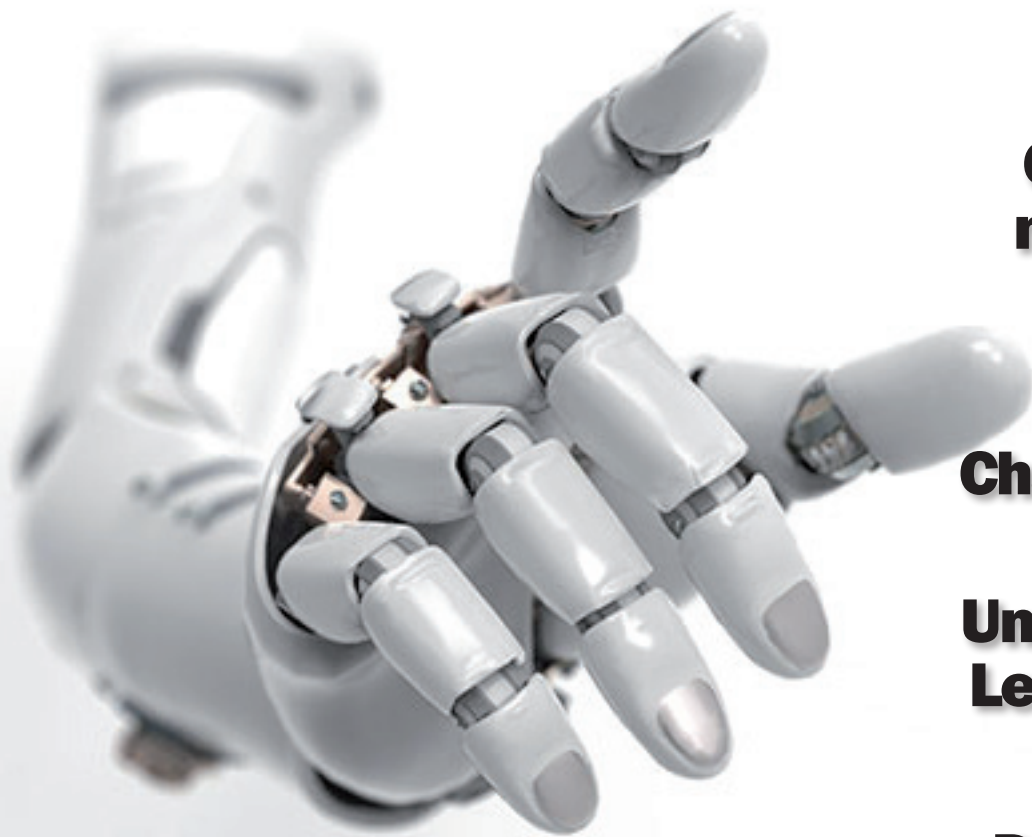




Actoba.com

Février 2017 - N° 246 - Le risque contentieux maîtrisé



**Google Suggest :
non-lieu confirmé**

**Contrefaçon :
Chanel hors de cause**

**Univers de marque :
Le Petit Marseillais**

**Dior : diffamation
non publique**

Droit du numérique

Délais de réalisation du site internet
Connexions internet abusives du salarié

Propriété intellectuelle

Remix musical et droit moral
Musique des défilés de mode

Droit de la publicité

Protection des visuels publicitaires
Escroquerie publicitaire | Affaire Cristina

Modèles de contrats

+ 20 nouveaux modèles à télécharger
à partir de votre espace abonné

Droit de la Presse

Marine Le Pen c/ Canard Enchaîné
Editorial cinglant : la question de l'injure

Droit audiovisuel

Emissions de réalité scénarisée
« Les Grandes Gueules » : abus sanctionné

Droit de l'image

Image et anorexie : un sujet d'intérêt général
Image des œuvres | Affaire Clapton

QR juridiques flash

+ 25 nouvelles réponses juridiques Flash

Mentions légales

ACTOBA

Siège social

4 RUE FROISSART, 75003 PARIS

Tél. 01.44.01.52.51

Email : info@actoba.com

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Maxence ABDELLI

SERVICE ABONNEMENTS

Tél. 01.44.01.52.51

TARIF ABONNEMENT / MOIS

Accès multiposte plateforme

Actoba.com + 12 Numéros : 49.90

euros / Mois

DIRECTEUR GENERAL DELEGUE

Marc Féraud

SENIOR MARKETING

Xavier de Berthelot

COMMUNICATION

Philippe Desmaze

CREDITS PHOTOGRAPHIQUES

Fotolia - vAlex

INFOGRAPHIE

Stan Becket - R Studio

DEPOT LEGAL

ISSN : 2551-1351

DIRECTEUR PHOTO

Bradley Smith

ILLUSTRATIONS PAO

Rémy Gillet

IMPRESSION

Printshot France

CONTRIBUTEURS / REDACTEURS

Hélène Hubert, Melissa Poneau,
Jean-Marc Rousselon, Gilles Payet,
Christophe Pierret, Stanislas Voltov,
Samir Rabah, Julie Tessard

SUPPORT / CRM

Julie Visconti, Philippe Desmaze

Edito

Cher abonné,

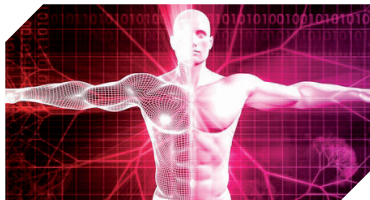
Très riche actualité ce mois-ci, les contentieux en droit du numérique et propriété intellectuelle s'envolent. Passant d'un droit de spécialistes à une matière de convergence, d'une simple injure en ligne à la vente d'une application mobile, tous les secteurs sont impactés. La rédaction a donc passé au tamis, les procès les plus marquants du mois.

