux d'œuvres d'art choisies par leurs propriétaires, ou par les décorateurs. Ainsi étaient régulièrement publiés dans les magazines de la société, des reportages photos avec reproduction d'œuvres d'art présentes dans les appartements visités. Dans cette affaire, la contrefaçon a été retenue pour de nombreuses reproductions : certaines oeuvres de presse étaient extraites du décor dans lequel elles figuraient et présentées isolément, sous forme de vignettes (ainsi par exemple la statue du Christ de Landowski) ; d'autres ont font l'objet d'un cadrage spécifique, qui mettait clairement l'accent sur l'oeuvre ; elles constituaient en ce cas bien en elles-mêmes le sujet de la photographie, qui, quelle que soit sa taille, se focalise sur l'oeuvre,

ce qui est exclusif de la notion de reproduction accessoire.

> [Télécharger la décision ici](#)

Œuvre d'art : l'exception d'actualité

Définition de l'exception d'actualité

Il est acquis que l'auteur ne peut interdire, aux termes de l'article L 122-5 du code de la propriété intellectuelle, « 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 » Le même texte précise que « les reproductions ou représentations qui, notamment par leur nombre ou leur format, ne seraient pas en stricte proportion avec le but exclusif d'information immédiate poursuivi ou qui ne seraient pas en relation directe avec cette dernière donnent lieu à rémunération des auteurs sur la base des accords ou tarifs en vigueur dans les secteurs professionnels concernés ».

La reproduction de l'oeuvre d'art doit être donc justifiée par l'information immédiate, et être en relation directe avec cette information.

Exception et actualité culturelle

Dans cette affaire, un magazine a bénéficié de l'exception d'actualité. Relève bien de l'exception prévue par l'article L 122-5 9° la reproduction dans un magazine de l'affiche du film La Fille coupée en deux, réalisée par Miss Tic, illustrant une interview de Mathilda May évoquant la sortie de ce film dans lequel elle joue, la reproduction dans un autre numéro du magazine en petit format d'une oeuvre de Jean-Pierre Raynaud, dans un article sur son mastaba récemment ouvert au public, et la reproduction d'œuvres de Felice Varini et de Daniel Buren, dans le cadre d'un reportage consacré aux expositions « à ciel ouvert ».

> [Télécharger la décision ici](#)



Courte citation photographique

Si aux termes de l'article L 122-5 du code de la propriété intellectuelle, lorsque l'oeuvre a été divulguée, l'auteur ne peut interdire, sous réserve que soient indiqués clairement le nom de l'auteur et la source, les analyses et courtes citations justifiées par le caractère critique, polémique, pédagogique, scientifique ou d'information de l'oeuvre à laquelle elles sont incorporées, il résulte de ce texte que la représentation intégrale d'une oeuvre, quel que soit son format, ne peut s'analyser en une courte citation.

> [Télécharger la décision ici](#)

Rupture du contrat d'agence

Dans cette affaire, la rupture abusive de relations commerciales avec une agence de publicité n'a pas été retenue. Il était démontré que le client n'avait pas de relations exclusives avec la société REED MIDEM et qu'après une période de plusieurs années, il est habituel de mettre de nouveau en concurrence les agences de publicité. Il convient pour le prestataire de démontrer le caractère abusif de la cessation de relations commerciales entre des parties non liées par un contrat pour mettre en oeuvre la responsabilité délictuelle.

En l'espèce, la société CONSORCOM ne fait état d'aucune faute particulière de la société REED MIDEM et les changements intervenus au cours de l'année 2008 au sein de la société REED MIDEM annonçaient nécessairement de nouvelles mises en concurrence.

Elle ne démontre pas davantage avoir été exclue a priori de cette mise en concurrence et la société REED MIDEM fait valoir avec justesse qu'elle avait décidé dès le mois de mars 2009 de ne plus travailler avec la société CONSORCOM.

