

# REVUE ACTOBA

www.actoba.com | JANVIER 2016 - I



**RUEDUCOMMERCE.FR**  
Un intermédiaire technique

**LOGICIELS**  
& Cession des droits

**LEBONCOIN.FR**  
Responsabilité retenue

**IMAGE DES ENFANTS**  
Mise en garde du CSA

**PHOTOGRAPHIE**  
L'exception de panorama

**LIVRE NUMERIQUE**  
TVA et prêt en bibliothèque

**MARQUE VITICOLE**  
Affaire Château Lafite

## Le juridique au service des opérationnels ...

FOCUS

Antériorité d'un nom commercial

n°237

## 3 Communication électronique

Responsabilité du site Rueducommerce  
 Responsabilité du Boncoin.fr  
 Responsabilité des hébergeurs  
 Cession des droits sur un logiciel  
 Protection d'un logiciel  
 Fermeture du site priceforce.fr  
 Location immobilière de courte durée  
 Diffamation sur internet

## 10 Audiovisuel / Image

Volume sonore de la publicité audiovisuelle  
 Image du petit Aylan Kurdi  
 Avertissement à « Touche pas à mon poste »  
 Atteinte à l'image de Jenifer BARTOLI  
 Image des acteurs  
 Photographie : l'exception de panorama  
 Statuts des dessinateurs de dessins animés  
 Photographies des œuvres muséales

## 18 Publicité / Presse

Promotions et publicité des prix  
 Publicité des boissons énergisantes  
 Régime des préenseignes publicitaires  
 Prix du livre et livraison gratuite  
 Prêt de livres numériques  
 Quelle TVA pour le livre numérique ?  
 Rendre compte d'une affaire judiciaire

## 23 Propriété intellectuelle

Marque nulle car générique  
 Protection d'un produit complexe  
 Edition des œuvres en ligne  
 Affaire Château Lafite  
 Antériorité d'un nom commercial  
 Protection d'une dénomination sociale  
 Contrefaçon de la marque vente privée  
 Protection de gants et maniques imprimés

## FICHES DU MOIS

# 28

- L'obligation d'employer des personnes handicapées
- Régime juridique du mineur salarié
- Statut de l'Entrepreneur de Spectacle vivant
- L'entretien de licenciement
- La période d'essai du salarié

## CONTRATS DU MOIS

# 28

- Convention de dépôt d'archives
- Contrat de numérisation et d'archivage
- Contrat de Bénévole
- Bulletin d'adhésion | Associations
- Bulletin de vote | Associations

(\*) A [Télécharger ici](#)

**Nouveaux services** Alertes jurisprudentielles sur vos mots clefs, bilan judiciaire d'une entreprise ciblée, référencez vos décisions gagnées (avocats) ... + d'infos ? [info@actoba.com](mailto:info@actoba.com)

## Responsabilité du site Rueducommerce

En sa qualité d'intermédiaire, la société Rueducommerce n'est pas responsable des retards ou absence de livraison des produits référencés sur sa plateforme.

Régime juridique des intermédiaires

Rue du Commerce. Com, est un site d'hébergement sur lequel, vendeurs, prestataires de services et consommateurs peuvent se rencontrer et conclure des obligations. Rue du Commerce n'est donc pas le contractant direct du consommateur. Le paiement fait par le consommateur ne lui bénéficie pas, mais se fait au profit du vendeur sur un site sécurisé qu'elle met à disposition moyennant commission. La facturation émise confirme l'identité du vendeur référencé. En cas de défaut de livraison du produit, il convient donc de mettre hors de cause la société Rue du Commerce.

> [Télécharger la décision](#)

## Responsabilité du Boncoin.fr

Affirmer que le contenu de petites annonces est contrôlé sans que ce soit réellement le cas est-il assimilable à une pratique commerciale déloyale ?

Pratiques commerciales trompeuses ?

L'article L. 121-1 du code de la consommation dispose : « Une pratique commerciale est trompeuse si elle est commise dans l'une des circonstances suivantes : [...] 2° Lorsqu'elle repose sur des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur et portant sur l'un ou plusieurs des éléments suivants : [...] e) La portée des engagements de l'annonceur, la nature, le procédé ou le motif de la vente ou de la prestation de services, g) Le traitement des réclamations et les droits du consommateur ».

En l'espèce, dans la rubrique « Qui sommes-nous ? » du site le boncoin.fr (société LBC), il était précisé : « toutes les annonces sont relues avant mise en ligne

afin de s'assurer de leur qualité et du respect des règles de diffusion ». A ce titre, les « Règles générales de diffusion » telles que mentionnées sur ledit site indiquent : « Toute annonce contenant des éléments de texte (mots, expressions, phrases... etc.), qui semblerait contraire aux dispositions légales ou réglementaires, aux bonnes mœurs, à l'esprit de la publication, ou susceptible de troubler ou choquer les lecteurs sera refusée par Leboncoin.fr sans que cela ne fasse naître au profit de l'annonceur un quelconque droit à indemnité. Seule la diffusion d'annonce proposant la vente de produits originaux est autorisée (appareils électroniques, DVD, CD, jeux vidéo, logiciels informatiques, cartes pour télévision payante, vêtements de marque et accessoires de marque, montres...). Nous vous rappelons que la vente de copie est considérée par les tribunaux comme de la contrefaçon qui peut être sanctionnée selon l'article L. 335-2 alinéa 2 du code de la propriété intellectuelle par deux ans d'emprisonnement et 300 000 euros d'amende ».

Ces dispositions laissent entendre au consommateur que la société LBC relit toutes les annonces avant mise en ligne, et refuse ou supprime toute annonce contraire aux dispositions légales. Or, le fait que des produits contrefaisant (portefeuille et sac d'inspiration « Goyard ») soient vendus en ligne fait présumer une absence de contrôle par la société LBC.

Il s'ensuit qu'en alléguant sur son site que « toutes les annonces sont relues avant mise en ligne afin de s'assurer de leur qualité et du respect des règles de diffusion », et que « Toute annonce contenant des éléments de texte (mots, expressions, phrases... etc.), qui sembleraient contraires aux dispositions légales ou réglementaires, aux bonnes mœurs, à l'esprit de la publication, ou susceptible de troubler ou choquer les lecteurs sera refusée par Leboncoin.fr (...) » la société LBC a commis une pratique commerciale trompeuse de nature à induire le consommateur en erreur sur la portée de son engagement.

> [Télécharger la décision](#)

## Responsabilité des hébergeurs

Statut d'hébergeur ou d'éditeur ?

L'article 6-1-2 de la loi pour la confiance dans l'économie numérique du 21 juin 2004 qui transpose en droit interne l'article 14 de la directive n°2000/31/CE prévoit un régime de responsabilité atténuée pour les hébergeurs de services sur internet par rapport aux éditeurs en disposant que « les personnes physiques ou morales qui assurent, même à titre gratuit, pour mise à disposition du public par des services de communication au public en ligne, le stockage de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de messages de toute nature fournis par des destinataires de ces services, ne peuvent pas voir leur responsabilité civile engagée du fait des activités ou des informations stockées à la demande d'un destinataire de ces services si elles n'avaient pas effectivement connaissance de leur caractère illicite ou de faits et circonstances faisant apparaître ce caractère ou si, dès le moment où elles en ont eu cette connaissance, elles ont agi promptement pour retirer ces données ou en rendre l'accès impossible ».

Ce texte doit être interprété à la lumière de la jurisprudence de la Cour de justice de l'Union européenne qui a dit pour droit dans son arrêt Google du 23 mars 2010 que l'article 14 de la directive susvisé « doit être interprété en ce sens que la règle y énoncée s'applique au prestataire d'un service de référencement sur internet lorsque ce prestataire n'a pas joué un rôle actif de nature à lui confier une connaissance ou un contrôle des données stockées ».

Ce dispositif a également été éclairé par l'arrêt L'Oréal SA du 12 juillet 2011 de la CJUE aux termes duquel « lorsque ledit exploitant a prêté une assistance laquelle a notamment consisté à optimiser la présentation des offres à la vente en cause ou à promouvoir ces offres, il y a lieu de considérer qu'il a non pas occupé une position neutre entre le client vendeur concerné et les acheteurs potentiels, mais joué un rôle actif de nature à lui conférer une connaissance ou un contrôle des données relatives à ces offres ».

Application au boncoin.fr

En l'espèce, le site internet leboncoin.fr propose un service de dépôt et de consultation de petites annonces sur internet, plus spécifiquement destiné

aux particuliers, qui rédigent leur annonce publiée gratuitement sur le site, et ont la possibilité de souscrire des options payantes leur permettant de modifier leur annonce, d'y apposer un logo urgent, de la positionner en tête de liste ou d'y adjoindre des photos. Ces options, qui ne caractérisent pas une assistance à la rédaction, mais la simple possibilité payante offerte à l'annonceur d'étoffer son annonce ou d'exiger un positionnement, n'induisent pas un rôle éditorial de la part de la société LBC, le contenu des annonces restant le seul fait de l'annonceur, la société LBC qui n'est en outre pas partie à l'éventuel contrat conclu par les utilisateurs, ne reçoit aucune commission sur les transactions, et ne détermine ni le prix ni les modalités de remise du bien vendu, exerçant un rôle neutre d'intermédiaire.

De même la mise en place par la société LBC d'un logiciel de filtrage, dispositif automatique tendant à partir de mots clés à la préservation des droits des tiers, n'induit en rien un rôle éditorial et n'est pas exclusif de la qualification d'hébergeur de sorte que la société LBC relève du régime de responsabilité atténuée prévu par l'article 6-1-2 de la LCN susvisé.

Il convient de rappeler que l'hébergeur, qui conformément à l'article 6-1-2 de la LCN n'est pas soumis à une obligation générale de surveillance des informations qu'il transmet ou stocke, ni à une obligation générale de recherche des faits ou des circonstances révélant des activités illicites, n'engage sa responsabilité, conformément à l'article 6-1-2 que si, ayant pris connaissance du caractère illicite des données stockées à la demande d'un annonceur ou des activités illicites de celui-ci, il n'a pas promptement retiré ou rendu inaccessibles ces données.

Forme de la notification de contenus illicites

En l'espèce, si les deux mises en demeure envoyées par un fabricant d'articles de luxe contiennent le lien URL permettant d'accéder à l'annonce litigieuse ainsi qu'une capture d'écran du site leboncoin.fr reproduisant ladite annonce, elles ne mentionnent en revanche pas la forme, la dénomination, le siège social et l'organe qui représente légalement le requérant, information importante pour l'allégation d'une contrefaçon de marque de sorte qu'elles sont insuffisantes au sens de l'article 6-1-5 de la LCN à satisfaire à l'obligation d'identification du requérant mise à sa charge.

