

REVUE ACTOBA

www.actoba.com | MARS 2015 - I



GOOGLE IMAGES
Contrefaçon retenue

AFFAIRE SNCF
Liens promotionnels

CDD D'USAGE
Droit pénal applicable

SCENARISTES
Statut social

CAPTATION AUDIO.
Protection juridique

MARQUES D'APPEL
Sur Internet

Le juridique au service des opérationnels ...

FOCUS

Cession des droits photographiques

N° 221

3 Communication électronique

Utilisation de Google images
Noms de domaine similaires
Licenciement pour téléchargement illégaux
Prestataires de marques blanches
SEO et rupture de relations commerciales
Réservation fautive de mots clefs sur AdWords
Liens promotionnels : affaire SNCF
Marque d'appel sur Internet

6 Audiovisuel / Cinéma

Adaptation audiovisuelle et droit moral
Sanction pénale pour abus de CDD d'usage
Abus de CDD d'usage
Cotisations sociales des scénaristes
Statut social des auteurs de l'audiovisuel
Protection d'une captation
Appel d'offre audiovisuel
Aide non obtenue par le producteur

12 Pub. / Presse / Image

Sonorisation de spot publicitaire
Aléa en cas d'annonce de gain
Utilisation de Google images
Cession des droits photographiques
Frais professionnels des journalistes
Solidarité financière des entreprises de presse
Contrat de travail de journaliste
Refus de changer de titre de presse

16 Propriété intellectuelle

Protection d'un modèle
Protection des courtes locutions
Tolérance de marque contrefaisante
Droit moral de l'illustrateur
Contrat d'édition
Action en révision pour lésion
Droit moral de l'auteur
Marques des chaînes TV
Licence d'exploitation d'œuvre musicale

FICHES DU MOIS

21

Responsabilité des FAI
Obligation de réserve | Presse
Gestion collective des droits
Aides à l'écriture | Audiovisuel
Les marques notoires

CONTRATS DU MOIS

21

Licence de brevet
Convention de partenariat (*)
Contrat de location meublée (*)
Règlement d'arbitrage (*)
Accord de rupture négociée (*)

(*) 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 ...

Utilisation de Google images

Contrefaçon établie

Une société qui récupère sur Google images des illustrations pour les réutiliser pour son site internet s'expose à une condamnation pour contrefaçon. En reproduisant et en communiquant au public sur sa page Facebook les illustrations créées par l'auteur sans son autorisation, la société a commis des actes de contrefaçon à son préjudice.

Indemnisation de l'auteur

Au regard de la notoriété non contestée de l'auteur des illustrations et du mode de mise en ligne choisi et de sa destination commerciale, de l'absence d'élément sur le nombre de visites qui est toutefois nécessairement supérieur au nombre de « like », de la durée de la reproduction et de la communication en ligne, du nombre et de la nature des illustrations reproduites, le préjudice subi par l'auteur a été intégralement réparé par l'allocation d'une somme de 2 000 euros calculée sur la base de 100 euros par illustration illicitement reproduite et supérieure à la multiplication de cette somme par le nombre d'œuvres reproduites..

> [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](#)

Noms de domaine similaires

Le fait d'enregistrer un nom de domaine similaire à celui de son concurrent, dont il découle nécessairement un risque de confusion dans l'esprit du public, est constitutif de concurrence déloyale.

> [Télécharger la décision ici](#)

Licenciement pour téléchargement illégaux

Périmètre de la lettre de licenciement

Un salarié a été licencié pour téléchargement illégaux à partir de son lieu de travail. La lettre de licenciement énonçait pour motif «téléchargements illégaux et répétitifs au sein de l'entreprise ». Il appartient en conséquence à l'employeur de démontrer que le salarié a effectué des téléchargements illégaux. La lettre de licenciement fixant les limites du litige ne vise pas l'usage d'internet au temps de travail pour un motif non professionnel ou la connexion à des sites permettant le téléchargement illégal, mais seulement l'existence de téléchargements illicites et réitérés.

Licenciement sans cause réelle et sérieuse.

Toutefois, un seul relevé de connexion internet produit par l'employeur, s'il manifeste une connexion à un site permettant des téléchargements, ne caractérise pas l'action même de téléchargement, les données y figurant ne faisant état que de la consultation d'images ou pages cinéma. La preuve de

téléchargements illicites et réitérés n'étant pas faite, le licenciement a été déclaré sans cause réelle et sérieuse.

> [Télécharger la décision ici](#)

Prestataires de marques blanches

Les prestataires d'hébergement de services en marque blanche ne sont pas responsables de leurs affiliés dès lors que le prestataire ne joue pas un rôle actif dans la sélection des contenus mis en ligne par les affiliés. Par ailleurs, les victimes de contrefaçon doivent justifier de l'envoi au prestataire de l'envoi d'une notification de contenus illicites conforme aux dispositions de l'article 6.1 de la loi du 21 juin 2004.

> [Télécharger la décision ici](#)

SEO et rupture de relations commerciales

S'expose à une condamnation pour rupture abusive de relations commerciales avec son référenceur SEO, le client qui opère une rupture brutale dans ses relations commerciales suite à des défaillances de services non prouvées alors que des impayés partiellement reconnus et non réglés par le client sont un fait établi (5.000 € à titre de dommages et intérêts pour rupture brutale des relations commerciales établies).

> [Télécharger la décision ici](#)

Réservation fautive de mots clefs sur AdWords

Preuve de la réservation fautive

Dans cette affaire, la société « Ami de 2 CV » reprochait à la société Mehari Evasion d'avoir acheté en toute illégalité auprès de la société Google les mots clés associant « Ami » et « 2 CV » sous forme d'Adwords. Il incombe à la victime du dépôt AdWords (supposé fautif) d'apporter la preuve de l'achat ou de la réservation par un concurrent du mot clé litigieux. En l'espèce, la société n'a pas utilisé la procédure habituelle et simple en demandant à la société Google la communication de l'intégralité des données

relatives au compte du concurrent, au besoin en obtenant l'autorisation d'un juge, ce qui aurait permis de savoir avec certitude quels mots clés le concurrent avait réservés.

Impact du générateur de mots clés

Par ailleurs la société victime de la réservation fautive de mots clefs n'est pas fondée à prétendre pour étayer ses allégations que les outils proposés par la société Google 'Générateur de mots clés' ou 'Requêtes larges' sont un seul et même outil indissociables dont le champ d'application est plus ou moins large. En effet, la société Google présente le 'générateur de mots clés' comme un outil permettant à l'internaute de trouver de nouvelles idées de mots clés et de les ajouter à son compte, d'évaluer le trafic généré par des mots clés existants et nouveaux, d'identifier les termes non pertinents à utiliser comme mots clés à exclure ; cet outil recense de façon automatique une liste de requêtes courantes effectuées sur le moteur de recherche de Google en rapport avec le mot clé que l'internaute a saisi.

La requête large dans le système Adwords de Google est définie selon le dictionnaire du webmarketing, 'dans le cadre d'une campagne de liens commerciaux adwords, comme l'option par défaut de correspondance entre un mot clef acheté par un annonceur et le mot clé utilisé lors d'une requête ; elle est le mode de ciblage mot clé le plus étendu'. Ainsi la requête large est une fonctionnalité différente, présentée par Google comme 'un paramètre de mot clé qui permet la diffusion de l'annonce lorsqu'un internaute recherche ce mot clé ou d'une variante de celui-ci' ; 'la correspondance 'requête large' permet à un mot clé de déclencher la diffusion de l'annonce chaque fois qu'un internaute recherche cette expression, des expressions similaires et des variantes pertinentes. Il existe quatre options de correspondances des mots clés permettant de contrôler le degré de correspondance d'un mot clé avec le terme de recherche saisi par l'internaute afin de déclencher ou non la diffusion de l'annonce. S'il n'est pas spécifié d'option de correspondance spécifique, la correspondance 'requête large' est utilisée par défaut.