> [Télécharger la décision ici](#)

Cession des oeuvres publicitaires

Conditions de la cession des droits

En droit belge, la cession des droits patrimoniaux se prouve par écrit à l'égard de l'auteur et est d'interprétation stricte. Tel n'est pas le cas, en revanche, pour la cession ultérieure de ces mêmes droits entre personnes morales. Par principe, la loi belge du 30 juin 1994 comme la loi française sur le droit d'auteur impose un formalisme particulier pour la cession des droits patrimoniaux de l'auteur : la mention obligatoire expresse, pour chaque mode d'exploitation, de la rémunération de l'auteur, de l'étendue et de la durée de la cession.

Cependant, il existe un régime particulier pour les oeuvres publicitaires pour autant que : i) l'oeuvre commandée soit créée en exécution d'un contrat de commande ; ii) la cession des droits soit expressément prévue ; iii) l'activité du commanditaire relève de l'industrie non culturelle ou de la publicité ; iv) l'oeuvre soit destinée à l'activité du commanditaire. Dans ces conditions, un écrit contenant une clause générale de cession des droits suffit à assurer la validité de la cession.

Importance de l'écrit

En l'espèce, les juges ont relevé que la convention passée entre les parties présentait une formulation trop vague et ne permettait pas de connaître précisément les oeuvres créées par chaque auteur (il est fait état de l'élaboration de travaux et campagnes publicitaires sans distinguer les oeuvres du conseil et sans distinguer par année alors que la période couvre plus de 5 ans et demi), ni pour quels clients puisqu'est utilisé le terme notamment s'agissant de ceux-ci. Ainsi, il n'était pas possible de définir pour quel montant les oeuvres ont été cédées et aucune clause de cession n'est explicitement prévue.

> [Télécharger la décision ici](#)



Allégations publicitaires : SEB c/ Philips

Publicité trompeuse

En septembre 2010 la société Philips a lancé une friteuse dénommée Airfryer qui revendiquait de pouvoir faire « les frites les plus savoureuses sans huile » et « en seulement 12 minutes ». La société SEB a mis en demeure la société Philips de justifier de ces qualités par des documents et notamment des rapports d'études et de tests, puis lui a fait délivrer le 8 novembre 2010 une sommation interpellative. Les juges ont retenu que les allégations publicitaires en cause étaient trompeuses.

Fondements légaux de la publicité mensongère

Les articles 5 et 6 de la directive européenne n°2005/29 du 11 mai 2005 disposent que : «Les pratiques déloyales sont interdites. Une pratique commerciale est déloyale si : .. b) elle altère ou est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique, par rapport au produit, du consommateur moyen qu'elle touche ou auquel elle s'adresse ou du membre moyen du groupe lorsqu'une pratique commerciale est ciblée vers un groupe particulier de consommateurs».

L'article L121-1 du code de la consommation qui a transposé l'article 6 de cette directive dispose : «Une pratique commerciale est réputée trompeuse si elle contient des informations fausses et qu'elle est donc mensongère ou que, d'une manière quelconque, y compris par sa présentation générale, elle induit ou est susceptible d'induire en erreur le consommateur moyen, même si les informations présentées sont factuellement correctes, en ce qui concerne un ou plusieurs des aspects ci-après et que, dans un cas comme dans l'autre, elle l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement : a) l'existence du produit, b) les caractéristiques principales du produit telles que sa disponibilité, ses avantages, les risques qu'il présente, son exécution, sa composition, ses accessoires, le service après-vente et le traitement des réclamations, le mode et la date de fabrication...»

Pour qu'il y ait pratique commerciale trompeuse deux critères doivent être satisfaits, d'une part l'existence d'une allégation fautive, d'un mensonge, d'une information erronée, d'autre part, que cette allégation ait été susceptible d'amener le consommateur moyen à prendre une décision qu'il n'aurait pas prise autrement.