De même les signalements effectués via la fonctionnalité du site leboncoin.fr prévue à cet effet, qui ne permettent pas d'identifier l'expéditeur requérant, pas plus qu'ils n'indiquent les motifs comprenant les dispositions légales et les justifications pour lesquels le contenu doit être retiré, ne constituent pas des notifications au sens de l'article 6-1-5 de la LCEN

Selon l'article 6-1-5 de la LCEN, la connaissance des faits litigieux est acquise lorsqu'il est notifié à l'hébergeur les éléments suivants:

- la date de la notification ;
- si le notifiant est une personne physique : ses nom, prénoms, profession, domicile, nationalité, date et lieu de naissance ;
- si le requérant est une personne morale : sa forme, sa dénomination, son siège social et l'organe qui la représente légalement;
- le nom et domicile du destinataire ou, s'il s'agit d'une personne morale, sa dénomination et son siège social;
- la description des faits litigieux et leur localisation précise ;
- les motifs pour lesquels le contenu doit être retiré, comprenant la mention des dispositions légales et des justifications de faits;
- la copie de la correspondance adressée à l'auteur ou à l'éditeur des informations ou activités litigieuses demandant leur interruption, leur retrait ou leur modification, ou la justification de ce que l'auteur ou l'éditeur n'a pu être contacté. Il s'ensuit que la responsabilité de la société leboncoin.fr n'était pas engagée.

> [Télécharger la décision](#)

### Cession des droits sur un logiciel

Ecrit                    non                    impératif                    ?

L'article L. 131-2 du code de la propriété intellectuelle indique que « les contrats de représentation, d'édition et de production audiovisuelle définis au présent titre doivent être constatés par écrit. Il en est de même des autorisations gratuites d'exécution. Dans tous les autres cas, les dispositions des articles 1341 à 1348 du code civil sont applicables ».

Il se déduit de ces dispositions que la cession de droits d'exploitation sur un logiciel, qui ne fait pas partie des contrats limitativement énumérés à l'article L. 131-2 alinéa 1er du code de la propriété intellectuelle, n'est soumise à aucune exigence de forme et que la preuve peut en être rapportée selon les prescriptions des articles 1341 à 1348 du code civil auxquelles l'article L. 131-2 alinéa 2, du code de la propriété intellectuelle renvoie expressément.

> [Télécharger la décision](#)

### Protection d'un logiciel

Application                    du                    droit                    d'auteur

L'article L. 112-1 du code de la propriété intellectuelle énonce : « Les dispositions du présent code protègent les droits des auteurs sur toutes les œuvres de l'esprit quels qu'en soient le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination », l'article L. 112-2 du même code précisant que « sont considérés notamment comme œuvres de l'esprit : - 13° les logiciels, y compris le matériel de conception préparatoire ».

L'article 1 paragraphe 3 de la directive européenne 91/250/CEE du 14 mai 1991 concernant la protection juridique des programmes d'ordinateur dispose aussi qu'« un programme d'ordinateur est protégé s'il est original, en ce sens qu'il est la création intellectuelle propre à son auteur. Aucun autre critère ne s'applique



pour déterminer s'il peut bénéficier d'une protection ».

Il appartient à celui qui se prévaut d'un droit d'auteur d'explicitier les contours de l'originalité qu'il allègue, seul l'auteur, dont le juge ne peut suppléer la carence, étant en mesure d'identifier les éléments traduisant sa personnalité et justifiant son monopole.

L'originalité d'un logiciel résulte d'un effort personnalisé allant au-delà de la simple mise en œuvre d'une logique automatique et contraignante, et que l'empreinte de la personnalité ne peut porter sur des éléments non protégeables au titre du droit d'auteur comme les langages de programmation, les algorithmes et les fonctionnalités du programme mais seulement sur l'organigramme du programme qui en est la composition, le code source qui exprime sous la forme du langage informatique l'organigramme, et sur le matériel de conception préparatoire.

Enfin les choix esthétiques qu'aurait effectués le créateur du logiciel sont insuffisants en tout état de cause à justifier de l'originalité du logiciel dont la protection est demandée.

Absence d'originalité

Dans l'affaire soumise, l'éditeur du logiciel se bornait à invoquer les fonctionnalités désignées au cahier des charges (système d'automatisation des analyses, une traçabilité sur les dossiers, une prise en charge des analyses, une assistance à la saisie ...). Ces fonctionnalités, faute d'explicitation des choix singuliers résultant d'un effort créatif effectués par le programmeur pour les exécuter, ne peuvent être protégées au titre du droit d'auteur.

> [Télécharger la décision](#)

### Fermeture du site priceforce.fr

Les juges ont confirmé la décision de fermeture du site priceforce.fr et la mise en cause de son gérant. Sur réquisitions du parquet, le juge d'instruction a, sur le fondement des articles L. 121-1 et suivants du code de la consommation, ordonné la cessation de la publicité sur le site priceforce.fr. Cette décision a été mise à exécution, selon réquisition des services de police.

Le gérant a également été mis en examen des chefs de publicité mensongère, escroqueries et abus de biens sociaux et placé sous contrôle judiciaire avec les obligations de :

- ne pas sortir sans autorisation du territoire national
- se présenter une fois par mois au commissariat
- répondre aux convocations des services de police et de justice
- s'abstenir d'entrer en relation avec ses salariés
- verser un cautionnement de 200 000 €
- ne pas se livrer aux activités de gérant de société de vente par correspondance ou via internet.

Fermeture de site de vente en ligne

L'article 121-3 du code de la consommation dispose que « la cessation de la pratique commerciale trompeuse peut être ordonnée par le juge d'instruction... soit sur réquisition du ministère public, soit d'office. La mesure ainsi prise est exécutoire nonobstant toutes voies de recours. Mainlevée peut en être donnée par la juridiction qui l'a ordonnée... »

En l'espèce, la décision de fermeture du site a été prise sur réquisition du parquet ; le code de la consommation ne prévoit aucun débat préalable pour que soit ordonnée la cessation d'agissements commerciaux paraissant délictueux ; ni le ministère public ni le juge d'instruction ne sont tenus par les conclusions des premiers enquêteurs ; les réquisitions aux fins de fermeture du

site ont été adressées à l'hébergeur de façon régulière ; copie de l'ordonnance du juge d'instruction était jointe à cette réquisition. Tout tiers concerné, et notamment le gérant du site avait la possibilité de demander la mainlevée de cette mesure (ce dernier avait auparavant été entendu sous le régime de la garde de vue et a été mis en examen vingt jours après la fermeture du site). Le gérant du site ne pouvait donc sérieusement prétendre qu'il avait été privé de l'exercice d'une voie de recours.

> [Télécharger la décision](#)

### Location immobilière de courte durée

Dans ce contentieux, la question de la responsabilité des sociétés intermédiaires proposant des locations immobilières à court terme sur internet a été précisée.

Recours au mandat

En l'espèce, le mandat confié par les propriétaires au prestataire ne stipulait que :

- le mandant donne tous pouvoirs au mandataire pour louer les biens [...] et d'établir les meilleures conditions de location, au mieux de ses intérêts ».
- les missions sont notamment les suivantes :
- rechercher les locataires, référencement sur notre site internet et celui de nos partenaires, gestion du calendrier, des demandes de réservations, réservations, signatures des contrats;
- organiser les visites de l'appartement;
- encaisser les acomptes, loyers, dépôts de garantie, et frais divers;
- accueillir les locataires;
- établir un état des lieux contradictoire et un inventaire d'entrée;
- récupérer les clefs à la sortie des locataires;
- établir un état des lieux contradictoire et un inventaire de sortie;

- assurer un service d'intendance (fourniture de linge, ménage après chaque location);
- établir et signer tous contrats de location;
- exiger toutes réparations locatives;

-à défaut de paiement et en cas de difficultés quelconques (demande de résiliation de la location, règlement de la location par chèque sans provision, contrat éventuel avec une agence de voyages non respecté par cette dernière..) aviser immédiatement le mandant afin que les mesures conservatoires à prendre éventuellement puissent être décidées d'un commun accord;

- avertir le mandant dès qu'une location est confirmée;

-Le mandataire a le pouvoir de proposer, présenter et faire visiter les locaux à toute personne qu'il jugera utile. Le mandataire a également le pouvoir de faire toute publicité qu'il jugera utile afin de louer l'appartement désigné.

- donner le détail des versements ou remises se rapportant à ces locations dans un compte rendu de gestion;

- informer immédiatement le mandant de tout sinistre ou dégradation.

En l'espèce, l'appartement a été dépouillé de ses meubles /fournitures et a été dégradé, ce qui a justifié une action en responsabilité des propriétaires contre l'agence en ligne.

Responsabilité retenue

Il a été jugé que le mandataire (SARL SHORT TIME RENTAL) a commis une faute en i) concluant un contrat de location avec un tiers qui lui-même sous louait le bien à des tiers ; ii) en s'abstenant de toute diligence personnelle de nature à collecter un minimum d'éléments de nature à apprécier le sérieux de la demande du sous-locataire. En effet, la production d'un justificatif d'identité, d'un questionnaire renseigné par l'occupant, la communication des coordonnées bancaires, la réalité du paiement d'une caution ou de la possibilité de ce prépaiement, constituent un ensemble de diligences qui auraient permis au mandataire de vérifier l'apparence de sérieux de la

candidature du locataire et qui auraient pu dissuader ce dernier de mener à terme son projet de location.

En permettant cette sous-location et en s'abstenant de solliciter tout document permettant de vérifier et de contrôler les éléments communiqués par le locataire, et partant du sérieux de sa candidature, la SARL SHORT TIME RENTAL a privé les propriétaires d'une chance de ne pas avoir conclu ce contrat de location qui a abouti au vol des meubles et équipements de leur appartement. Cette perte de chance a été évaluée à 10.000€.

Responsabilité du mandataire

Pour rappel, aux termes de l'article 1991 du code civil, le mandataire est tenu d'accomplir le mandat tant qu'il en demeure chargé, et répond des dommages-intérêts qui pourraient résulter de son inexécution. Aux termes de l'article 1992 du code Civil le mandataire répond non seulement du dol, mais encore des fautes qu'il commet dans sa gestion. Néanmoins la responsabilité relative aux fautes est appliquée moins rigoureusement à celui dont le mandat est gratuit qu'à celui qui reçoit un salaire.

> [Télécharger la décision](#)

### Diffamation sur internet

Dans le cadre de la mise en cause de la caisse des retraites des avocats sur le site internet d'une organisation syndicale, les juges ont exclu le délit de diffamation.

Périmètre de la diffamation

L'article 29 alinéa 1 de la loi du 29 juillet 1881 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 ; il doit s'agir d'un fait précis, susceptible de faire l'objet d'un débat contradictoire sur la preuve de sa vérité, ce qui distingue ainsi la diffamation, d'une part, de l'injure -caractérisée,

selon le deuxième alinéa de l'article 29, par toute expression outrageante, termes de mépris ou invective qui ne renferment l'imputation d'aucun fait- et, d'autre part, de l'expression subjective d'une opinion ou d'un jugement de valeur, dont la pertinence peut être librement discutée dans le cadre d'un débat d'idées mais dont la vérité ne saurait être prouvée.

L'honneur et la considération de la personne ne doivent pas s'apprécier selon les conceptions personnelles et subjectives de celle-ci, mais en fonction de critères objectifs et de la réprobation générale provoquée par l'allégation litigieuse, que le fait imputé soit pénalement répréhensible ou manifestement contraire aux règles morales communément admises ; la diffamation, qui peut se présenter sous forme d'allusion ou d'insinuation, doit être appréciée en tenant compte des éléments intrinsèques et extrinsèques au support en cause, à savoir tant du contenu même des propos que du contexte dans lequel ils s'inscrivent.