Pour ceux qui nous rejoignent, Actoba.com propose depuis plus de 10 ans des services innovants simplifiant la gestion des problématiques juridiques des avocats, directeurs juridiques et juristes avisés : alertes jurisprudentielles, veille juridique, surveillance de marque et de réputation en ligne, modèles de contrats ...

Bonne lecture et au plaisir d'échanger sur LinkedIn.

Maxence Abdelli - Directeur de la rédaction

SOMMAIRE



06 PROPRIETE
INTELLECTUELLE



12 COMMUNICATION
ELECTRONIQUE



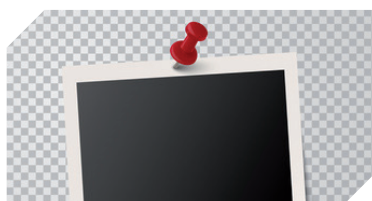
17 PUBLICITE /
MARKETING



23 PRESSE / EDITION
/ MEDIAS



28 AUDIOVISUEL /
CINEMA



35 IMAGE /
PHOTOGRAPHIE

Sigle JO protégé contre le parasitisme.....	06
Musique des défilés de mode : une œuvre composite.....	07
Protection de l'univers d'une marque	07
« Au nom du peuple », une marque déposée.....	08
Effet de gamme Affaire Maison du Monde	09
Luxe en ligne Affaire Brandalley.....	10
Remix musical et droit moral.....	10



COMMUNICATION ELECTRONIQUE



Délais de réalisation du site internet.....	12
Connexions internet abusives du salarié.....	12
Google Suggest : non-lieu confirmé.....	13
Droit à la déconnexion du salarié	14
Sous-location sur Airbnb.....	14
Changement de forfait imposé	15
Processus qualité et contrôle des salariés	15

PUBLICITE / MARKETING

Escroquerie publicitaire Affaire Cristina.....	17
Dénigrement par film publicitaire Affaire Herta.....	17
Exclusion de Google AdWords.....	18
Publicité contrefaisante : Chanel hors de cause	19
Protection des visuels publicitaires Affaire Pyrex.....	19
Mannequins : redressement URSSAF annulé.....	20
Ouverture du parrainage télévisé.....	21



Faute grave du rédacteur en chef.....	23
Protection des couvertures de magazines Affaire Capital	23
Editorial cinglant : la question de l'injure.....	24
Affaire Dior : diffamation non publique.....	25
Marine Le Pen c/ Canard Enchaîné.....	26
Injure raciste au travail : licenciement justifié.....	26
Correspondant local de presse Affaire Nice Matin	27



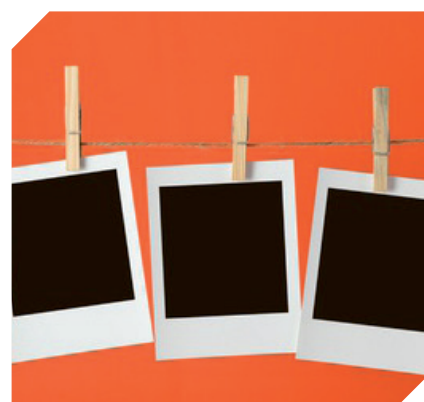
AUDIOVISUEL / CINEMA



Syndicats de l'audiovisuel : « Dehors ! » ?	28
Traitement cinématographique de l'islam radical.....	29
Emissions de réalité scénarisée : statut juridique.....	29
Coproduction déléguée Avalanche c/ Europacorp	31
Réalisateur audiovisuel : attention au contrôle fiscal	31
Tournage et responsabilité en cas d'accident	32
Emission « les Grandes Gueules » : abus sanctionné	33

IMAGE / PHOTOGRAPHIE

Image et anorexie : un sujet d'intérêt général.....	35
Charge de la preuve du photographe	36
Vidéosurveillance du salarié : licenciement abusif.....	36
Droit à l'image du mannequin.....	37
Mannequin bénévole : risque maximal.....	37
Caméra dans les toilettes : un employeur condamné.....	38
Image des œuvres Affaire Clapton.....	39



40 Contrat de cession de parts sociales | SARL

40 Statuts de SAS de production cinématographique

40 Mandat d'intérêt commun

40 PV de Clôture de procédure de dissolution | SARL

40 Déclaration fiscale de Cession de droits sociaux

40 Modèle de Business Plan | Format Excel

40 Guide de bonnes pratiques | E-médicaments

40 Barèmes des Salaires | Journalistes Pigistes

40 Barèmes des salaires | Journalistes professionnels

40 Lettre de démission de la Gérance

40 Rapport du Commissaire aux comptes

40 Contrat de domiciliation commerciale de Société

REPONSES JURIDIQUES FLASH EN LIGNE



- Faut-il déclarer un compte Paypal ? p.41
- RCS : obtenir l'effacement de ses données personnelles ? p.41
- Surtaxer un appel de SAV : est-ce légal ? p.41
- Liquidateur amiable : quelle responsabilité ? p.41
- Cession de société : droit à l'information des salariés ? p.41
- Captures d'écran : un mode de preuve à éviter ? p.41
- Musicien et producteur : des règles dérogatoires ? p.41
- GUSO : qui peut en bénéficier et quelles limites ? p.41
- Encaissement d'un chèque : responsabilité de la banque ? p.41
- Annulation de vol : montant de l'indemnisation ? p.41
- Erreur sur la composition du tribunal : nullité du jugement ? p.41

