

REVUE ACTOBA

www.actoba.com | SEPTEMBRE 2015 - II



TELEPHONIE
Obligations de conseil

NEWSLETTER
Droits d'auteur applicable

IMAGE DES PERSONNES
Exception d'actualité

PRESSE PEOPLE
Condamnation de Closer

LE POINT
Diffamation & Bonne foi

SAVOIR FAIRE
Conditions de la protection juridique

Le juridique au service
des opérationnels ...

FOCUS

Nom de domaine des collectivités locales

N° 230

3 Communication électronique

Vice caché sur le Boncoin.fr
 Pap c/ No pap
 Nom de domaine des collectivités locales
 Référencement et parasitisme
 Présentation mensongère en ligne
 Protection d'une newsletter
 Dénigrement d'un prestataire
 Téléphonie : l'obligation de conseil

8 Audiovisuel / Image

Image des patients de chirurgie
 Droit à l'image et exception d'actualité
 Protection des photographies
 Détournement de photographie
 Cession tacite du droit à l'image
 Photographie : le parti pris esthétique
 Protection des photographies sportives
 Droit à l'image des « djihadistes »

12 Publicité / Presse

Packaging et droit des marques
 Logo Japan Rags
 Condamnation de Closer
 Diffamation : affaire Le Point
 Présomption d'innocence des « djihadistes »
 Publicité des condamnations des élus
 Révélation d'une homosexualité
 Dénigrement : mentions de la citation

19 Propriété intellectuelle

Publication du contrat de licence
 Droits sur la marque Nutella
 Protection du savoir faire
 Protection du titre d'un spectacle
 Quick c/ Sodebo
 Originalité d'une thèse
 Contrat d'architecte d'intérieur
 Obligation de reddition des comptes

FICHES DU MOIS

23

Régime des certifications
 Le mécénat en nature
 Régime des appels aux dons
 Gestion collective et contrefaçon
 Saisie judiciaire en entreprise

CONTRATS DU MOIS

23

Assignation en nullité de vente (vice caché)
 Licence d'exploitation (invention brevetée)
 Contrat de vente de nom de domaine (*)
 Contrat de développement (jeux vidéo) (*)
 Mandat de distribution (jeux vidéo) (*)

(*) 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 ...

Vice caché sur le Boncoin.fr

Obligation du vendeur

En droit, et en application des articles 1641 et 1642 du code civil, le vendeur est tenu à raison de la garantie des défauts cachés de la chose vendue qui la rendent impropre à l'usage auquel on le destine, ou qui diminuent tellement cet usage, que l'acquéreur ne l'aurait pas acquise, ou n'en aurait donné qu'un prix moindre, s'il les avait connus, mais il n'est pas tenu des vices apparents et dont l'acheteur a pu se convaincre lui-même.

Casse d'un turbocompresseur

En fait, il est acquis que la casse d'un turbocompresseur après 175.000 km sur un véhicule de ce modèle ne relève pas d'une usure normale du véhicule. En l'occurrence, l'expertise judiciaire a établi que la casse d'un turbocompresseur ne pouvait pas être imputée à l'utilisation du véhicule qu'avait fait l'acheteur depuis son acquisition puisque l'expert a constaté que l'huile présentait un état d'encrassement extrême, que l'axe du turbocompresseur s'était grippé, ce qui avait conduit à un passage de l'huile de graissage dans le circuit d'alimentation et que la cause ne résultait pas d'un mauvais usage du véhicule, mais pouvait être liée à un défaut d'entretien de celui-ci. Il existait donc un vice à la date de la vente; il présentait un caractère rédhibitoire puisqu'il avait pour effet d'entraîner la destruction du turbocompresseur, puis du moteur.

Question du vice apparent

Sur la possibilité pour l'acquéreur de se convaincre lors de l'achat de l'existence du vice, il a été constaté que le contrôle technique relevait une opacité excessive des fumées d'échappement, mais aussi l'usure prononcée d'un disque de frein et une détérioration d'un coussin gonflable. Ces défauts nécessitaient une contre visite, à laquelle l'acheteur n'a pas pu faire procéder, puisque le véhicule était immobilisé du fait de la

casse du turbocompresseur, deux jours après son achat. Pour un acquéreur profane, l'excès de fumées d'échappement signalé par le contrôleur technique sur un véhicule équipé d'un moteur diesel de 175.000 km ne révèle pas un désordre irrémédiable qui serait susceptible de le rendre rapidement impropre à son usage. Le prix d'achat de 5.000 € correspond au demeurant à celui d'un véhicule usagé, mais certainement pas à celui d'une épave.

Le premier juge a justement retenu qu'il ne pouvait y avoir de vice apparent pour un acquéreur dont il n'apparaît pas qu'il disposait de compétences particulières en mécanique, qui seules lui auraient permis d'apprécier la signification des défauts relevés par le contrôleur technique, alors même qu'à aucun moment son attention n'a été attirée sur l'urgence de procéder à des vérifications puisqu'il disposait d'un délai de deux mois pour faire effectuer une contre-visite et que les mesures réalisées par le contrôleur technique ne portent que sur les points de sécurité visés par la réglementation et ne permettent pas de renseigner l'acquéreur sur l'état d'entretien d'un véhicule et sur la fiabilité de ses organes.

> [Télécharger la décision ici](#)

Pap c/ No pap

Protection étendue des marques renommées

Il est acquis que la marque verbale française PAP DE PARTICULIER A PARTICULIER bénéficie d'une renommée de sorte que cette dernière est fondée à invoquer les dispositions de l'article L. 713-5 du Code de la propriété intellectuelle. L'atteinte à la marque renommée s'étend aux situations dans lesquelles l'usage du signe litigieux donne lieu dans l'esprit du consommateur, sans qu'il y ait nécessairement de confusion entre les deux signes, à une association avec la marque première préjudiciable au titulaire de celle-ci.

En l'occurrence, le site accessible par le nom de domaine nopap.fr se présente comme étant destiné à promouvoir un groupement « noPAP informons en-

semble » qui a pour but de promouvoir et appuyer une proposition de loi destinée à mettre fin aux transactions immobilières de particulier à particulier, en s'adressant principalement aux professionnels de la vente immobilière.

Risque de confusion et contrefaçon

Il a été jugé que l'usage des termes « de particulier à particulier », sans majuscule ni raccourcissement à leur acronyme, dans le contexte d'un site destiné à fédérer des professionnels du secteur de la vente immobilière et obtenir leurs adhésions à un groupement d'action de « lobbying » en faveur de la restriction des ventes faites entre particuliers, relève de l'usage du sens courant de ces mots pour désigner les ventes de ce type, de sorte qu'il ne génère pas d'association ou de confusion avec la marque renommée et ne lui porte ainsi pas atteinte.

En revanche, l'emploi privilégié dans le site de l'acronyme pap tant dans le nom de domaine nopap.fr que dans le contenu de ce site en étant en outre alors en lettres majuscules PAP, que ce soit dans le nom du groupement noPAP, ou à travers l'expression « ventes de PAP », conduit à une association avec la marque de renommée de la défenderesse qui commence par P.A.P, d'autant plus que le succès du site internet PAP DE PARTICULIER A PARTICULIER d'annonces immobilières, qui est un vecteur bien connu des transactions immobilières entre particuliers, fait que cette marque apparaît emblématique de ce type de ventes.

Aussi l'usage systématique dans le site litigieux du mot PAP en lettres majuscules qui n'était nullement obligatoire pour parler des ventes entre particuliers, et dont il n'est pas établi qu'il s'agisse d'un acronyme évident et courant pour désigner ce type de ventes quant bien même il apparaît être utilisé dans quelques sites de ventes immobilières, conduit l'internaute qui consulte le site à une association évidente avec la marque de renommée, qui se trouve ainsi vouée à une même opprobre que les ventes entre particuliers.

La présence du préfixe « no » dans l'appellation no-PAP et dans le nom de domaine nopap.fr loin de créer une différence entre les signes qui éviterait toute association ou amalgame, a au contraire pour effet de renforcer l'association avec la marque de la demanderesse, laquelle est fortement évoquée par son premier mot dominant, en le faisant précéder du terme de né-

gation « no » qui bien qu'anglais, est instantanément compréhensible par ceux qui ne pratiquent pas cette langue comme servant à signifier ce qui est rejeté, exclu, ou à quoi on s'oppose, de sorte que la marque est ainsi associée à ce que le site vise à combattre.

