

REVUE ACTOBA

www.actoba.com | MAI 2015



CONCEPTION DE SITE
Le PV de réception

EXPERTISE INFORMATIQUE
L'avis de l'expert

INFORMATIQUE
Obligation de conseil du prestataire

SERIE TELEVISEE
& Musique originale

AFFAIRE DECHAVANNE
Atteinte à la vie privée

SELOGER.COM
Nullité partielle de la marque

Le juridique au service des opérationnels ...

FOCUS

Divulgateion d'une paternité (affaire Le Pen)

N° 225

3 Communication électronique

Réception parfaite de site internet
Loyauté du salarié
Compétence juridictionnelle
Avis de l'expert informatique
Obligations du prestataire informatique
Vente en ligne et distribution sélective
Indivisibilité des contrats informatiques

6 Audiovisuel / Image

Chargé de production en CDD d'usage
Compositeur de musique TV
Musique de série télévisée
Action du compositeur TV
Assigner les coauteurs d'une série TV
Prestation ou contrat de travail ?
Statut du producteur exécutif

9 Publicité / Presse

Publicité des services financiers
Nymphomane, une diffamation ?
Vie privée d'une présentatrice
Affaire Dechavanne
Image de M. Pokora
Atteinte à l'image de B. Poelvoorde
Affaire Marion Maréchal Le Pen

13 Propriété intellectuelle

Protection de la marque « droit et santé »
Validité de la marque Bioderma
Usage sérieux de marque
Nullité partielle de la marque Se Loger
Référé contrefaçon
Motif de vêtement contrefaisant
Contrefaçon de modèle communautaire

FICHES DU MOIS 21

Classification des programmes TV
Postsynchronisation audiovisuelle
Crédit d'impôt | Dépenses de production déléguée
Contrat de mannequin
Crédit photographique | Copyright

C ONTRATS DU MOIS 21

Contrat de traduction
CDD d'usage de technicien audiovisuel
Contrat de vente de site internet (*)
Contrat de référencement | SEO (*)
Mandat de représentation (*)

(*) 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 ...

Réception parfaite de site internet

Dès lors qu'une société signe un procès-verbal de réception et de conformité d'un site internet, il lui est difficile de contester la conformité du site livré. En l'espèce, le procès-verbal signé mentionnait que « l'abonné ou son représentant reconnaît expressément, par la signature du présent procès-verbal, l'exactitude et l'opposabilité de l'ensemble de ce qui suit ... et notamment que si un cahier des charges avait été établi entre le locataire et le fournisseur, mentionnant les caractéristiques du site Web voulu par le locataire, telle que, à titre indicatif, les caractéristiques techniques du site Web, la description de l'arborescence à suivre, la mise en place, l'aspect graphique, les couleurs, la caractérisation des fenêtres devant apparaître à l'écran et les liens à créer, le locataire reconnaît avoir pris livraison et déclare le bien loué conforme, notamment au cahier des charges établi avec le fournisseur. Il reconnaît son bon état son état de bon fonctionnement et l'accepte sans restriction ni réserve ». Il en résulte que le client a réceptionné le site Internet sans émettre la moindre réserve, reconnaissant qu'à cette date il était conforme au cahier des charges initial..

> [Télécharger la décision ici](#)

Loyauté du salarié

Accès aux données confidentielles

Si un salarié peut pratiquer du télétravail avec l'accord de son employeur et avoir accès à des données confidentielles, il doit pouvoir justifier de l'utilisation des données considérées comme confidentielles et de leur utilité avec le travail qu'il effectue pour son employeur.

Obligation de loyauté du salarié

Dans cette affaire, il a été jugé que, alors qu'il était toujours dans les liens de son contrat de travail avec sa société, au moyen de l'outil informatique mis à sa

disposition par cet employeur et des modalités de télétravail dont il bénéficiait, un salarié a participé activement à la création d'une société concurrente, manquant ainsi à son obligation générale de loyauté, et plus particulièrement à ses obligations contractuelles de discrétion, confidentialité, fidélité et exclusivité..

> [Télécharger la décision ici](#)

Création de site et compétence juridictionnelle

Clause attributive de juridiction

En matière de contrat de fourniture de site internet, il est de principe, ainsi que l'a rappelé la 1^{ère} chambre civile de la Cour de Cassation dans son arrêt du 23/10/1990, qu'il résulte de la combinaison de ces textes (articles 42 alinéa 2 et 48 du code de procédure civile) que s'il y a plusieurs défendeurs, le demandeur peut assigner tous les défendeurs devant la juridiction du lieu où demeure l'un d'eux, malgré la clause attribuant, au profit de certains d'entre eux, compétence à une juridiction particulière, à la condition qu'il y ait indivisibilité entre les demandes formées contre les divers défendeurs.

L'effet relatif des contrats ne peut en effet être opposé à l'application de cette règle générale de compétence territoriale des juridictions civiles et commerciales, dès lors que le litige est indivisible et que la partie choisie comme déterminant par le lieu où elle demeure la juridiction compétente n'est pas elle-même signataire de la clause attributive de compétence invoquée ni n'invoque une autre clause attributive de compétence.

> [Télécharger la décision ici](#)

Avis de l'expert informatique

Avis juridique, avis technique

Une société a sollicité sans succès la nullité d'un rapport d'expertise informatique pour violation des dispositions de l'article 238 du code de procédure civile ; à cet effet elle soutenait que l'expert judiciaire avait donné une appréciation plus juridique que technique, notamment en recherchant si le contrat à forfait comportait ou non une obligation de résultat, ce qui selon elle relève de la seule appréciation du juge.

Absence de nullité

Les juges ont répondu que d'une part, l'appréciation de la portée du rapport d'expertise relève du pouvoir souverain du juge du fond, qui est en droit de s'approprier l'avis de l'expert, même si celui-ci a exprimé une opinion d'ordre juridique excédant les limites de sa mission, d'autre part, aucune disposition ne sanctionne de nullité l'inobservation des obligations imposées par l'article 238 susmentionné au technicien qui a été commis.

> [Télécharger la décision ici](#)

Obligations du prestataire informatique

Analyse des besoins du client

Une société qui se présente comme spécialisée dans le développement et l'exploitation de technologies avancées, la conception et le développement informatique de logiciels, conseil en informatique et réseaux et qui a pour vocation de 'concevoir des architectures informatiques' a l'obligation d'étudier la problématique de communication technique entre les systèmes informatiques en jeu, laquelle est une difficulté connue des sociétés de développement en informatique. A ce titre, elle doit faire une étude de faisabilité dans le cahier des charges ou citer ce risque dans ses propositions commerciales et émettre des réserves de faisabilité à son client.