Publicité Philips mensongère

En l'espèce, il a été jugé que l'huile a plusieurs fonctions dans la préparation des frites en faisant un ingrédient nécessaire à leur cuisson à savoir : i) être un conducteur thermique permettant à la chaleur de pénétrer rapidement l'intérieur de la frite et former rapidement une croûte croustillante qui préserve l'eau le temps à la frite de cuire intérieurement ; ii) apporter à la frite un goût particulier ; iii) entraîner une réaction chimique dénommée Lipo-oxydation libérant des arômes spécifiques ; iv) préserver les arômes ainsi libérés.

En conséquence le slogan sans huile apposé systématiquement par la société Philips sur ses emballages et dans ses publicités a délibérément nié cette nécessité d'un minimum d'huile, puisqu'au contraire il faisait état de la mise au point d'une technologie particulière dont le résultat était présenté comme permettant une cuisson des frites sans huile, la mention d'une cuillère d'huile étant présentée comme une option destinée seulement à apporter un goût particulier, celui de l'huile d'olive étant d'ailleurs seul préconisé.

Le slogan publicitaire «sans huile» est suffisamment clair pour être compris par un consommateur moyen sans donner lieu à des interprétations variables ; si certains aliments se présentent avec ce terme «sans», comme par exemple «sans alcool» pour la bière alors que tel n'est pas le cas, il s'agit de produits réglementés par des textes quant à leur composition ce qui ne saurait être comparé avec les modalités de fonctionnement d'un appareil. Il résulte de ces éléments que l'argument sans huile a été utilisé de façon mensongère par la société Philips.

Par ailleurs, le temps de cuisson indiqué dans la publicité (12 minutes) était également mensonger : le rapport de l'IPI (laboratoire indépendant) a retenu des temps de cuisson moyens de 18 minutes environ pour



des frites surgelées, incluant le temps de préchauffage et de 19 minutes pour des frites fraîches mais qu'il s'est fondé sur le degré de coloration de la frite ce qui ne démontre pas qu'elles étaient parfaitement cuites.

Le facteur temps dans la réalisation de tâches quotidiennes comme la préparation de repas et un facteur essentiel pour le consommateur moyen ; la société Philips a d'ailleurs axé sa publicité sur une famille, son film publicitaire mettant en scène une mère de famille qui s'apprête à placer des frites dans l'appareil et comportant en haut de l'écran un minuteur réglé sur 12 minutes ; il s'agissait donc d'un argument publicitaire déterminant pour un consommateur moyen français.

> [Télécharger la décision ici](#)

Exploitation de l'image de l'œuvre

Exploitation de l'image de l'œuvre

Rappel toujours utile : la propriété d'une œuvre n'emporte pas cession du droit d'exploiter l'image de l'œuvre, pas même sur le Blog (non commercial) de l'acheteur de l'œuvre. En particulier, l'acheteur de l'œuvre d'art ne peut se prévaloir des exceptions au droit de l'auteur d'interdire la reproduction de son oeuvre énoncée par l'article L.122-5 du Code de la propriété intellectuelle, notamment en son 6° qui prévoit que « Lorsque l'oeuvre a été divulguée, l'auteur ne peut interdire « La reproduction provisoire présentant un caractère transitoire ou accessoire lorsqu'elle est une partie intégrante et essentielle d'un procédé technique et qu'elle a pour unique objet de permettre l'utilisation licite de l'oeuvre ou sa transmission entre tiers par la voie d'un réseau faisant appel à un intermédiaire ; toutefois cette reproduction provisoire qui ne peut porter que sur des oeuvres autres que les logiciels et les bases de données ne doit pas avoir de valeur économique propre ».

Exceptions aux droits de l'auteur

L'exception prévue par cet article qui ne vise que la nécessité technique de reproduire l'oeuvre pour la

transmettre via un réseau informatique ne concerne pas les reproductions qui comme en l'espèce, viennent illustrer les pages d'un blog. L'utilisation des photographies d'une œuvre qui s'inscrit dans un blog n'est pas exempt de visées commerciales dès lors que le blog en cause promeut les prestations d'une société.