Cet usage est injustifié et préjudiciable à la société PAP car l'emploi d'autres termes exempts de portée évocatrice de la marque en cause était possible, et parce qu'il est effectué dans la vie des affaires, en ce qu'il s'agit d'obtenir des soutiens de professionnels de la vente immobilière pour obtenir des modifications législatives destinées à décourager les ventes entre particuliers, et ainsi, par voie de conséquence, le recours aux annonces immobilières entre particuliers.

Nom de domaine PAP

Par ailleurs, la réservation et l'exploitation du nom de domaine nopap.fr pour abriter un site destiné à combattre les ventes immobilières entre particuliers, alors que le site pap.fr antérieur comporte précisément des annonces immobilières entre particuliers, et bénéficie d'une notoriété comme l'établissent sa forte fréquentation et le fait qu'il constitue le prolongement de l'hebdomadaire de Particulier à Particulier lui-même très connu pour ce type d'annonces, revient à chercher à profiter de la notoriété du site antérieur, fût-ce en se nommant par opposition à lui ainsi qu'il a été dit, pour attirer les internautes qui connaissent ce premier site vers le second et ceci afin de critiquer l'activité économique de la société PAP.

> [Télécharger la décision ici](#)

Nom de domaine des collectivités locales

Dépôt non frauduleux

A propos du dépôt du nom de domaine marmande.fr par une société, les juges n'ont pas fait droit à la demande de transfert dudit nom de domaine au profit de la commune du même nom (le dépôt était intervenu avant l'adoption des dispositions réglementaires protectrices des noms de communes).

La commune de Marmande n'a pas pu invoquer en application de l'article R 20-44-43 II et IV sus visé, l'absence de licéité des renouvellements au motif que

le renouvellement du nom des domaines n'étaient pas autorisés, à l'époque, en l'absence d'une dénomination sociale et d'une marque identique.

Charte AFNIC

Le déposant du nom de domaine a opposé à juste titre :

i) La charte de nommage de l'AFNIC et le Code des Postes et des Communications Electroniques qui a autorisé dès le 11 mai 2014, l'enregistrement pour tous, sauf pour les particuliers, le nom d'une ville à titre de nom de domaine jusqu'au 17 mai 2005, date à partir de laquelle seules les collectivités territoriales et les titulaires de marques ont été autorisés à le faire, jusqu'au 1er juillet 2011 date de la loi qui a autorisé à nouveau tout le monde, y compris les particuliers,

ii) La date d'enregistrement de son domaine, le 13 mai 2004, à l'époque où cela était permis.

En ce qui concerne la licéité des renouvellements, le décret n° 2007-162 du 06-02-2007, invoqué par la Mairie de Marmande pris en application de l'article L 45 du Code des Postes et des Communications Electroniques (loi n° 2004-669 du 9 juillet 2004) dispose, en un article R 20-44-43 II, que sauf autorisation de l'assemblée délibérante, le nom d'une collectivité territoriale ...à fiscalité propre, seul ou associé à des mots ou abréviations faisant référence aux institutions locales, peut uniquement être enregistré par cette collectivité...comme nom du domaine au sein des domaines de premier niveau correspondant au territoire national et en son IV, que les dispositions de cet article ne font pas obstacle au renouvellement des noms de domaines enregistrés avant l'entrée en vigueur du présent décret par une société ayant une dénomination sociale identique au nom enregistré et ayant déposé ce nom en tant que marque avant le 1er février 2004. Or la loi nouvelle, bien que s'appliquant aux effets à venir des situations juridiques non contractuelles, ne peut remettre en cause la validité d'une situation régulièrement constituée.

Position du Conseil constitutionnel

Pour rappel, le conseil constitutionnel, le 6 octobre 2010, a déclaré l'article 45 du Code des Postes et des Communications Electroniques contraire à la constitution et que même si au visa des conséquences manifestement excessives de sa décision, il a reporté l'abrogation au 1er juillet 2011, cette disposition ne peut avoir pour effet que d'interdire la remise en cause des actes réglementaires pris sur son fondement pour manque de base légale.

La commune de Marmande ne pouvait donc plus invoquer en application de l'article R 20-44-43 II et IV, l'absence de licéité des renouvellements au motif que le renouvellement du nom des domaines n'étaient pas autorisés, à l'époque, en l'absence d'une dénomination sociale et d'une marque identique.

> [Télécharger la décision ici](#)

Référencement et parasitisme

Liens promotionnels déloyaux

Une société qui usurpe la dénomination sociale et le nom commercial d'une société tierce pour se référencer sur Google s'expose à une condamnation pour concurrence déloyale. Dans l'affaire soumise, le concurrent a utilisé la dénomination d'un concurrent sur les moteurs de recherche Google et Yahoo pour activer des liens commerciaux qui dirigeaient les internautes vers le son site Internet. La dénomination en cause n'était pas uniquement utilisée comme mots clés mais également comme « titre » du lien promotionnel ainsi que dans les extensions et dans le code source du site.

Il apparaît que l'utilisation volontaire sur plusieurs années du nom commercial et de la marque du concurrent alors que cette utilisation n'est pas nécessaire pour diriger les internautes vers le site avait pour finalité d'entraîner une confusion dans l'esprit de la clientèle entre les deux organismes



concurrents et de détourner les clients de la société.

> [Télécharger la décision ici](#)

Présentation mensongère en ligne

Une association a été condamnée pour présentation mensongère pour avoir mentionné sur son site internet, comme constituant son équipe pédagogique, les noms de salariés alors que ces salariés n'avaient ni travaillé, ni été sollicités pour travailler avec l'association. Cette pratique est mensongère et déloyale, peu important que postérieurement certains de ces salariés aient déclaré accepter l'éventualité de travailler avec l'association.

> [Télécharger la décision ici](#)

Protection d'une newsletter

Application du droit d'auteur

Une société a revendiqué avec succès des droits d'auteur sur la charte graphique de sa newsletter. 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 ». L'article L 112-1 du même code prévoit que « les dispositions du présent code protègent les droits des auteurs sur toutes les oeuvres de l'esprit, quels qu'en soient le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination ».

Condition de l'originalité

L'originalité d'une oeuvre doit s'apprécier de manière globale de sorte que la combinaison des éléments qui la caractérise du fait de leur agencement particulier lui confère une physionomie propre qui démontre l'effort créatif et le parti pris esthétique portant l'empreinte de la personnalité de l'auteur. Il ressort de l'examen de la charte graphique décrite et communiquée aux débats que la newsletter, au-delà de la couleur orange et du logo, possédait une mise en page, une typographie, un agencement de

bandeaux et d'images, une alternance de pages qui lui étaient propres et qui étaient la conséquence de l'effort créatif réalisé par l'agence de publicité.

> [Télécharger la décision ici](#)

Dénigrement d'un prestataire

Des particuliers ont confié une mission complète d'architecte à un prestataire. Mécontents de ses services, ils ont publié sur un site internet un texte commençant par « Fuyez » et se terminant par « Si vous avez besoin de rien et de l'argent à gaspiller, je vous encourage donc à solliciter les services de madame (l'architecte).

Propos malveillants

Estimant que ces propos malveillants avaient un caractère fautif, l'architecte a fait assigner les auteurs des propos sur le fondement de l'article 1382 du code civil devant le tribunal de grande instance.

Les juges ont retenu que le fait d'être accusée d'avoir empoché une somme de 4 000 euros sans jamais tenir ses engagements, se contentant de trois rendez-vous et d'une mise en forme des plans établis par les clients eux-mêmes, est à l'évidence contraire à l'honneur et à la considération de l'architecte qui est ainsi présentée comme une personne peu sérieuse et même malhonnête. A cet égard, il importe peu que ces propos visent son activité professionnelle, dès lors que son honnêteté est mise en cause, portant de ce fait atteinte à sa personne.

Prescription acquise

Or, la prescription trimestrielle prévue par la loi de 1881, applicable en l'espèce, était acquise, plus de trois mois s'étant écoulés entre la publication et l'assignation.