Précision du cahier des charges

En l'espèce, le cahier des charges n'a présenté que des généralités, sans mention des difficultés potentielles du type d'interfaces proposées, de sorte que sur ce point la société n'a pas rempli le devoir de conseil qui pèse sur elle en sa qualité de professionnel de l'informatique, devoir dont elle ne saurait se décharger sur des sociétés tierces, en prétendant qu'elles jouaient un rôle de conseil auprès de son client.

De même l'expert judiciaire a relevé, à bon droit, que la société de services et d'ingénierie informatique n'a pas sensibilisé son client aux règles élémentaires de bonnes pratiques tenant à une mise en garde contre des demandes supplémentaires risquant de dénaturer le projet, ou encore à la nécessité de lotir les développements informatiques afin de pouvoir avancer par étapes dans un cadre budgétaire précis.

La société a également proposé à sa cliente un mode de fonctionnement en régie qui exige la présence d'un encadrement informatique à demeure côté client pour coordonner les travaux. Or il est établi que la société ne disposait pas de service informatique ni d'un AMOA professionnelle. Il en résulte que la société n'a pas pleinement satisfait à son obligation de conseil.

De surcroît, le rapport de l'expert judiciaire a mis en exergue que 1) la description des besoins par la société était insuffisante dans le cahier des charges et lors de l'exécution du premier contrat au forfait, 2) la société n'a pas respecté son obligation de conseil pour les interfaces avec les applications tierces et pour les fiches de liaison qui complètent le cahier des charges, 3) la société n'a pas produit de véritables spécifications détaillées préalablement au développement, mais seulement des fiches de liaison, 4) la société a mal géré la liaison avec les tiers en raison de l'incomplétude de l'analyse dans le cahier des charges et l'inachèvement des contrats de liaison applicatives (CLA), 5) le chef de projet de la société pour la maîtrise d'oeuvre n'est pas clairement identifié de sorte que la connaissance du projet s'est diluée entre plusieurs personnes, d'autant qu'aucune documentation de synthèse n'a été mise à jour ou disponible au fil des développements, 6) la société n'a pas fait la distinction qu'il lui appartient de faire entre les fiches d'anomalie et d'évolution (FAE) et n'a pas canalisé les demandes de sa cliente, 7) les prestations soumises à recette ne sont pas complètement conformes au cahier des charges et aucun des documents ne permet

d'affirmer que la recette a partiellement abouti.

> [Télécharger la décision ici](#)

Vente en ligne et distribution sélective

Au titre d'un contrat de distribution sélective conclu avec la société RALPH LAUREN, une boutique était autorisée à vendre ou offrir à la vente les produits de marque. Il était également stipulé que si l'enseigne souhaitait vendre en ligne ou par correspondance, elle devait contacter la société RALPH LAUREN afin d'obtenir ses conditions spécifiques ainsi que son accord écrit préalable (conditions spécifiques mentionnées dans les « Critères de Marketing et de Vente en Ligne et par Correspondance »). L'enseigne a par la suite été poursuivie pour avoir commercialisé des produits de marque RALPH LAUREN sur son site internet sans autorisation.

L'action en condamnation de la société RALPH LAUREN a été écartée : en l'absence de production des 'Critères de Marketing et de Vente en Ligne et par Correspondance' contenant les conditions spécifiques de vente en ligne et de tout site de comparaison, la société RALPH LAUREN ne démontrait pas l'existence, la nature et l'importance différences pouvant exister entre d'une part, le site et les conditions de vente en ligne de l'enseigne et d'autre part, les sites agréés et les conditions spécifiques pour ce type de vente (absence de démonstration de préjudice).

> [Télécharger la décision ici](#)

Indivisibilité des contrats informatiques

L'indivisibilité de deux contrats informatiques (contrat d'hébergement et prestation de services) ne joue pas même s'ils ont été signés quasi concomitamment, et ont une même durée, dès lors qu'ils divergent cependant quant à leur sort à l'issue de cette durée. Dans cette affaire, le premier contrat était assorti d'une clause de tacite reconduction ; en

revanche, le second contrat n'en prévoit pas au-delà de sa durée d'engagement de deux ans. En l'absence de toute clause expresse en ce sens, les clauses de référencement croisé précitées dans les deux contrats et leur durée identique ne suffisent pas à démontrer une volonté de chacune des parties de lier le sort de ces deux contrats et d'en faire un ensemble contractuel interdépendant et indissociable.

> [Télécharger la décision ici](#)



Chargé de production en CDD d'usage

Recours aux CDD d'usage

Un chargé de production a obtenu la requalification de ses CDD d'usage en un CDI. Il résulte de la combinaison des articles L. 1242-1, L. 1242-2, L. 1243 11 et D.1242-1 du code du travail que dans les secteurs d'activité définis par décret ou par voie de convention ou d'accord collectif étendu, certains des emplois en relevant peuvent être pourvus par des contrats à durée déterminée lorsqu'il est d'usage constant de ne pas recourir à un contrat à durée indéterminée, en raison de la nature de l'activité exercée et du caractère par nature temporaire de ces emplois.

Des contrats à durée déterminée successifs peuvent ainsi, en ce cas être conclus avec le même salarié, l'accord-cadre sur le travail à durée déterminée conclu le 18 mars 1999 et mis en oeuvre par la directive 1999/70CE du 28 juin 1999, qui a pour objet de prévenir les abus résultant de l'utilisation de contrats à durée déterminée successifs, impose de vérifier que le recours à l'utilisation de contrats 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.

Il ressort du protocole du 3 mai 1999 sur les modalités d'application de l'Accord Interbranche du 2 octobre 1998 sur le recours au contrat à durée déterminée d'usage dans le spectacle, de l'Accord Collectif National de Branche de la Télédiffusion du 22 décembre 2006, et de la convention collective de la production audiovisuelle en date du 13 décembre 2006, que des contrats de travail à durée déterminée successifs dits d'usage peuvent être conclus pour les fonctions de chargé de production dans le domaine de l'audiovisuel.

Dans l'accord interbranche du 2 octobre 1998, il est mentionné que dans un contrat de CDD d'usage doit être mentionné l'objet particulier de celui-ci et justifié son caractère temporaire. Par ailleurs, la succession de CDD d'usage sur plusieurs années peut constituer un

indice du caractère indéterminé de la durée de l'emploi.

Pouvoirs du juge

L'office du juge est de rechercher s'il est effectivement d'usage constant dans l'entreprise de recourir à un contrat à durée déterminée d'usage pour la fonction de chargé de production, puis d'examiner la situation concrète du salarié (durée du travail ...). En l'espèce, vu le nombre d'émissions concernées, l'emploi en cause présentait un caractère permanent. Par ailleurs, le salarié était pleinement intégrée au sein du personnel permanent de la société, figurant dans l'organigramme de la Direction de Production, bénéficiant d'un téléphone d'entreprise, d'une adresse mail professionnelle et d'une mutuelle sur toute la durée de la relation contractuelle, et ayant évolué au fil des années grâce à son fort investissement dans son poste, justement reconnu par l'attribution de primes.