En l'espèce, les reproductions photographiques de la sculpture d'Aurèle Pierre RICARD n'ont pas bénéficié de l'exception prévue par l'article L.122-4, 9° du Code de la propriété intellectuelle qui prévoit que « 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, 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... » .

En effet en l'espèce, la publication n'avait pas pour but exclusif une information immédiate en relation directe avec l'oeuvre, mais a pour effet recherché d'introduire de manière sympathique des renseignements et de la promotion notamment des activités de la société. La reproduction d'une image stylisée de la sculpture au début de toutes les rubriques du blog témoigne en outre de la volonté de faire de la sculpture le fil conducteur de cette rubrique du blog.

Par ailleurs, l'article L.111-3 du Code de la propriété intellectuelle prévoit que l'acquéreur de l'objet matériel n'est investi d'aucun des droits d'auteur, étant rappelé qu'en matière de contrefaçon, la bonne foi est indifférente. En conséquence, les reproductions photographiques de la sculpture Bob le chien sur le blog, sans l'autorisation d'Aurèle Pierre RICARD, constituaient bien des actes de contrefaçon.

> [Télécharger la décision ici](#)

Protection du jean slim

Le modèle de jean à coupe « slim » n'est pas protégeable (fond commun de la mode), toutefois, il peut présenter une originalité et bénéficier d'une protection dès lors qu'un imprimé spécifique lui est apposé (exemple: imprimé python).

Absence de risque de confusion

Dans l'affaire soumise, les juges ont constaté que les modèles des sociétés Fashion et Kookaï, s'ils présentent des ressemblances évidentes quant à leurs couleurs et quant à leur coupe « slim », se distinguent par plusieurs différences qui excluent tout risque de confusion.

Fashion c/ Kookai

Il en va ainsi, en premier lieu, de la présence, sur le modèle de la société Kookaï, de boutons pressions et de poches arrières cousues, qu'on ne retrouve pas sur le modèle de la société Fashion. En deuxième lieu, si les deux modèles utilisent la coupe « slim » – dont la société Fashion reconnaît qu'elle ne présente aucune originalité et qu'elle est utilisée par de nombreuses enseignes de prêt-à-porter -, cette coupe, présente d'un modèle à l'autre des différences, de sorte que son rendu n'est pas le même; ce constat, qui s'appuie, en particulier, sur la forme de la coupe du bassin, la longueur de la ceinture et la distance entre l'entrejambe et le haut du pantalon, conduit à écarter le risque de confusion allégué par la société Fashion. En troisième lieu, le modèle de la société Kookaï est griffé et étiqueté de la marque « Kookaï » et du sigle « HIK » à plusieurs endroits et de façon apparente, ce qui exclut que la clientèle puisse se méprendre et croire faire l'achat d'un modèle de la marque Bel Air. En conclusion, aucune confusion entre les modèles des sociétés Fashion et Kookaï n'était possible pour un consommateur d'attention moyenne.

[> Télécharger la décision ici](#)

Copie de gamme de couleurs

Effet visuel identique

En matière vestimentaire, est constitutif de parasitisme le fait de copier l'effet de gamme d'un concurrent. En l'espèce, il a été jugé que si aucun risque de confusion entre les modèles en cause n'était avéré, force est de constater que les couleurs du modèle de la société Kookaï ont été reprises.

En effet les trois couleurs dans lesquelles la société Kookaï a décliné son modèle – framboise, bleu et beige/vert ' présentent une très forte ressemblance avec les couleurs pamplemousse, cobalt et fice du modèle de la société Fashion et produisent un effet visuel identique.

On ne pouvait contester que le choix fait par la société Fashion était le résultat, non du hasard ou du suivi des tendances de la mode, mais d'un travail créatif qui lui est propre. A ce titre, les tissus qui lui sont livrés par son fabricant, sont fournis « brut » dans une seule teinte, et elle fait ensuite appel à une société spécialisée avec laquelle elle convient, sur la base de ses études de coloris, des couleurs dans lesquelles son modèle sera décliné.