En l'occurrence, l'article publié en ligne s'est limité à relayer les inquiétudes des professionnels concernés sur la gestion d'un régime de retraite, à critiquer le montant des cotisations prélevées pour financer ce régime et à déplorer un manque de transparence dans sa gouvernance sans imputer aucun fait précis. Il en est de même de l'évocation de « pratiques soigneusement cachées aux cotisants », qui comporte une critique trop générale pour faire l'objet d'un débat contradictoire. Quant à l'engagement de l'auteur à « faire la lumière sur la gestion de cet organisme », il annonce le sujet développé dans l'article sans rien dénoncer de précis. Aucun de ces passages ne contient donc d'imputation diffamatoire.

Ces passages ne comportaient aucune mise en cause précise ni même aucune insinuation, mais exhortent seulement à plus de transparence au regard des inquiétudes des professionnels sur l'équilibre et la pérennité du régime d'assurance-vieillesse concerné

Quant à l'existence d'un différend qui oppose certains cabinets d'avocats à la CREPA au sujet

“

des cotisations, si elle est susceptible d'accroître la vigilance du lecteur renseigné sur le contenu de l'article, elle n'est pas en soi de nature à donner aux propos poursuivis un sens qu'ils n'ont pas.

Application de la bonne foi

Pour les autres passages qualifiés de diffamatoires, la bonne foi a été retenue. Les imputations diffamatoires sont réputées, de droit, faites avec intention de nuire, mais elles peuvent être justifiées lorsque leur auteur établit sa bonne foi, en prouvant qu'il a poursuivi un but légitime, étranger à toute animosité personnelle, et qu'il s'est conformé à un certain nombre d'exigences, en particulier de sérieux de l'enquête, ainsi que de prudence dans l'expression, étant précisé que la bonne foi ne peut être déduite de faits postérieurs à la diffusion des propos.

Ces critères s'apprécient différemment selon le genre de l'écrit en cause et la qualité de la personne qui s'y exprime et, notamment, avec une moindre rigueur lorsque l'auteur des propos diffamatoires n'est pas un journaliste qui fait profession d'informer, mais une personne elle-même impliquée dans les faits dont elle témoigne.

En outre, le langage propre à la polémique syndicale autorise certains excès à la mesure de la violence qui sous-tend parfois les rapports de force entre syndicats pour autant que l'exercice du droit à l'expression syndicale ne dégénère pas en attaque personnelle et gratuite.

En l'espèce, l'objet de l'article, diffusé sur le site d'une organisation syndicale, est d'attirer l'attention de ses adhérents, cotisants d'un régime complémentaire obligatoire de retraite, sur l'équilibre financier de ce régime, et sur l'exactitude des informations diffusées par les instances dirigeantes de l'organisme de sécurité sociale en charge de ce régime. Son auteur a donc poursuivi un but légitime au regard des intérêts sociaux et professionnels en cause.

Au surplus, si l'article est rédigé sur un ton persifleur, en particulier dans sa partie consacrée à la gestion de la société CREPA Conseil, il n'excède pas les limites de la provocation admise en matière d'expression

syndicale, ni ne dégénère en attaque personnelle pour ne comporter que la critique globale de la gouvernance d'un régime de sécurité sociale.

Enfin, si l'animosité personnelle, qui s'entend d'un mobile dissimulé au lecteur et ne résulte pas de la seule existence d'un contentieux, n'est pas établie.

> [Télécharger la décision](#)

## Volume sonore de la publicité audiovisuelle

Décret n° 92-280 du 27 mars 1992

Dès l'origine, le décret n° 92-280 du 27 mars 1992 relatif à la publicité télévisée prévoyait en son article 14 que : « le volume sonore des séquences publicitaires ainsi que des écrans qui les précèdent et qui les suivent ne doit pas excéder le volume sonore moyen du reste du programme ». Le respect de ces dispositions est assuré par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), conformément à l'article 14 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication qui lui confie une mission de contrôle sur l'objet, le contenu et les modalités de programmation des messages publicitaires. Les travaux menés par le CSA en matière de volume sonore des écrans publicitaires remontent au milieu des années 1990, période au cours de laquelle les plaintes des téléspectateurs en la matière ont commencé à apparaître. Ils sont marqués par une multiplicité d'études techniques successives, le CSA portant une attention soutenue à ce dossier.

Pourtant, l'ensemble de ces travaux n'avait pas permis d'apporter de solutions satisfaisantes au problème soulevé, faute d'outils permettant d'apprécier précisément les variations sonores perçues comme excessives. En effet, la complexité technique de la matière (difficultés de mettre en place des outils de mesure fiables, objectifs et faisant l'objet d'un large consensus), associée à une dimension parfois subjective du ressenti par le téléspectateur du volume sonore, constituaient pour le CSA des contraintes importantes dans la mise en oeuvre de son pouvoir de contrôle.

C'est la raison pour laquelle le législateur a souhaité s'emparer du sujet afin que le volume sonore des écrans publicitaires ne soit pas supérieur à celui des programmes télévisés. Il a introduit dans la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication un renvoi au décret afin de garantir «

le maintien à niveau sonore constant des séquences publicitaires ainsi que des écrans qui les précèdent et qui les suivent » dans le cadre de la loi n° 2009-879 du 21 juillet 2009 portant réforme de l'hôpital et relative aux patients, à la santé et aux territoires. Le décret n° 2010-747 du 2 juillet 2010 a tiré les conséquences, au sein du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 dit « publicité », de la loi « hôpital » de 2009 en matière de niveau sonore des écrans publicitaires.

L'article 48 du décret précité a donc introduit à l'article 14 du décret « publicité » la notion de traitement de la dynamique sonore : « Le niveau sonore des séquences publicitaires ainsi que des écrans qui les précèdent et qui les suivent ne doit pas excéder, s'agissant notamment du traitement de la dynamique sonore, le niveau sonore moyen du reste du programme. ». La préoccupation du législateur a ainsi fait l'objet d'une traduction réglementaire.

La modification du décret du 27 mars 1992 introduisant la notion de traitement de la dynamique sonore devait permettre de mieux appréhender le volume sonore perçu par le téléspectateur et d'assurer un contrôle mieux adapté. Par ailleurs, l'article 177 de la loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement a étendu la préoccupation d'un volume sonore égal à l'ensemble des programmes diffusés par les services de télévision. On rappellera que le Syndicat national de la publicité télévisée qui regroupe les régies publicitaires des principales chaînes, l'Association des agences conseils en communication et l'Union des annonceurs avaient saisi les directions techniques des principales chaînes de télévision afin que des discussions soient engagées en vue de normaliser le son des messages publicitaires. Cette initiative s'inscrivait dans le cadre de la recommandation technique sur le « mixage audio » à la télévision approuvée le 4 février 2010 par les diffuseurs visant à harmoniser les niveaux sonores ressentis entre programmes et entre chaînes.

Délibération spécifique su CSA

L'ensemble de ces travaux ont permis au CSA

“

d'adopter le 19 juillet 2011 une délibération fixant les caractéristiques techniques de l'intensité sonore des programmes et des messages publicitaires que les services de télévision doivent désormais respecter. Cette mesure a permis de limiter les variations d'intensité sonore lors du passage d'une chaîne à l'autre et d'un programme à un message publicitaire. Elle a permis selon le CSA d'apporter une première réponse à un problème qui durait depuis plus de 20 ans et qui semble aujourd'hui en phase de résolution.

### Image du petit Aylan Kurdi

Respect de la dignité humaine

La diffusion de l'image du corps de l'enfant syrien retrouvé mort sur une plage de Bodrum en Turquie (Aylan Kurdi) n'a pas été considérée comme une violation du respect de la dignité humaine par le CSA. Le CSA a constaté que les images diffusées avaient été correctement contextualisées et que les commentaires des journalistes et de leurs invités n'ont revêtu aucun caractère complaisant. Dans ces conditions, il n'a pas relevé de manquement des chaînes à leurs obligations en matière de dignité de la personne humaine.

Mise en garde préalable

Le CSA a toutefois observé, dans différentes émissions d'information sur BFMTV et TF1, que si les journalistes avaient évoqué la nature bouleversante de cette photo, le public n'avait pas été systématiquement et explicitement averti du caractère difficilement soutenable des images auxquelles il allait être confronté.

Cette pratique est en contradiction avec l'article 1er de la délibération du 7 juin 2005 relative à la signalétique jeunesse et à la classification des programmes, l'article 2-4-1 de la convention de BFMTV, et l'article 15 de la convention de TF1, qui prévoient que les chaînes doivent prendre « les précautions nécessaires lorsque des images difficilement soutenables ou des témoignages relatifs à des événements particulièrement dramatiques sont diffusés dans les journaux, les émissions d'information ou les autres émissions du programme.

Le public doit en être averti préalablement ».

### Avertissement à « Touche pas à mon poste »

Image des mineurs

Suite à une saisie par le directeur adjoint de l'Opéra de Paris, le CSA a mis en garde la chaîne D8 à propos d'une séquence de l'émission Touche pas à mon poste. À l'occasion de la visite de la ministre de la culture et de la communication à l'École de danse de l'Opéra de Paris, les parents d'un jeune danseur avaient autorisé la captation et la diffusion d'images de leur fils, dans le cadre d'une émission destinée à être diffusée sur Canal+. Une image prise lors de cette visite, diffusée sur le blog de la ministre, a été reprise non pas sur Canal+ mais sur D8, avec un gros plan sur une partie de l'anatomie du jeune homme pour s'en moquer.

D'une part, le CSA a constaté que la chaîne n'avait pas obtenu d'autorisation pour la diffusion de cette image dans l'émission Touche pas à mon poste, en méconnaissance de l'article 2 de la délibération du 17 avril 2007 relative à l'intervention de mineurs dans le cadre d'émissions de télévision, qui prévoit que « toute participation d'un mineur à une émission de télévision est subordonnée à l'autorisation préalable de tous les titulaires de l'autorité parentale, ainsi qu'à l'accord du mineur lui-même, dès lors qu'il est capable de discernement (article 371-1 du Code civil). Les parents et le mineur doivent être prévenus du thème de l'émission, de son titre et de son objet au moment de donner leur consentement ».

Réputation des personnes

D'autre part, le CSA a relevé que l'animateur, ainsi que plusieurs chroniqueurs de l'émission, avaient tenu des propos moqueurs et humiliants vis-à-vis de l'élève non flouté et donc aisément identifiable, en contradiction avec l'article 2-3-4 de la convention de la chaîne qui prévoit que « l'éditeur respecte les droits de la personne relatifs à sa vie privée, son image, son honneur et sa réputation tels qu'ils sont

“

définis par la loi et la jurisprudence. L'éditeur veille en particulier à ce qu'il soit fait preuve de retenue dans la diffusion d'images ou de témoignages susceptibles d'humilier les personnes (...) ».

Tout en prenant acte du courrier du 24 septembre 2015 dans lequel M. Vincent Bolloré, président de Canal+, a fait part au directeur de l'Opéra national de Paris de son attachement au respect et à la dignité des personnes présentées dans les émissions, et indiqué qu'il veillerait à ce que de tels incidents ne se reproduisent pas, le Conseil a mis en garde la chaîne D8 contre le renouvellement de tels manquements.