> [Télécharger la décision ici](#)

Droit moral du compositeur de musique TV

Droits du compositeur

Un compositeur reprochait à une société de production d'avoir porté atteinte à son droit moral d'auteur et d'artiste-interprète, d'avoir commis des actes de contrefaçon par violation de ses droits patrimoniaux d'artiste-interprète et de ne pas avoir respecté la clause sur sa rémunération proportionnelle, en tant que compositeur, stipulée par ses « contrats de compositeur ». Aux termes des « Contrats de compositeur Conditions particulières » conclus entre les parties, était stipulée une obligation à la charge du producteur de mentionner le nom du compositeur au générique des épisodes de la série « Sous le soleil ».

Droit au nom

Or, il était avéré que le nom du compositeur n'avait pas été mentionné pour quatre épisodes de la série. Le producteur avait reconnu cette omission. L'omission

intervenue même réparée constaté sur 4 épisodes a justifié l'allocation de dommages et intérêts à la charge de la société de production à hauteur de 4 000 euros.

> [Télécharger la décision ici](#)

Musique de série télévisée

Le compositeur d'une musique originale de série télévisée reprochait au producteur de n'avoir pas effectué de reddition de compte pour les pays non couverts par la SACEM. Le compositeur indiquait que pour ces pays, il n'aurait jamais reçu de relevé de comptes, ni de paiement. Ce à quoi il a été répondu que compte tenu de la destination de l'œuvre, réservée à la sonorisation de la série SOUS LE SOLEIL, les exploitations entreprises ressortent du droit de reproduction mécanique et du droit d'exécution publique pour lesquels le compositeur a donné mandat à la SACEM (les redditions de compte sont établies trimestriellement par la SACEM). S'il est vrai que la société de production ne démontrait pas avoir respecté son obligation contractuelle de communiquer au compositeur les redditions de compte annuelles, dès lors que les comptes ont été transmis à la SACEM, la violation de cette seule obligation ne peut suffire à entraîner la résiliation du contrat de commande d'œuvre musicale.

> [Télécharger la décision ici](#)

Action du compositeur TV

Dès lors que des contrats de commande d'œuvre musicale pour une série télévisée ont tous été conclus et exécutés depuis plus de 5 ans, l'action du compositeur visant à déclarer nulles des clauses de ces contrats se trouve prescrite. Ces demandes de nullité, dès lors qu'elles sont formées par voie d'action se heurtent à la prescription de cinq ans.

> [Télécharger la décision ici](#)

Assigner les coauteurs d'une série TV

Un compositeur de musique de série télévisée qui assigne en contrefaçon le producteur de la série, n'a pas l'obligation d'assigner l'ensemble des coauteurs de la série. Si la série en cause (« SOUS LE SOLEIL ») a bien la qualité d'œuvre audiovisuelle, toute action la concernant suppose l'assignation de l'ensemble des coauteurs de l'œuvre pour être recevable.

L'article L.113-3 du code de la propriété intellectuelle, rappelle que l'auteur peut exercer ses droits sur sa contribution séparément des coauteurs dès lors qu'il ne porte pas « préjudice à l'exploitation de l'œuvre commune ». Les demandes du compositeur ne portent ainsi pas sur la série « Sous le soleil », œuvre de collaboration, mais uniquement sur les thèmes musicaux dont il est seul l'auteur. La contribution musicale étant personnelle et d'un genre différent de celui des scénarii et réalisations de la série « Sous le soleil », elle est séparable de ces derniers. Dès lors, la recevabilité de l'action du compositeur n'est pas conditionnée à la mise en cause des autres coauteurs de la série « Sous le soleil ».

> [Télécharger la décision ici](#)

Prestation audiovisuelle ou contrat de travail ?

Le prestataire audiovisuel (personne physique) d'une chaîne de télévision, ayant préalablement été recruté par des CDD d'usage par la même chaîne, a obtenu la requalification de sa relation de travail en CDI.

CDD d'usage abusifs

Sur la requalification des contrats à durée déterminée d'usage en contrat à durée indéterminée, il résulte de la combinaison des articles L. 1242-1, L. 1242-2, L. 1244-1 et D. 1242-1 du code du travail que, dans les secteurs d'activité définis par décret ou par voie de convention ou d'accord collectif étendu, certains des emplois en relevant peuvent être pourvus par des contrats de travail à durée déterminée lorsqu'il est d'usage constant de ne pas recourir à un contrat à durée indéterminée, en raison de la nature de l'activité exercée et du caractère par nature temporaire de ces emplois.

Des contrats à durée déterminée successifs peuvent, en ce cas, être conclus avec le même salarié. L'accord-cadre sur le travail à durée déterminée conclu le 19 mars 1999 et mis en oeuvre par la Directive 1999/70/CE du 28 juin 1999, qui a pour objet, de prévenir les abus résultant de l'utilisation de contrats à durée déterminée successifs, impose de vérifier que le recours à l'utilisation de contrats 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, aucun élément concret n'établit le caractère temporaire de l'emploi occupé par le prestataire (vidéographe) et par suite, l'existence de motifs légitimes de recours aux contrats de travail à durée déterminée d'usage.

> [Télécharger la décision ici](#)

Statut du producteur exécutif

Responsabilité du producteur exécutif

L'instruction fiscale du 24 septembre 2004 définit le producteur exécutif comme celui qui est chargé de la préparation du film, de l'engagement des artistes et techniciens, de la tenue de la comptabilité, de la surveillance du tournage, du contrôle de l'exécution du plan de travail et du respect du devis, le tout sous la surveillance du producteur délégué qui conserve la maîtrise de l'oeuvre cinématographique concernée et en assume la responsabilité.

Le producteur exécutif, n'est qu'un prestataire de services lesquels services portent sur la réalisation matérielle de l'oeuvre audiovisuelle, ce qui ne lui confère pas pour autant la qualité de producteur au sens de l'article L.132-23 du Code de la propriété intellectuelle.

Le producteur exécutif ne s'engage pas à supporter lui-même le coût du transport, de l'hébergement et des

repas des équipes de tournage et n'a pas davantage à accepter d'assumer des risques quelconques, que seule la société qui a la responsabilité de la réalisation de l'oeuvre, peut prendre.

Affaire France Télévisions

Dans cette affaire, il a été jugé que la société France Télévisions, en sa qualité de producteur, devait participer au risque de la création de l'oeuvre dans laquelle elle s'était engagée et ne pouvait se soustraire à ses obligations financières de producteur à l'égard du producteur exécutif, prestataire de services qui a contribué à la réalisation des 15 émissions consacrées à la Polynésie française sur lesquels tous les droits corporels et incorporels nécessaires à l'exploitation des émissions ont été cédés au producteur.