Parasitisme constitué

C'est à juste titre que le tribunal a jugé que la société Kookaï avait repris l'effet de gamme des coloris de la société Fashion, ' sans qu'on puisse expliquer ces similitudes par la banalité des couleurs en cause ou par le suivi des tendances de la mode -, et elle a ainsi profité des investissements qui ont permis à la société Fashion de se différencier de ses concurrents.

[> Télécharger la décision ici](#)



Pap c/ Pap auto

Protection de la marque renommée

Le site internet « papauto.com » (le site des petites annonces automobiles entre particuliers) ne constitue pas la contrefaçon de la marque verbale notoire « Pap De Particulier à Particulier » et ne présente pas de risque de confusion. En matière de marque notoire, selon la Cour de justice se prononçant sur la directive 89/104/CE à la lumière de laquelle doit être interprété le droit interne (CJCE, 27 novembre 2008, Intel Corporation Inc / CPM UK Ltd) l'atteinte à la marque renommée n'est susceptible de se produire que si le public concerné effectue un lien entre les deux signes alors même qu'il ne les confond pas.

Selon les points 70 et 71 de cette décision communautaire et s'agissant du profit indû tiré de renommée de la marque, l'existence d'un lien entre les signes en conflit ne dispense pas le titulaire de la marque antérieure de rapporter la preuve d'une atteinte effective et actuelle à sa marque ou d'un risque sérieux qu'une telle atteinte se produise dans le futur.

Par ailleurs et s'agissant de l'atteinte au caractère distinctif de la marque, il ressort des points 72 et suivants de cet arrêt que la preuve que l'usage d'un signe postérieur porte ou porterait atteinte au caractère distinctif de la marque antérieure suppose que soient démontrés une modification du comportement économique du consommateur moyen des produits ou services pour lesquels la marque antérieure a été enregistrée consécutive à l'usage des signes incriminés ou un risque sérieux qu'une telle modification se produise dans le futur.

Au cas particulier, la société Néressis se bornait à affirmer qu'il s'agissait d'« une atteinte injustifiée » sans la caractériser et s'abstenait, ce faisant, de toute démonstration relative aux profits indus tirés de la renommée de cette marque ou au préjudice causé et qui, par ailleurs, ne produit ni même n'invoque un quelconque élément de nature à établir la dispersion de l'identité de celle-ci et de son emprise sur l'esprit du public du fait de l'usage des signes incriminés pour un service similaire mais dans un secteur différent de celui de l'immobilier, n'est pas fondée à prétendre que la société titulaire du nom de domaine « papauto » a engagé sa responsabilité. La société Néressis échouait donc, par conséquent, en son action en contrefaçon de sa marque communautaire.

> [Télécharger la décision ici](#)

Copie privée : montant incertain mais créance due

La société Nokia a obtenu une réduction de 4 à 2,5 millions de sa redevance pour copie privée suite à l'annulation par le Conseil d'Etat de la décision de commission pour la copie privée.

Créance de copie privée due

Si les dispositions afférentes à la rémunération pour copie privée prévoient que le taux de rémunération est fixé par une commission ad hoc, l'annulation de décisions de cette dernière, quant à cette modalité pratique, ne saurait priver les titulaires du droit de reproduction d'une juste rémunération, ou compensation équitable, à raison de copies licites réalisées à partir de supports d'enregistrement fournis par la société NOKIA.