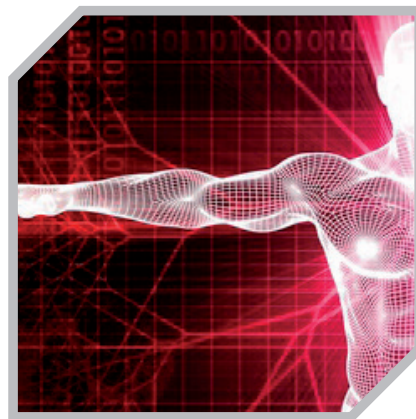
PERSONNALITES JURIDIQUES IP / IT | ACTOBA 500



ACTOBA 500
www.actoba.com

42 Postulez pour intégrer ACTOBA 500, l'annuaire des personnalités juridiques du secteur IP/IT/Médias

PROPRIETE INTELLECTUELLE



“ Les articles ci-dessous ne sont qu’une sélection, retrouvez l’intégralité de l’actualité juridique de la propriété intellectuelle à partir de votre espace abonné sur Actoba.com. Une thématique intéressante ? Paramétrez-la en mot clef et recevez vos alertes par email ”

Sigle JO protégé contre le parasitisme

Pas d’interprétation extensive de « jeux olympiques »

Pendant le déroulement des JO à Vancouver, l’association Comité national olympique et sportif (CNOSF) a constaté que la société Bushnell organisait un jeu concours intitulé « Concours Bollé-JO Vancouver » offrant de gagner des équipements Bollé. Le CNOSF a poursuivi Bushnell en contrefaçon du sigle JO et à titre accessoire en parasitisme.

Aux termes de l’article L 141-5 du code du sport, le CNOSF est propriétaire des emblèmes olympiques nationaux et dépositaire de la devise, de l’hymne, du symbole olympique et des termes « jeux Olympiques » et « Olympiade ». Le fait de déposer à titre de marque, de reproduire, d’imiter, d’apposer, de supprimer ou de modifier les emblèmes, devise, hymne, symbole et termes cités est puni de contrefaçon.

Il a été jugé que ni les termes « jeux Olympiques » ou « Olympiade » ni aucun symbole olympique n’ont été utilisés par la société Bushnell pour les besoins du concours. Quant aux termes « Vancouver 2010 », ils appartiennent au Comité national d’organisation de ces jeux.

JO n’est « jeux olympiques »

Les dispositions du code du sport, en ce qu’elles consacrent la propriété du CNOSF sur les termes « jeux Olympiques » et « Olympiade » sans devoir satisfaire aux conditions de droit commun du droit des marques, sont d’interprétation restrictive et ne peuvent s’appliquer à l’abréviation J.O., laquelle est susceptible de désigner d’autres produits, services ou institutions, y compris publics, et ce, quand bien

même cette abréviation serait combinée avec des éléments de nature à l’associer implicitement aux jeux Olympiques.

Protection acquise contre le parasitisme

En revanche, le CNOSF a obtenu gain de cause sur le terrain du parasitisme. En proposant aux internautes un jeu concours sous le slogan « A l’occasion de VANCOUVER jouez et gagnez un masque Nova par jour ! », l’opération commerciale a profité de l’image positive attachée aux jeux Olympiques a été utilisée sans autorisation par la société Bushnell auprès des internautes ayant consulté le site de la marque Bollé, dans le but de renforcer leur intérêt pour ses produits en les associant avec l’événement constitué par la tenue simultanée des jeux Olympiques de Vancouver. ^

Pareillement, il existait une parfaite concomitance entre l’organisation des jeux Olympiques de Vancouver et le jeu-concours Bollé.

La société Bushnell a ainsi, de manière fautive, contrevenu aux usages loyaux du commerce en cherchant à tirer un profit indu du travail et des investissements réalisés par le CNOSF en tentant d’y associer, sans autorisation et sans droit sa propre activité commerciale, commettant ainsi un acte de parasitisme (20.000 euros de dommages et intérêts).

[Télécharger](#) la décision

Musique des défilés de mode : une œuvre composite

Défilé de mode, une oeuvre composite

A l'heure de la Fashion Week, la société Barbara Bui a dû être plus que surprise en se retrouvant assignée pour contrefaçon en dépit du paiement de sa redevance SACEM pour sonoriser l'un de ses défilés.

Le défilé de mode et sa captation ont reçu la qualification juridique d'oeuvres composites au sens de l'article L 113-2, 2ème alinéa du code de la propriété intellectuelle (CPI) puisqu'ils incorporent en sonorisation du défilé des oeuvres musicales, sans la collaboration des auteurs de ces oeuvres.

Exclusion des droits d'adaptation

L'oeuvre composite doit être distinguée de l'adaptation d'une oeuvre préexistante dans la mesure où, ainsi que l'énonce l'article L 113-2 du CPI, l'incorporation de cette oeuvre suppose qu'elle se trouve intégrée, telle quelle sans modification, dans l'oeuvre seconde. Or, la reprise des deux oeuvres musicales revendiquées dans le cadre de la sonorisation du défilé de mode, qui a ensuite fait l'objet d'une captation audiovisuelle, n'était pas une adaptation de ces oeuvres mais leur reproduction.

L'article L 113-4 du CPI pose que l'oeuvre composite est la propriété de l'auteur, sous réserve des droits de l'auteur de l'oeuvre préexistante. L'incorporation de l'oeuvre préexistante doit donc être faite avec le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause conformément aux dispositions de l'article L 122-4 du CPI. Le consentement porte donc sur la représentation ou la reproduction intégrale ou partielle de l'oeuvre première et non pas sur son adaptation.

Sonorisation des défilés : compétence exclusive de la SACEM

Il ressort de l'article 1er des statuts de la SACEM que « Tout auteur, auteur réalisateur ou compositeur admis à adhérer aux présents Statuts fait apport à la société, du fait même de cette adhésion, en tous pays et pour la durée de la société, du droit d'autoriser ou d'interdire l'exécution ou la représentation publique de ses oeuvres, dès que créées » et de l'article 2 que « Du fait même de leur adhésion aux présents Statuts, les Membres de la société lui apportent, à titre exclusif et pour tous pays, le droit d'autoriser ou d'interdire la reproduction mécanique de leurs oeuvres telles que définies à l'article 1er ci-dessus, par tous moyens connus ou à découvrir ».