La société France Télévisions a dû assumer la charge financière de la production à hauteur des dépenses réellement engagées par le producteur exécutif, sans pouvoir lui opposer les modalités financières du contrat le liant au coproducteur (dont le prix était à l'évidence dérisoire voir lésionnaire : 2000€ par émission, comparé au coût réel de production de l'émission comprenant notamment les frais de déplacement en avion d'une équipe de tournage, le prix de leur hébergement et de la restauration).

> [Télécharger la décision ici](#)



Publicité des services financiers

Information de l'investisseur

En matière d'acquisition de parts de SICAV l'article 33 du règlement n°89-02 de la commission des opérations de bourse ajouté par l'article 29 du règlement n°98-04 également applicable au 1er décembre 1999 pose que « Les prestataires de services d'investissement... sont tenus de respecter des règles de bonne conduite destinées à garantir la protection des investisseurs et la régularité des opérations. Ces règles sont établies par le conseil des marchés financiers et, pour celle ayant trait aux services définis au d de l'article 4, par la commission des opérations de bourse. Elles obligent notamment à communiquer d'une manière appropriée, les informations utiles dans le cadre des négociations avec leurs clients. Les règles énoncées doivent être appliquées en tenant compte de la compétence professionnelle, en matière de services d'investissement, de la personne à laquelle le service d'investissement est rendu.

La publicité concernant des OPCVM ou des compartiments doit être cohérente avec l'investissement proposé, et mentionner, le cas échéant, les caractéristiques moins favorables et les risques inhérents aux options qui peuvent être le corollaire des avantages annoncés.

Obligation de mise en garde

La mise en garde d'ordre général sur les risques communs à ce type de transaction dispensée lors de l'ouverture d'un PEA ne vaut pas exécution par le prestataire de services d'investissement de l'obligation d'information que les textes légaux font peser sur lui et qui l'obligent pour chaque transaction ultérieure à communiquer les informations utiles à ses clients et, lorsqu'il y a recours, à délivrer une publicité cohérente avec l'investissement proposé c'est à dire mettant en évidence les avantages et les risques propres au placement.

Information insuffisante

En l'espèce, force est de constater que la publicité en cause (SICAV & FCP) ne mentionnait pas le risque de perte du capital inhérent au produit proposé et mettait au contraire et uniquement l'accent sur les gains réalisés antérieurement afin que l'attrait du rendement détermine la décision de souscription du client. En ne faisant pas apparaître les risques de manière aussi apparente que les avantages la publicité litigieuse ne satisfait pas aux exigences de l'article 33, alinéa 2 du règlement n°89-02 de la commission des opérations de bourse.

Lorsque la publicité ne répond pas à ces exigences l'obligation d'information qui pèse sur le professionnel ne peut être remplie par la remise de la notice d'information visée par la commission des opérations de bourse, dont la publicité inexacte anéantit les effets. Pour rappel, la banque a également l'obligation d'établir un diagnostic de la situation de l'investisseur privé.

> [Télécharger la décision ici](#)

Nymphomane, une diffamation ?

A propos de la publication d'un ouvrage autobiographique de Jean Rochefort dans lequel il évoquait sa relation avec son ex épouse, les juges ont retenu l'atteinte à la vie privée (l'ex épouse était qualifiée dans l'ouvrage de « nymphomane »).

Choix de l'action

Les intérêts consacrés par la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse étant différents de ceux visés par l'article 9 du code civil, toute personne est libre de choisir de demander réparation d'une atteinte à sa vie privée sur le fondement de ce dernier texte, dès lors que la violation invoquée repose sur des éléments distincts d'un délit de presse et que la procédure engagée ne caractérise pas un détournement des dispositions de la loi sur la liberté de la presse.

Atteinte à la vie privée

En l'espèce, c'est à juste titre que l'ex épouse soutenait que le terme « nymphomane » qui lui était appliqué relevait de sa vie privée. En réparation du préjudice moral causé à la demanderesse, âgée de 82 ans au jour de la publication litigieuse, par les atteintes, aussi inélégantes que brutales, portées à l'intimité de sa vie privée par le livre de Jean ROCHEFORT – avec lequel elle s'était mariée en 1952 et dont elle avait divorcé en 1960, tout en restant en bons termes avec lui -, atteintes dont il est établi par les attestations produites qu'elle a été profondément affectée, les juges lui ont alloué la somme de 5.000 euros à titre de dommages et intérêts.

A titre de réparation complémentaire, il a été ordonné à la société éditrice de ne procéder elle-même à aucune réimpression de l'ouvrage litigieux comportant la reproduction du premier des deux paragraphes poursuivis, ainsi que le mot « nymphomane » figurant dans le second paragraphe incriminé, et de n'autoriser aucune réimpression comportant la reproduction des éléments susvisés, étant relevé qu'elle l'a fait d'elle-même au titre de la réimpression de l'ouvrage par « Le Livre de Poche ».

> [Télécharger la décision ici](#)

Vie privée d'une présentatrice

Liberté d'informer c/ 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. Toute personne dispose également, en vertu du même texte, d'un droit exclusif sur son image, attribut de la personnalité, et sur l'utilisation qui en est faite, droit qui lui permet, en principe, de s'opposer à la diffusion de son image sans son autorisation et d'obtenir réparation du préjudice qui lui aurait été causé de ce fait. Ces droits peuvent 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, notamment si elles sont en lien avec un débat d'intérêt général, dépourvues de

malveillance et d'atteinte à la dignité de la personne.

Dans cette affaire, l'atteinte à la vie privée d'une présentatrice météo a été retenue en raison de la reproduction de clichés photographiques, pris et publiés sans son autorisation sur son lieu de villégiature, illustrant des informations relatives à sa vie privée et sans que leur reproduction soit justifiée par un événement d'intérêt général. Les spéculations sur la relation sentimentale de la présentatrice avec Nicolas BEDOS ainsi que les clichés photographiques surprenant la présentatrice dans des moments de loisirs et d'intimité portent atteinte au respect dû à la vie privée ainsi qu'au droit à son image.

> [Télécharger la décision ici](#)

Affaire Dechavanne

Respect de la vie privée

Dans l'un de ses numéros, l'hebdomadaire Voici a publié en page de couverture un cliché photographique, accompagné d'un médaillon rouge mentionnant «Photos exclusives», représentant Christophe DECHAVANNE en compagnie d'une jeune femme avec cette accroche «Au soleil avec Wendy... Christophe DECHAVANNE Du soleil, un mannequin TOUT VA BIEN!». L'hebdomadaire a été condamné pour atteinte à la vie privée.