### Atteinte à l'image de Jenifer BARTOLI

Droit à l'image et vie privée

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

De même, elle dispose sur son image, attribut de sa personnalité, et sur l'utilisation qui en est faite d'un droit exclusif, qui lui permet de s'opposer à sa diffusion sans son autorisation.

Cependant, ces droits doivent se concilier 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 ; ils peuvent céder devant la liberté d'informer, par le texte et par la représentation iconographique, sur tout ce qui entre dans le champ de l'intérêt légitime du public, certains événements d'actualité ou sujets d'intérêt général pouvant justifier une publication en raison du droit du public à l'information et du principe de la liberté d'expression.

Par ailleurs, la diffusion d'informations anodines ou déjà notoirement connues du public n'est pas constitutive d'atteinte au respect de la vie privée.

Atteinte à l'image constituée

En l'espèce, la publication « people » en cause avait pour objet d'illustrer, sur un ton plutôt bienveillant, le fait que Jenifer BARTOLI avait retrouvé un emploi du temps lui permettant d'être en accord avec l'envie d'être une « maman normale », comme elle l'a elle-même déclaré dans une interview accordée « Quatre mois après la naissance de son second fils », « dans les studios de la Seine-Saint-Denis », où elle enregistrait la saison 4 de « The Voice » sur TF1, à l'occasion de sa participation au doublage de « la Grande aventure de Maya l'abeille ».

Aucune réelle révélation n'était faite aux lecteurs à l'occasion de l'article en cause, le public étant déjà informé notamment de l'identité du compagnon de Jenifer, de l'existence de son fils Aaron et de la naissance de son bébé, Joseph, ainsi que du fait que le tournage de l'émission The Voice était terminé. Le sujet ainsi traité paraît, de l'aveu même de la demanderesse, somme toute banal.

Toutefois, les faits relatés n'en sont pas pour autant anodins dès lors que pour l'artiste interprète, les moments de loisirs passés en famille ne revêtent pas un tel caractère et que leur narration, illustrée de clichés pris à son insu, et qui n'avait pas vocation à être rendue publique, est vécue comme une traque de plus dans sa vie, et qu'en outre, le magazine insiste lui-même sur l'importance des moments de calme que celle-ci souhaite partager avec sa famille, ce qui caractérise une violation de son droit au respect dû à sa vie privée.

Au surplus, la diffusion des clichés pris à l'insu de l'intéressée et publiés sans son autorisation a porté atteinte à son droit à l'image, étant observé que s'il ne suffit pas qu'une photographie soit réalisée au téléobjectif pour que sa publication soit nécessairement fautive, ce procédé de prise de vue ajoute aux atteintes, lorsque la diffusion n'est pas légitime, en ce qu'il révèle, comme c'est en l'espèce le cas, de nouveau, une surveillance particulière de l'intéressée et de ses proches, malgré les multiples procédures engagées pour préserver ses droits.

## Evaluation du préjudice

En matière d'atteinte au droit à l'image et à la vie privée, l'allocation de dommages et intérêts ne se mesure pas à la gravité de la faute commise, ni au chiffre d'affaires réalisé par l'éditeur de l'organe de presse en cause ; cependant, la répétition des atteintes, comme l'étendue de la divulgation et l'importance du lectorat de ce magazine à fort tirage, sont de nature à accroître le préjudice.

En l'espèce, l'intéressée a manifestement été photographiée à son insu avec un téléobjectif, ce qui démontre une surveillance préjudiciable de ses activités de loisirs, même si elle pouvait difficilement se croire à l'abri de regards indiscrets dans un lieu accessible à un public susceptible de la reconnaître, compte tenu de sa notoriété, et ce en dépit des précautions vestimentaires qu'elle a prises (lunettes de soleil, veste et pantalon).

La complaisance alléguée de la demanderesse envers les médias, au motif qu'elle a accordé des interviews à d'autres publications, et plus spécifiquement celle servant de base, si ce n'est de prétexte, à l'article litigieux (interview dans *Femme Actuelle*), ne saurait constituer une renonciation générale et définitive à toute intimité, ni suffire à justifier une réparation de pur principe.

Les juges ont retenu comme éléments de nature à réduire le préjudice de l'artiste : i) que le ton est plutôt bienveillant et que les images sont empreintes d'une certaine tendresse, bien que certains commentaires soient manifestement sarcastiques ; ii) qu'elles ont été prises dans un lieu ouvert au public, durant une période relativement brève ; iii) que l'artiste a fait l'objet d'une certaine complaisance passée en accordant de nombreux interviews sur des sujets relevant de sa vie privée, même s'il est exact qu'elle a fait preuve d'une grande prudence par la suite (8000 € à titre de dommages et intérêts provisionnels).

> [Télécharger la décision](#)

## Image des acteurs

Suite à la publication d'un article people la concernant, l'actrice belge Virginie EFIRA a obtenu la condamnation de l'éditeur du magazine pour atteinte à son droit à l'image et à sa vie privée. Des clichés photographiques de l'actrice pris dans la rue étaient légendés de commentaires sur sa vie privée (« Virginie n'en peut plus. Elle vient encore de s'écharper avec Mabrouk... », « Virginie s'interroge. Elles font comment, les autres, pour faire durer leur couple après bébé? »).

## Violation du droit à l'image

Conformément à l'article 9 du Code civil et à l'article 8 de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales, toute personne, quelle que soit sa notoriété, a droit au respect de sa vie privée et est fondée à en obtenir la protection en fixant elle-même ce qui peut être divulgué par voie de presse.

De même, elle dispose sur son image, attribut de sa personnalité, et sur l'utilisation qui en est faite d'un droit exclusif, qui lui permet de s'opposer à sa diffusion sans son autorisation.

Pendant, ces droits doivent se concilier 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 ; ils peuvent céder devant la liberté d'informer, par le texte et par la représentation iconographique, sur tout ce qui entre dans le champ de l'intérêt légitime du public, certains événements d'actualité ou sujets d'intérêt général pouvant justifier une publication en raison du droit du public à l'information et du principe de la liberté d'expression.

En l'occurrence, l'évocation des vicissitudes de la relation sentimentale de l'actrice, le détail de leur séparation et ses modalités notamment quant à la garde de leur enfant, une rencontre dans un café ainsi que ses sentiments présentés comme

“

émanant de confidences de proches, constituent des atteintes au respect dû à sa vie privée. De même, les clichés photographiques pris et publiés sans son autorisation portent atteinte à son droit à l'image.

Evaluation du préjudice

Le juge a retenu que les atteintes portées aux droits de la personne par les publications litigieuses constituent la répétition d'atteintes précédentes qui ont fait l'objet de nombreuses condamnations judiciaires depuis décembre 2007 prononcées à l'encontre de l'éditeur qui, en dépit de ces condamnations et des poursuites répétées, persiste à exploiter la vie privée de Virginie EFIRA comme un feuilleton à rebondissements sans autre finalité que celle de tirer un profit commercial de sa notoriété et de sa popularité.

Toutefois, si Virginie EFIRA est parfaitement libre d'assurer la promotion de sa personne et de son image comme elle l'entend, elle se doit cependant d'assumer les entières conséquences d'un comportement dont elle est à la fois bénéficiaire et victime et dont la complète maîtrise lui échappe nécessairement. Pour limiter la réparation du préjudice de l'actrice, le tribunal a rappelé les déclarations effectuées par l'actrice au magazine FHM à propos de la presse people, à savoir : 'je m'en moque. C'est le jeu (...) je refuse d'organiser ma vie en fonction des paparazzi. Ça me fait plutôt sourire (...). Bon, j'ai quand même passé l'été dernier en burqa pour être tranquille... », déclarations qui traduisent, outre un certain sens de l'humour, un recul bien salutaire.

> [Télécharger la décision](#)

## Photographie : l'exception de panorama

Droits de l'architecte

Il est acquis qu'en France, certains bâtiments présents dans l'espace public sont soumis au droit d'auteur et entraînent, de fait, une privatisation de cet espace. Concrètement un particulier n'est pas autorisé à diffuser publiquement ses photographies d'architecture (Louvre, Tour Eiffel, etc.) s'il n'a pas

obtenu préalablement une autorisation des ayants droit des architectes. Or certains d'entre eux, en vue d'une diffusion maximale des savoirs, donnent parfois leur accord pour des diffusions sous des licences non commerciales ou encore acceptent le principe de la réutilisation commerciale de leurs contenus sous réserve de mentionner la source et les auteurs. Or la liberté de montrer des photos d'architecture est reconnue en Europe. Dans des pays comme l'Allemagne, la Suisse ou l'Espagne, ce qui est présent dans le panorama peut être librement photographié et diffusé. Dès qu'un objet se situe dans l'espace public, son image devient librement réutilisable.

Panorama photographique

Le cadre actuel du droit de la propriété littéraire et artistique autorise d'ores et déjà certains usages des oeuvres présentes dans l'espace public sans l'autorisation préalable de leurs auteurs. L'article L. 122-5 9° du code de la propriété intellectuelle institue ainsi une exception au droit d'auteur concernant « la reproduction ou la représentation, intégrale ou partielle, d'une oeuvre d'art graphique, plastique ou architecturale, par voie de presse écrite, audiovisuelle ou en ligne, dans un but exclusif d'information immédiate et en relation directe avec cette dernière, sous réserve d'indiquer clairement le nom de l'auteur ».

Seules sont exclues du champ de cette exception les oeuvres, notamment photographiques ou d'illustration, qui visent elles-mêmes à rendre compte de l'information. La jurisprudence admet également, depuis de nombreuses années, qu'une oeuvre graphique ou plastique située dans un lieu accessible à tous peut être licitement reproduite ou représentée, même en totalité, lorsqu'elle ne constitue pas le sujet principal de la reproduction ou de la représentation. L'emplacement des oeuvres oblige les auteurs concernés à subir une relative limitation de leurs droits. Par ailleurs, plusieurs réflexions sont en cours afin d'apprécier l'opportunité d'une éventuelle révision du cadre des exceptions au droit d'auteur.

Le rapport de la mission « Acte II de l'exception culturelle », remis au Président de la République et à



la ministre de la culture et de la communication en mai 2013, constate ainsi que les usages numériques transforment profondément le rapport entre créateurs, industries créatives et publics et que le cadre juridique existant n'est pas toujours adapté à l'épanouissement des nouveaux modes de création et de diffusion des oeuvres. Le rapport préconise donc que le droit de la propriété intellectuelle soit adapté dans ses règles, notamment en matière d'exceptions, et dans sa mise en oeuvre aux enjeux du numérique, tout en veillant à ce que l'exploitation des oeuvres garantisse une juste rémunération des créateurs et un niveau adéquat de financement de la création, indispensable à son renouvellement.

### Statuts des dessinateurs de dessins animés

Auteur ou technicien ?

Selon la nature de leur contribution, les dessinateurs de dessins animés peuvent avoir la qualité d'auteur de l'oeuvre ou la qualité de technicien. Dans le premier cas, ils perçoivent des droits d'auteur et peuvent être affiliés à des sociétés de gestion collective pour en assurer la perception.

Dans le deuxième cas, leur rémunération en tant que salarié technicien doit, en tout état de cause, respecter les minima prévus par la convention collective nationale de la production des films d'animation du 6 juillet 2004, étendue par arrêté du 18 juillet 2005.