En conséquence de leur adhésion à la SACEM, les auteurs apportent leur droit patrimonial d'autoriser ou d'interdire la reproduction de leurs oeuvres musicales, ce qui inclut, l'utilisation de leurs oeuvres pour sonoriser des défilés de mode, ainsi que leur

captation. Les auteurs ne peuvent remettre en cause l'autorisation ainsi donnée à la SACEM en invoquant une prétendue adaptation de leurs oeuvres.

Protocole d'accord SACEM / FFC

Un protocole d'accord a été passé le 31 juillet 1997 entre la SACEM et la Fédération française de la couture (FFC), du prêt à porter, des couturiers et des créateurs de mode, aux termes duquel la SACEM s'est engagée à accorder à tout adhérent de la FFC l'autorisation de représentation ou de reproduction prévue par les articles L 122-4 et L 132-18 du code de la propriété intellectuelle afin d'exécuter, de faire ou laisser exécuter publiquement les oeuvres du répertoire de la SACEM (à l'exclusion de leurs projections dans les salles de spectacles cinématographiques et les vidéogrammes licitement commercialisés pour l'usage privé sur le territoire français).

[Télécharger la décision](#)

Protection de l'univers d'une marque

Le Petit Marseillais c/ Le P'tit Zef

Le titulaire d'une marque est en droit d'obtenir la protection étendue de sa marque contre une gamme de produits susceptible de générer un risque de confusion. « Le Petit Marseillais » a ainsi obtenu la condamnation d'un concurrent « Le P'tit Zef » dont la gamme de produits bretons pouvait induire un risque de confusion.

Appréciation du risque de confusion

Dès lors que la marque seconde n'est pas la reproduction à l'identique de la marque antérieure, les juges recherchent s'il n'existe pas, entre elles, un risque de confusion (qui comprend le risque d'association), lequel doit être apprécié globalement en se fondant sur l'impression d'ensemble produite par les marques en cause au regard de leurs éléments dominants et distinctifs et en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce

En l'occurrence les produits cosmétiques étaient identiques (crèmes, laits, lotions, gels, masques de beauté, gommages ...).

Visuellement, les signes en cause ont chacun une séquence dénominative présentant la même attaque 'Le Petit' pour la marque antérieure et 'Le P'tit' pour les marques secondes, la présence d'une apostrophe à la place de la lettre 'e' dans le mot 'petit' ne constituant qu'un diminutif non déterminant.

Il s'agit en outre de marques semi-figuratives dont l'élément figuratif de la marque première représente un enfant vêtu d'un costume marin (marinière rayée,

pantacourt et chaussures) et d'un bonnet, en position assise de biais en bordure d'un cadre en forme de losange, la tête de profil aux traits indistincts ; l'élément figuratif de la marque 'Le P'tit Zef' représente aussi un personnage vêtu d'une vareuse sur une marinière rayée et d'un chapeau breton garni de rubans, de face et en mouvement, aux traits souriants, dans une vignette ronde encadrée à droite et à gauche par quatre lignes horizontales, le tout surmontant la mention 'Le P'tit Zef'.

Si les personnages représentés dans les éléments figuratifs diffèrent par leur position (statique et de biais pour la marque antérieure, en mouvement et de face pour la marque seconde), leurs traits (indistincts et réaliste pour la marque antérieure, net et caricatural pour la marque seconde) et leur costume (une marinière très visible et un bonnet pour la marque antérieure, une vareuse sur une marinière peu perceptible et un chapeau breton garni de rubans pour la marque seconde), il n'en reste pas moins qu'ils ont en commun de représenter un personnage vêtu d'un costume marin, lequel se trouve dans un cas comme dans l'autre placé dans un cadre (losange pour la marque antérieure cercle pour la marque seconde) avec de chaque côté des lignes horizontales similaires même si leur nombre diffère (trois pour la marque antérieure, quatre pour la marque seconde).

Il se dégage bien une impression visuelle d'ensemble présentant une certaine proximité renforcée par le fait que le consommateur n'a pas forcément sous les yeux les deux marques en même temps et ne peut que se référer à la mémoire, nécessairement imprécise, qu'il peut en avoir conservé.

Phonétiquement, les signes ont en commun leur sonorité d'attaque (« le petit »).

Conceptuellement, un faible degré de similitude entre les signes pris dans leur ensemble peut être compensé par un degré de similitude élevé entre les produits ou les services désignés s'il peut exister un risque de confusion entre les signes.

Univers de la Provence c/ Univers de la Bretagne

La marque du Petit Marseillais fait référence à un enfant originaire de la ville de Marseille et la marque Le P'tit Zef évoque la région de Bretagne. Les signes en cause présentent ainsi de fortes similitudes conceptuelles en renvoyant chacune à l'image d'un enfant originaire d'une ville portuaire française importante : Marseille pour la marque antérieure et Brest pour les marques secondes.

Le consommateur moyennement attentif sera amené à croire que les marques secondes sont la déclinaison régionale pour la ville de Brest et la Bretagne de la marque antérieure renvoyant à la ville de Marseille et à la Provence et à penser qu'elles émanent de sociétés économiquement liées, de telle sorte qu'il existe un risque de confusion certain entre les marques en cause.

La contrefaçon de marque a été jugée établie et conformément à l'article L 714-3 du code de la propriété intellectuelle, la nullité des marques semi-figuratives contrefaisantes 'Le P'tit Zef' a été prononcée.