> [Télécharger la décision ici](#)

Téléphonie : l'obligation de conseil

Obligations réciproques des parties

Le vendeur professionnel de produits et prestations informatiques et de téléphonie au sens large, est tenu à une obligation de conseil, et à une obligation de délivrance, qui suppose la mise au point effective de la prestation vendue au client. De son côté, le client a une obligation de collaboration durant toutes les phases de la prestation informatique et de téléphonie offerte, étant précisé que les usages de l'informatique tolèrent une certaine marge de difficultés, notamment pendant la période de mise au point.

En l'espèce, en sa qualité de professionnelle ayant proposé une offre mobile SFR, le prestataire devait se soucier au préalable de son adéquation aux besoins de sa cliente, ce qui n'a pas été le cas, le client ayant découvert des problèmes de couverture du réseau après avoir signé les contrats et lors de l'usage des téléphones mobiles. S'agissant des téléphones portables, la société cliente a également déploré l'envoi de deux cartes SIM 'classiques' non compatibles avec les téléphones mobiles livrés, alors qu'ils devaient être équipés de micro-cartes SIM. La société cliente rencontrait également des problèmes de transfert d'appel et de transfert automatique des télécopies.

Responsabilité du prestataire

Dans ces conditions et eu égard aux dysfonctionnements graves, multiples, et persistants subis par la société cliente, sa demande de résolution judiciaire des contrats conclus était fondée, de sorte qu'elle a été prononcée aux torts et griefs du prestataire. Les contrats d'entretiens conclus étant des contrats interdépendants et indivisibles des contrats de fourniture et d'installation de matériel de téléphonie, la résolution judiciaire de ces derniers entraîne leur inutilité et donc leur caducité, et non leur résiliation.

> [Télécharger la décision ici](#)

Image des patients de chirurgie

Un chirurgien esthétique n'est pas en droit d'utiliser les clichés photographiques de ses patients pour illustrer ses interventions et vanter les «résultats spectaculaires de la chirurgie esthétique». En l'occurrence, la patiente étant identifiable sur ces clichés, il a été porté atteinte à son droit à l'image ainsi qu'au respect dû à sa vie privée par la révélation publique de l'intervention chirurgicale qu'elle avait subie.

Préjudice de l'atteinte au droit à l'image

Le seul point discuté était celui de l'étendue du préjudice, le médecin faisant valoir que du fait du floutage des yeux, la patiente n'était identifiable que par un cercle restreint de personnes et la patiente produisant deux certificats médicaux justifiant des troubles psychiques qu'elle alléguait du fait de cette publication, ressentie comme une trahison du médecin à qui elle s'était confiée, et ayant entraîné des craintes quant à la perception par les tiers de la révélation de cette intervention chirurgicale. Son préjudice a été évalué à la somme de 5 000 euros.

> [Télécharger la décision ici](#)

Droit à l'image et exception d'actualité

Un particulier a été pris en photo devant un char au cours de violences ayant eu lieu à Abidjan ; ce cliché a été publié dans le magazine Jeune Afrique en illustration d'un article. Par jugement l'éditeur du magazine a été condamné verser au particulier la somme de 2 000 euros à titre de dommages-intérêts en réparation de l'atteinte portée à son droit à l'image. Malgré cette condamnation, la société éditrice a de nouveau publié ce même cliché photographique pour illustrer un article, mis en ligne sur son site internet jeuneafrique.com consacré aux suites judiciaires de ces événements.

Réitération de l'atteinte à l'image

La société éditrice a reconnu avoir commis une erreur en utilisant à nouveau ce cliché photographique. Sur le préjudice, si la seule constatation de l'atteinte au droit à l'image ouvre droit à réparation, le préjudice étant inhérent à ces atteintes, il appartient toutefois au demandeur de justifier de l'étendue du dommage allégué, l'évaluation du préjudice étant appréciée de manière concrète, au jour où le juge statue, compte tenu de la nature des atteintes, ainsi que des éléments invoqués.

En l'espèce, s'il est exact que le cliché photographique est ancien, il demeure que cette nouvelle publication a remis en mémoire ces faits en y attachant, à nouveau, l'image du demandeur ; que la répétition de l'association de son image à ces événements lui cause un préjudice qui ne peut être considéré comme purement symbolique (3 000 euros de dommages et intérêts).

> [Télécharger la décision ici](#)

Protection des photographies

Question de la preuve

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.

Si la protection d'une œuvre de l'esprit est acquise à son auteur sans formalité et du seul fait de la création d'une forme originale en ce sens qu'elle porte l'empreinte de la personnalité de son auteur

“

et n'est pas la banale reprise d'un fonds commun non appropriable, il appartient à celui qui se prévaut d'un droit d'auteur dont l'existence est contestée de définir et d'explicitier les contours de l'originalité qu'il allègue.

En effet, seul l'auteur, dont le juge ne peut suppléer la carence, est en mesure d'identifier les éléments traduisant sa personnalité et qui justifient son monopole et le principe de la contradiction posé par l'article 16 du code de procédure civile commande que le défendeur puisse connaître précisément les caractéristiques qui fondent l'atteinte qui lui est imputée et apporter la preuve qui lui incombe de l'absence d'originalité.

Approche européenne de l'originalité

Dans ce cadre, la CJUE, dans son arrêt du 1^{er} décembre 2010 C145/10 *Eva Maria P. c/ Standard Verlags GmbH*, énonce pour des photographies réalistes qu'il « résulte du dix-septième considérant de la directive n° 93/98, qu'une création intellectuelle est propre à son auteur lorsqu'elle reflète la personnalité de celui-ci », que « tel est le cas si l'auteur a pu exprimer ses capacités créatives lors de la réalisation de l'œuvre en effectuant des choix libres et créatifs » et que, « s'agissant d'une photographie de portrait, il y a lieu de relever que l'auteur pourra effectuer ses choix libres et créatifs de plusieurs manières et à différents moments lors de sa réalisation ».

Elle précise ainsi qu'« au stade de la phase préparatoire, l'auteur pourra choisir la mise en scène, la pose de la personne à photographier ou l'éclairage », que « lors de la prise de la photographie de portrait, il pourra choisir le cadrage, l'angle de prise de vue ou encore l'atmosphère créée » et qu'« enfin, lors du tirage du cliché, l'auteur pourra choisir parmi diverses techniques de développement qui existent celle qu'il souhaite adopter, ou encore procéder, le cas échéant, à l'emploi de logiciels ». Elle en déduit qu'« à travers ces différents choix, l'auteur d'une photographie de portrait est ainsi en mesure d'imprimer sa « touche personnelle » à l'œuvre créée ».

> [Télécharger la décision ici](#)

Détournement de photographie

Contrefaçon de photographie

Gered MANKOWITZ est un photographe britannique connu pour avoir photographié les plus grands chanteurs et groupes de rock de ces 50 dernières années dont le groupe The Rolling Stones et comme l'auteur de nombreuses photographies de Jimi Hendrix prises lors de séances photographiques du groupe The Jimi Hendrix Experience en 1967.

Par contrat ce photographe a cédé à la société de droit anglais BOWSTIR LIMITED ses droits patrimoniaux sur l'ensemble de ses photographies prises entre 1963 et 1989 dans le monde entier et pour toute la durée des droits d'auteur.

Invoquant la reproduction et le détournement de l'une de ses photographies de Jimi Hendrix prise en 1967 sur des affiches publicitaires faisant la promotion du site internet egotabaco.com placardées en devanture de deux boutiques, la cigarette tenue par Jimi Hendrix entre ses doigts dans la photographie originale ayant été remplacée par une cigarette électronique, le photographe a poursuivi l'annonceur en contrefaçon.

Preuve de l'originalité

L'action du photographe a été rejetée pour défaut de preuve de l'originalité. Le photographe se contentait de mettre en exergue des caractéristiques esthétiques de la photographie qui sont distinctes de son originalité qui est indifférente au mérite de l'œuvre et n'explique pas qui est l'auteur des choix relatifs à la pose du sujet, à son costume et à son attitude générale.

Aussi, rien ne permettait au juge de comprendre si ces éléments qui sont des critères essentiels dans l'appréciation des caractéristiques originales revendiquées, le cadrage, le noir et blanc, le décor clair destiné à mettre en valeur le sujet et l'éclairage étant pour leur part banals pour une photographie de portrait en plan taille de face, sont le fruit d'une réflexion de l'auteur de la photographie ou de son sujet, en bref, si l'œuvre

porte l'empreinte de la personnalité du photographe.