Il apparaît ainsi que seul l'utilisateur est responsable du mot clé qu'il choisit avec le 'générateur de mots clés', alors que le client de Google Adwords ayant choisi un mot clé en 'requête large', ne peut connaître à l'avance les associations de mots clés proches qui seront mises en place automatiquement par Google et déclencherons

l'affichage de son annonce. Ainsi dans la mesure où le concurrent a réservé le mot clé '2CV', son annonce s'affichait quel que soit l'expression recherchée par l'internaute, tant que l'expression comprend le mot '2CV'. En conséquence, en l'absence de preuve par la société victime de la réservation des mots clés, le concurrent ne saurait être tenu responsable des associations de mots clés dans l'option mise en place par défaut par la société Google, dont il n'a pas la maîtrise.

> [Télécharger la décision ici](#)

Liens promotionnels : affaire SNCF

Marques de la SNCF sur AdWords

La Société nationale des chemins de fer français (la SNCF), qui a pour mission principale le transport ferroviaire de personnes et de marchandises, a adopté en 1937 le sigle « SNCF » et est titulaire, notamment, de huit marques semi-figuratives et verbales « SNCF », « TGV », « Transilien », « Voyages-sncf.com » et « Voyages-sncf ». Ayant fait constater que le site accessible à l'adresse « <http://www.lo.st> » utilisait ses marques à titre de mots-clés afin de diriger, par l'affichage de liens commerciaux, le consommateur vers des sites concurrents proposant des produits et services identiques ou similaires aux siens, la SNCF a assigné le locataire des serveurs sur lesquels est hébergé le site et le réservataire du nom de domaine, pour atteintes aux marques notoires et pratique commerciale trompeuse.

Les juges d'appel ont (à tort) retenu que l'usage, à l'identique ou par imitation, des marques de la SNCF comme mots-clés par le moteur de recherche générant l'affichage de liens commerciaux dirigeant les internautes en priorité vers des sites concurrents de ceux de la SNCF était fautif dans la mesure où, en faisant en toute connaissance de cause bénéficier les internautes du pouvoir attractif de ces marques, l'exploitant du site internet tirait indûment profit de la notoriété de celles-ci et lèse ainsi les intérêts de leur titulaire. Cette position a été censurée par la Cour

de cassation : en statuant ainsi, alors que la Cour de justice de l'Union européenne (23 mars 2010, Google France, C-236/08 à C-238/08) a dit pour droit que le prestataire d'un service de référencement sur internet, qui stocke en tant que mot-clé un signe identique à une marque et organise l'affichage d'annonces à partir de celui-ci, ne fait pas un usage de ce signe au sens de l'article 5, paragraphes 1 et 2, de la directive 89/104/CE, la cour d'appel a violé les textes susvisés.

> [Télécharger la décision ici](#)

Marque d'appel sur Internet

Pratique des marques d'appel

En faisant référence sur son site internet aux marques appartenant à la société MARIUS MOREL alors qu'elle ne les détient pas en stock ni d'autant plus ne les propose en vente, la société LAPEBIE OPTIC GROUP s'est rendu coupable de fait d'usage illicite des marques litigieuses en procédant ainsi à la pratique dite de la marque d'appel.

Contrefaçon en ligne de marque

En effet, cette pratique est caractérisée par le fait d'utiliser la marque d'autrui pour attirer la clientèle sans détenir de stock d'objets revêtus des dites marques et conduisant à proposer les produits de la marque OPTIQUALI en l'espèce et constitue un acte de contrefaçon de marques.

La société LAPEBIE OPTIC GROUP a été condamnée en conséquence à réparer le préjudice subi par la société MARIUS MOREL FRANCE au titre des actes de contrefaçon de marques « LIGHTEC », « OGA » et « KOALI ».

> [Télécharger la décision ici](#)



Adaptation audiovisuelle et droit moral

Action en contrefaçon

L'auteur du texte d'une adaptation audiovisuelle a poursuivi une société de production aux motifs que les modifications qui avaient été apportées à ses textes, aboutissaient à une violation du synchronisme, à des erreurs historiques et de syntaxes, à des contresens et fautes de français, et que ses textes avaient été utilisés sans son accord pour effectuer le sous-titrage de l'œuvre audiovisuelle, ce qui portait atteinte à ses droits patrimoniaux et moraux d'auteur.

Contrat d'adaptation

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

Au titre du contrat de commande conclu, l'auteur a procédé à l'adaptation en français qui lui était demandée. Cette adaptation était, outre les directives du producteur, 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, portait, malgré les contraintes imposées, 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 l'auteur, et constituait une œuvre protégeable.

Atteinte au droit moral

La renonciation à un droit ne se présument pas, et ne pouvait se déduire du seul caractère d'œuvre de commande de l'œuvre en cause. En l'absence de toute clause en ce sens, il ne pouvait donc être soutenu que l'auteur avait renoncé à son droit de s'opposer aux modifications. En modifiant lors de l'enregistrement, sans l'autorisation de l'auteur, le texte d'adaptation dont il est l'auteur, la société de

production a porté atteinte au droit moral de l'auteur.

> [Télécharger la décision ici](#)

Sanction pénale pour abus de CDD d'usage

Recours aux CDD d'usage

Suite à un contrôle effectué dans les locaux de la société Groupe M6, et, plus précisément, sur le plateau d'enregistrement des émissions "Secrets d'actualité" et "Vous prendrez bien un peu de recul", il a été constaté que, d'une part, vingt-trois salariés de la société Métropole Production, filiale du Groupe M6, avaient été embauchés par contrats à durée déterminée, à la journée, pour accomplir, dans certains cas depuis plusieurs années, des tâches de cadreur, électricien éclairagiste, preneur de son, coiffeur ou maquilleur, et que, d'autre part, plusieurs journalistes-rédacteurs avaient été embauchés par une société de production, filiale du Groupe M6, par contrats à durée déterminée, dits de grille.

Condamnation pénale des dirigeants

A la suite de ces faits, le président et directeur général de la société de production et le directeur général de la société Métropole Production, ont été cités devant le tribunal correctionnel, sur le fondement des articles L. 1248-1, alinéa 1, et L. 1242-1 du code du travail, pour avoir embauché des salariés par contrats à durée déterminée pour un emploi durable et habituel sur des postes permanents correspondant à l'activité normale de l'entreprise. Ces derniers ont été déclarés coupables et condamnés à des peines d'amende.

Les contrats à durée déterminée en cause, qui avaient été délibérément renouvelés pendant plusieurs mois, voire plusieurs années, par les sociétés poursuivies, n'étaient pas justifiés par des raisons objectives établissant le caractère par nature temporaire de l'emploi, au sens de l'accord-cadre du 18 mars 1999 sur le travail à durée déterminée, mis en œuvre par la Directive 1999/70/CE du 28 juin 1999. Pour rappel,

l'article L. 1248-1, alinéa 1, du code du travail dispose que « Le fait de conclure un contrat de travail à durée déterminée qui a pour objet ou pour effet de pourvoir durablement un emploi lié à l'activité normale et permanente de l'entreprise en méconnaissance de l'article L.1242-1, est puni d'une amende de 3 750 euros ».