Article 9 du Code civil

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, que toute personne dispose également en vertu du même texte, d'un droit exclusif sur son image, attribut de la personnalité, et sur l'utilisation qui en est faite, qui lui permet, en principe, de s'opposer à la diffusion de son image sans son autorisation et d'obtenir réparation du préjudice qui lui aurait été causé de ce fait.

“

Ces droits peuvent 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 essentiellement 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, et à 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 -; que dans ce cas cependant il doit être pris en compte la qualité de l'information délivrée ; que 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.

La publication en cause porte atteinte à la vie privée de l'ancien présentateur par l'évocation d'une relation sentimentale sur laquelle il ne s'est pas exprimé et du détail de ses activités de loisir ainsi que par la publication de clichés photographiques qui le surprennent dans des moments d'intimité, clichés photographiques qui portent également atteinte à son droit à l'image.

> [Télécharger la décision ici](#)

Image de M. Pokora

Photographies de vacances

Dans l'un de ses numéros, un magazine « People » a publié, en page de couverture, un cliché photographique de M. Pokora en maillot de bain, et ce titre : «Alerte canicule! M POKORA ». Ont été reproduits en grand format, le cliché figurant sur la page de couverture et deux autres le représentant dans l'eau. Le bref article accompagnant ces clichés photographiques évoquait le physique du demandeur, ses vacances en Corse et indique qu'une jeune femme figurant sur un de ces clichés était sa petite amie.

Atteinte au droit à l'image

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, toute personne dispose également en vertu du même texte, d'un droit exclusif sur son image, attribut de la personnalité, et sur l'utilisation qui en est faite, qui lui permet, en principe, de s'opposer à la diffusion de son image sans son autorisation et d'obtenir réparation du préjudice qui lui aurait été causé de ce fait.

Exceptions au droit à l'image

Ces droits peuvent 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 essentiellement 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, et à 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 -; que dans ce cas cependant il doit être pris en compte la qualité de l'information délivrée ; 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.

Pokora a obtenu gain de cause : la publication en cause porte atteinte au respect dû à sa vie privée en évoquant son lieu de villégiature et la relation sentimentale qu'il entretiendrait avec la jeune fille qui l'accompagne, relation sentimentale sur laquelle il n'est pas allégué qu'il se serait publiquement exprimé. L'atteinte portée à la vie privée du chanteur a été retenue.

> [Télécharger la décision ici](#)



Atteinte à l'image de B. Poelvoorde

Voici condamné

L'éditeur du magazine VOICI a été condamné pour atteinte au droit à l'image du comédien Benoit Poelvoorde au titre d'un article intitulé : «Benoît POELVOORDE & Chiara Mastroianni LEUR INCROYABLE COUP DE FOUDRE ! ». Cet article – entièrement consacré à l'évocation de la relation amoureuse qui unirait les intéressés et à l'emploi du temps à caractère privé qui aurait été le leur « depuis leur lune de miel en Ardèche » – était illustré par deux photographies captées à leur insu dans la rue et par deux petites photographies prises lors du tournage d'un film, l'un d'elles montrant les deux comédiens s'embrassant sur la bouche, avec la légende : « Un baiser de cinéma, ça n'a rien d'une corvée, surtout quand on sort ensemble ». L'atteinte au respect de la vie privée apparaît en l'espèce pleinement caractérisée, cette atteinte étant, en outre, renforcée par les légendes des quatre photographies d'illustration de l'article, légendes qui accréditent la relation amoureuse révélée par l'article lui-même. La publication de deux photographies des intéressés prises à leur insu marchant dans la rue est également attentatoire tant au respect de la vie privée du défendeur qu'au droit dont il dispose sur son image, étant relevé que l'ensemble des atteintes poursuivies n'est, au demeurant, aucunement contesté en défense.

> [Télécharger la décision ici](#)

Affaire Marion Maréchal Le Pen

Liberté d'informer / Vie privée

L'éditeur d'un article de presse révélant l'identité du père biologique de Marion Maréchal Le Pen a été condamné pour atteinte à l'intimité de la vie privée. S'agissant de la contribution à un débat d'intérêt général de la révélation opérée, force est de constater que le fait de dévoiler l'identité de son père biologique, fût-il lui-même relativement connu et d'un bord politique

différent de Marion Maréchal Le Pen, ne présente aucun intérêt, que ce soit pour appréhender l'origine et la nature de l'engagement politique de la demanderesse ou les valeurs qu'elle défend, sauf à considérer que ses analyses et son action seraient guidées au moins pour partie par la personnalité même de son père biologique.

En mentionnant publiquement pour la première fois le nom du père biologique de Marion Maréchal Le Pen, la société de presse a porté atteinte à son droit au respect de l'intimité de sa vie privée.

Article 9 du code civil

Il résulte tant de l'article 9 du code civil que de l'article 8 de la convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales que toute personne, quelle que soit sa notoriété, a droit au respect de sa vie privée et est fondée à en obtenir la protection en définissant elle-même ce qui peut être légitimement diffusé par voie de presse.

Ce droit doit néanmoins être concilié avec le droit à la liberté d'expression, consacré par l'article 10 de la convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales et peut ainsi céder, sous certaines conditions, devant l'intérêt légitime du public à être informé.

La diffusion d'informations anodines ou déjà connues du public de manière licite n'est pas constitutive d'atteinte au droit au respect à la vie privée.

> [Télécharger la décision ici](#)

Protection de la marque « droit et santé »

Protection des marques génériques

L'article L.713-3 du code de la propriété intellectuelle dispose que « sont interdits, sauf autorisation du propriétaire, s'il peut en résulter un risque de confusion dans l'esprit du public : a) la reproduction, l'usage ou l'apposition d'une marque, ainsi que l'usage d'une marque reproduite, pour des produits ou services similaires à ceux désignés dans l'enregistrement ». b) l'imitation d'une marque et l'usage d'une marque imitée, pour des produits ou services identiques ou similaires à ceux désignés dans l'enregistrement.

Le risque de confusion doit être apprécié globalement en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce. Cette appréciation globale doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, phonétique et conceptuelle des marques en cause, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par celles-ci, en tenant compte de leurs éléments distinctifs et dominants

Absence de contrefaçon

En l'espèce, il a été jugé que la société THOMSON REUTERS qui exploite une revue juridique intitulée « journal de droit de la santé et de l'assurance maladie » n'a pas contrefait la marque « droit et santé » déposée par un tiers. En effet, la société n'a pas fait pas un usage du signe invoqué comme marque mais comme titre de journal ou revue et que de ce seul fait, il ne peut lui être reproché un acte de contrefaçon. Pour ce qui est de la revue sur laquelle ce signe est apposé, les deux termes sont complètement descriptifs puisque la revue est consacrée à l'actualité juridique en matière de santé et de droit de la santé. Ils doivent donc être laissés à la disposition de tout acteur économique entendant exploiter une revue consacrée au même thème.