S'agissant plus particulièrement des droits d'auteur, la question du partage entre les créateurs et les producteurs de la valeur liée à l'exploitation des dessins animés relève à titre principal de la liberté contractuelle. La puissance publique est néanmoins fondée à assurer la régulation de ce partage de valeur afin de corriger certains rapports de force déséquilibrés et d'assurer une transparence satisfaisante.

Ainsi, s'agissant des oeuvres audiovisuelles, les règles relatives à la rémunération des auteurs et la procédure d'extension des accords professionnels relatifs à cette

rémunération (article L. 132-25 du code de la propriété intellectuelle (CPI) et la possibilité d'établir un recueil des usages de la profession (article L. 132-27 du CPI) témoignent de l'importance d'une régulation, quand bien même celle-ci s'appuie prioritairement sur la négociation interprofessionnelle. Remis le 13 mai 2013, le rapport de la mission confiée à Monsieur Pierre Lescure pour un « Acte II de l'exception culturelle » offre une réflexion approfondie sur les enjeux des innovations numériques pour tous les secteurs de création et présente des propositions détaillées concernant la rémunération des créateurs et le financement de la création dans l'ère numérique. Le rapport relève que les conditions de rémunération des créateurs tardent à s'adapter à l'évolution des modes d'exploitation des oeuvres. A cette fin, le rapport préconise la conclusion d'accords collectifs, étendus à l'ensemble du secteur par arrêté, pour déterminer le taux minimum et l'assiette de la rémunération. Les sociétés de gestion collective d'auteurs devraient ensuite être mandatées par les producteurs afin de percevoir et répartir ces rémunérations, en contrepartie d'obligations relatives à l'efficacité de la répartition et à sa transparence. L'opportunité d'introduire de tels accords collectifs, notamment dans le secteur du dessin animé, devra s'apprécier au regard d'une expertise préalable approfondie dès lors que de tels accords sont susceptibles de concerner des secteurs de création très divers et de remettre en cause les mécanismes de financement et de distribution des oeuvres et la relation contractuelle liant les auteurs aux producteurs ou aux éditeurs.

Rémunération des dirigeants de sociétés de gestion collective

Lors d'une question parlementaire, la Ministre de la culture a eu l'opportunité de donner sa position sur la somme de 600 000 euros versée à l'ex-dirigeant de la SACEM à titre d'indemnité de départ.

Dans son rapport annuel pour l'année 2012, la commission permanente de contrôle des sociétés de perception et de répartition des droits (SPRD) a précisé que lors de son départ de la SACEM, l'ancien président du directoire a bénéficié d'une clause de son contrat de travail prévoyant le versement d'une année de salaire à cette occasion.

La SACEM, au même titre que toute autre SPRD, est une société civile gérant des intérêts privés, dont le régime dérogatoire aux règles posées par le code civil est inscrit au titre II du livre III du code de la propriété intellectuelle. Les SPRD, qui ne poursuivent aucun but lucratif, agissent pour le compte et dans l'intérêt de leurs membres à qui il revient de veiller à leur bon fonctionnement au moyen des décisions collectives et des pouvoirs de contrôle interne qui leur sont reconnus.

Les associés des SPRD disposent en effet d'un droit à l'information en application de l'article L. 321-5 du code de la propriété intellectuelle, dans sa rédaction issue de la loi du 1er août 2000 qui a renforcé le contrôle des SPRD. Au sein du dispositif réglementaire d'application, qui fixe différentes modalités d'exercice de ce droit d'information, l'article R. 321-6-1 prévoit l'accès, dans les deux mois précédant l'assemblée générale annuelle, au montant global certifié exact par les commissaires aux comptes, des rémunérations versées aux personnes les mieux rémunérées, le nombre de ces personnes étant de dix ou de cinq selon que l'effectif de la société excède ou non deux cents personnes.

La commission spéciale relative au droit d'accès dont le ministère a, depuis 2001, vérifié la création effective au sein de chaque société, doit également rendre compte annuellement de son activité à l'assemblée générale, ce qui favorise l'information des associés.

La Ministre a précisé que l'ensemble de ces règles ne confie pas à l'autorité publique de compétence au regard de la fixation des rémunérations de leurs dirigeants par les SPRD. A noter que la commission permanente a pris acte des réformes statutaires intervenues en 2012 au sein de la SACEM et de ses évolutions en matière de gouvernance qui vont dans le sens qu'elle avait recommandé quelques années auparavant. Elle

considère ainsi que l'invitation qu'elle avait faite à la SACEM de favoriser un meilleur respect des compétences imparties par ses statuts au conseil d'administration en matière de fixation des rémunérations des cadres supérieurs, a été complètement satisfaite.

## Photographies des œuvres muséales

Numérisation et photographies des œuvres

Suite au rapport de la mission d'information sur la gestion des dépôts des musées, le Gouvernement a lancé un programme de numérisation de l'ensemble des œuvres des collections publiques des musées de France depuis 1994, afin de les mettre à la disposition de la communauté des musées et du public.

La question s'est posée de l'utilisation libre des photographies d'œuvres, entrées dans le domaine public, prises par les musées ou l'agence photographique de la Réunion des musées nationaux (RMN). La pratique actuelle consiste pour la RMN à demander aux musées une rétribution pour l'usage qu'ils font des photographies des œuvres qu'ils conservent par cession des droits d'utilisation des documents photographiques.

Licence payante

Cette compensation (licence) est demandée notamment en raison des coûts de prise de vue professionnelle restent les mêmes qu'à l'époque de la photographie argentique : de 1,80 € pour une oeuvre graphique, à 42,82 € HT par image pour des objets fragiles ou lourds, ou à reflets (sculptures, verres, costumes, accessoires de mode) et même à 62,84 € HT pour du gros mobilier. Produire des images de qualité éditoriale représente un coût élevé et est l'une des principales entraves à une large mise à disposition des collections des musées sur Internet. C'est pourquoi la directive européenne du 26 juin 2013, 2013/37/UE, concernant la réutilisation des informations du secteur public, admet, dans son article 22, une exception pour le secteur des bibliothèques, archives et musées.

À ce jour, seules trois institutions dans le monde ont fait le choix d'une diffusion libre et gratuite des images, y compris à des fins commerciales. Cette décision a été accompagnée de budgets exceptionnels destinés à ces institutions. Pour ce qui concerne la National Gallery de Washington, il s'agit d'un choix politique du Congrès des États-Unis, lequel a abondé le budget du musée en conséquence. Le rapport d'activité du Rijksmuseum d'Amsterdam indique que, outre divers mécénats, une part importante du budget de numérisation émane de l'affectation de recettes de la loterie. En contrepartie, le Rijksmuseum d'Amsterdam commercialise sa marque. De plus, il a augmenté le coût d'entrée au musée : 17,50 € pour les collections permanentes, et 25 € pour les expositions. Quant au Statens Museum for Kunst de Copenhague, il a reçu de la fondation commerciale Nordeafonden 22 millions de DKK, soit environ 3,5 M€. La mise à disposition de fonds d'images par des musées nord-américains a récemment fait l'objet d'une forte couverture médiatique. Mais cette mise à disposition ne concerne que les usages privés. Ainsi, pour toute demande d'image à des fins commerciales, les musées renvoient vers des agences. L'usage communément répandu consiste à permettre le libre téléchargement, au moyen d'un clic droit, d'images à des fins privées.

Les musées de France, ainsi que l'agence photographique de la Réunion des musées nationaux-Grand Palais (Rmn GP), mettent en oeuvre cet usage. Ces images ont une définition de 72 dpi, et une résolution de 800 x 600 pixels. La très grande majorité des musées de France dépend de collectivités territoriales.

En conclusion, il n'appartient donc pas à l'État d'imposer à ces institutions le principe de la gratuité, ni même des tarifs de vente de leurs images. Pour ce qui concerne les musées nationaux, les images sont majoritairement produites et commercialisées par l'agence photographique de la Réunion des musées nationaux-Grand Palais, à laquelle son décret statutaire du 13 janvier 2011 donne pour mission de constituer une « photothèque universelle » des collections nationales et d'en assurer la diffusion, via la conclusion de conventions avec les musées établissements publics. L'agence photographique de la Rmn-GP fonctionne

comme toutes ses concurrentes et facture à ses clients des droits sur les reproductions photographiques.

Les images sont considérées comme des « oeuvres photographiques » au sens du code de la propriété intellectuelle. Les conventions passées avec les musées nationaux prévoient que ceux-ci perçoivent un pourcentage important des recettes réalisées par l'agence sur les ventes commerciales. Aucune contribution n'est demandée aux musées par l'agence photographique de la Rmn-GP. Historiquement, l'agence réalise en moyenne 720 journées de prises de vues par an dans les musées partenaires. Ces journées de prises de vues sont assurées par une équipe de sept photographes itinérants, équipés de dos numériques (Leaf de 80 millions de pixels), et permettent d'intégrer environ 22 000 nouvelles images par an dans la base de l'agence photographique de la Rmn-GP. Ces images sont également livrées en haute définition aux musées partenaires pour leurs besoins propres (inventaire, communication...). Il convient également d'ajouter une partie des numérisations en haute définition du fonds argentin (historique) réalisées par le laboratoire et à destination des musées (inventaire, prêt d'oeuvres, expositions, communication...) soit un total de 10 000 images scannées par an. Ainsi que cela est indiqué précédemment, ces images, diffusées sur le site Internet de l'agence photographique de la Rmn-GP, sont librement et gratuitement téléchargeables pour tout usage privé.

## Promotions et publicité des prix

Dans le contexte de crise actuel, les consommateurs portent une attention certaine aux coûts des aliments. C'est ainsi que s'est développée une « guerre des prix » entre les différentes enseignes de la grande distribution. Pour attirer les consommateurs, elles ont décidé de mener une politique de prix bas notamment en promotionnant certains produits.

### Publicité des produits périssables

L'article L. 441-2 du code de commerce encadre la publicité à destination du consommateur sur les produits alimentaires périssables. Il encadre notamment la possibilité de faire de la publicité hors du lieu de vente sur le prix des fruits et légumes produits en France. L'annonce du prix hors du lieu de vente d'un fruit ou d'un légume frais, ayant fait l'objet d'un accord sur le prix de cession, n'est autorisée que 72 heures avant l'application du prix en magasin sans pouvoir excéder 5 jours à partir de cette date. Il s'agit d'éviter une course au prix bas entre les différentes enseignes qui affaiblirait la filière. Il offre également la possibilité de fixer, par un arrêté interministériel ou à défaut préfectoral, pour certains produits la périodicité et la durée d'opérations proportionnelles, lorsque ces dernières sont susceptibles, par leur ampleur ou leur fréquence, de désorganiser les marchés pour les produits concernés.

Les opérations promotionnelles, lorsqu'elles mettent en avant un prix de vente au consommateur inférieur à la moitié du prix moyen pratiqué hors promotion, peuvent se dérouler du 1er janvier au 31 janvier et du 1er septembre au 30 septembre. En effet, si elles sont utiles au sortir de l'été et après les fêtes de fin d'année pour désengorger le marché, les promotions permanentes sont destructrices de valeur le reste de l'année. C'est la première fois qu'un tel arrêté est pris. Il s'accompagnera d'actions de contrôle afin de lutter contre d'éventuelles reventes à perte. Cet encadrement s'applique jusqu'au 11 juin 2016.