> [Télécharger la décision ici](#)

Abus de CDD d'usage

CDD de réalisateur

Un réalisateur de bandes annonces d'autopromotion pour différentes chaînes de télévision a obtenu la requalification de ses CDD d'usage en un CDI. Selon l'article L. 1241-1 du code du travail: « Un contrat de travail à durée déterminée, quel que soit son motif, ne peut avoir ni pour objet ni pour effet de pourvoir durablement un emploi lié à l'activité normale et permanente de l'entreprise. » L'article L.1241-2 de ce code précise: « Sous réserve des dispositions de l'article L. 1242-3, un contrat de travail à durée déterminée ne peut être conclu que pour l'exécution d'une tâche précise et temporaire, et seulement dans les cas suivants:(...) 3° Emplois à caractère saisonnier ou pour lesquels, dans certains secteurs d'activité définis par décret ou par convention ou accord collectif de travail étendu, il est d'usage constant de ne pas recourir au contrat de travail à durée indéterminée en raison de la nature de l'activité exercée et du caractère par nature temporaire de ces emplois;(...). » L'article D.1242-1 du code du travail, pris pour application du 3° de l'article précité pour fixer la liste de ces emplois, y inclus en son 6° » Les spectacles, l'action culturelle, l'audiovisuel, la production cinématographique, l'édition phonographique ».

Contrôle du juge

En dépit des dispositions de l'accord interbranche du 12 octobre 1998 sur le recours au contrat de travail à durée déterminée d'usage dans le spectacle, étendu par arrêté du 15 Janvier 1999, il demeure dans l'office du juge de vérifier que le recours à l'utilisation de contrats à durée déterminée successifs est justifié par des raisons objectives qui s'entendent de l'existence d'éléments concrets établissant le caractère par nature

temporaire de l'emploi. En l'espèce, le réalisateur a été employé de façon continue pendant plus de 6 années, pour un emploi toujours identique.

En l'occurrence, la simple référence à une liste d'emplois établie par les partenaires sociaux ou encore la notion de compétences techniques ou artistiques spécifiques, aux contours mal définis, ne sauraient suffire au juge à apprécier, in concreto, la légitimité qu'il y a à écarter l'application de droit commun du contrat de travail à durée indéterminée. Il ressortait des éléments du dossier que la réalisation de bandes annonces d'autopromotion de chaînes de télévision est une activité pérenne. Dans ces conditions, le contrat de travail du réalisateur a été conclu en méconnaissance des dispositions des articles L. 1242-1 et L. 1242-12 du code du travail et doit en application de celles de l'article L. 1245-1 du même code, être réputé conclu pour une durée indéterminée.

> [Télécharger la décision ici](#)

Cotisations sociales des scénaristes

Droits d'auteur des formateurs

A la suite d'un contrôle de l'application de la législation de la sécurité sociale, l'URSSAF a réintégré dans l'assiette des cotisations dues par une société au titre du régime général des travailleurs salariés des sommes, sous la forme de droits d'auteurs, aux formateurs chargés, dans le cadre du département intitulé Escal, d'assister les personnes inscrites à un atelier d'écriture dans l'élaboration d'un projet personnel d'écriture, tels que scénario, dialogues, romans ou chansons ainsi que les sommes versées, sous la même forme de droits d'auteur, aux artistes venus faire des conférences dans le cadre de formations artistiques (supplément de cotisations).

La société a contesté sans succès redressement relatif à l'assujettissement des formateurs occasionnels ayant apporté leur concours artistique dans le cadre de l'atelier d'écriture. L'école avait en effet recours à des professionnels du cinéma ou de la télévision pour faire des interventions ponctuelles ou animer des ateliers d'écriture ; leur rémunération était versée sous la forme de droits d'auteurs au motif que leur contribution présentait un caractère artistique indépendant

de toute contrainte horaire ou de contenus.

Pas d'activité d'auteur

Comme l'ont relevé à juste titre les premiers juges, ces formateurs, professionnels du cinéma font partager leur expérience aux personnes inscrites à l'école, dans les locaux de l'établissement, à des dates convenues à l'avance et leur intervention s'inscrit dans le cadre des programmes pédagogiques dispensés par l'établissement. A ce titre, leur participation à l'écriture de manuscrits ou à la réalisation de reportage audiovisuel, dans le cadre de tels programmes pédagogiques, se distingue totalement de la création d'oeuvre originale, même s'ils conservent toute liberté dans la conception des sujets d'études et ne disposent pas de bureaux dans les locaux de l'école.

En l'occurrence, il ne s'agissait pas de manuscrits ou de reportages audiovisuels destinés à une diffusion publique en dehors de l'établissement et la contribution des auteurs s'inscrivait entièrement dans le cadre des différents enseignements dispensés par l'école, quelle que soit leur forme. Au surplus cette dernière rémunération était versée sous forme de notes journalières ou horaires de nature forfaitaire comme le sont les allocations remises aux formateurs occasionnels salariés.

> [Télécharger la décision ici](#)

Marques des chaînes TV

Affaire Comédie +

Le dépôt de la marque « COMEDIA » n'est pas la contrefaçon de la marque « COMEDIE » déjà déposée dans le secteur de la production audiovisuelle. Le consommateur moyen, normalement informé et raisonnablement avisé ne percevra pas cette séquence commune comme un élément lui permettant de distinguer la provenance des produits et services, mais simplement le renseignant sur leur nature. Hormis, la séquence commune «

COMEDI », les signes en présence présentent des différences visuelle, phonétique et conceptuelle.

Comparaison des signes en présence

En effet, visuellement, la marque antérieure est une marque complexe en couleur composée du terme 'COMÉDIE', du signe '+' inscrit dans un cartouche rectangulaire au fond gris, barrant un élément figuratif représentant un point d'exclamation stylisé, aux couleurs rouge et orange. Le signe contesté est un signe verbal composé de deux éléments verbaux 'LE' et 'COMEDIA'.

Phonétiquement, ces signes diffèrent par leur rythme et leur prononciation: 'LECOMEDIA' se lisant en quatre temps rapprochés [LE] [CO] [ME] [DIA], 'COMÉDIE +' s'énonçant en trois temps rapproché [CO] [ME] [DI] puis par un temps séparé pour le signe '+' [PLUS] ;

Conceptuellement, la demande d'enregistrement, purement verbale, porte sur un terme italien 'COMEDIA' précédé de l'article français 'LE', formant un tout indivisible, sans qu'il soit besoin d'entrer dans le détail inopérant de l'argumentation des parties quant à la notoriété de la dénomination 'LE COMEDIA' pour évoquer un théâtre éponyme parisien. La marque antérieure 'COMÉDIE +' est appréhendée comme un ensemble évoquant la notion de 'plus de comédie', étrangère dans le signe contesté.

Par ailleurs, si la notoriété d'une marque est de nature à en renforcer la distinctivité et aggraver le risque de confusion, il n'en demeure pas moins en l'espèce, qu'en dépit de la connaissance de la marque antérieure, cette notoriété ne constitue pas un facteur suffisant pour admettre un risque de confusion, sauf à conférer à son titulaire un monopole à l'utilisation du terme 'COMÉDIE', au sein d'un ensemble aussi différent que l'est le signe contesté.

Il s'ensuit que la seule présence de l'élément commun 'COMEDI' n'est pas de nature à faire naître un risque de confusion entre les signes quand bien même les produits et services en cause sont



identiques ou similaires, le consommateur moyen normalement informé, raisonnablement attentif et avisé n'étant pas conduit à confondre, voire à associer les deux signes et leur attribuer une origine commune.