La société NOKIA ne saurait ainsi sérieusement prétendre ne rien devoir verser pour la reproduction à usage privé alors qu'en sa qualité de professionnelle du secteur elle ne peut ignorer qu'elle doit une rémunération évaluée selon le mode forfaitaire tel que prévu au 2ème alinéa de l'article L 131-4 du Code de la propriété intellectuelle. Il ne saurait pas plus être admis que le juge



compétent en matière de propriété intellectuelle ne pourrait pas procéder à cette évaluation spécifique des droits de propriété intellectuelle, faute de détermination valide, et applicable à la période concernée, par la commission prévue à l'article 311-5 du Code de la propriété intellectuelle alors que les titulaires de droits de propriété intellectuelle doivent bénéficier d'une compensation pour copie privée, laquelle est perçue pour leur compte par la société COPIE France.

Fixation judiciaire de la redevance

Sauf à vider de sa substance l'exception au droit exclusif de reproduction de l'auteur sur son œuvre, il appartient au juge judiciaire de déterminer la compensation financière devant être allouée au titre de la rémunération pour copie privée.

La décision n°15 de la commission copie privée, ensuite intervenue, qui n'apparaît pas à ce jour avoir été invalidée et qui actualise, notamment pour les cartes mémoires non dédiées et les téléphones mobiles multimédias, les barèmes au visa notamment des nouvelles dispositions législatives (loi du 20 décembre 2011) et des résultats d'études des fonctionnalités, des caractéristiques techniques et des pratiques de copie privée, afin de tirer les enseignements des annulations de ses décisions antérieures, ne pouvait s'appliquer en la cause dès lors qu'elle n'est entrée en vigueur qu'à compter du 1er janvier 2013.

> [Télécharger la décision ici \(1\)](#)

> [Télécharger la décision ici \(2\)](#)

Protection des manuels d'utilisation

Affaire

Nikon

Dans cette affaire, se fondant sur l'article L.122-4 du Code de la propriété intellectuelle, la société NIKON CORPORATION soutenait que ses manuels d'utilisation pouvaient bénéficier de la protection par les droits d'auteur. Selon 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 droit ou ayants cause est illicite. Il en est de même pour la traduction, l'adaptation ou la transformation, l'arrangement ou la reproduction par un part ou un procédé quelconque ».

Si l'article L.112-1 du Code de la propriété intellectuelle protège 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, et si selon l'article L.112-2 1° du même Code, sont considérés notamment comme œuvres de l'esprit les livres, brochures et autres écrits littéraires, artistiques et scientifiques, c'est à la condition qu'il s'agisse d'une création originale.

Absence de protection du manuel d'utilisation

Or, pour caractériser l'originalité de ces manuels, la société NIKON CORPORATION fait valoir qu'ils contiennent un index présentant les différentes parties avec une icône associée à chacune d'elles, des dessins et des schémas facilitant la lecture, une présentation spécifique avec utilisation d'icônes, d'encadrés et de tableaux, et « un choix, une combinaison et une disposition de mots, de chiffres, de schémas et de concepts mathématiques » qui lui sont propres. Cependant, outre que cette dernière phrase prêterait plutôt à sourire puisque, en fait d'une combinaison ou d'une disposition particulière, il s'agit simplement d'une suite de phrases écrites sans la moindre recherche pour donner un mode d'emploi le plus simple possible à l'utilisateur, les autres éléments avancés sont communs à tous les manuels ou notices, composés comme le



manuel invoqué de mots, d'index, de dessins, de schémas et de tableaux qui n'ont vocation, ni à rechercher un quelconque esthétisme, ni à diffuser l'empreinte de la personnalité de leur auteur, mais plus modestement à faire comprendre au plus grand nombre les éléments techniques du produit vendu, lesquels ne supportent pas le moindre arbitraire.

> [Télécharger la décision ici](#)

Action de la SACEM

A propos de l'action en contrefaçon des auteurs de la bande originale de la série télévisée Zodiaque (auteurs ayant fait apport de leurs droits à la SACEM), les juges ont rappelé que ces deniers ne pouvaient plus agir en contrefaçon de leurs droits patrimoniaux.