La comparaison des signes montre enfin qu'aucun

risque de confusion ne peut provenir du fait que les deux signes comportent les mots « droit » et « santé » car dans le signe second, ils n'en constituent qu'une petite part s'intégrant à la locution « journal de droit de la santé et de l'assurance maladie ». D'un point de vue visuel, il existe donc des différences et d'un point de vue phonétique les deux signes se lisent différemment. S'agissant du point de vue intellectuel, les deux signes ont exactement le même sens. Le consommateur pertinent s'agissant de produits de l'imprimerie c'est-à-dire de revues, journaux ou livres, est normalement informé mais d'un niveau d'attention particulier quand il doit s'intéresser au sens du signe. En conséquence, il prêtera une attention particulière au signe et considérera toutes ses composantes et notamment l'ensemble de l'élément verbal et sa forme figurative pour identifier l'origine du produit. Il n'existe donc aucun risque de confusion entre les signes.

> [Télécharger la décision ici](#)

Validité de la marque Bioderma

Protection internationale de la marque Bioderma

En application du principe de territorialité de la protection attachée à la marque, la validité de la marque française Bioderma déposée à l'INPI doit s'apprécier au regard des dispositions du droit interne français. S'agissant de la partie française de la marque verbale internationale Bioderma, selon les dispositions de l'article 5.6 de cette convention internationale le titulaire d'un enregistrement de marque dans son pays d'origine peut effectuer, sur la base de celui-ci, un enregistrement international. L'enregistrement international vaut alors comme dépôt national dans les pays adhérents désignés ; néanmoins chacun ces pays décide ensuite, au regard de sa loi interne, de la validité de cet enregistrement sur son territoire. Il en résulte que chaque pays désigné est autorisé à invalider en tout ou en partie, sur son territoire, l'enregistrement international, dans les mêmes conditions qu'un enregistrement



national. En application du principe de territorialité rappelé ci – dessus les décisions prises dans ce cadre par des juridictions ou des administrations de pays étrangers ne peuvent recevoir application en France. La validité des deux marques verbales Bioderma considérées doit donc être déterminée selon les dispositions du droit interne français. La validité d'une marque désignant un produit destiné au grand public s'apprécie : i) d'une part en considération des dispositions légales applicables au moment du dépôt de la marque, (cass. Com 16 décembre 2008) ; ii) et d'autre part, en recherchant qu'elle était, à la date du dépôt de la marque, la manière dont le signe qui la constitue, était compris par le consommateur.

Conditions de la validité d'une marque

Aux termes de l'article 3 de la loi du 31 décembre 1964, ne peut être considérées comme marques : i) celles qui sont constituées exclusivement de la désignation nécessaire ou générique du produit ou du service ou qui comportent des indications propres à tromper le public ; ii) celles qui sont composées exclusivement de termes indiquant la qualité essentielle du produit ou du service ou la composition du produit.

Appréciation des termes Bio et Derma

En l'espèce, à l'époque du dépôt de la marque Bioderma (en 1963 et 1986), l'élément 'Bio' n'était pas mentionné en tant que mot dans les extraits de dictionnaires de cette période (éditions Larousse, Hachette, et Flammarion principalement). Dans le langage courant l'élément verbal 'bio' évoquait seulement de manière imprécise, par l'étymologie du mot 'biologie', l'idée de vie, celle de cellules, ou encore de produit provenant d'un laboratoire de biologie. N'ayant ainsi, à l'époque de chacun des dépôts de marque concernés, aucune signification directe particulière, l'élément Bio n'indiquait, lui même, ni l'usage des produits désignés par la marque Bioderma, ni les qualités essentielles ou les caractéristiques de ces produits.

La notion de 'bio' ainsi définie, est apparue progressivement dans les milieux spécialisés pour ne s'y imposer que dans le courant des années 1980

; d'autre part l'appréciation du caractère distinctif ne peut se faire à partir de la connaissance du mot qu'avaient alors les professionnels ou les spécialistes du domaine considéré, mais à partir de la signification que, le cas échéant, à l'époque des dépôts, le consommateur moyen pouvait attacher au terme 'bio'. Il n'était donc pas démontré qu'en 1963 ni même en 1986 le terme Bio évoquait pour le consommateur moyen français le sens de produit élaboré dans le respect de l'environnement. Ce n'est que plus tard que le terme 'bio' a acquis un sens propre dans le langage courant pour évoquer désormais l'idée de respect de l'environnement, d'utilisation de matières naturelles, et de procédés de fabrication écologiques.

S'agissant de l'élément 'derma', celui – ci ne figure pas comme tel dans les dictionnaires des périodes concernées lesquels le présentent exclusivement comme un élément entrant dans la composition de nombreux mots ; ces dictionnaires définissent le terme voisin 'derme' comme désignant la couche profonde de l'épiderme, ainsi que comme étant le tissu qui fait le corps de la peau ; ils précisent qu'il vient du grec derma 'peau'. L'élément derma était donc compris à la période des dépôts de marque concernés comme désignant la peau et donc en l'occurrence un produit pour la peau. Si l'élément 'derma' présente un caractère évocateur pour désigner les produits en relation avec la peau, la juxtaposition de cet élément et de bio donne à l'ensemble Bioderma un pouvoir distinctif propre.

La combinaison de l'élément 'bio', trop général pour être descriptif, et de l'élément 'derma' confère en effet à l'ensemble de la dénomination Bioderma, qui constitue la marque, un caractère distinctif dans la mesure où, à l'époque des dépôts concernés, la dénomination verbale 'Bioderma' n'avait pas dans le langage courant de signification propre, et qu'elle offrait ainsi plusieurs interprétations possibles.



Le signe Bioderma ne peut être considéré comme étant constitué exclusivement de la désignation nécessaire ou générique du produit, de la qualité essentielle, ou de la composition de celui – ci ; les marques verbales Bioderma sont donc distinctives et valides.

> [Télécharger la décision ici](#)

Usage sérieux de marque

Déchéance de marque

Selon les dispositions de l'article L.714 – 5 du code de la propriété intellectuelle « Encourt la déchéance de ses droits le propriétaire de la marque qui, sans justes motifs, n'en fait pas un usage sérieux pour les produits et services visés dans l'enregistrement, pendant une période ininterrompue de 5 ans. Est assimilé à un tel usage l'usage de la marque sous une forme modifiée n'en altérant pas le caractère distinctif ; la preuve de l'exploitation incombe au propriétaire de la marque dont la déchéance est demandée. Elle peut être apportée par tous moyens'.