[Télécharger la décision](#)

« Au nom du peuple », une marque déposée

Action en contrefaçon contre le FN

D'aucuns se sont interrogés sur la validité du slogan « Au nom du Peuple » adopté par le Front National (FN) en vue des prochaines élections présidentielles. Une association loi 1901 qui a choisi cette locution à titre de dénomination sociale, a tenté en vain de faire interdire l'usage de la devise de la République par le FN.

Intérêt à agir de l'association

Tout le monde n'a pas intérêt à agir en nullité du slogan « Au nom du Peuple » déposé à titre de marque par le FN. Un citoyen lambda n'a pas qualité à agir sur le fondement de l'article 3 de la Constitution en faisant valoir que le FN ne peut « privatiser l'expression Au nom du peuple », une entité privée n'étant en effet pas recevable à emprunter les voies judiciaires pour défendre l'intérêt général

Il résulte de l'article 31 du code de procédure civile que l'intérêt à agir qui doit être né et actuel, s'entend de tout avantage susceptible de résulter, en faveur du demandeur, de la mise en oeuvre du droit dont il se prétend titulaire. Cet intérêt n'est pas subordonné à la démonstration préalable du bien-fondé de l'action, l'existence du droit invoqué par le demandeur étant une condition du succès de son action et non de sa recevabilité.

Pas d'atteinte à la dénomination sociale

L'association a été jugée recevable à agir au titre du dépôt frauduleux de marque par le FN au titre de l'adage « fraus omni corrompit » et des faits de concurrence déloyale et parasitaire fondés sur l'article 1240 (nouveau) du code civil. En effet, l'association avait bien intérêt à agir à l'encontre de ceux qui ont, soit déposé, soit exploité à leur profit dans la vie publique, un signe identique à sa dénomination.

L'atteinte à la dénomination sociale de l'association n'a toutefois pas été retenue. Selon l'article L 711-4 du code de propriété intellectuelle : « Ne peut être adopté comme marque un signe portant atteinte à des droits antérieurs, et notamment: b) A une dénomination ou raison sociale, s'il existe un risque de confusion dans l'esprit du public [...] ».

Concernant une dénomination sociale, l'antériorité existe dès lors qu'elle a fait l'objet d'une immatriculation au registre du commerce et des sociétés pour une société, ou une déclaration à la préfecture pour une association. En l'espèce, la déclaration à la préfecture de l'association avait bien été publiée. La marque en cause était bien reproduite à l'identique mais le risque de confusion n'était pas établi.

La loi n'a pas précisé que la protection de la dénomination sociale doit obéir au principe de spécialité, c'est-à-dire au critère d'identité ou de similarité des services et produits visés dans la marque critiquée en comparaison à l'objet social, ou plus précisément à l'activité réelle de la personne morale, qui oppose sa dénomination sociale. Toutefois, l'appréciation de l'existence d'un risque de confusion aux yeux du public implique nécessairement de prendre en compte le domaine d'activité dans lequel intervient la personne morale qui porte cette dénomination. C'est ce qu'a précisé la Cour de Cassation (Ch. Com, 22 février 2005) en indiquant « l'indisponibilité d'un signe résultant d'une dénomination sociale antérieure s'apprécie au regard du risque de confusion impliquant l'examen des produits ou services désignés au dépôt de la marque postérieure ».

La loi n'a pas non plus précisé, à la différence des atteintes au nom commercial ou à une enseigne, que la dénomination sociale doit être connue sur le territoire national. Cependant, l'appréciation de l'existence d'un risque de confusion aux yeux du public implique nécessairement de prendre en compte, dans l'appréciation in concreto de ce risque, l'ampleur du rayonnement dont jouit la dénomination sociale opposée aux yeux du public pris en considération. Ainsi une dénomination sociale qui jouit d'une renommée, échappera au principe de spécialité.

La charge de la preuve de l'existence d'un risque de confusion pèse sur le demandeur à l'annulation. L'association ne revendiquait pas la renommée de sa dénomination sociale mais indiquait être connue au plan national du fait de ses interventions, notamment auprès des parlementaires français et européens (activités de lobbying). Les actions de l'association est une activité qui consiste à agir pour infléchir une norme, en créer une nouvelle ou supprimer des dispositions existantes en intervenant auprès des décideurs publics sur les questions relatives au fonctionnement de la Justice. Elle n'intervient à l'évidence pas dans le domaine des classes de marque visées par le dépôt de la marque du FN (imprimerie, services de la publicité, télécommunications...). Il n'était donc pas démontré un risque de confusion aux yeux du public entre la dénomination de l'association et la marque du FN.

Exclusion des droits d'auteur

En l'espèce, l'association n'a pu établir qu'elle disposait d'un droit d'auteur sur la locution « Au nom du peuple ». L'association a repris une expression juridique utilisée

notamment par les rédacteurs du code de procédure civile à l'article 454 « le jugement est rendu au nom du peuple français ». Le simple fait de retirer le mot « français » à une expression juridique couramment utilisée depuis la Révolution française, ne peut suffire à démontrer un effort créatif et l'empreinte de la personnalité de son auteur, mais correspond plutôt à une simple abréviation dépourvue de toute originalité.

[Télécharger la décision](#)

Effet de gamme | Affaire Maison du Monde

Efficacité de la concurrence déloyale

La concurrence déloyale peut prendre efficacement le relais de la protection par les droits d'auteur. La société Maisons du Monde a ainsi obtenu la condamnation de l'enseigne Gifi pour concurrence déloyale. Cette dernière avait proposé à la vente des coussins reproduisant des accroches visuelles de type « Cuba ».