> [Télécharger la décision ici](#)

Statut social des auteurs de l'audiovisuel

Régime général contre régime dérogatoire

Selon les dispositions de l'article L 382-3 du code de la sécurité sociale selon lesquelles les revenus tirés de leur activité d'auteur à titre principal ou à titre accessoire par les artistes auteur d'oeuvres littéraires et dramatiques, musicales et chorégraphiques, audiovisuelles et cinématographiques, graphiques et plastiques, sont assujettis obligatoirement au régime général de sécurité sociale pour les assurances sociales et bénéficient des prestations familiales dans les mêmes conditions que les salariés.

Taux de cotisation applicable

Les conditions de ressources déterminant l'affiliation des artistes auteur sont fixées par les dispositions de l'article R 382-1 du code de la sécurité sociale, le taux de cotisation a été réduit suivant les dispositions de l'article 1 et l'article 3 de l'arrêté du 24 janvier 1975 pour les artistes de spectacle mentionnés à l'article L 762-1 du code du travail, à raison de 70 % du taux du régime général des salariés.

En l'espèce, des réalisateur-auteurs au sein d'une association s'ils ont indiscutablement la qualité d'auteur-réalisateur des scénarios travaillés en atelier et produits par l'Association, ils n'ont pas, au sens des dispositions de l'article L 762-1 du code du travail, la qualité d'artiste de spectacle, leur intervention étant prévue et organisée dans un cadre pédagogique aux fins de former les élèves aux métiers de l'audiovisuel. Il s'en suit que l'URSSAF est en droit, de refuser l'application des taux réduits et de l'assiette forfaitaire prévues par les dispositions de l'article 1 et de l'article 3 de l'arrêté du 24 janvier 1975 pour

les activités de formation des réalisateur-auteurs.

Statut du réalisateur

Si le réalisateur a, par le fait des dispositions de l'article L 113-7 du code de la propriété intellectuelle, la qualité d'auteur d'une oeuvre audiovisuelle, sa rémunération, déterminée par les dispositions de l'article L 762-1 du code du travail se compose pour partie d'un salaire et pour partie d'un droit d'auteur correspondant à la conception intellectuelle de la mise en scène par principe calculé proportionnellement aux recettes d'exploitation de l'oeuvre.

Le régime de la sécurité sociale des artistes auteurs ne s'appliquant qu'à la fraction de la rémunération qui est qualifiée de droits d'auteur il appartient à l'employeur de formaliser préalablement la cession des droits d'auteur par l'établissement d'un contrat conclu dans les conditions de forme et de fond édictées par les dispositions des articles L 131-1 et suivants et L 131-2 et suivants du code de la propriété intellectuelle. A défaut de cette formalisation préalable la rémunération est assujettie aux cotisations selon le taux de droit commun prévu par les dispositions de l'article L 242-1 du code de la sécurité sociale.

En l'espèce, faute pour l'Association d'avoir formalisé cette cession préalablement au versement des cotisations à l'AGESSA, la distinction entre la rémunération en salaires et la rémunération en droits d'auteur n'a pu être opérée de sorte que c'est à bon droit que l'URSSAF a requalifié en salaires passibles des cotisations dues dans le cadre du régime général, les sommes versées à tort en droit d'auteur au réalisateur-auteur.

> [Télécharger la décision ici](#)

Protection d'une captation

La captation : une oeuvre audiovisuelle

Aux termes de l'article L 112-2 du code de la propriété intellectuelle sont considérées comme oeuvre de l'esprit 6° les oeuvres cinématographiques et

autres oeuvres consistant dans des séquences animées d'images, sonorisées ou non, dénommées ensemble oeuvres audiovisuelle. L'oeuvre audiovisuelle bénéficie de la protection conférée aux oeuvres de l'esprit c'est à dire sans formalité dès lors qu'elle présente un caractère original.

Une société de Production soutenait qu'un 'clip live' réalisé par elle à partir des images du concert du groupe Eiffel avec Bertrand Cantat à l'occasion du festival 'Les Rendez-Vous de Terres Neuves' revêtait un caractère original car elle avait fait le choix de filmer le concert depuis la fosse, parmi les spectateurs, afin de plonger le spectateur dans l'ambiance du concert, par le positionnement de plusieurs caméras dans la salle afin de filmer la scène sous différents angles avec différents focus adaptés pour mieux rendre compte du concert et de son accueil par le public, par le choix de filmer le public. Elle ajoutait que cette originalité ressortait également du choix technique et artistique opéré lors du montage, par la synchronisation de l'enchaînement des images sur le rythme de la musique.

Cependant si l'exclusivité obtenue selon la société et l'extrait d'un article de presse, pour filmer les images de ce concert, en fait un produit audiovisuel particulier, l'ensemble de celui-ci, visionné par les juges, ne revêtait pas, un caractère original manifestant la personnalité de son producteur car le placement de plusieurs caméras dans la salle pour filmer la scène sous plusieurs angles avec des focus différents et le fait de filmer à partir de la fosse et de filmer également le public pour en reproduire les réactions ne constituent que des pratiques usuelles pour ce genre d'événements.

Rien dans le montage portant sur une succession de plans qui rendent compte de l'événement sur lesquels la piste sonore reprend la musique du concert captée, ne permet de manifester une personnalité singulière à ce reportage.

Aussi c'est à bon droit que le tribunal a déclaré que la société de Production n'était pas fondée à se prévaloir de la protection des droits d'auteur sur la captation audiovisuelle réalisée.

> [Télécharger la décision ici](#)

Appel d'offre audiovisuel

Affaire France 5

Une société n'a pas obtenu la condamnation de la société France Télévisions pour non-respect des dispositions relatives à la passation des appels d'offre. La société de Production a répondu à un appel à projets émis par la société France 5 concernant la création d'une collection de documentaires consacrés à des personnalités françaises. Le comité éditorial de la société France 5 ayant retenu un autre documentaire consacré à la même personnalité, la société a demandé sans succès que la société France 5 soit condamnée à lui payer des dommages-intérêts.

La société de production reprochait à la société France 5 d'avoir en cours de procédure de sélection, modifié l'appel d'offre : à l'origine, le communiqué prévoyait que les projets devaient comporter « la confirmation formelle de l'accord de la personnalité politique » mais a été modifié en indiquant que les dossiers devaient comporter « le nom de la personnalité et la notification de son accord ». Une telle modification ne revêt aucun caractère substantiel dès lors qu'un producteur ne saurait proposer un documentaire consacré à une personnalité sans l'accord de celle-ci et que la date à laquelle le producteur doit fournir cet accord à la chaîne apparaissait accessoire.

> [Télécharger la décision ici](#)



Aide non obtenue par le producteur

Compte de soutien et subvention CNC

En cas de défaut d'obtention d'une subvention du CNC, une société de production n'a aucune obligation de paiement sur ses fonds propres, son engagement étant subordonné à l'obtention de l'aide par le CNC.

En l'espèce, le compte de soutien auprès du CNC était destiné à recevoir des subventions individualisées au titre des oeuvres présentées. S'agissant de subventions, celles-ci présentent par leur nature un caractère aléatoire, quand bien même le producteur peut exprimer à son partenaire, une certaine confiance dans leur obtention.

Subvention sous conditions

Il résultait des stipulations contractuelles que seul le compte de soutien était acquis à la société de production et non la subvention dont le montant non précisément défini puisqu'il était indiqué, environ 36 000€ et le principe de versement demeuraient réglementairement soumis à l'accord unique et exclusif du CNC sous la forme d'une autorisation dite «autorisation préalable», puis «autorisation définitive».