Conditions de l'exploitation sérieuse

L'usage sérieux de la marque s'entend d'un usage de celle-ci en tant que marque ; il y a ainsi exploitation sérieuse lorsque dans la relation avec la clientèle, la marque est utilisée dans sa fonction essentielle qui est de garantir l'identité des produits pour lesquels elle a été enregistrée ; un tel usage suppose l'utilisation de la marque dans la vie des affaires pour désigner des produits protégés parce que visés dans l'enregistrement ou le dépôt.

L'exploitation normale de la marque à titre de marque peut revêtir des aspects variés, tels que l'apposition sur les produits, ou encore la figuration de la marque sur des catalogues, documents publicitaires, ou revues ; plus généralement, dans cet ordre d'idées, elle se réalise par le fait de représenter la marque dans toutes sortes d'actions publicitaires dont elle est le support.

Preuve de l'usage sérieux

La preuve d'un usage sérieux de la marque peut être apportée par tous moyens, et notamment des supports publicitaires, des factures comportant une référence à la marque contestée, des articles de presse, dès lors que ces documents montrent l'exploitation du signe pour désigner les produits concernés et la date des actes d'exploitation. L'usage sérieux requis, peut résulter aussi bien de l'usage de la marque elle-même, que de l'usage d'un élément de celle – ci, ou encore de celui d'un élément distinct combiné avec la marque enregistrée. Il suffit dans ces cas que le consommateur perçoive effectivement le produit concerné, désigné par la marque, comme provenant d'une entreprise déterminée.

Il en résulte que l'emploi d'une marque par le titulaire de celle – ci, sous une forme qui diffère par des éléments n'altérant pas le caractère distinctif de la marque dans la forme sous laquelle elle a été enregistrée, n'est pas de nature à faire encourir la déchéance de la marque : (Cass. Com : 27 mai 1997).

> [Télécharger la décision ici](#)

Comédie musicale et droit moral

Aux termes de l'article L121-1 du code de la propriété intellectuelle l'auteur jouit du droit au respect de son nom, de sa qualité et de son oeuvre. Ce droit est attaché à sa personne. Il est perpétuel, inaliénable et imprescriptible. Il est transmissible à cause de mort aux héritiers de l'auteur. Ces principes trouvent application à l'égard d'une oeuvre dérivée de l'oeuvre première à laquelle l'auteur a participé, et sur le territoire français.

En l'espèce, le litige concernait l'exploitation d'une comédie musicale dérivée du film « Le bal des vampires » inspirée du film éponyme. L'héritier du scénariste du film reprochait aux producteurs de la comédie musicale de n'avoir pas mentionné le nom de son père (Gérard Brach) sur les supports de communication de la comédie musicale.



Les juges ont conclu que l'exploitation de l'oeuvre dérivée sans mention du nom de l'un des auteurs de l'oeuvre première emporte violation du droit de paternité de celui-ci tel qu'il résulte du Code de la propriété intellectuelle. Cependant, si l'exercice du droit à la paternité se heurte à des difficultés pratiques, il convient que le nom de l'auteur soit associé à l'oeuvre de la manière la plus étroite possible et dès lors d'adapter l'obligation de la mention du nom de l'auteur au genre de l'oeuvre, étant encore précisé que cette mention doit être proportionnée à la part de l'auteur dans l'oeuvre.

> [Télécharger la décision ici](#)

Nullité partielle de la marque Se Loger

Caractère usuel de la marque Se Loger ?

Le titulaire d'une marque a obtenu la nullité partielle de la marque concurrente « Se Loger ». Le déposant a fait valoir avec succès, d'une part, sur le fondement de l'article L711-2, a), du code de la propriété intellectuelle (cpi), le caractère usuel de la marque « Se Loger », le terme 'se loger' renvoyant aux activités de recherche de biens immobiliers et, d'autre part, sur le fondement du b) du même article, son caractère descriptif au regard de la caractéristique essentielle du service qu'elle désigne, résidant dans la diffusion d'annonces de logements. En défense, la société Se Loger a exposé que sa marque avait acquis une distinctivité au moment de son dépôt tant au regard des revendications au titre des produits et services que, sur le fondement de l'article L711-2 du code de la propriété intellectuelle en son dernier alinéa, par l'usage, compte tenu de sa notoriété.

Selon l'article L714-3 DU code de la propriété intellectuelle est déclaré nul par décision de justice l'enregistrement d'une marque qui n'est pas distinctive. Le caractère distinctif d'un signe de nature à constituer une marque s'apprécie à l'égard des produits ou services désignés. Sont ainsi dépourvus de caractère distinctif : a) Les signes ou dénominations qui, dans le langage courant ou professionnel, sont exclusivement la désignation nécessaire, générique ou usuelle du produit ou du service ; b) Les signes ou dénominations pouvant servir à désigner une

caractéristique du produit ou du service, et notamment l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, la provenance géographique, l'époque de la production du bien ou de la prestation de service. Le caractère distinctif peut être acquis par l'usage.

Le caractère distinctif d'une marque s'apprécie au regard de tous ses éléments constitutifs pris dans leur ensemble au jour de son dépôt au regard des produits et/ou services désignés et du public auquel les produits ou services s'adressent.

En l'espèce, à cet égard, force est de constater que pour le public concerné, qu'il soit particulier ou professionnel, le verbe pronominal 'se loger', qui est ici un élément dominant de la marque litigieuse, est très couramment utilisé dans ce secteur d'activité, dont l'une des fonctions principales est précisément de faciliter, par la diffusion d'informations, la recherche d'un logement pour permettre de 'se loger' ; que l'accolement des mots qui le composent, chacun débutant par une majuscule, est sans incidence sur son appréhension et sa signification habituelle ; sa combinaison avec les couleurs simples blanche et rouge, sans précision de nuance pour cette dernière, n'est pas de nature à permettre à la marque dans son ensemble de distinguer les produits ou services visés diffusés sur le marché ; la marque litigieuse est donc, dans ce domaine spécifique, compte tenu de son caractère usuel et descriptif pour cette catégorie de produits et services, dépourvue de caractère distinctif au regard des exigences de l'article L711-2, a) et b) du code de la propriété intellectuelle.

La société exploitant la marque « Se Loger » n'a versé aux débats aucun élément significatif (étude, sondage d'opinion...) à l'appui de sa demande tendant à voir reconnaître l'acquisition par cette marque d'un caractère distinctif par l'usage. Elle n'a donné aucune précision sur l'importance et la notoriété, en durée et en intensité, de la diffusion du magazine Se Loger ; il n'était pas démontré que la figuration de la mention 'SeLoger' en lettres blanches sur fond rectangulaire rouge sur le site internet 'www.seloger.com' a permis à cette marque de bénéficier de la même notoriété que le site. Les juges ont prononcé la nullité de la marque Se Loger s'agissant des produits et services visés en classes 36, 37, 39.