## Publicité des boissons énergisantes

### Publicité et démarchage

D'aucuns ont constaté le démarchage publicitaire de distributeurs de boissons énergisantes sur la voie publique et particulièrement à l'entrée des campus universitaires et des lieux accueillant un public jeune comme les « skate park ». Ces boissons, particulièrement la marque Red bull, sont souvent présentées par leurs fabricants comme pouvant être consommées en toute circonstance. Or des études scientifiques de l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (Anses) ont montré que leur association avec les boissons alcoolisées est à éviter, la perception de l'imprégnation alcoolique étant altérée par les boissons susmentionnées. De même, il est établi que la présence de produits tels que la caféine augmente le risque de tachycardie et de troubles cardiaques en cas d'effort intense après leur consommation.

### Régime juridique des boissons énergisantes

L'appellation « boissons énergisantes » est une appellation commerciale et ne se réfère à aucune définition réglementaire. Ces boissons sont présentées par les fabricants comme possédant des propriétés stimulantes tant au niveau physique qu'intellectuel.

Elles contiennent un mélange de différents composés, le plus souvent caféine, taurine, glucuronolactone et vitamines du groupe B, sucres ou édulcorants. La commercialisation de ces boissons en France en 2008 a été conditionnée à la présence sur l'étiquetage des mentions « à consommer avec modération », « déconseillé aux enfants et aux femmes enceintes ».

Par ailleurs, dès 2008 et à la demande de la ministre de la santé, l'institut de veille sanitaire (InVS), en collaboration avec l'agence française de sécurité sanitaire des aliments (AFSSA), a mis en place une surveillance des signalements des effets indésirables liés à la consommation de boissons énergisantes via les centres antipoison et de toxicovigilance (CAPTV).

Cette surveillance a ensuite été relayée par le dispositif de nutrivigilance lancé en 2009 et confié à l'AFSSA puis à l'agencenationale desécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (ANSES) par la loi n° 2009-879 du 21 juillet 2009 portant réforme de l'hôpital et relative aux patients, à la santé et aux territoires.

L'ANSES a émis, en septembre 2013, un avis relatif à l'évaluation des risques liés à la consommation de boissons dites « énergisantes ». Cet avis rappelle que le principal ingrédient incriminé dans la survenue des effets indésirables est la caféine qui n'est pas en soi une substance dangereuse mais dont l'accumulation provenant de différentes sources (boissons à base de cola, barres chocolatées, boissons dites énergisantes) peut être à l'origine d'effets indésirables dans des situations de consommation à risque (association avec l'alcool et activité physique) ou auprès d'une population à risques (enfant, femme enceinte et allaitante).

En matière d'étiquetage, les mesures actuellement en vigueur en France relèvent du règlement UE n° 1169/2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires. Ce règlement mentionne l'obligation des mentions « déconseillé aux enfants et aux femmes enceintes ou allaitantes » depuis le 13 décembre 2014. Par ailleurs, depuis la publication de l'avis de l'ANSES et le relais de ses recommandations auprès des différentes instances concernées et du grand public le nombre d'effets indésirables recueillis reste faible.

## Régime des préenseignes publicitaires

Raison d'être du dispositif

Les prescriptions applicables aux publicités, aux enseignes et aux préenseignes prévues par le code de l'environnement sont issues de la loi no 2010-788 du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement (loi ENE) ainsi que par le décret no 2012-118 du 30 janvier 2012 relatif à la publicité extérieure, aux enseignes et aux préenseignes. Elles sont fixées afin d'assurer la protection du cadre de vie

tout en garantissant le respect de la liberté d'expression, de la liberté du commerce et de l'industrie et le bon exercice de l'activité des opérateurs économiques du secteur de la publicité extérieure et des enseignes.

La publicité et les préenseignes sont en principe interdites hors agglomération, où les enjeux de protection de la qualité du cadre de vie sont particulièrement forts. Les préenseignes dérogatoires sont des dispositifs qui bénéficient d'un régime dérogeant à ce principe. La loi ENE a révisé le statut de ces préenseignes dérogatoires en leur accordant un délai de cinq ans, soit depuis le 13 juillet 2015 – pour se conformer à la nouvelle réglementation. Ainsi, avant le 13 juillet 2015, étaient autorisées à se signaler par des dispositifs de préenseignes dérogatoires les activités soit particulièrement utiles pour les personnes en déplacement ou liées à des services publics ou d'urgence, soit s'exerçant en retrait de la voie publique, soit en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir par des entreprises locales.

Depuis le 13 juillet 2015, sont autorisées à se signaler par des préenseignes dérogatoires les activités en relation avec la fabrication ou la vente de produits du terroir, les activités culturelles ainsi que les monuments classés ou inscrits au titre des monuments historiques ouverts à la visite ainsi que, à titre temporaire, les opérations et manifestations exceptionnelles mentionnées à l'article L. 581-20 du code de l'environnement. Les nouvelles prescriptions applicables aux préenseignes dérogatoires depuis le 13 juillet 2015, se traduisent donc par une modification des activités autorisées à être signalées par les préenseignes dérogatoires et ne constituent aucunement une interdiction des préenseignes dérogatoires. Aucune modification des dispositions du code de l'environnement visant à accorder un délai de mise en conformité supplémentaire pour les préenseignes dérogatoires n'est possible. En outre, une forme de signalétique nommée « signalisation d'information locale » (SIL), se développe notamment hors agglomération le long des routes. Cette signalisation relevant du code de la route a pour objet d'assurer la signalisation des services et des équipements, tout en prenant en compte les enjeux liés à la protection du cadre de vie.

---

## Prix du livre et livraison gratuite

Gratuité des frais de port

La pratique commerciale consistant à cumuler, dans le cadre de la vente à distance, un rabais systématique de 5 % sur le prix du livre et la gratuité de la livraison au domicile de l'acheteur portait une atteinte importante à l'équilibre concurrentiel établi à travers la loi du 10 août 1981.

Le Gouvernement a donc souhaité l'interdire et la loi du 8 juillet 2014 permet d'atteindre pleinement cet objectif en interdisant aux sites de commerce le cumul d'une remise de 5 % sur les livres et la gratuité des frais de port.

En effet, les opérateurs de vente à distance doivent tous aujourd'hui proposer les livres au seul prix fixé par l'éditeur. La faculté de pratiquer un rabais sur le prix public du livre n'est dorénavant possible, en France, que lorsque l'acheteur retire l'ouvrage dans un commerce de vente au détail de livres. La loi vise ainsi à rétablir l'équilibre au sein du système de prix fixe tout en confortant le rôle essentiel, pour la diversité de la création éditoriale, que jouent les commerces physiques où les lecteurs peuvent découvrir, par un contact libre et direct, un grand nombre de nouvelles parutions.

Les grands opérateurs de vente à distance, dont certains pratiquaient avant l'entrée en vigueur de la loi un rabais systématique de 5 % sur le prix des livres, en respectent tous les nouvelles dispositions et ont ainsi modifié les prix de vente de l'ensemble des livres vendus sur leurs sites en France. Les livres y sont maintenant vendus au prix public fixé par l'éditeur.

La loi interdit par ailleurs la gratuité totale de la livraison. Cette disposition, introduite par un amendement sénatorial, a un objectif symbolique. L'acheteur de livres qui souhaite bénéficier d'une prestation de livraison à domicile doit payer cette prestation, quand bien même le détaillant en fixerait le coût à 1 centime d'euro ou la forfaitiserait dans le cadre d'un abonnement annuel.

Il est donc désormais impossible d'acheter un livre à

distance et de le faire livrer à domicile pour le même prix qui serait payé en magasin. Le Gouvernement n'a pas voulu encadrer davantage le prix de la livraison. En effet, imposer de facturer les frais de port aux coûts réels aurait, de fait, avantagé les acteurs de la vente en ligne les plus puissants, puisque le volume de leurs ventes leur permet de négocier des contrats de gros avec les transporteurs à des conditions préférentielles. Une telle mesure aurait constitué un frein à la diversité des opérateurs de vente de livres sur Internet. Elle aurait par ailleurs augmenté de façon disproportionnée le coût de l'accès à la culture pour les consommateurs, notamment dans les zones où peu de libraires sont implantés. Le Gouvernement envisage par ailleurs de compléter le décret n° 85-556 du 29 mai 1985 relatif aux infractions à la loi du 10 août 1981 relative au prix du livre afin de sanctionner les infractions aux nouvelles dispositions légales applicables à la vente à distance, telles qu'issues de la loi du 8 juillet 2014.

---

## Prêt de livres numériques

Le prêt de livre numérique a fait son apparition discrète dans les bibliothèques. Ces prêts reposent sur l'achat d'une licence d'utilisation par les bibliothèques. L'article 133-1 du code de la propriété intellectuelle (« Lorsqu'une œuvre a fait l'objet d'un contrat d'édition en vue de sa publication et de sa diffusion sous forme de livre, l'auteur ne peut s'opposer au prêt d'exemplaires de cette édition par une bibliothèque accueillant du public ») règle les relations entre l'auteur et les bibliothèques pour les ouvrages sous forme papier, garantissant de facto une rémunération à l'auteur via le droit de prêt.

En revanche, l'e-book n'est plus considéré comme un service, en France, depuis l'harmonisation de la TVA papier/e-book. L'article 278 bis du code général des impôts précise pourtant que les livres sont concernés, « sur tout type de support physique, y compris ceux fournis par téléchargement ». Le livre numérique est considéré comme un livre papier en France. Les bibliothèques peuvent ainsi acheter une licence et prêter le livre à l'infini.

Taux réduit de TVA

concerne le livre papier ou le livre numérique.

La loi de finances pour 2011 a étendu le bénéfice du taux réduit de TVA au livre numérique homothétique, qui ne diffère du livre imprimé que par quelques éléments accessoires. L'application d'un taux réduit de TVA au livre numérique est en effet apparue nécessaire au développement du marché. Sans TVA réduite, il est impossible de répondre à la demande de livres numériques en conciliant les exigences de rémunération du segment créatif tout en proposant des prix acceptables. Or, estimant que la lettre de la directive 2006/112/CE relative au système commun de taxe sur la valeur ajoutée ne permettait pas d'appliquer un taux réduit de TVA au livre numérique, la Commission européenne a saisi la Cour de justice de l'Union européenne d'un recours en manquement contre la France. Dans un arrêt du 5 mars dernier, accueillant le recours en manquement de la Commission, la Cour a jugé que la France ne pouvait pas continuer d'appliquer un taux réduit de TVA à la fourniture de livres numériques. Dans une déclaration commune, la ministre de la culture et de la communication et ses homologues allemand, polonais et italien ont demandé à la Commission européenne de « proposer sans délai une évolution de la législation européenne afin de permettre l'application de taux de TVA réduits pour tous les livres, qu'ils soient matériels ou dématérialisés ».