Conformément à l'article 1er des statuts de la SACEM, tout auteur, auteur-réalisateur ou compositeur admis à y adhérer « fait apport à la société, du fait même de cette adhésion, en tous pays et pour la durée de la société, du droit d'autoriser ou d'interdire l'exécution ou la représentation publique de ses oeuvres, dès que créées ».

En faisant ainsi l'apport de l'ensemble de leurs droits d'auteurs, les adhérents à la SACEM ne peuvent agir personnellement au titre de l'atteinte à leurs droits patrimoniaux d'auteur, sauf à démontrer la carence de la SACEM ; ils ne demeurent recevables à agir que pour la défense de leurs droits moraux d'auteur. Dès lors seule la SACEM était recevable à agir en indemnisation d'une violation alléguée du droit d'autorisation de l'exploitation de la chanson en cause.

> [Télécharger la décision ici](#)

Protection d'une maquette de livre

Originalité de la maquette d'un ouvrage

Un livre bénéficie dans sa forme / présentation d'une protection par les droits d'auteur si la condition d'originalité est remplie. Il a été jugé que si les caractéristiques du livre en cause se retrouvaient, pour certaines d'entre elles, dans des ouvrages antérieurs, leur combinaison dénotait un effort créatif qui révélait l'empreinte de la personnalité de l'auteur et conférait ainsi à la maquette des livres son caractère original.

La maquette et la mise en page de l'ouvrage finalement édité pour l'ouvrage Le Louvre, comme celle de l'ouvrage le Quai Branly, se caractérisaient par la combinaison des éléments suivants: i) une couverture et une quatrième de couverture constituées d'un carton noir teinté dans la masse, à bords saillants, sur lesquelles figurent: ii) pour la couverture, un fond de décor reprenant des motifs graphiques emblématiques du lieu, le titre étant centré et imprimé en creux avec un vernis qui le distingue du reste de la couverture, le nom de l'éditeur et du musée figurant en bas de page sur la gauche, dans la même typographie que le titre, iii) pour la quatrième de couverture, un fond de décor similaire à la couverture, avec un texte explicatif du contenu de l'ouvrage, centré en lettres capitales, en pavé carré, iv) un traitement coloré de la tranche du livre, la couleur étant évocatrice du lieu, v) un dos constitué d'un fond uni noir, avec un titre écrit perpendiculairement au sens d'ouverture de l'ouvrage, une double page de garde constituée de l'image tramée du musée dans son environnement géographique, vi) une double page d'ouverture de chaque chapitre comportant, pour la page de gauche, la reprise du décor figurant sur la couverture, sans inscription, et sur la page de droite, le titre du chapitre sur fond blanc, vii) un coffret en plastique transparent.



Contrefaçon établie

A ce titre, la combinaison d'éléments caractérisant l'originalité des maquettes dont le designer est l'auteur est ainsi reproduite, peu important que certains de ces éléments, pris isolément, ne soient pas originaux. L'éditeur, en reprenant cette combinaison pour une autre série d'ouvrages, ont ainsi commis des actes de contrefaçon au préjudice du designer et ont porté atteinte à ses droits patrimoniaux d'auteur.

> [Télécharger la décision ici](#)

Musique des défilés de mode

Autorisation du producteur musical

Pour sonoriser un défilé de mode, une déclaration SACEM ne suffit pas, la maison de couture concernée doit également obtenir l'autorisation du producteur musical. Aux termes de l'article L 213-1 du code de propriété intellectuelle, l'autorisation du producteur de phonogrammes 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 phonogramme autres que celles mentionnées à l'article L 214-1 du même code qui dispose en particulier que, lorsqu'un phonogramme a été publié à des fins de commerce, le producteur ne peut s'opposer à sa communication directe dans un lieu public dès lors qu'il n'est pas utilisé dans un spectacle.