Quid de Seloger.com ?

La contrefaçon n'a pas non plus été retenue concernant la marque seloger.com. Sur la comparaison des signes « Se Loger » et « Se Loger pas cher », il y a lieu de rappeler que le risque de confusion constitutif d'une contrefaçon au sens de l'article L 713-3 du code de la propriété intellectuelle doit s'apprécier globalement et se fonder, en ce qui concerne la similitude visuelle, auditive ou conceptuelle des marques en cause, sur l'impression d'ensemble produite par ces marques en tenant compte de leurs éléments distinctifs et dominants.

La comparaison nécessaire pour apprécier la similitude entre les signes doit donc s'opérer en prenant ces signes tels que le public les perçoit et que, lorsque le produit est, comme en l'espèce, un produit de consommation courante, le public de référence est le consommateur d'attention moyenne, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé. Le risque de confusion s'apprécie au regard des signes tels qu'enregistrés et non pas tels qu'exploités.

En conclusion, il n'existe pas de similitude, source de confusion, entre les vocables 'se loger pas cher', 'se loger moins cher' et 'se loger immo', qui ne contiennent pas le suffixe '.com', avec les marques litigieuses, pour lesquels ce signe constitue un élément dominant et indispensable pour la distinctivité de la marque, le terme 'se loger' n'étant pas à lui seul distinctif.

> [Télécharger la décision ici](#)

Référé contrefaçon

Originalité d'un puzzle

Dans cette affaire, une action en contrefaçon référé a été jugée fondée par l'évidence des actes de contrefaçon (à propos de puzzles. Le puzzle contrefait se présentait comme un ensemble de 'magnets' à disposer sur un support aimanté, et représentant une carte du monde illustrée. La carte dessinait des contours des continents de façon stylisée, et les illustrait abondamment de dessins au graphisme naïf représentant des personnages, des animaux ou des paysages, ainsi que

des saynètes, destinés à symboliser chaque région du monde. Si le choix des illustrations est emprunté au fonds commun des symboles régionaux (tels l'esquimau pour l'Antarctique, le dragon pour la Chine, les danseurs folkloriques pour la Russie, une femme pilant le mil pour le Niger, des chameaux pour le Tchad ou le Soudan, un bateau à roue pour le sud des Etats-Unis), il n'en est pas moins arbitraire de par les couleurs choisies, leur graphisme leur positionnement sur la carte, la combinaison des symboles retenus, que ceux-ci figurent sur les 'magnets' ou sur le support, par la police des légendes, de telle sorte que l'oeuvre tant par les choix opérés de ces éléments que par leur combinaison révèle un effort créatif et porte manifestement l'empreinte de la personnalité de son auteur.

Il était suffisamment justifié au dossier de ce que la société victime de la contrefaçon a commercialisé son produit avant celui de la société contrefactrice. La contrefaçon a été établie en raison des ressemblances observées dans le graphisme, le choix et le positionnement des illustrations et des couleurs que par l'impression d'ensemble très proche que produisent les deux puzzles concernés.

> [Télécharger la décision ici](#)

Motif de vêtement contrefaisant

Protection d'un motif

Un artiste photographe qui a réalisé une série de photographies représentant des serpents, des méduses et des araignées présentées lors d'une exposition intitulée 'Venenum' organisée par la galerie d'art Kamel Mennour à Paris, en 2004, et publiées par une société d'édition, a constaté qu'une société de droit italien offrait à la vente une collection de vêtements, commercialisés sous la marque 'Byblos', dont certaines pièces (robes, pantalons et blouse) étaient imprimées dans un tissu reproduisant l'une de deux de ses photographies, représentant des entrelacs de serpents.



Il a été jugé que l'exploitation commerciale des oeuvres originales de la série 'Serpens' et leur succès auprès de collectionneurs d'art contemporain célèbres étant avérés et l'artiste établissait avoir subi un préjudice moral découlant tant de l'atteinte à un droit patrimonial, que de la mauvaise utilisation de ses photographies emportant leur banalisation et leur vulgarisation, et par voie de conséquence leur dépréciation. Était donc constituée l'atteinte aux droits moraux du photographe tels que résultant de l'article L121-1 du code de la propriété intellectuelle, en présence d'une atteinte à l'intégrité de ses oeuvres, qui sont incontestablement dénaturées, et d'une violation de son droit à la paternité de celles-ci. L'importance du préjudice a été néanmoins tempérée par la très faible ampleur des actes de contrefaçon caractérisés (5 000 € de dommages et intérêts).

> [Télécharger la décision ici](#)

les dispositions des articles L 521-1 à 19 du même code régissant le contentieux des dessins ou modèles nationaux étant applicables au contentieux des dessins ou modèles communautaires. Ainsi, en application de l'article L 521-2 du code de la propriété intellectuelle, l'action civile en contrefaçon est exercée par le propriétaire du dessin ou modèle. Par ailleurs, en application de l'article L 513-5 du code de la propriété intellectuelle, la protection conférée par l'enregistrement d'un dessin ou modèle s'étend à tout dessin ou modèle qui ne produit pas sur l'observateur averti une impression visuelle d'ensemble différente.

> [Télécharger la décision ici](#)

Contrefaçon de modèle communautaire

Notion « d'utilisation de modèle »

En vertu de l'article 19 du Règlement CE n° 6/2002 du 12 décembre 2001, le dessin ou modèle communautaire enregistré confère à son titulaire le droit exclusif de l'utiliser et d'interdire à tout tiers de l'utiliser sans son consentement. Par utilisation au sens de la disposition citée, on entend en particulier la fabrication, l'offre, la mise sur le marché, l'importation, l'exportation ou l'utilisation d'un produit dans lequel le dessin ou modèle est incorporé ou auquel celui-ci est appliqué, ou le stockage du produit à ces mêmes fins.

Périmètre de la contrefaçon

Conformément aux articles L 515-1 et L 522-1 du code de la propriété intellectuelle, toute atteinte aux droits définis par l'article 19 du Règlement (CE) n° 6/2002 du 12 décembre 2001, sur les dessins ou modèles communautaires constitue une contrefaçon engageant la responsabilité civile de son auteur,



Fiches du mois

A consulter dans le guide en ligne

Postsynchronisation audiovisuelle
 Crédit d'impôt | Dépenses de production déléguée
 Crédit d'impôt | Jeux vidéo
 Contrat de mannequin
 Crédit photographique | Copyright



Contrats du mois

A consulter en ligne

Contrat de traduction
 CDD d'usage de technicien audiovisuel
 Contrat de vente de site internet (*)
 Contrat de référencement | SEO (*)
 Mandat de représentation (*)

(*) Sur abonnement Uplex.fr