Aussi, au regard de la définition largement insuffisante de l'originalité invoquée, la photographie litigieuse ne présente pas d'originalité et ne constitue pas une œuvre de l'esprit protégeable par le droit d'auteur, l'insuffisance de la description des éléments caractéristiques de l'originalité alléguée constituant en outre une violation du principe de la contradiction.

> [Télécharger la décision ici](#)

Cession tacite du droit à l'image

Absence d'opposition

Dès lors qu'une personne n'a pas manifesté son opposition à l'utilisation de son image par un partenaire, une autorisation tacite d'exploitation de l'image peut être admise. L'article 9 du code civil, protège le droit au respect de la vie privée, lequel comporte le droit à la protection de son image.

Toutefois en l'espèce, des articles de presse diffusés avec l'image de l'auteur ont été mis en ligne pendant quatre ans, avec des livraisons successives, sans que l'auteur ne s'y oppose, et alors qu'il participait de surcroît aux séances de prise des clichés et des vidéos de sorte qu'il apparaît qu'il était accepté sinon convenu que son image serait utilisée. En conséquence l'auteur représenté en photographie, bien qu'il contestait les modalités de rémunérations de l'utilisation de son image, n'était pas fondé à prétendre que celle-ci aurait été utilisée sans son consentement.

> [Télécharger la décision ici](#)

Photographe : le parti pris esthétique

Originalité et parti pris esthétique

Il semblerait que le critère de l'originalité en matière

de protection des photographies soit de plus en plus supplanté par celui du « parti pris esthétique ». Concernant la reprise non autorisée sur le site d'un voyageur, de la création d'un photographe, les juges ont considéré que la photographie « était prise de suffisamment près pour détailler la décoration de la façade d'un temple tout en conservant une vision d'ensemble en faisant notamment figurer la porte d'entrée du temple », « le photographe a en outre cherché, par le jeu des réglages de son appareil, à mettre particulièrement en valeur les couleurs de la façade, à la fois vives (le fond) et douces (les personnages) ». Cette recherche de mise en valeur du temple ainsi photographié traduit bien un parti pris esthétique de la part du photographe, empreint de la personnalité de l'auteur.

Preuve de la contrefaçon

Sur le volet « mode de preuve » de l'affaire, il a été rappelé que la preuve de la contrefaçon est libre et que les captures d'écran, qu'elles soient ou non constatées par huissier de justice, constituent un moyen de preuve admissible, dont la valeur probante doit être appréciée par la cour.

Evaluation du préjudice

Pour tenir compte du fait que ces photographies ont été reproduites illicitement, la cour a évalué le préjudice économique subi par le photographe, à la somme de 18.000€. Par ailleurs, ces photographies ont été reproduites sans mention du nom de leur auteur, il a ainsi été porté atteinte au droit à la paternité du photographe, lui occasionnant de ce fait un préjudice moral que la cour a évalué, à la somme de 7.000 €.

> [Télécharger la décision ici](#)

“

Protection des photographies sportives

Conditions de l'originalité

Les photographies sportives (notamment celles prises en rafales) ne sont pas nécessairement protégeables par le droit d'auteur. En l'espèce, les photographies en cause montraient chacune un joueur de football saisi au cours d'un match en phase de jeu, la première montrant un joueur en train de faire une passe, la seconde un joueur capitaine de l'équipe bras droit tendu pointant du doigt pour donner des consignes de jeu à ses partenaires, et la troisième un joueur en train de courir.

Les juges ont considéré que le choix de photographier ces joueurs en particulier s'impose naturellement par leur notoriété, puisqu'il s'agit dans les trois cas de joueurs célèbres et particulièrement connus au sein de l'équipe dans laquelle il joue. Ils sont saisis dans une attitude banale pour joueur au cours d'un match de football. Aussi ces clichés révèlent-ils le travail d'un bon technicien de l'image apte à isoler le sujet sur lequel il fait un gros plan, avec le souci de saisir son sujet en action et non en une situation statique, mais sans que le cadrage, le positionnement du photographe ou les choix techniques effectués ne traduisent une démarche propre du photographe, distincte de l'application de son savoir-faire technique, qui permettrait de distinguer dans ces photographies l'empreinte de sa personnalité et qui serait de nature à leur conférer un caractère original. En conséquence, ces photographies ne sont pas protégeables au titre du droit d'auteur.

Choix techniques et créativité

Par ailleurs, prendre en gros plan les réactions et mimiques des responsables du club vainqueur ne constitue pas un choix de sujet porteur d'originalité tant il s'agit d'un objet de photographie habituel lors des fins de championnat. La posture des protagonistes et leur mimique ne dépendent pas du contrôle du photographe qui n'a fait que capter ces attitudes. Enfin le recours à un flash et à un grand angle comme il est invoqué par le demandeur

ne suffisent pas à conférer à la photographie une forme propre qui la distinguerait de n'importe quelle photographie de dirigeant de club fêtant la victoire.

> [Télécharger la décision ici](#)

Droit à l'image des « djihadistes »

Protection du droit à l'image

Il est acquis que les articles 8 de la convention européenne des droits de l'homme et 9 du code civil garantissent à toute personne, quelles que soient sa notoriété, sa fortune, ses fonctions présentes et à venir le respect de sa vie privée et de son image. L'article 10 de cette même convention garantit toutefois l'exercice du droit à l'information des organes de presse, dans la limite du respect des droits d'autrui.

Droit à l'information et droit à l'image

La combinaison de ces deux principes conduit à limiter le droit à l'information du public, d'une part aux éléments relevant de la vie officielle des personnes publiques, et d'autre part aux informations et images personnelles livrées avec l'autorisation des intéressés ou justifiées par une actualité d'intérêt général.

Absence d'atteinte à l'image

En l'espèce, le reportage litigieux mettait en avant un jeune interpellé par les services de police et menotté. Ce reportage répondait à une nécessité d'information du public sur un fait d'actualité notoire, en sorte que les informations fournies par l'image et par le commentaire concernant l'interpellé, étaient légitimes, alors de surcroît, des précautions suffisantes ont été prises pour préserver son anonymat tant par le commentaire, qui ne fournit que des informations générales sans précision de nature à le désigner, que par l'image, puisque le jeune homme est montré cagoulé, portant des vêtements neutres, ce qui empêche son identification à partir de cette seule vidéo.

> [Télécharger la décision ici](#)



Packaging et droit des marques

Citation de marque et références clients

Dans ses arrêts Loendersloot du 11 novembre 1997 et Canon du 29 septembre 1998 la Cour de Justice de l'Union Européenne alors Cour de Justice des Communautés Européennes a dit pour droit que la fonction essentielle de la marque est de garantir au consommateur ou à l'utilisateur final l'identité d'origine du produit ou du service désigné par la marque, en lui permettant de distinguer sans confusion possible ce produit ou service de ceux qui ont une autre provenance.

En l'espèce, la contrefaçon de marque n'a pas été retenue contre le site internet d'une société de conception de packaging présentant son travail / références clients, avec mention des marques des sociétés qui ont eu recours à ses services.

Il n'existait aucune ambiguïté à la vue du site sur l'activité de la société, puisqu'à la page d'accueil et à chaque page sont mentionnés très clairement le nom de la société ainsi que les services qu'elle propose d'« ART DIRECTION & DESIGN ». La société se présentait donc bien comme désigner de flacons et packaging et non pas comme fournisseur des produits.

Droit de citer des clients

Les signes enregistrés comme marques par les sociétés en cause (HENNESY, POLMOS ZYRARDOW et MACDONALD & MUIR LIMITED) n'apparaissent donc pas sur le site de pour garantir au consommateur ou à l'utilisateur final l'identité d'origine du produit désigné et ne sont pas utilisés à titre de marques, mais bien comme décors des formes des créations de la société et à titre de références pour promouvoir son activité car ce qui est mis en valeur sur le site de la société est le design et non le signe apparaissant sur ses créations. Pour ces raisons, les sociétés M.H.C.S, JAS HENNESY, POLMOS ZYRARDOW et MACDONALD & MUIR LIMITED ont été déboutées de leurs demandes en contrefaçon de marques et d'atteinte à la renommée de leurs marques.