Un défilé de mode, qui constitue une vitrine de la haute couture, est un évènement mis en scène par des professionnels au cours duquel des mannequins porteurs de vêtements et d'accessoires minutieusement sélectionnés présentent au public les collections nouvelles à un rythme imposé, selon des codes propres au genre, dans un décor et une ambiance adaptés aux couleurs et formes des produits pour incarner l'esprit de la collection du moment. Orchestré, mis en scène et chorégraphié pour séduire le public auquel il est offert, il constitue un spectacle et échappe à la licence légale.

Mise en ligne des captations des défilés

Aussi dans cette affaire, la société BARBARA BUI devait-elle solliciter l'autorisation du producteur musical pour communiquer directement dans un lieu public et reproduire les œuvres produites par celle-ci. Or, il est constant que la société BARBARA BUI a sonorisé le défilé de mode du 3 mars 2011 avec les œuvres « tout passe, tout lasse, tout casse » pendant 2 minutes et « crashed cadillac » en début et en fin de défilé pendant 1 minute et 49 secondes et 1 minute 40 secondes puis qu'elle a mis en ligne une captation audiovisuelle du défilé et de sa bande sonore sur son compte YOUTUBE.

Ce faisant, elle a directement communiqué les œuvres litigieuses dans un lieu public et les a reproduites en les diffusant en ligne sur internet. Faute pour elle d'avoir obtenu l'accord préalable du producteur musical, elle a porté atteinte à ses droits de producteur du phonogramme « Babylon by car » qui les contient (somme forfaitaire de 10 000 euros à titre de dommages et intérêts).

> [Télécharger la décision ici](#)

Droit moral et musique

Respect du droit moral

Conformément à l'article L 121-1 du code de propriété intellectuelle, l'auteur jouit du droit au respect de son nom, de sa qualité et de son œuvre. Ce droit, attaché à sa personne, est perpétuel, inaliénable et imprescriptible. Et, en vertu de l'article L 212-2 du même code, l'artiste-interprète a le droit au respect de son nom, de sa qualité et de son interprétation. Ce droit inaliénable et imprescriptible est attaché à sa personne. Incessible, le droit moral des auteurs d'une musique n'est pas affecté par les cessions successives de l'œuvre.

Atteinte au droit moral retenue

Dans cette affaire d'utilisation de musique pour un défilé, il est constant que le nom des auteurs de l'œuvre «

“

crashed cadillac » et des auteurs et interprètes de l'œuvre « tout passe, tout lasse, tout casse » n'a pas été porté à la connaissance du public d'une manière quelconque lors du défilé puis lors de la diffusion de sa captation.

Faute pour la société BARBARA BUI de rapporter la preuve de l'existence d'un usage justifiant cette carence dans le cadre de l'organisation et de la diffusion de la captation d'un défilé de mode, l'absence de mention des noms des auteurs de la musique pour l'œuvre « crashed cadillac » et pour l'œuvre « tout passe, tout lasse, tout casse » constitue bien une atteinte à leur droit moral.

Par ailleurs, si au cours du défilé, la fusion des œuvres avec les morceaux qui les suivent et les précèdent n'est destinée qu'à la réalisation d'un enchaînement harmonieux usuel en cas de succession de morceaux de groupes différents et ne constitue pas en soi une dénaturation, il est constant que l'effet de crescendo propre au genre de la musique électronique, a été anéanti. Une telle modification des œuvres les altère dans leur forme et constitue une atteinte au droit au respect dont sont titulaires les auteurs des œuvres mais également les artistes-interprètes sur leurs interprétations qui subissent le même sort.

> [Télécharger la décision ici](#)



Fiches du mois

A consulter dans le guide en ligne

Courtage de nom de domaine
 Le contrat d'option | Cinéma
 Contrefaçon en ligne
 Dénigrement entre concurrents
 Etiquetage des médicaments



Contrats du mois

A consulter en ligne

Contrat de cession de nom de domaine (*)
 Contrat de location de jeu vidéo (*)
 CGV entre professionnels (*)
 Contrat de dépôt vente (*)
 Autorisation de tournage (*)

(*) Sur abonnement Uplex.fr