Limites à la liberté du commerce

Le principe de la liberté du commerce implique qu'un produit qui ne fait pas l'objet de droits de propriété intellectuelle peut être librement reproduit, sous certaines conditions tenant notamment en l'absence de risque de confusion dans l'esprit du consommateur sur l'origine du produit.

En l'occurrence, l'ensemble des éléments distinctifs des décors « Cuba », « Havana » et « Trinidad » développés par la société Maisons du Monde ont été reproduits à l'identique par les sociétés Gifi, cette dernière ayant simplement décalqué et découpé ces éléments pour les apposer sur ses propres produits. Il s'agissait de la reproduction des éléments suivants :

- une association spécifique de couleurs vives (bleu turquoise, rose, rouge, jaune, orange, vert anis, violet)
- la reproduction d'illustrations évoquant Cuba, telles que des berlines des années 1950, de vieux bâtiments de la Havane, le slogan « Cuba Libre », l'image de Che Guevara,
- des éléments graphiques dessinés spécifiquement pour accrocher le consommateur et l'inviter à voyager dans l'univers cubain,
- un tampon « Cuba Libre » apposé de manière légèrement inclinée, dans une typographie spécifique,
- un cachet postal avec diverses inscriptions en lettres majuscules détournées noires et dans une police évoquant une fabrication artisanale,

-le sigle « Z486 » apposé en lettres majuscules et en police « Stencil » de style pochoir.

Reprise illicite d'une gamme

Si pris isolément, chacun de ces éléments ne caractérise pas, à lui seul un acte déloyal, en revanche leur ensemble révèle la reprise sans nécessité de multiples éléments caractérisant et identifiant les produits « Cuba », « Havana » et « Trinidad » de la société Maisons du Monde. Cette reprise est de nature à créer un risque de confusion, dès lors que le consommateur moyen normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, n'ayant gardé en mémoire qu'un souvenir imparfait des produits en présence, sera amené à croire que les produits vendus dans les magasins à l'enseigne Gifi sont issus d'une même gamme que ceux commercialisés par la société Maisons du Monde ou en constituent des déclinaisons.

Cette reprise sans nécessité de nature à créer une confusion, traduit un comportement déloyal attentatoire à l'exercice paisible et loyal du commerce (35.000 euros de dommages et intérêts)..

[Télécharger](#) la décision

Luxe en ligne | Affaire Brandalley

Vente hors d'un réseau de distribution sélective

Sévère revers pour le groupe Coty qui a poursuivi sans succès le site Brandalley pour violation de son réseau de distribution sélective, concurrence déloyale, publicité trompeuse et parasitisme.

Le groupe Coty bénéficie de licences exclusives dans le monde entier pour la création, le développement et la commercialisation, de nombreuses marques de luxe (Bottega Veneta, Balenciaga, Calvin Klein, Cerruti, Chloe, Chopard, Davidoff ...). La filiale française commercialise des produits cosmétiques et de parfumerie de luxe par l'intermédiaire de différents distributeurs en France.

Licéité du réseau : le seuil des 30% de parts de marché

Se prévalant d'actes de concurrence déloyale commis à son encontre, la société Coty France a dû rapporter la preuve que son réseau de distribution sélective était licite et justifié par les produits devant être commercialisés. Sur ce dernier point, la nature des produits commercialisés, marques de luxe, exigeait bien une qualification du distributeur qui doit offrir à la clientèle des services et assistance de qualité, un point de vente qui reflète le prestige des marques et un environnement adapté que seul la distribution sélective par réseau permet d'obtenir.

En revanche la preuve de la licéité du réseau n'a pas été apportée. Le contrat de distribution Coty comportait une disposition destinée à assurer l'étanchéité juridique du réseau en interdisant la revente à des distributeurs non agréés. Pour déterminer la validité du réseau, il convient de se référer à l'article 81 §1 du traité de Rome (alors en vigueur), à l'article 101 du TFUE et au règlement 2790/1999 du 22 décembre 1999 ainsi qu'à l'article L 420-1 du Code de commerce.

Le droit européen prévoit une exemption pour les accords de distribution dits «accords verticaux» conclus entre les distributeurs et le fournisseur lorsque la part de marché détenue par le fournisseur ne dépasse pas 30 % et ce, sous réserve que les accords de distribution ne comportent pas de restrictions caractérisées. Or, Coty France n'établissait pas la preuve que sa part de marché était inférieure à 30 % au moment des ventes flash qu'elle reprochait à Brandalley. Et à supposer qu'elle ait fait la preuve qu'elle détient une part de marché inférieure à 30 %, elle devrait encore justifier que son réseau était licite en ce que ses contrats de distribution ne comportaient pas de clauses noires.

Présence de clauses noires

A la lecture du contrat de distribution Coty, les juges ont constaté qu'il permettait par exemple l'exclusion de la vente aux agents d'achats (comités d'entreprise, collectivités) agissant pour le compte des utilisateurs finaux, ce qui constitue une restriction caractérisée prévue par l'article 4c du règlement européen. De même, constitue une autre restriction caractérisée le fait d'interdire au distributeur agréé de réaliser une vente active d'un nouveau produit contractuel vers un Etat membre de l'Union où la société Coty France ou une société du même groupe ne l'aurait pas mis en vente, pendant un délai d'un an à compter de la date du premier lancement du produit. Des clauses noires sont donc bien stipulées au contrat de distribution, ce qui exclut tout caractère licite du réseau.

[Télécharger](#) la décision

Remix musical et droit moral

Dénaturation et paternité sur l'œuvre

Une société a été condamnée pour violation du « droit moral » des auteurs d'une œuvre de folklore gitan au titre d'un titre musical remixé qu'elle avait commercialisé. Le Tribunal n'a pas retenu de dénaturation mais uniquement un manquement au droit à la paternité des artistes interprètes.