Le 6 mai dernier, la Commission européenne a présenté sa stratégie pour un marché unique numérique en Europe. Ce même jour, le président de la Commission, Monsieur Jean-Claude Juncker, a annoncé, à l'occasion d'un discours « pour une presse libre et indépendante dans une Europe moderne », prononcé devant l'association des éditeurs de presse allemande (BDZV), qu'il souhaitait présenter en 2016 une réforme destinée à aligner les taux de TVA des livres électroniques et de la presse en ligne sur ceux des supports papier. « Le règlement de la TVA doit être technologiquement neutre », a spécifié Monsieur Juncker, ralliant ainsi la position défendue de longue date par le Gouvernement français.

Pour ce qui concerne l'activité de prêt développée par les bibliothèques, celle-ci relève bien d'un traitement juridique différent, selon qu'elle

L'article L. 133-1 du code de la propriété intellectuelle prévoit que l'auteur d'une oeuvre ayant fait l'objet d'un contrat d'édition en vue de sa publication et de sa diffusion sous forme de livre ne peut s'opposer au prêt d'exemplaires de cette édition par une bibliothèque accueillant du public. En contrepartie de cette dérogation au droit exclusif de l'auteur d'autoriser ou d'interdire le prêt de ses oeuvres, la loi garantit à l'auteur un droit à rémunération. La directive 2006/115/CE a en effet permis aux États membres de déroger au droit exclusif des auteurs à condition que ces derniers obtiennent une rémunération au titre du prêt. La directive 2006/115/CE, qui régit le droit de prêt, n'est cependant pas applicable à la mise à disposition à distance des livres numériques par une bibliothèque. Dans le cadre légal en vigueur, il n'est ainsi pas possible de déroger au droit exclusif de l'auteur d'autoriser ou d'interdire le prêt s'agissant de prêt à distance, toute activité de prêt de livres numériques relevant du monopole de l'auteur et devant être autorisée dans le cadre de licences négociées avec les titulaires de droits.

Lors des Assises des bibliothèques, qui se sont tenues le 8 décembre 2014, la ministre de la culture et de la communication a signé, avec les représentants des organisations professionnelles et des collectivités territoriales, un texte de recommandations pour la diffusion du livre numérique par les bibliothèques publiques. Ce texte fixe un cadre équilibré propice au développement du prêt du livre numérique en bibliothèque, dans le respect du droit d'auteur, de la rémunération de la création et des attentes des publics. Un groupe de travail interprofessionnel, associant des représentants des auteurs, des éditeurs, des libraires, des bibliothécaires et des élus, sous l'égide du ministère de la culture et de la communication, a ainsi élaboré ces 12 recommandations qui constituent autant de principes et de bonnes pratiques partagés par l'ensemble des acteurs sur plusieurs questions importantes, telles que les conditions de la distribution du livre numérique aux bibliothèques, les modèles d'usages, les modèles économiques et le cadre juridique de la diffusion du livre numérique par les bibliothèques publiques.

## Quelle TVA pour le livre numérique ?

5,5% ou 20% ?

En France, l'article 278-0 bis du code général des impôts dispose qu'un taux réduit de 5,5 % est appliqué à différentes catégories de produits et notamment aux livres « sur tout type de support physique, y compris ceux fournis par téléchargement ». Le taux normal de 20 % reste cependant applicable aux publications qui, en raison de leur caractère pornographique ou violent, sont interdites de vente aux mineurs, d'exposition à la vue du public ou de publicité.

Or, par une décision en date du 5 mars 2015, la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE), saisie par la Commission européenne, a estimé que le livre numérique devait être considéré comme un service, et qu'il devait dès lors être assujéti au taux classique de 20 %. Elle condamne par là-même les législations française et luxembourgeoise qui, depuis le premier janvier 2012, appliquent respectivement un taux de TVA de 5,5 % et de 3 % à la fourniture de livres électroniques.

Par sa décision, la CJUE a jugé qu'en appliquant un taux réduit de TVA à 5,5 % au livre numérique, la France n'avait pas respecté la directive européenne du 5 mai 2009 et qu'elle devait désormais se mettre en conformité avec ce texte. La Cour a notamment considéré que la directive excluait toute possibilité d'appliquer un taux réduit de TVA aux « services fournis par voie électronique » et que la fourniture de livres numériques constituait un tel service. La ministre de la culture et de la communication, conjointement avec ses homologues allemand, italien et polonais, a pris l'initiative d'une déclaration commune, à l'occasion du Salon du livre de Paris le 19 mars dernier, pour demander « l'inclusion d'une modification du droit européen permettant l'application du taux réduit de TVA aux livres numériques dans la stratégie numérique pour l'Europe ». Le 6 mai dernier, la Commission européenne a présenté sa stratégie pour un marché unique numérique en Europe. Ce même jour, le président de la Commission, Monsieur Jean-Claude

Juncker, a annoncé, à l'occasion d'un discours « pour une presse libre et indépendante dans une Europe moderne », prononcé devant l'association des éditeurs de presse allemande (BDZV), qu'il souhaitait présenter en 2016 une réforme destinée à aligner les taux de TVA des livres électroniques et de la presse en ligne sur ceux des supports papier. « Le règlement de la TVA doit être technologiquement neutre », a spécifié Monsieur Jean-Claude Juncker. Affaire à suivre ...

## Rendre compte d'une affaire judiciaire

Le fait de remettre à un journaliste des informations relatives à la délivrance d'une assignation et un constat d'huissier, avant même que le tribunal n'ait statué, ne mettant en avant que ses propres arguments dénigrants à l'encontre de son adversaire, constitue un acte de dénigrement.

En l'occurrence, un journaliste était en possession du constat d'huissier dressé à la requête d'une société qui faisait état à l'égard de son concurrent poursuivi en justice, « de pratiques publicitaires en ligne pas toujours régulières ». Le dénigrement a donc été retenu.

> [Télécharger la décision](#)

## Marque nulle car générique

Caractère distinctif d'un signe

L'article L 711-2 du code de la propriété intellectuelle dispose que « Le caractère distinctif d'un signe de nature à constituer une marque s'apprécie à l'égard des produits et services désignés. Sont 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 dénomination 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 production du bien ou de la prestation de service ».

En l'espèce, le signe constitué des termes STRATÉGIES & INTERACTIONS EN COMMUNICATION et de l'acronyme SIC est générique et ne peut être déposé à titre de marque pour les services suivants visés au dépôt : éducation ; formation, management, communication en entreprises, relations humaines, conseil en communication d'entreprise.

C'est à juste raison que le tribunal a estimé que les termes 'stratégie', 'interactions', 'communication' – ce dernier étant purement descriptif – sont couramment utilisés dans les domaines concernant ces services et qu'ils sont compris par les utilisateurs comme étant des caractéristiques des services offerts dans ces domaines, de sorte qu'ils ne peuvent conférer au signe un caractère distinctif. L'ajout de l'acronyme 'SIC', constitué de la première lettre des trois mots 'stratégie', 'interactions', 'communication', ne peut avoir pour effet de conférer à l'ensemble un caractère distinctif, la marque en cause, dans son ensemble, pouvant être comprise comme une combinaison d'indications ou d'abréviations descriptives. Les juges ont donc déclaré nulle la marque française 'STRATÉGIES & INTERACTIONS EN COMMUNICATION -SIC-' n° 99 816 250 déposée pour désigner les services des classes 35 (éducation ; formation) et 42

(management, communication en entreprises, relations humaines, conseil en communication d'entreprise).

> [Télécharger la décision](#)

## Protection d'un produit complexe

Règlement communautaire n°  
6/2002 du 12 décembre 2001

L'article 4§1 du règlement communautaire n° 6/2002 du 12 décembre 2001 dispose que la protection d'un dessin ou modèle par un dessin ou modèle communautaire n'est assurée que dans la mesure où il est nouveau et présente un caractère individuel. Un dessin ou un modèle appliqué à un produit ou incorporé dans un produit qui constitue une pièce d'un produit complexe n'est considéré comme nouveau et présentant un caractère individuel que dans la mesure où a) la pièce, une fois incorporée dans le produit complexe, reste visible lors d'une utilisation normale de ce produit et b) les caractéristiques visibles de la pièce remplissent en tant que telles les conditions de nouveauté et de caractère individuel.

En application des articles 5-b et 6-b dudit règlement, un dessin ou modèle communautaire enregistré est considéré comme nouveau si aucun dessin ou modèle identique n'a été divulgué au public et comme présentant un caractère individuel si l'impression globale qu'il produit sur l'utilisateur averti diffère de celle que produit sur un tel utilisateur tout dessin ou modèle qui a été divulgué au public avant la date de dépôt de la demande d'enregistrement du dessin ou modèle pour lequel la protection est demandée ou, si une priorité est revendiquée, la date de priorité.

Un dessin ou modèle communautaire ne confère pas de droits sur les caractéristiques de l'apparence d'un produit qui sont exclusivement imposées par sa fonction technique. L'article 4§2 du règlement européen qui pose une exigence de caractère visible ne s'applique qu'aux pièces ayant vocation à être intégrées dans un produit complexe, lequel s'entend d'un produit dont les différentes pièces peuvent être remplacées ; cet article ne pouvait s'appliquer au cas d'espèce qui concernait un pieu d'ancrage composé d'une seule pièce, la collerette ou cloche ronde à bordure crénelée n'étant pas détachable de la partie inférieure du produit constituée du pied tubulaire. Dès lors, la bordure de la collerette objet du modèle doit être considérée comme étant exclusivement imposée par sa fonction technique au sens de l'article 8 § 1 du règlement communautaire n° 6/2002.

En conclusion, la forme du modèle en litige répond à un but fonctionnel qui exclut toute protection au titre des dessins et modèles ; en outre, la fonction technique de la collerette ayant été divulguée par le brevet, celui-ci constitue une antériorité privant le modèle communautaire de nouveauté.

> [Télécharger la décision](#)

### **Edition des œuvres en ligne**

Mise à disposition d'œuvre en ligne

Dans cette affaire, un auteur a fait valoir sans succès qu'il n'avait jamais entendu céder ses droits de diffusion à une plateforme de diffusion d'œuvres numériques (Numilog) au motif qu'il n'avait conclu aucun contrat de diffusion avec celle-ci. En l'absence de contrat écrit, les parties peuvent rapporter la preuve de l'étendue des prestations confiées par tous moyens.

En l'occurrence, les termes de la lettre de rupture des parties comme ceux de la correspondance échangée entre les parties atteste de ce que la tâche confiée par l'auteur à la société Numilog.com ne s'est pas arrêtée

avec la fabrication et l'impression numérique de ses ouvrages mais que son rôle n'était pas seulement celui d'un imprimeur et s'étendait à la diffusion des ouvrages par leur mise en ligne sur le site de Numilog.

A noter qu'au cours des quatre années de leurs relations, l'auteur ne s'est jamais plaint à la plateforme de diffusion d'ouvrages en ligne Numilog du référencement de ses ouvrages sur son site. La diffusion des ouvrages était réalisée par Numilog en plein accord avec l'auteur qui ne pouvait dès lors arguer d'une contrefaçon de ce chef.

> [Télécharger la décision](#)

### **Affaire Château Lafite**

Protection étendue

Concernant les marques viticoles, compte tenu du caractère distinctif élevé du terme LAFITE qui apparaît comme l'élément prépondérant d'une marque à laquelle il est attaché, c'est par une exacte analyse que le directeur de l'INPI a considéré que le signe « CHATEAU LAFITE MONTEIL » constitue une imitation de la marque antérieure « CHATEAU LAFITE ROTHSCHILD » et ne peut donc être adopté comme marque pour désigner les produits et services en cause, sans porter atteinte aux droits antérieurs de la société opposante sur la marque verbale CHATEAU LAFITE ROTHSCHILD.