Les contrats entre les sociétés ne stipulaient aucun versement complémentaire à la charge de la société de production, ni aucune obligation pour la société de production d'apporter un financement en substitution des subventions. La nature de son apport sous forme de subventions et uniquement de celles-ci est également démontrée par l'équilibre financier global des contrats en ce qu'ils ont prévu un partage des recettes nettes par producteur et un droit de copropriété réparti entre les coproducteurs.

Refus motivé du CNC

Le CNC a refusé d'accorder les subventions pour deux raisons, d'une part car la participation de la société de production était limitée à cette subvention, le CNC précisant qu'«en tant que subvention publique, le compte de soutien ne peut servir d'instrument à

la seule association financière à la production d'un programme audiovisuel ; le statut du producteur délégué faisant l'objet d'un ensemble d'obligations définies dans le décret du compte de soutien», d'autre part car les trois programmes avaient été déposés après la fin des prises de vues, toutes réalisées ; en toute hypothèse, quand bien même le dossier aurait-il été déposé dans le délai d'un mois avant, la première cause de rejet subsistait, le CNC ayant retenu que la demande reposait sur un montage contraire aux règles de fonctionnement du compte joint.

> [Télécharger la décision ici](#)



Sonorisation de spot publicitaire

A propos de l'exploitation d'un spot publicitaire diffusé par la société Cofidis, les juges ont confirmé l'existence d'une contrefaçon de la chanson « Viva la vida » et l'a condamnée à verser à l'éditeur de cette chanson, la société Universal Music Publishing, diverses sommes en réparation du préjudice subi. La société Cofidis n'a pas obtenu de faire jouer la clause de garantie d'éviction du contrat de production musicale conclu avec son prestataire.

Dénaturation de l'œuvre première

Selon l'expert désigné, les notes musicales, manifestement sorties de leur contexte originel de style par une refonte entière de leur déroulement rythmique, semblaient, sous cette forme ramassée, dénaturer passablement l'œuvre première au point de ne plus identifier avec certitude les éléments musicaux d'origine qui la composait. La société Cofidis avait reconnu sans l'expliquer qu'il y avait eu une intervention sur l'œuvre musicale postérieure à sa livraison et à son initiative et sans l'appui contractuellement stipulé de son prestataire (intervention de nature à priver la société Cofidis du bénéfice de la garantie d'éviction).

> [Télécharger la décision ici](#)

Aléa en cas d'annonce de gain

Gain et aléa

Selon l'article L 121-36 du code de la consommation : 'Les opérations publicitaires réalisées par voie d'écrit qui tendent à faire naître l'espérance d'un gain attribué à chacun des participants, quelles que soient les modalités du tirage au sort, ne peuvent être pratiquées que si elles n'imposent aux participants aucune contrepartie financière ni dépense sous quelque forme que ce soit. Lorsque la participation à cette opération est conditionnée à une obligation d'achat, la pratique n'est illicite que dans la mesure où elle revêt un caractère déloyal au sens de l'article L 120-1. Le bulletin

de participation à ces opérations doit être distinct de tout bon de commande de bien ou de service.'

Dans cette affaire, les juges ont relevé que dans les opérations en cause le bon de participation et le bon de commande étaient aisément identifiables, séparables matériellement, et que l'envoi du second n'était pas subordonné à l'existence d'une commande, de sorte que les opérations demeuraient gratuites, ce qui suffisait à permettre le respect des exigences posées par l'article L 121-36 susvisé.

Engagement à verser un gain

En matière d'engagement à verser un gain, l'article 1371 du code civil dispose que les quasi-contrats sont des faits volontaires de l'homme dont il résulte un engagement quelconque envers un tiers, et quelquefois un engagement réciproque des deux parties. En application de ce texte, l'organisateur d'une loterie qui annonce un gain à une personne dénommée sans mettre en évidence à première lecture l'existence d'un aléa s'oblige, par ce fait purement volontaire, à le délivrer.

S'il appartient au consommateur qui se prévaut de ces dispositions d'établir l'absence d'aléa, il n'est pas nécessaire qu'il rapporte la preuve de l'expédition de son courrier de réponse, le seul envoi d'annonce d'un gain non soumis à l'existence d'un aléa étant générateur de l'obligation de délivrance de ce gain. En l'espèce, existait bien dans cette opération un aléa, identifiable sans confusion possible à première lecture, consistant dans le fait d'être détenteur du numéro identifiant désigné gagnant. A noter que lorsqu'une opération n'est pas soumise à un tirage au sort, elle n'est pas soumise aux dispositions de l'article L 121-36 du code de la consommation.

> [Télécharger la décision ici](#)

Cession des droits photographiques

Contrat facultatif

Dans cette nouvelle affaire, un photographe soutenait que la cession de droits de reproduction d'une photographie devait être écrite et expresse, selon les dispositions de l'article L131-2 du code de la propriété intellectuelle : « Les contrats de représentation, d'édition et de production audiovisuelle définis au présent titre doivent être constatés par écrit. Il en est de même des autorisations gratuites d'exploitation. Dans tous les autres cas, les dispositions des articles 1341 à 1348 du code civil sont applicables ».

En effet, cet article pose des règles particulières aux contrats de représentation, d'édition et de production audiovisuelle, qui ne s'appliquent pas aux autres contrats. Ces dispositions ne s'appliquent notamment pas aux cessions de droits d'exploitation sur une photographie.

> [Télécharger la décision ici](#)

Frais professionnels des journalistes

Déduction forfaitaire de 30%

Il résulte des articles 9 de l'arrêté interministériel du 20 décembre 2002 et 5 de l'annexe IV du code général des impôts que les journalistes professionnels bénéficient d'une déduction forfaitaire spécifique pour frais professionnels de 30 %. Selon l'article L 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 entreprise de presse et qui en tire le principal de ses ressources.

La qualité de journaliste suppose l'apport d'une contribution intellectuelle ou de création à l'entreprise de presse en vue de l'information

des lecteurs. En revanche, la seule contribution technique d'un salarié à la réalisation du journal ne lui fait pas acquérir la qualité de journaliste, même si cette activité ne se borne pas à une pure exécution. La possession de la carte d'identité de journaliste ne suffit pas pour reconnaître aux personnes en cause la qualité de journaliste professionnel.

Frais professionnels des rédacteurs graphistes

En l'espèce, il ressort des attestations produites par l'employeur que les rédacteurs graphistes et le directeur artistique recrutés intervenaient en étroite collaboration avec les rédacteurs pour concevoir les différents dossiers ou articles et participaient aux réunions de rédaction où les sujets traités étaient choisis. Ils étaient donc associés à toutes les étapes nécessaires à l'élaboration des publications de presse et apportaient donc au journal une véritable contribution intellectuelle ou de création en vue de l'information des lecteurs ou auditeurs et leur activité ne se réduit pas à une collaboration technique. Par ailleurs, les personnes en cause se sont vues attribuer une carte d'identité de journaliste professionnel et la convention collective des journalistes de presse périodique les classait expressément parmi les journalistes professionnels en indiquant que leur activité comportait des créations graphiques nécessitant des recherches par la composition et par l'image.

Dans ces conditions, c'est à tort que les premiers juges ont décidé que les rédacteurs graphistes et le directeur artistique de la société 'Le revenu français' ne pouvaient pas bénéficier de la déduction forfaitaire spécifique des journalistes.