Le seul fait d'avoir ajouté des « synthétiseurs contraires à l'esprit gitan authentique » n'a pas été jugé comme dénaturant l'œuvre reprise. Seule une étude comparative des éléments mélodiques, harmoniques et rythmiques aurait permis d'établir une dénaturation. « L'expertise

contrefaçon » établie par la SACEM a au contraire conclu à l'existence d'une seule et même œuvre, ce qui excluait l'existence d'une dénaturation de l'œuvre elle-même.

Mention du crédit sur les pochettes

L'atteinte au droit à la paternité des auteurs a été en revanche établie, les crédits portés sur les albums de remix ne mentionnaient pas la qualité d'auteur des artistes qui étaient uniquement désignés sous leur pseudonyme « Lito y manolo » en qualité d'interprètes (« Guitars & Vocals »).

A noter que les crédits erronés portés sur la déclaration de l'œuvre auprès d'une société de gestion collective, n'ont pas constitué une atteinte au droit moral des auteurs s'agissant de mentions portées sur un document interne à la société de gestion collective et non destinées à une diffusion publique (faute délictuelle sanctionnable uniquement sur le fondement de l'article 1382 du code civil et en cas de préjudice démontré).

Droit moral de l'artiste interprète

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

Dans ce cadre, l'auteur jouit aussi du droit au respect de son nom, de sa qualité et de son œuvre. Ce droit perpétuel, inaliénable et imprescriptible est attaché à sa personne et est transmissible à cause de mort aux héritiers de l'auteur.

Par extension, l'article L 212-2 du code de la propriété intellectuelle confère à l'artiste-interprète le droit au respect de son nom, de sa qualité et de son interprétation.

[Télécharger](#) la décision

COMMUNICATION ELECTRONIQUE



Retrouvez l'intégralité de l'actualité juridique de la communication électronique à partir de votre espace abonné sur Actoba.com. Une thématique intéressante ? Paramétrez-la en mot clef et recevez vos alertes par email



Délais de réalisation du site internet

Responsabilité commune

Les délais de réalisation d'un site internet ne relèvent pas unilatéralement du prestataire. Le client doit aussi, par son comportement, veiller au respect des délais convenus.

Dans cette affaire, le client d'un prestataire a été condamné pour résiliation abusive. Le client avait qualifié la résiliation « d'immédiate ». Or, en premier lieu, les dispositions contractuelles prévoyaient une résiliation immédiate uniquement dans le cas de la force majeure, laquelle n'était pas en cause. Dans les autres cas il était prévu contractuellement, l'envoi d'une mise en demeure faisant courir un délai de 30 jours de sorte que les conditions stipulées entre les parties n'ont pas été respectées.

Faute contractuelle nécessaire

En toute hypothèse que ce soit au titre de la résiliation unilatérale ou de l'exception d'inexécution des manquements de nature contractuelle doivent être établis. En l'espèce, le client a fait état au titre du site internet livré « d'un style plat et fade » et du non-respect des délais de livraison.

Le contrat stipulait d'une part l'obligation pour le client de fournir les éléments nécessaires à la conception du site dès la signature du contrat et d'autre part, la rédaction (par le client) d'un cahier des charges précisant ses besoins et les caractéristiques et fonctionnalités du site.

Or, il apparaissait que le client n'avait pas établi de cahier des charges. Celui-ci était envisagé par le contrat mais le concepteur ne pouvait s'appuyer que sur le

devis détaillé. Cela était nécessairement générateur de modifications ultérieures, lesquelles ne pouvaient qu'avoir une incidence sur le délai contractuellement prévu. Il apparaissait aussi que l'ensemble des pièces nécessaires à la conception du site n'a pas été fourni initialement. Les documents ont été adressés de manière successive et ce au cours des modifications souhaitées par le client.

Responsabilité du client

Les juges ont retenu la responsabilité du client : en n'adressant pas immédiatement les éléments au prestataire et en formulant des demandes de modifications substantielles, le client a engagé sa responsabilité contractuelle (rupture abusive du contrat de commande de site internet)..

[Télécharger](#) la décision

Connexions internet abusives du salarié

Temps de travail effectif

Etre sur son lieu de travail mais naviguer sur internet pour des finalités étrangères aux missions du salarié, n'entre pas dans le périmètre du temps de travail effectif. En effet, l'article L.3121-1 du code du travail dispose que la durée du travail effectif est le temps pendant lequel le salarié est à la disposition de l'employeur et se conforme à ses directives sans pouvoir vaquer librement à des occupations personnelles.

Abus de l'internet

En l'espèce, il était reproché à un salarié d'avoir adopté un comportement contraire à ses obligations professionnelles consistant à avoir détourné l'utilisation du matériel informatique, appartenant à un client de son employeur, auprès duquel il était dépêché. Il lui était également reproché d'avoir utilisé de manière abusive la connexion Internet.

Obligations du salarié

Il résultait du contrat de travail du salarié, une obligation de respecter les consignes générales, parmi lesquelles « ne pas quitter votre poste avant d'avoir été remplacé(e), ni en cours de service, sauf cas prévus par la loi ; ne pas dormir en service ni s'occuper à des activités d'ordre personnel, la vigilance devant être constante ; et ne pas utiliser le téléphone et tout matériel professionnel à des fins personnelles ».

De même, une note d'information transmise aux salariés avait eu pour objet un rappel sur le matériel de l'entreprise avec application immédiate : « l'utilisation du matériel RENAULT/ SAMSIC. Internet, Téléphone À DES FINS PERSONNELLES EST STRICTEMENT INTERDITE ».