Absence de parasitisme

Le parasitisme n'a pas non plus été retenu. Au visa de l'article 1382 du code civil, le parasitisme est caractérisé dès lors qu'une personne physique ou morale, à titre lucratif et de façon injustifiée, s'inspire ou copie une valeur économique d'autrui, individualisée et procurant un avantage concurrentiel, fruit d'un savoir-faire, d'un travail intellectuel et d'investissements.

Il est constant que la société poursuivie était bien le concepteur de tous les flacons et packaging apparaissant sur son site. Elle a donc simplement montré son propre savoir-faire. Il est conforme aux usages loyaux du commerce pour un concepteur de produits de présenter ses créations, il n'est donc pas démontré d'attitude fautive de la part de la société. C'est d'ailleurs par le nom commercial de la société comme mot clé dans le moteur de recherche que l'huissier de justice a accédé au site de cette dernière et il n'était pas démontré qu'il était possible d'y accéder par les signes enregistrés comme marques par les sociétés M.H.C.S, JAS HENNESY, POLMOS ZYRARDOW et MACDONALD & MUIR LIMITED.

> [Télécharger la décision ici](#)

Logo Japan Rags

La société DOGG LABEL a revendiqué la protection par le droit d'auteur, du logo rouge «JAPAN RAGS» puis sur ce qu'elle considérait comme son évolution le logo noir «JAPAN RAGS», résultat d'un travail de création leur conférant un aspect unique et très caractéristique : i) une police d'écriture semblable à une écriture manuscrite à la plume ou au pinceau, imitant la calligraphie ; ii) la présence d'un ruban en mouvement sous les termes « JAPAN » et « RAGS » partant du « G » de JAPAN RAGS et venant souligner l'ensemble de l'expression « JAPAN RAGS ».

Protection juridique d'un logo

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.

La protection d'une œuvre de l'esprit est acquise à son auteursansformalitéet du seul fait de la création d'une forme originale en ce sens qu'elle porte l'empreinte de la personnalité de son auteur et n'est pas la banale reprise d'un fonds commun non appropriable.

Dans ce cadre toutefois, il appartient à celui qui se prévaut d'un droit d'auteur dont l'existence est contestée de définir et d'explicitier les contours de l'originalité qu'il allègue. En effet, seul l'auteur, dont le juge ne peut suppléer la carence, est en mesure d'identifier les éléments traduisant sa personnalité et qui justifient son monopole et le principe de la contradiction posé par l'article 16 du code de procédure civile commande que le défendeur puisse connaître précisément les caractéristiques qui fondent l'atteinte qui lui est imputée et apporter la preuve qui lui incombe de l'absence d'originalité.

Caractéristiques du logo en cause

En l'espèce, le premier logo est constitué des deux termes « Japan » et « rag » qui signifient « frippe ou chiffons » et « japonais » ; les juges ont considéré que ces logos ne sont en eux-mêmes absolument pas originaux surtout pour être apposés sur des vêtements.

Le premier logo est écrit en rouge, les deux mots étant inscrits sur la même ligne, la jambe du g servant de trait épais et sinueux de signature sous les deux mots ; à l'intérieur de ce trait sont inscrits les mots « for men ». Les deux mots sont calligraphiés dans la même police. Le second logo est écrit en noir ; le mot Japan est écrit au-dessus du mot rag ; les deux mots sont séparés par un trait de signature rectiligne et fin ; le terme rag est calligraphié dans une police différente de celle de Japan. Faute de définir précisément

ce qui explicitait l'originalité de chacun des logos, la société DOGG LABEL a été jugée irrecevable à opposer au titre du droit d'auteur ses deux logos.

> [Télécharger la décision ici](#)

Condamnation de Closer

Atteinte à la vie privée

La révélation « mondiale » dans le magazine « Closer » d'une nouvelle grossesse de Charlotte CASIRAGHI et la divulgation d'informations relatives à son séjour et à ses occupations de loisirs à Malibu faites sans son consentement sont incontestablement attentatoires au respect de sa vie privée. La publication de six photographies -dont aucune ne montre un état de grossesse manifeste- prises à son insu à l'occasion d'un bain dans l'océan Pacifique et reproduites sans son consentement, est également attentatoire tant au respect de sa vie privée qu'au droit dont elle dispose sur son image.

Diffusion d'une fausse information

Par ailleurs, le procédé consistant à publier des informations fallacieuses, au mépris tant des droits de la personne concernée, que des lecteurs et de la plus élémentaire déontologie journalistique dont la presse dite « people » ne peut aucunement s'affranchir, ne saurait être légitimé pas plus par la liberté d'expression que par la « complaisance » dont ferait preuve la victime des atteintes au respect de la vie privée et au droit à l'image, qui, serait-elle prouvée – ce qui n'est pas le cas en l'espèce ne saurait pas pour autant autoriser la divulgation de fausses informations ni réduire le préjudice moral en résultant, dans le seul but d'exploiter à des fins exclusivement commerciales la notoriété et la vie privée de la personne visée.



Charlotte CASIRAGHI a obtenu la somme de 15.000 euros à titre de dommages et intérêts, en réparation du préjudice moral subi.

> [Télécharger la décision ici](#)

Diffamation : affaire Le Point

Diffamation retenue

L'article 29, alinéa 1er, de la loi sur la liberté de la presse définit la diffamation comme « toute allégation ou imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération de la personne ou du corps auquel le fait est imputé » ledit fait devant être suffisamment précis pour pouvoir faire, sans difficulté, l'objet du débat sur la preuve de sa vérité organisé par les articles 35, 55 et 56 de la loi.

Le délit est caractérisé même si l'imputation est formulée sous une forme déguisée, dubitative ou par voie d'insinuations. Il se distingue ainsi de l'expression d'appréciations subjectives et de l'injure qui est définie comme « toute expression outrageante, termes de mépris ou invective qui ne renferme l'imputation d'aucun fait ».

Périmètre de la diffamation

Ni l'inexactitude des propos ni leur caractère désobligeant ne suffisent à caractériser la diffamation, l'appréciation de l'atteinte portée à l'honneur ou à la considération de la personne visée doit s'apprécier indépendamment du mobile de son auteur comme de la sensibilité de la personne visée ou sa conception subjective de l'honneur et de la considération, mais au regard de considérations objectives d'où s'évincerait une réprobation générale, que le fait soit prohibé par la loi ou considéré comme d'évidence contraire à la morale commune.

Dans cette affaire, il était reproché au Point d'avoir publié des articles suggérant la responsabilité pénale de propriétaires d'une clinique, notamment par la mise en exergue des informations judiciaires ouvertes après des accidents médicaux à la clinique. Il leur était

imputé d'être responsables de ces accidents par le choix, délibéré et persistant, d'un modèle économique qui ne leur permettait pas d'offrir à leurs patients des soins dispensés par des médecins compétents. Il s'agit là d'un fait précis, illustré dans l'article litigieux de plusieurs exemples concrets, susceptible de faire l'objet d'un débat sur la preuve de sa vérité, et qui porte incontestablement atteinte à l'honneur et à la considération des médecins exploitant ladite clinique.

Excuse de bonne foi

Les personnes responsables de propos diffamatoires peuvent s'exonérer de toute responsabilité en démontrant les éléments constitutifs du fait justificatif de bonne foi, soit la légitimité du but poursuivi, l'absence d'animosité personnelle, la suffisante prudence dans l'expression et le sérieux de l'enquête sur lequel se fondent les imputations ; ces critères s'apprécient différemment selon le genre de l'écrit en cause, la qualité de la personne visée – notamment si elle est engagée dans la vie publique – et de celle qui s'exprime, une plus grande rigueur étant de mise s'agissant d'un professionnel de l'information, tel un journaliste, en raison notamment de sa qualité et du crédit qui s'y attache.

En l'espèce, il n'était pas démontré que les journalistes ont été mus par une quelconque animosité personnelle, la légitimité du but poursuivi par les journalistes qui ont enquêté sur le fonctionnement des cliniques appartenant à la société et les accidents médicaux qui s'y étaient produits est d'autant plus incontestable que les questions de santé publique, d'organisation des hôpitaux et de leur répartition sur le territoire national sont des sujets d'intérêt général qui doivent pouvoir être librement débattus.