Risque de confusion établi

Le risque de confusion doit être apprécié au regard de l'impression d'ensemble produite par les marques, en tenant compte de leurs éléments distinctifs et dominants, et en fonction d'un consommateur d'attention moyenne des produits en cause. La comparaison des signes en cause faisait apparaître qu'ils présentaient la même structure verbale, composée de trois éléments dont deux sont communs, le premier désignant une propriété par le terme CHATEAU, le deuxième le nom LAFITE.

Ils diffèrent par le troisième élément, MONTEIL dans le signe contesté et ROTHSCHILD dans la marque antérieure, ainsi que la présence d'éléments figuratifs dans le signe objet de l'opposition.

Ces différences doivent être confrontées aux éléments distinctifs et dominants pour déterminer la réalité du risque de confusion.

La société Château Lafite Rothschild justifiait de la grande notoriété de sa marque auprès du public tant sur le plan national qu'international par la production de documents retraçant l'histoire du cru Lafite. Ainsi dans Sagas du Monde juillet 2011 il est indiqué : ' Tête de liste des premiers crus classés du Bordelais en 1855, Château Lafite Rothschild , en Haut Médoc, demeure au firmament des plus grands vins du monde ( ... ) ; Les origines de la réputation planétaire de ce vin d'exception remontent au XVIIe siècle, alors que la famille de Ségur est aux commandes ( ... ) ; Avant la Révolution française , la réputation internationale de Château Lafite est déjà considérable, comme en témoignent les écrits de Thomas Jefferson, alors ambassadeur en France ( ... ) ; Plusieurs ouvrages et guides de référence ( ' Bordeaux et ses vins ' Editions Feret & Fils, le Larousse des vins tous les vins du Monde, le guide Bettane & Dessauve des vins de France 2013, le guide des meilleurs vins de France 2013) évoquent le cru célèbre de Lafite et sa très ancienne renommée.

Ces documents établissent la connaissance par le public de la marque antérieure CHATEAU LAFITE ROTHSCHILD, laquelle est citée sous le nom CHATEAU LAFITE ROTHSCHILD mais aussi fréquemment sous le nom LAFITE seul, ce qui confère à ce dernier un caractère distinctif particulier.

S'il est exact que le consommateur de vins est habitué à distinguer deux marques combinant les mêmes termes, il existe cependant un risque de confusion élevé quant à l'origine de ces marques pour le consommateur d'attention moyenne, qui est susceptible de les associer, eu égard notamment à la pratique dans le domaine des grands vins des ' seconds vins ' qui reprennent le nom

du premier vin en lui adjoignant des termes spécifiques.

> [Télécharger la décision](#)

---

## Antériorité d'un nom commercial

Le nom commercial pour constituer une antériorité opposable, doit être distinctif à l'égard des produits et services exploités.

Or, le signe opposé (« droneshop ») est en l'espèce constitué de deux termes accolés: « drone » qui désigne en français, un petit aéronef sans pilote, télécommandé ou pourvu d'un pilotage automatique et « shop » issu de la langue anglaise, mais largement appréhendé par le public français comme signifiant magasin. Le premier terme désigne ainsi la nature des produits et articles offerts à la vente, et le second fait référence à l'endroit de commercialisation. Bien que n'étant pas un mot usuel ou générique, puisque composé d'un mot français et d'un mot anglais, la juxtaposition de ces deux termes est purement descriptive de l'activité exploitée et ne permet pas une identification de l'entreprise concernée afin de la distinguer des autres entreprises du même secteur. En conséquence, le nom commercial « droneshop » ne constitue pas une antériorité opposable.

> [Télécharger la décision](#)

---

## Protection d'une dénomination sociale

Les atteintes à la dénomination sociale tout comme celles relatives au nom commercial, à l'enseigne et aux noms de domaine sont sanctionnées par le droit commun de la responsabilité et non par les dispositions de la propriété intellectuelle. En effet, ces signes distinctifs ne constituant pas des droits de propriété intellectuelle, ils sont susceptibles d'être protégés sur le fondement de l'article 1382 du code civil si les utilisations litigieuses peuvent s'analyser comme des actes de concurrence déloyale.

La société VENTE-PRIVEE.COM a ainsi obtenu la condamnation d'un concurrent pour atteinte à sa dénomination sociale au titre de l'usage fautif du signe REVENTE-PRIVEE.COM». La société de vente en ligne était fondée à se prévaloir d'un risque de confusion généré par les similitudes importantes relevées, notamment en ce que le public pertinent s'intéressant aux ventes en ligne, d'attention moyenne, sera conduit à attribuer au service désigné sous le signe adverse, sous lequel sont offerts des articles d'occasion proposés dans le cadre de ventes organisées à destination d'un public restreint sous réserve d'une démarche préalable d'affiliation, une origine commune ou du moins à supposer qu'il existe un lien entre les deux prestataires.

> [Télécharger la décision](#)

## Contrefaçon de la marque vente privée

La marque Vente-privée a été jugée valide et distinctive dès son origine en raison du public / des consommateurs visés par la société. C'est en ces sens que se sont prononcés les juges dans cette affaire opposant la société de vente en ligne et un concurrent (« Revente privée »).

Vente privée, une expression distinctive

Les juges ont retenu que dès 2009, l'expression « vente privée » était utilisée en langue française et connue du public comme s'appliquant à des ventes ponctuelles proposées à un groupe déterminé d'acheteurs potentiels réunissant certains critères préalablement définis leur permettant d'y accéder, ce qui est descriptif des services précités.

De même, à l'époque du dépôt, la forme d'un nom de domaine renvoyait clairement à un accès à des ventes privées au moyen d'un site internet, ce qui au regard des services de promotion des ventes pour le compte des tiers, de présentation de produits sur tout moyen de communication pour la vente au détail et des services de regroupement pour le compte de tiers de produits et de services, notamment en ligne,

est descriptif d'une modalité du service offert sans permettre au consommateur d'en identifier l'origine.

En droit communautaire, l'article 353 de la directive 2008/95 prévoit qu'une marque n'est pas refusée à l'enregistrement ou, si elle est enregistrée, n'est pas susceptible d'être déclarée nulle pour défaut de distinctivité « si, avant la date de la demande d'enregistrement et après l'usage qui en a été fait, elle a acquis un caractère distinctif » et qu'en outre, « les États membres peuvent prévoir que la présente disposition s'applique également lorsque le caractère distinctif a été acquis après la demande d'enregistrement ou après l'enregistrement ».

Ainsi, en l'absence de dérogation prévue par le législateur français sur ce point, ce n'est que si la marque contestée a acquis un caractère distinctif par l'usage qui en a été fait antérieurement à la date du dépôt qu'elle peut échapper à l'application du motif de nullité tiré de l'absence de pouvoir distinctif du signe.

Dans l'arrêt *Windsurfing Chiemsee* du 4 mai 1999, la CJUE a posé en ces termes un certain nombre de critères pour apprécier l'acquisition du caractère distinctif par l'usage: « pour l'appréciation du caractère distinctif de la marque faisant l'objet d'une demande d'enregistrement, peuvent également être prises en considération la part de marché détenue par la marque, l'intensité, l'étendue géographique et la durée de l'usage de cette marque, l'importance des investissements faits par l'entreprise pour la promouvoir, la proportion des milieux intéressés qui identifie le produit comme provenant d'une entreprise déterminée grâce à la marque ainsi que les déclarations de chambres de commerce et d'industrie ou d'autres associations professionnelles. (Point 51) Si, sur la base de tels éléments, l'autorité compétente estime que les milieux intéressés ou à tout le moins une fraction significative de ceux-ci identifient grâce à la marque le produit comme provenant d'une entreprise déterminée, elle doit en tout état de cause en conclure que la condition exigée par l'article 3, paragraphe 3, de la directive pour l'enregistrement de la marque est remplie ».

Eu égard à l'importance croissante du chiffre d'affaires de la société VENTE-PRIVEE.COM, de sa position sur le marché des ventes événementielles, de sa connaissance par un large public et de l'importance de ses investissements publicitaires, les juges ont considéré qu'à la date du dépôt de la marque Vente privée, et même s'il a toujours été systématiquement associé à son élément figuratif et à la couleur rose qui sont omniprésents sur son site qui représente son seul accès au public, le signe verbal « vente-privee.com » permettait à une fraction significative du public concerné -soit le consommateur s'intéressant aux services de vente en ligne- d'identifier l'origine des services distribués de « promotion des ventes pour le compte des tiers; ( ) présentation de produits sur tout moyen de communication pour la vente au détail; regroupement pour le compte de tiers de produits ( ) et de services, (..), permettant aux clients de visualiser et d'acheter ces produits ou ces services par tout moyen, notamment sur un site Web marchand ». Les juges n'ont donc pas fait droit à la demande de nullité de la marque verbale française «vente-privee.com » pour défaut de distinctivité.

> [Télécharger la décision](#)

## Protection de gants et maniques imprimés

Des gants et maniques peuvent être protégés par le droit d'auteur dès lors qu'ils sont originaux. L'article L.111-1 du code de la propriété intellectuelle dispose que 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 comportant des attributs d'ordre intellectuel et moral ainsi que des attributs d'ordre patrimonial.

Ce droit est conféré, selon l'article L.112-1 du même code, à l'auteur de toute œuvre de l'esprit quel qu'en soit le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination, pour autant qu'elle soit originale. Cette originalité peut résulter du choix des couleurs, des dessins, des formes, des matières ou des ornements mais également,

de la combinaison originale d'éléments connus.

En l'espèce, une société a explicité les critères sur lesquelles elle se fondait pour prétendre à la protection au titre du droit d'auteur, à savoir:

-l'apposition sur un tissu utilisé pour confectionner des ustensiles de cuisine de noms de condiments inscrits dans des polices et tailles différentes et dans quatre langues -français, anglais, allemand et néerlandais- des éléments évocateurs de la destination des produits étant ainsi transformés en éléments décoratifs, positionnés et à des endroits différents, ce qui confère un effet visuel graphique particulier,

-les mots apparaissant en caractères blancs créant un contraste sur le fond d'une autre couleur,

-l'une des faces de chaque modèle étant constituée par un tissu matelassé avec des surpiqûres conférant au tissu un aspect particulier.

La combinaison des éléments précités, qui procède de choix arbitraires et dont l'originalité n'était pas discutée, a permis de reconnaître à la société des droits d'auteur sur les gants et maniques qu'elle commercialisait.

> [Télécharger la décision](#)



## Fiches du mois

### A consulter dans le guide en ligne

- L'obligation d'employer des personnes handicapées
- Régime juridique du mineur salarié
- Statut de l'Entrepreneur de Spectacle vivant
- L'entretien de licenciement
- La période d'essai du salarié



## Contrats du mois

### A consulter en ligne

- Convention de dépôt d'archives
- Contrat de numérisation et d'archivage
- Contrat de Bénévole
- Bulletin d'adhésion | Associations
- Bulletin de vote | Associations

(\*) A [Télécharger ici](#)