> [Télécharger la décision ici](#)

Solidarité financière des entreprises de presse

Deux sociétés de presse peuvent être jugées



comme co-employeurs (solidarité de paiement des condamnations) même si elles constituent deux entités juridiques différentes. Cette solidarité est retenue lorsqu'il existe entre les sociétés, une confusion d'intérêts, d'activités et de direction.

En l'espèce, il était constant que la SAS Le Quotidien et la SARL Le Quotidien Multimédia sont des structures juridiques différentes immatriculées à des périodes différentes mais qu'il était établi que les sociétés avaient des intérêts communs en ce que :

- la société Le Quotidien, qui a pour activité l'impression, l'édition et la diffusion d'un journal papier le Quotidien, a créé, une structure sociale à savoir la société Le Quotidien Multimédia dont l'objet social était la création, la conception des sites internet et WAP, la production de contenus et de services numériques et qui, en fait, n'avait pour objet que de gérer son site internet et d'y éditer, sur internet, le journal papier,

- la société Le Quotidien Multimédia a donc été créée à l'initiative de la société Le Quotidien qui en détient 100% du capital, ces deux sociétés ayant le même siège social et le même dirigeant;

- qu'elles ont constitué une équipe comprenant quatre journalistes et deux salariés marketing et que d'une part trois journalistes étaient salariés de la société Le Quotidien et le quatrième était salarié de la société Le Quotidien Multimédia ;

- que l'activité de la société Le Quotidien Multimédia était exclusivement la gestion du site internet de la société Le Quotidien par la publication, sur internet, du journal papier, que la société Le Quotidien était l'éditeur du site et en fournissait donc le contenu, seuls les commerciaux de la société Le Quotidien vendant des espaces publicitaires sur le site et les prix en étant fixés par elle,

- que la gestion du personnel de la société Le Quotidien Multimédia était faite par la société Le Quotidien en ce : i) que seule la société Le Quotidien est intervenue dans la phase du recrutement ; ii) que les salariés sont intégrés dans l'annuaire des salariés de la société Le Quotidien avec une adresse mail lequotidien.re et

qu'ils sont sous l'autorité et la direction effectives, et donc sous la subordination, du directeur de la société Le Quotidien ; iii) que la gestion financière et sociale de la réduction d'activité de la société Le Quotidien Multimédia a été faite par la société Le Quotidien. Il se déduit de toutes ces constatations, qu'il existait une confusion d'intérêts, d'activité et de direction entre la SAS Le Quotidien et la SARL Le Quotidien Multimédia qui n'avait aucune autonomie décisionnelle d'aucune sorte.

> [Télécharger la décision ici](#)

Contrat de travail de journaliste

Du CDD au CDI de journaliste

Dès lors que suite à des contrats à durée déterminée, une relation de travail entre un pigiste et une entreprise de presse se poursuit sans qu'aucun contrat n'ait été régularisé entre les parties, le risque est important que la relation des parties soit requalifiée en contrat à durée indéterminée.

En effet, la convention collective nationale des journalistes (applicable en l'espèce), prévoit, dans son article 20, que « chaque collaborateur doit recevoir, au moment de son engagement, une lettre stipulant en particulier son emploi, sa qualification professionnelle, la convention collective applicable, le barème de référence, la date de prise de fonction, le montant de son salaire et le lieu d'exécution du contrat de travail. (...) » Par ailleurs, l'article L 7112-1 dispose que « toute convention par laquelle une entreprise de presse s'assure, moyennant rémunération, le concours d'un journaliste professionnel est présumée être un contrat de travail. Il en résulte que les journalistes professionnels rémunérés à la pige sont présumés être liés par un contrat de travail à l'entreprise de presse pour laquelle ils collaborent.

La pige, un mode de rémunération



Il résulte de la documentation produite le Syndicat National des Journalistes que la pige n'est pas un type de contrat mais un mode de rémunération. De même, si l'existence de « commandes de pige » écrites est recommandée par le Syndicat, elle n'est pas une condition nécessaire pour valider une rémunération à la pige.

Statut du journaliste pigiste

Le journaliste pigiste n'est pas rémunéré sur la base du temps de travail mais en fonction de la production convenue avec son employeur. Il reçoit une rémunération variable en fonction des actes effectués pour le compte de l'organe de presse. Il bénéficie d'une totale liberté pour l'organisation de son travail et peut travailler pour d'autres publications sans avoir à demander l'autorisation à son employeur. La qualité de journaliste rémunéré à la pige est compatible avec la mise à disposition de matériel par l'employeur tel que ordinateur ou véhicule. En l'occurrence, la salariée avait le statut de « journaliste professionnel, dans le cadre d'un contrat de travail à durée indéterminée.

Il résulte du statut de journaliste pigiste que la salariée n'était pas rémunérée sur la base des barèmes établis par la Fédération de Presse Périodique Régionale qui ne concernent que les journalistes mensualisés, mais à l'acte, en fonction de sa production mensuelle. Si la salariée faisait valoir qu'elle avait travaillé durant des heures de nuit, des jours de repos ou des jours fériés, sans bénéficier de majoration de salaire ni de repos compensateur, le statut de journaliste pigiste ne permet pas à la salariée de se prévaloir de telles heures de travail pour obtenir une rémunération supplémentaire. En effet, il résulte de l'accord du 7 novembre 2008, relatif aux journalistes rémunérés à la pige, que leur collaboration est rémunérée sans aucune référence au temps de travail. La pigiste était donc libre de s'organiser comme elle le voulait et l'employeur ne pouvait exercer aucun contrôle sur le temps consacré à la rédaction des articles.

> [Télécharger la décision ici](#)

Refus de changer de titre de presse

Selon l'article L.7112-5 du code du travail, si la rupture du contrat de travail survient à l'initiative du journaliste professionnel, les dispositions des articles L.7112-3 (relatif à au montant de l'indemnité de licenciement), et L.7112-4 (relatif à la saisine d'une commission arbitrale compétente pour déterminer l'indemnité due lorsque l'ancienneté excède quinze années), sont applicables lorsque cette rupture est motivée par la cessation de la publication du journal ou du périodique pour quelque cause que ce soit.

Il résulte des articles 8 et 20 de la convention collective nationale des journalistes du 1er novembre 1976, refondue le 27 octobre 1987 et étendue par arrêté du 2 février 1988, que si un journaliste est appelé par son employeur à collaborer à un autre titre que celui ou ceux auxquels il est attaché, cette modification doit faire l'objet d'un accord par échange de lettres.

Au cas particulier, au moment de son licenciement le salarié était attaché au journal 'le Foot Bretagne' puisqu'il y collaborait depuis deux ans en rédigeant des piges. Au regard des dispositions conventionnelles précitées, aucune faute grave ne pouvait lui être imputée du fait de son refus d'accepter la proposition de son employeur de collaborer à un autre titre édité par le groupe (licenciement abusif).

> [Télécharger la décision ici](#)



Protection d'un modèle

Conditions de la protection

Conformément à l'article L 511-1 du code de propriété intellectuelle, peut être protégée à titre de dessin ou modèle l'apparence d'un produit, ou d'une partie de produit, caractérisée en particulier par ses lignes, ses contours, ses couleurs, sa forme, sa texture ou ses matériaux. Ces caractéristiques peuvent être celles du produit lui-même ou de son ornementation. Est regardé comme un produit tout objet industriel ou artisanal, notamment les pièces conçues pour être assemblées en un produit complexe, les emballages, les présentations, les symboles graphiques et les caractères typographiques, à l'exclusion toutefois des programmes d'ordinateur. En vertu de l'article L 511-2 du code de propriété intellectuelle, seul peut être protégé le dessin ou modèle qui est nouveau et présente un caractère propre.