Cependant, si la nature du sujet d'intérêt général abordé par l'article incriminé élargit les limites de la liberté d'expression, au regard des stipulations de l'article 10 de la convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales, il doit être relevé que ce texte conventionnel, tel qu'interprété par la Cour de Strasbourg, fait également peser sur les journalistes, même dans une telle hypothèse, des devoirs et des



obligations, correspondant dans notre droit interne à la prudence dans l'expression et au sérieux de l'enquête.

Or, les journalistes ont incontestablement réalisé une enquête approfondie en interrogeant les divers acteurs de la politique de santé, maires, anciens maires, députés, responsables d'agences régionales de santé (ARS), le président de la commission médicale d'établissement de la clinique d'Orthez, ainsi que des victimes des accidents médicaux, de sorte qu'il ne peut leur être reproché de ne s'être fondés que sur des coupures de presse.

Malgré la rudesse de certains commentaires et appréciations à l'égard des demandeurs personnes physiques, les circonstances de l'affaire permettent de considérer, au regard de l'importance du débat d'intérêt général sur lequel portait l'article incriminé, que les journalistes peuvent bénéficier de l'excuse de bonne foi.

> [Télécharger la décision ici](#)

Présomption d'innocence des djihadistes

Article 9-1 du code civil

L'article 9-1 du code civil dispose en son premier alinéa que « chacun a droit au respect de la présomption d'innocence » et précise, à l'alinéa 2, que « le juge peut, même en référé, sans préjudice de la réparation du dommage subi, prescrire toutes mesures, telles que l'insertion d'une rectification ou la diffusion d'un communiqué, aux fins de faire cesser l'atteinte à la présomption d'innocence. »

L'atteinte à la présomption d'innocence consiste à présenter publiquement une personne avant toute condamnation comme coupable des faits faisant l'objet d'une enquête ou d'une instruction judiciaire. Ce texte n'interdit pas de rendre compte d'affaires judiciaires en cours, mais seulement si, de l'ensemble des propos, ne se dégage pas une affirmation manifeste de culpabilité.

Conditions de l'atteinte à la présomption d'innocence

Pour être constituée, l'atteinte à la présomption

d'innocence suppose la réunion de trois éléments qui sont : i) l'existence d'une procédure pénale en cours non encore terminée, ii) l'imputation publique à une personne précise, d'être coupable des faits faisant l'objet de cette procédure, non par simple insinuation et de façon dubitative, mais par une affirmation péremptoire manifestant de la part de celui qui les exprime, un clair préjugé tenant pour acquise la culpabilité de la personne visée, iii) la connaissance par celui qui reçoit cette affirmation que le fait ainsi imputé est bien l'objet d'une procédure pénale en cours, une telle connaissance pouvant résulter soit d'éléments intrinsèques contenus dans le texte litigieux, soit d'éléments extrinsèques tels qu'une procédure notoirement connue du public ou annoncée largement dans la presse.

Par ailleurs, l'article 10 de la convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales, en son paragraphe premier, garantit pour sa part l'exercice du droit à l'information des organes de presse dans le respect du droit des tiers, notamment le droit à la présomption d'innocence.

En outre l'article 809 du code de procédure civile énonce que 'le juge peut toujours, même en présence d'une contestation sérieuse prescrire en référé les mesures conservatoires ou de remise en état qui s'imposent, soit pour prévenir un dommage imminent, soit pour faire cesser un trouble manifestement illicite. Dans les cas où l'existence de l'obligation n'est pas sérieusement contestable, il peut accorder une provision au créancier'.

Affaire du 19/45 de M6

C'est à la lumière de ces principes que les juges ont écarté toute atteinte à la présomption d'innocence en raison des images et propos diffusés dans l'émission 'Le 19/45' et sur le site M6 Replay. La diffusion litigieuse est intervenue dans un contexte d'actualité particulière, s'agissant d'une opération de police réalisée en vue de lutter contre des actes de terrorisme.

Le commentaire associé aux images révèle l'interpellation de six 'djihadistes', suspectés de rentrer de Syrie, sous le titre accrocheur 'coup de filet antiterroriste', mais sans aucune mention péremptoire



Protection du slogan « Méfiez-vous des contrefaçons »

Dans l'affaire soumise, s'il était établi que la société LE COMPTOIR DE MATHILDE a utilisé le slogan « MEFIEZ-VOUS DES CONTREFAÇONS — EXIGEZ LA MARQUE LE COMPTOIR DE MATHILDE », d'une part, ce slogan est trop général pour caractériser un dénigrement ; d'autre part, ce slogan ne peut être qualifié de dénigrement à l'égard d'un concurrent en ce qu'il ne vise pas expressément ce dernier. En effet, il existe d'autres intervenants que le concurrent « visé » sur le marché français de l'épicerie fine, et il ne peut y avoir confusion entre les sociétés concurrentes parties au litige du fait de leurs marques respectives qui sont très différentes de par leurs éléments figuratifs distinctifs.

> [Télécharger la décision ici](#)

Publicité des condamnations des élus

Un élu a fait constater par un huissier de justice la publication, sur le site internet « FrontNational.com », d'un communiqué de Mme Maréchal-Le Pen, députée Front National du Vaucluse, comportant l'extrait suivant : « Il est vrai que de nombreux élus socialistes ou UMP ont bénéficié, en dépit de confortables indemnités de fonction, de logements sociaux. On se souvient également du sénateur-maire PS de Clamart, Philippe Kaltenbach, se faire filmer en acceptant des enveloppes en échange de promesse de logements sociaux ». Estimant cet extrait attentatoire à son droit à la présomption d'innocence, M. Kaltenbach a fait assigner Mme Maréchal-Le Pen et l'association Front National suivant la procédure d'assignation à jour fixe, devant le tribunal de grande instance de Nanterre.

L'élu a été débouté par le tribunal qui a déclaré son action irrecevable en considérant, d'une part, qu'il ne ressort nullement de l'extrait incriminé que les faits évoqués par Mme Maréchal-Le Pen ont trait à une information judiciaire ouverte pour des faits de corruption passive pour lesquels M. Kaltenbach a été mis en examen, d'autre part, qu'à supposer que M. Kaltenbach serait effectivement mis en examen, ce qu'il ne démontre pas, le passage incriminé ne fait aucune référence à sa quelconque implication dans un procédure judi-

ciaire en cours, et, enfin, qu'il n'a jamais été allégué que la mise en examen de M. Kaltenbach ait été notoire ou connue de Mme Maréchal-Le Pen. La publication incriminée ne comportait aucune référence à une quelconque implication de M. Kaltenbach dans une procédure judiciaire en cours (action irrecevable sur le fondement de l'article 9-1 du code de procédure civile).

> [Télécharger la décision ici](#)

Révélation d'une homosexualité

Droit à l'information v. vie privée

Les articles 8 de la convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et 9 du code civil garantissent à toute personne, quelles que soient sa notoriété, sa fortune, ses fonctions présentes et à venir le respect de sa vie privée et de son image. L'article 10 de cette même convention garantit l'exercice du droit à l'information des organes de presse, dans la limite du respect des droits d'autrui.

La combinaison de ces deux principes conduit à limiter le droit à l'information du public, d'une part aux éléments relevant de la vie officielle des personnes publiques, et d'autre part aux informations et images personnelles livrées avec l'autorisation des intéressés ou justifiées par une actualité d'intérêt général.

A la lumière de ces principes, l'orientation sexuelle relève de la stricte intimité de chacun, ainsi que l'a encore très récemment jugé la Cour de Justice de l'Union Européenne en rappelant que la notion de vie privée 'englobe de multiples aspects de l'identité d'un individu, tels l'identification et l'orientation sexuelle' (CJUE 12 juin 2014 affaire Couderc- Hachette Filipacchi Associés c. France). Dès lors l'homosexualité d'une personne, n'a pas lieu d'être exposée publiquement sans autorisation de l'intéressé sauf à justifier que cette révélation s'inscrit dans un débat d'intérêt général ou une actualité légitimant l'information du public.