Condition de la nouveauté

Et, en application de l'article L 511-3 du même code, un dessin ou modèle est regardé comme nouveau si, à la date de dépôt de la demande d'enregistrement ou à la date de la priorité revendiquée, aucun dessin ou modèle identique n'a été divulgué. Des dessins ou modèles sont considérés comme identiques lorsque leurs caractéristiques ne diffèrent que par des détails insignifiants.

Ainsi, la nouveauté d'un modèle, notion distincte de l'originalité qui est indifférente à sa validité, est objective. Elle s'apprécie par comparaison globale entre le modèle tel qu'il est déposé et le modèle antérieurement divulgué qui est opposé, tous deux pris dans leur ensemble constitué par la combinaison de leurs éléments caractéristiques, et non par l'examen de chacun des éléments qui les composent pris isolément. Seule l'identité entre le modèle et la création divulguée, qui découle de l'absence de différences ou de l'existence de différences insignifiantes révélées par cet examen global, est destructrice de nouveauté, la similitude des modèles ne l'excluant en revanche pas.

La divulgation peut porter sur toute antériorité sans

limite spatio-temporelle dès lors que, dans la pratique normale des affaires, les milieux spécialisés du secteur concerné opérant dans la Communauté pouvaient raisonnablement en avoir connaissance. Il appartient dans ce cadre à celui qui conteste la nouveauté du modèle de rapporter la preuve du contenu et de la date certaine de la divulgation de l'antériorité qu'il oppose et au titulaire des droits sur le modèle de démontrer que sa connaissance n'était pas raisonnablement accessible pour les professionnels du secteur considéré.

Condition de la divulgation

Par ailleurs, en application de l'article L 511-6 du code de propriété intellectuelle, un dessin ou modèle est réputé avoir été divulgué s'il a été rendu accessible au public par une publication, un usage ou tout autre moyen. Il n'y a pas divulgation lorsque le dessin ou modèle n'a pu être raisonnablement connu, selon la pratique courante des affaires dans le secteur intéressé, par des professionnels agissant dans la Communauté européenne, avant la date du dépôt de la demande d'enregistrement ou avant la date de priorité revendiquée.

Nullité de l'enregistrement du modèle

Conformément aux articles L 512-4 et L 512-6 du même code, l'enregistrement d'un dessin ou modèle est déclaré nul par décision de justice notamment s'il n'est pas conforme aux dispositions des articles L 511-1 à L 511-8, la décision judiciaire prononçant la nullité totale ou partielle d'un dessin ou modèle ayant un effet absolu et étant inscrite au registre national mentionné à l'article L 513-3. Si la brève description prévue à l'article R 512-13 du code de propriété intellectuelle est facultative et n'est prévue qu'à des fins exclusivement documentaires, elle n'en est pas moins utile, lorsqu'elle existe, pour identifier les éléments caractéristiques de la forme protégée, et ce d'autant plus que l'enregistrement comporte pour le modèle n° 677832 deux photographies 3-3 représentant deux croix de formes et de couleurs différentes en violation de l'article R 512-3 2° qui dispose que chaque reproduction doit porter sur un seul objet et ne représenter que celui-ci..

> [Télécharger la décision ici](#)

Protection des courtes locutions

Application du droit d'auteur

L'article L.111-1 du code de la propriété intellectuelle dispose que « L'auteur d'une oeuvre de l'esprit jouit sur cette oeuvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous, comportant des attributs d'ordre intellectuel et moral ainsi que des attributs d'ordre patrimonial. ». Un texte, même court, peut bénéficier de la protection des droits d'auteur s'il est original. Le droit de l'article susmentionné est conféré, selon l'article L.112-1 du même code, à l'auteur de toute oeuvre de l'esprit, quels qu'en soit le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination. Il se déduit de ces dispositions le principe de la protection d'une oeuvre sans formalité et du seul fait de la création d'une forme originale.

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

Absence de contrefaçon

En l'espèce, l'auteur de la phrase suivante (rédigée par une critique d'art dans le cadre de la présentation d'un artiste) n'a pas obtenu la protection du droit d'auteur : « les interrogations identitaires et existentialistes de l'artiste trouvent une réponse formelle à travers le cri, le cri montré, affiché, étouffé, ou hurlé ». Le cri étant un élément fort sur lequel l'artiste (Thierry Fontaine) prend appui dans ses oeuvres conceptuelles et sculpturales pour communiquer son émotion et transmettre « son désir d'engager le dialogue, le besoin de canaliser une rage intérieure et de trouver son indépendance avec obstination », l'emploi de ce mot est donc incontournable pour décrire l'oeuvre de l'artiste et les adjectifs qualificatifs employés par la critique d'art sont plutôt descriptifs des supports utilisés ; le terme hurlé est en outre emprunté à l'oeuvre « le hurloir ».

> [Télécharger la décision ici](#)

Tolérance de marque contrefaisante

La forclusion de l'action en nullité de marque peut être soulevée, si le titulaire de la marque a toléré l'usage de sa marque contrefaite pendant cinq ans. Toutefois, il est constant que le point de départ du délai de cinq ans est constitué par la connaissance qu'a pu avoir celui qui invoque les droits antérieurs d'un usage des marques secondes litigieuses, celle-ci ne devant en outre pas être appréciée de manière abstraite mais en fonction des éléments de l'espèce susceptibles d'établir que cette personne en ait eu effectivement connaissance.

> [Télécharger la décision ici](#)

Droit moral de l'illustrateur

L'article L 132-11 du code de la propriété intellectuelle prévoit que l'éditeur d'une oeuvre littéraire doit faire figurer sur chacun des exemplaires, le nom de l'auteur. En l'espèce, l'illustratrice et auteur des textes d'une encyclopédie, n'a pas été créditée de son nom ni de sa qualité d'illustratrice sur la collection éditée (atteinte au droit moral réparée par l'allocation de la somme de 800 euros à titre de dommages et intérêts).

> [Télécharger la décision ici](#)

Contrat d'édition

Preuve de la cession des droits d'édition

En matière de cession d'illustrations, lorsqu'aucun contrat n'a été signé, il incombe à la société d'édition commanditaire, de rapporter la preuve d'un écrit constatant le consentement de l'auteur. L'article 132-7 du code précité prévoit que le consentement personnel et donné par écrit de l'auteur est obligatoire. L'article L 122-4 du code de la propriété intellectuelle, dispose que « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayant cause est illicite. Il en est de même pour la traduction l'adaptation ou la transformation, l'arrangement ou la reproduction par un art ou procédé quelconque. ».



Preuve et validité du contrat d'édition

Si l'article L 131-2 dudit code prévoit que le contrat d'édition doit être constaté par écrit, il est constant qu'il s'agit d'une règle de preuve et non d'une condition de validité du contrat. En l'espèce, il ressort des pièces versées aux débats que par contrat, un auteur a cédé ses textes à titre exclusif, ainsi que «le droit de reproduire ses textes dans une ouvrage en langue française sous toutes formes d'édition: ordinaire, de luxe, de demi luxe, reliée, illustrée , populaire, de poche » et « le droit de réutiliser tout ou partie de l'œuvre dans une ou des éditions distinctes de l'édition première tant par la présentation que le contenu ».

Toutefois, dès lors que l'éditeur recommande à l'auteur, une œuvre originale additionnelle aux contrats de cession antérieurs relatifs à la même collection, un nouveau contrat de cession doit être conclu, cette commande ne pouvant être considérée comme une réutilisation des textes anciens, ni une adaptation de ceux-ci dans la mesure où la double page n'existait pas dans la précédente collection et qu'elle est nouvelle.