Affaire Philippot : pas d'exception d'actualité

Dans l'affaire soumise, Florian Philippot, membre du FN n'avait pas, à la date de la publication litigieuse, souhaité afficher publiquement son homosexualité et ce pour des motifs qui lui appartiennent ; la révélation en a été faite contre son gré, et ce dans un magazine dit 'people' qui consacre un article 'exclusif' à un séjour privé de l'intéressé passé à l'étranger en compagnie d'un ami. La société éditrice du magazine à l'origine de cette divulgation a tenté sans succès de faire valoir son droit à la liberté d'expression, évoquant un contexte d'actualité et de débat d'intérêt général sur l'évolution de la position du parti FN sur la cause des homosexuels et le mariage entre personnes du même sexe. Certes l'actualité du débat sur les droits des homosexuels notamment au sein du Front National est incontestable, toutefois l'article est publié dans un magazine dit 'people' qui ne saurait revendiquer une appartenance à la presse d'opinion, et qui ne révèle manifestement l'homosexualité de M. Philippot que dans un souci de sensationnel, que démontrent suffisamment les vignettes racoleuses en couverture et sur chaque page de l'article assurant : 'exclusif', et 'scoop CLOSER', la part du contenu de l'article évoquant le rôle de l'homme au sein de son parti n'étant destinée qu'à le présenter au lecteur, sans pouvoir prétendre contribuer à un débat d'intérêt général alors que suit immédiatement le récit détaillé d'un week-end de détente passé à l'étranger et loin des médias français, accompagné de photographies volées. En conséquence, il n'était pas justifié de l'utilité au débat public de l'information sur lesdites préférences sexuelles personnelles, et d'imposer à l'intéressé cette révélation d'un élément de son intimité.

Atteinte à la vie privée

La révélation brutale de cette homosexualité publiée dans un magazine dit 'people' à la suite d'une véritable traque, dont il est traité ci-après, ne relève pas d'un intérêt légitime du public devant lequel devrait céder la protection à laquelle l'individu a droit ; cette information était donc fautive.

Par ailleurs, les sept photographies illustrant l'article, montrant M. Philippot aux côtés de son ami dans les rues de Vienne, ont été manifestement captées à l'insu de l'intéressé, à l'aide d'un téléobjectif, à l'occasion de ces moments de loisirs, elles portent manifestement atteinte au respect dû tant à sa vie privée qu'à son droit à l'image.

> [Télécharger la décision ici](#)

Dénigrement : mentions de la citation

Violation de domicile

Une association a diffusé sur son site internet et sur son adresse FACEBOOK une vidéo et des clichés photographiques destinés à dénoncer des pratiques d'élevage intensif du propriétaire d'une exploitation agricole. La vidéo en cause et quatre clichés photographiques ont été pris à l'intérieur du bâtiment. Le propriétaire faisait valoir qu'il avait eu intrusion illicite dans un bâtiment d'élevage, faits qui devaient être qualifiés de violation de domicile et de voie de fait.

L'association a également incité les internautes à signer une pétition sur la base des éléments qu'elle a recueillis.

Nullité de l'assignation délivrée

L'assignation délivrée par le propriétaire à l'association a été annulée. L'association était fondée in limine litis à invoquer devant le premier juge la protection qui lui est accordée par les dispositions de la loi du 29 juillet 1881 sur la presse, qui est applicable aux infractions de presse commises par l'intermédiaire des sites internet. Le juge des référés était compétent pour les faire cesser pour autant que le propriétaire ait respecté les dispositions procédurales de la loi du 29 juillet 1881 et ait notamment qualifié précisément les infractions reprochées à l'association; or, il était incontestable que tel n'a pas été le cas.



Le propriétaire a multiplié les incriminations dans son assignation, faisant état tout à la fois de faits de diffamation, d'atteintes à la vie privée, d'atteintes à ses droits de la défense, violant ainsi les dispositions de l'article 53 de la loi du 29 juillet 1881.

> [Télécharger la décision ici](#)

Publication du contrat de licence

Dès lors qu'un contrat de licence exclusive n'a pas été publié au registre national des marques, aux termes de l'article L 714-7 alinéa 3 du code de la propriété intellectuelle, « le licencié, partie à un contrat de licence non inscrit sur le registre national ou international des marques, est également recevable à agir dans l'instance engagée par le propriétaire de la marque afin d'obtenir la réparation du préjudice qui lui est propre ». Il résulte du texte que le licencié peut agir aux côtés du titulaire de la marque, sur le fondement du droit des marques, pour demander réparation de son préjudice personnel bien que le contrat de licence n'ait pas été publié.

> [Télécharger la décision ici](#)

Droits sur la marque Nutella

Marques et produits dérivés

La protection du droit des marques permet au titulaire de s'opposer à l'utilisation de sa marque pour désigner la fabrication de produits dérivés (exemple : glace au Nutella). En l'espèce, une société proposait à la vente plusieurs gammes de glaces, parmi lesquelles des glaces « Kinder : crème glacée cacao chocolat blanc » et « Nutella : crème glacée au chocolat et à la noisette ».

L'article L713-3 du code de la propriété intellectuelle prévoit notamment 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 ».

Par ailleurs, l'article 9 du règlement n°40/94 du 20 décembre 1993 sur la marque communautaire dispose que : « 1. La marque communautaire confère à son titulaire un droit exclusif. Le titulaire est habilité à interdire à tout tiers, en l'absence de son consentement, de faire usage dans la vie des affaires : a) d'un signe identique à la marque communautaire pour des produits ou des services identiques à ceux pour lesquels celle-ci est enregistrée; b) d'un signe pour lequel, en raison de son identité ou de sa similitude avec la marque communautaire et en raison de l'identité ou de la similitude des produits ou des services couverts par la marque communautaire et le signe, il existe un risque de confusion dans l'esprit du public; le risque de confusion comprend le risque d'association entre le signe et la marque; 2. Il peut notamment être interdit, si les conditions énoncées au paragraphe 1 sont remplies: a) d'apposer le signe sur les produits ou sur leur conditionnement; b) d'offrir les produits ou de les mettre dans le commerce ou de les détenir à ces fins ou d'offrir ou de fournir des services sous le signe; d) d'utiliser le signe dans les papiers d'affaires et la publicité ».

Marque Nutella

S'agissant de l'atteinte à l'enregistrement de la marque internationale NUTELLA, cet enregistrement vise les « pâtisserie et confiserie, produits de chocolat, à savoir crèmes à tartiner contenant du cacao avec ou sans autre ingrédients ». Ainsi, ces produits sont particulièrement proches des crèmes glacées, lesquelles sont aussi préparées à base de lait et d'arôme, notamment de chocolat. Aussi la reprise du nom Nutella par la société fautive pour désigner des crèmes glacées crée un risque de confusion dans l'esprit du public entre les produits ainsi proposés et ceux protégés par la marque, ce qui caractérise la contrefaçon. La même solution a été adoptée pour les marques Bueno et Kinder.

Concurrence déloyale

Par ailleurs, la concurrence déloyale et également établie dans la mesure où en exploitant les produits contrefaisant en France, la société / glacier a profité indûment de leur réputation, et a porté ainsi atteinte au pouvoir d'identification de ces produits et à leur notoriété. Une telle exploitation cause un préjudice à la société FERRERO France propriétaire de la marque Nutella, en ce qu'elle désorganise ses réseaux de distribution.

> [Télécharger la décision ici](#)

Protection du savoir faire

Règlement CE n° 772/2004 du 27 avril 2004

Le savoir-faire bénéficie d'une protection juridique particulière. Le règlement 772/2004 du 27 avril 2004 de la Commission des Communautés Européennes dispose en son article premier que «on entend par droits de propriété intellectuelle, les droits de propriété industrielle, le savoir-faire, le droit d'auteur et les droits voisins»; Il définit le savoir-faire comme «un ensemble d'informations pratiques non brevetées, résultant de l'expérience et testées qui est :

- secret c'est à dire qu'il n'est pas généralement connu ou facilement accessible,
- substantiel c'est à dire important et utile pour la production des produits contractuels,
- identifié c'est à dire décrit d'une façon suffisamment complète pour permettre de vérifier qu'il remplit les conditions de secret et de substantialité».

Atteinte au savoir-faire

En l'occurrence, il a été jugé qu'une société a indûment exploité le savoir-faire de son partenaire contractuel en matière de traçabilité des produits. La société fautive était dans l'incapacité de traiter

par elle-même les données dont elle disposait. Les relations des parties ont débuté avec la proposition du tiers victime de la captation de savoir-faire, de réaliser un audit de traçabilité selon une méthodologie qu'elle avait brevetée sous l'appellation «Référentiel» et ce, sans aucune contrepartie financière afin de rechercher si la collaboration des deux parties pouvait aboutir à des démarches concrètes auprès des utilisateurs.

Conditions de la protection du savoir-faire

La société victime a développé un savoir-faire qu'elle a tenu secret puisqu'il n'était pas connu ni de son partenaire commercial, ni des tiers et qu'il a permis au tiers d'acquérir une importante valeur ajoutée en matière de traçabilité (caractère substantiel du savoir-faire).

> [Télécharger la décision ici](#)

Protection du titre d'un spectacle

Affaire « EXCALIBUR »

L'auteur d'un spectacle musical intitulé « EXCALIBUR », reprochait au Stade de France, l'utilisation, sans nécessité et nonobstant son opposition, du titre 'EXCALIBUR' pour un spectacle vivant (ou de même genre), qui viserait un même public avec des affiches de même inspiration, ce qui générerait un risque de confusion.

Expression générique

Le Tribunal a considéré, s'agissant de l'expression 'EXCALIBUR', que celle-ci appartient au domaine public et est insusceptible d'appropriation, faisant 'figure de légende des légendes et de mythe absolu', ayant 'connue l'empreinte de milliers d'auteurs', et constituant le titre d'un film de 1980 qui serait devenu 'l'un des plus gros succès de l'histoire du cinéma mondial'.

Le nom d'EXCALIBUR a déjà été utilisé dans le titre d'oeuvres évoquant la légende 'arthurienne' et est immédiatement compris par le public concerné comme dénommant l'épée magique de la figure légendaire du roi Arthur ; en l'espèce, l'utilisation de la dénomination 'EXCALIBUR' a bien été faite par le Stade de France pour un spectacle qui retrace ce récit du Moyen âge, le titre complet précisant au surplus, sans ambiguïté, qu'il se réfère à 'La légende du roi Arthur et des chevaliers de la table ronde'. Si le public normalement averti est ainsi incité à penser que ce spectacle 'EXCALIBUR' a trait à cette légende, il ne saurait légitimement en déduire, au seul vu de la reprise de ce nom, qu'il est nécessairement lié à un autre spectacle utilisant déjà ce terme mais avec un autre sous-titre (ou ajout de titre), et ce, même si la dénomination 'EXCALIBUR' n'avait précédemment pas été utilisée pour un spectacle vivant.

Un spectateur moyennement avisé et normalement attentif s'attache, indépendamment d'un intitulé ou d'une affiche évoquant un même thème connu (légende du roi Arthur) au genre de spectacle vivant auquel il désire assister et ne saurait confondre une reconstitution ou fresque à visée historique ou féerique illustré par une musique enregistrée et présenté comme un opéra-rock (concert spectacle) ou opéra, spectacle à musique vivante ayant, par nature, essentiellement vocation à mettre en valeur l'interprétation sur scène de prestations vocales ou musicales.

En conclusion, de tels spectacles vivants (ou 'shows') peuvent coexister (ou se succéder), sans risque de confusion, le public (et a fortiori les professionnels, nécessairement plus attentifs au contenu d'un spectacle) n'étant pas fondés à les associer autrement que par leur thème légendaire commun, du domaine public, résultant d'une dénomination (incluse dans un titre par ailleurs différent) et du visuel d'affiches (en fait distinctes dans leur présentation).

> [Télécharger la décision ici](#)

Quick c/ Sodebo

Affaire Giant

Dans l'affaire opposant la chaîne Quick à Sodebo, à propos de la contrefaçon de la marque Giant, la chaîne de restauration rapide a obtenu gain de cause. L'article L 714-5 du code de la propriété intellectuelle dispose « qu'encourt la déchéance de ses droits le propriétaire de la marque qui, sans justes motifs, n'en a pas fait un usage sérieux, pour les produits et services visés dans l'enregistrement, pendant une période ininterrompue de cinq ans » ; « la déchéance peut être demandée en justice par toute personne intéressée », c'est-à-dire par toute personne ayant un intérêt procédural à agir, conformément à l'article 31 du code de procédure civile.

La société Quick n'a pas été déchue de ses droits sur sa marque. En effet, il ressort des campagnes publicitaires télévisuelles pour chaque année d'exploitation et des rapports d'activité annuels du groupe QUICK, que la marque 'GIANT' a été utilisée de façon massive pour promouvoir les hamburgers commercialisés sous ce signe.

La reprise du terme « Giant » même en association avec d'autres termes, par SODEBO pour désigner certaines de ses pizzas a été jugée fautive. En l'état du fort degré de similitude des produits désignés d'une part et des signes en présence d'autre part, il existe un fort risque de confusion entre les signes en cause, le consommateur moyennement attentif étant amené à croire que la marque seconde serait la déclinaison pour les pizzas de la marque antérieure.

Dépôt fautif de marque

Par ailleurs, la marque française 'PIZZA GIANT SODEBO' déposée par la SAS SODEBO porte atteinte aux droits antérieurs de la marque internationale 'GIANT' couvrant la France, enregistrée par la société QUICK Restaurants.

L'usage du signe 'Giant' par la SAS SODEBO porte atteinte aux fonctions de la marque 'GIANT' et notamment à sa fonction essentielle qui est de garantir aux consommateurs ou à l'utilisateur final l'identité d'origine du produit désigné par la marque, en lui permettant de distinguer, sans confusion possible, ce produit de ceux qui ont une autre provenance.

> [Télécharger la décision ici](#)

Originalité d'une thèse

Une thèse est protégeable par les droits d'auteur si elle présente un caractère original. En l'espèce, il ressortait des éléments produits que si les co-auteurs de la thèse ont pour l'élaboration de leur mémoire repris des données brutes connues de tous (données de la sécurité sociale), ils ont, par le choix du plan, la rédaction dans un style qui leur est propre, le travail de sélection des thèmes et des questionnements sur le sujet, l'agencement particulier des éléments connus, leur analyse personnelle objectivant une pensée propre, réalisé une oeuvre originale éligible à la protection du droit d'auteur.

> [Télécharger la décision ici](#)

Contrat d'architecte d'intérieur

Contrat de vente / prestation de service

L'article 1583 du code civil stipule qui stipule qu'une vente « est parfaite entre les parties et la propriété est acquise de droit à l'acheteur à l'égard du vendeur, dès qu'on est convenu de la chose et du prix, quoique la chose n'est pas encore été livrée ni le prix payé. », s'applique pleinement aux droits d'auteur de l'architecte d'intérieur.

Clause de réserve de propriété

Le contrat d'architecte d'intérieur peut néanmoins prévoir une réserve de propriété jusqu'à exécution

complète du contrat et/ou paiement complet du prix (tel n'était pas le cas en l'espèce, aucune réserve n'ayant été prévue, la cession du droit d'auteur était parfaite en dépit du paiement partiel). Il a été jugé que seul le client était détenteur des droits patrimoniaux des oeuvres réalisées dans le cadre du contrat de prestation d'architecte intérieur conclu avec le prestataire. L'architecte reste néanmoins titulaire du droit moral sur l'oeuvre.

> [Télécharger la décision ici](#)

Obligation de reddition des comptes

S'il est exact que l'éditeur n'est tenu qu'à une obligation de moyens, encore faut-il qu'il justifie avoir mis certains moyens au service de l'ouvrage qu'il publie, ce qui n'était pas le cas en l'espèce (aucune reddition de comptes n'était intervenue). Ainsi, il est manifeste que la société éditrice a commis, dans l'exécution du contrat d'édition, une faute qui justifie la résiliation de ce contrat à ses torts exclusifs.

> [Télécharger la décision ici](#)



Fiches du mois

A consulter dans le guide en ligne

Régime des certifications
Le mécénat en nature
Régime des appels aux dons
Gestion collective et contrefaçon
Saisie judiciaire en entreprise



Contrats du mois

A consulter en ligne

Assignation en nullité de vente (vice caché)
Licence d'exploitation (invention brevetée)
Contrat de vente de nom de domaine (*)
Contrat de développement (jeux vidéo) (*)
Mandat de distribution (jeux vidéo) (*)

(*) Sur abonnement Uplex.fr