> [Télécharger la décision ici](#)

Action en révision pour lésion

Action de l'auteur lésé

L'article L 131-5 du code de propriété intellectuelle dispose concernant les contrats cédés moyennant une rémunération forfaitaire, qu'en cas de cession du droit d'exploitation, lorsque l'auteur aura subi un préjudice de plus de 7/12ème dû à une lésion ou une prévision insuffisante des produits de l'oeuvre, il pourra provoquer la révision des conditions de prix du contrat.

Délais pour agir

La mise en oeuvre de cette action implique que l'auteur démontre par référence aux usages professionnels et en fonction des modalités d'exploitation autorisées, qu'un préjudice de plus de 7/12 ème a été subi. L'action n'étant soumise à aucun délai spécifique, les règles du droit commun s'appliquent.

L'article 2224 du code civil prévoit que les actions personnelles ou mobilières se prescrivent par cinq ans à compter du jour où le titulaire d'un droit a connu ou aurait dû connaître les faits lui permettant de l'exercer, s'appliquent. Dans l'affaire soumise, l'auteur n'était plus recevable à agir (forclusion)..

> [Télécharger la décision ici](#)

Droit moral de l'auteur

Atteinte au droit moral retenue

L'auteur d'un texte original dispose d'un droit de regard sur les corrections apportées sur son texte par le directeur de la publication. En l'espèce, l'atteinte au droit moral de l'auteur rédacteur a été retenue : les modifications apportées ont altéré le sens et le rythme du texte, essentiel en ce qu'il exprimait la correspondance entre la forme de l'écriture et son objet, ces modifications, qui constituaient par leur importance et leur nature une dénaturation tant de la lettre que de l'esprit de l'article, n'en permettaient pas nécessairement une lecture plus aisée et n'étaient pas justifiées par l'harmonisation des contributions individuelles fusionnées dans l'œuvre collective.

Par ailleurs, l'auteur n'a pas été informé des modifications opérées avant la publication de son texte contrairement à l'usage reconnu par le rédacteur en chef qui est également directeur de publication. Ce faisant, l'éditeur a porté atteinte au droit au respect de son œuvre dont est titulaire l'auteur et lui a causé un préjudice moral.

Fondement du droit moral

Conformément à l'article L 111-1 du code de la propriété intellectuelle, l'auteur d'une œuvre de l'esprit jouit sur cette œuvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous comportant des attributs d'ordre intellectuel et moral ainsi que des attributs d'ordre patrimonial. Et, en application de l'article L 112-1 du même code, ce droit appartient à l'auteur de toute œuvre de l'esprit, quels qu'en soient le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination.



Dans ce cadre, l'auteur jouit, en application de 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 perpétuel, inaliénable et imprescriptible est attaché à sa personne et est transmissible à cause de mort aux héritiers de l'auteur.

Ainsi, l'auteur jouit du droit à s'opposer à toute modification de son œuvre qui porte atteinte à son intégrité, en altère ou en dénature le caractère, la forme et l'esprit. Si ce droit est absolu sous la seule réserve que son exercice ne dégénère pas en abus, la fusion de l'œuvre dans l'ensemble que constitue une œuvre collective justifie les modifications de celle-là commandées par la nécessaire harmonisation globale de celle-ci.

> [Télécharger la décision ici](#)

Marques des chaînes TV

Affaire Comédie +

Le dépôt de la marque «COMEDIA» n'est pas la contrefaçon de la marque «COMEDIE» déjà déposée dans le secteur de la production audiovisuelle. Le consommateur moyen, normalement informé et raisonnablement avisé ne percevra pas cette séquence commune comme un élément lui permettant de distinguer la provenance des produits et services, mais simplement le renseignant sur leur nature. Hormis, la séquence commune «COMEDI», les signes en présence présentent des différences visuelle, phonétique et conceptuelle.

Comparaison des signes en présence

En effet, visuellement, la marque antérieure est une marque complexe en couleur composée du terme 'COMÉDIE', du signe '+' inscrit dans un cartouche rectangulaire au fond gris, barrant un élément figuratif représentant un point d'exclamation stylisé, aux couleurs rouge et orange. Le signe contesté est un signe verbal composé de deux éléments verbaux 'LE' et 'COMEDIA'.

Phonétiquement, ces signes diffèrent par leur rythme et leur prononciation: 'LE COMEDIA' se lisant en quatre temps rapprochés [LE] [CO] [ME] [DIA], 'COMÉDIE +' s'énonçant en trois temps rapproché [CO] [ME] [DI] puis par un temps séparé pour le signe '+' [PLUS] ;

Conceptuellement, la demande d'enregistrement, purement verbale, porte sur un terme italien 'COMEDIA' précédé de l'article français 'LE', formant un tout indivisible, sans qu'il soit besoin d'entrer dans le détail inopérant de l'argumentation des parties quant à la notoriété de la dénomination 'LE COMEDIA' pour évoquer un théâtre éponyme parisien. La marque antérieure 'COMÉDIE +' est appréhendée comme un ensemble évoquant la notion de 'plus de comédie', étrangère dans le signe contesté.

Par ailleurs, si la notoriété d'une marque est de nature à en renforcer la distinctivité et aggraver le risque de confusion, il n'en demeure pas moins en l'espèce, qu'en dépit de la connaissance de la marque antérieure, cette notoriété ne constitue pas un facteur suffisant pour admettre un risque de confusion, sauf à conférer à son titulaire un monopole à l'utilisation du terme 'COMÉDIE', au sein d'un ensemble aussi différent que l'est le signe contesté.

Il s'ensuit que la seule présence de l'élément commun 'COMEDI' n'est pas de nature à faire naître un risque de confusion entre les signes quand bien même les produits et services en cause sont identiques ou similaires, le consommateur moyen normalement informé, raisonnablement attentif et avisé n'étant pas conduit à confondre, voire à associer les deux signes et leur attribuer une origine commune.

> [Télécharger la décision ici](#)



Licence d'exploitation d'œuvre musicale

Résiliation de la licence d'exploitation musicale

En matière de licence d'exploitation d'œuvre musicale, la perception par le producteur des redevances correspondant aux contrats de licence, malgré la résiliation du contrat, ne constitue pas un acte positif du producteur, valant renonciation au bénéfice de la rupture des relations contractuelles. Y compris en matière de production musicale, en raison de la prohibition des engagements perpétuels, tout contractant d'un contrat à durée indéterminée dispose d'une faculté de résiliation unilatérale, sans même avoir à justifier d'un quelconque motif. Néanmoins eu égard aux circonstances, une faute peut faire dégénérer en abus l'exercice du droit de rompre.

En l'espèce, il a été jugé que la rupture unilatérale par la société de production musicale est intervenue après que le licencié ait manifesté son mécontentement à la suite de la violation du contrat de licence exclusive, et a été motivée par les mises en demeure qui lui ont été adressées par celle-ci. La résiliation des contrats de licence par le producteur était donc abusive.

> [Télécharger la décision ici](#)



Fiches du mois

A consulter dans le guide en ligne

Responsabilité des FAI
Obligation de réserve | Presse
Gestion collective des droits
Aides à l'écriture | Audiovisuel
Les marques notoires



Contrats du mois

A consulter en ligne

Licence de brevet
Convention de partenariat (*)
Contrat de location meublée (*)
Règlement d'arbitrage (*)
Accord de rupture négociée (*)

(*) Sur abonnement Uplex.fr