Selon les historiques de connexion Internet et des plannings du salarié, des sites Internet de voyages, de location de salle de réception, Facebook et autres ont été consultés durant le temps de travail du salarié pendant plusieurs heures, de manière continue et répétée. A noter que le salarié avait fait l'objet de plusieurs rappels à l'ordre et s'était vu sanctionné par une mise à pied disciplinaire. Le licenciement pour faute grave du salarié était donc justifié.

Conditions du licenciement pour faute grave

La faute grave est celle qui résulte d'un fait ou d'un ensemble de faits imputables au salarié qui constitue une violation des obligations résultant du contrat de travail ou des relations de travail d'une importance telle qu'elle rend impossible le maintien du salarié dans l'entreprise et justifie son départ immédiat. L'employeur qui invoque la faute grave pour licencier doit en rapporter la preuve.

Selon l'article L.1235-1 du code du travail, en cas de litige relatif au licenciement, le juge, à qui il appartient d'apprécier la régularité de la procédure et le caractère réel et sérieux des motifs invoqués par l'employeur, forme sa conviction au vu des éléments fournis par les parties, au besoin après toutes mesures d'instruction qu'il estime utiles ; si un doute subsiste, il profite au salarié.

Ainsi l'administration de la preuve en ce qui concerne le caractère réel et sérieux des motifs du licenciement n'incombe pas spécialement à l'une ou l'autre des parties, l'employeur devant toutefois fonder le licenciement sur des faits précis et matériellement vérifiables.

[Télécharger la décision](#)

Google Suggest : non-lieu confirmé

Citation pour injure publique

On se souvient qu'une agence immobilière avait porté plainte et s'était constituée partie civile du chef d'injure publique, après avoir constaté que le moteur de recherche Google, proposait, dans une rubrique « Recherches Associées », sa dénomination sociale associée au mot « arnaque ». Saisie de l'affaire, la Cour de cassation vient de confirmer l'ordonnance de non-lieu rendue en appel.

« Google Suggest » = « Recherches associées »

Pour déclarer les faits prescrits, l'arrêt a retenu que l'apparition des termes litigieux sur le service « Recherches associées » ne peut être considérée comme une nouvelle publication au sens de l'article 65 de la loi du 29 juillet 1881. « Google Suggest » et « Recherches associées » ne sont pas deux outils indépendants de Google mais doivent être analysés comme des fonctionnalités différentes du même moteur de recherche, dont les résultats sont entièrement automatisés et dépendent d'un algorithme sans intervention humaine ou reclassement des résultats et donnant lieu à deux rubriques distinctes.

Prescription acquise

Pour rappel, le point de départ du délai de prescription de l'action publique prévu par l'article 65 de la loi du 29 juillet 1881 doit être fixé à la date du premier acte de publication, laquelle s'entend de la date à laquelle le message a été mis pour la première fois à la disposition des utilisateurs du réseau.

Ne saurait donc constituer une nouvelle publication sur le réseau internet au sens de l'article 65 de la loi du 29 juillet 1881, d'un contenu déjà diffusé sur « Google Suggest ». La juxtaposition de mots de l'outil « Recherches associées » résulte bien d'un processus purement automatique et aléatoire issu d'une fonction intégrée dans un moteur de recherche, exclusive de toute volonté de son exploitant d'émettre, à nouveau, les propos critiqués..

[Télécharger la décision](#)

Droit à la déconnexion du salarié : priorité à la négociation

Les apports du rapport Mettling

Dans le cadre d'une mission confiée par le Gouvernement au printemps 2015, Bruno Mettling, alors directeur des ressources humaines du groupe Orange, a remis un rapport consacré aux effets de la transformation numérique sur la vie au travail. Le rapport a formulé 36 propositions dont le droit à la déconnexion du salarié. Par son avis du 17 mars 2016, le Conseil d'État a relevé que rien ne s'opposait à ce qu'un accord de branche définisse les modalités d'exercice par les salariés des entreprises de cette branche de leur droit à la déconnexion dans l'utilisation des outils numériques. Dans la mesure où ce nouveau droit a pour finalité d'assurer le respect des temps de repos et de congés, le législateur n'a pas méconnu l'étendue de sa compétence en prévoyant qu'un accord d'entreprise pouvait en définir les modalités d'exercice.

Négocier annuellement la déconnexion

Le « droit à la déconnexion » du salarié (salarié cadre essentiellement), posé par la loi n° 2016-1088 du 8 août 2016, est applicable depuis le 1er janvier 2017. Il a pour objectif d'assurer le respect des temps de repos et de congé et préserver la vie familiale et personnelle des salariés. Le droit à la déconnexion est affirmé par le 7° de l'article L. 2242-8 du code du travail : dans les entreprises où sont constituées une ou plusieurs sections syndicales d'organisations représentatives, l'employeur doit engager chaque année, une négociation sur la qualité de vie au travail qui porte, entre autres, sur la mise en place de dispositifs de régulation de l'utilisation des outils numériques, en vue d'assurer le respect des temps de repos et de congé ainsi que de la vie personnelle et familiale. Contrairement à la négociation annuelle sur les salaires, l'absence de négociation du droit à la déconnexion n'est pas sanctionnée.

Clause dédiée de la charte d'usage des outils informatiques

A défaut d'accord collectif, l'employeur peut élaborer une charte, après avis du comité d'entreprise ou, à défaut, des délégués du personnel. Cette charte définit les modalités de l'exercice du droit à la déconnexion et prévoit en outre la mise en œuvre, à destination des salariés et du personnel d'encadrement et de direction, d'actions de formation et de sensibilisation à un usage raisonnable des outils numériques. Le droit à la déconnexion peut être intégré à une charte existante ou au guide de bon usage de la messagerie.

Pratiques juridiques existantes

Plusieurs entreprises ont intégré l'enjeu de la déconnexion dans la négociation des conditions de vie au travail : l'article 17 de l'accord national interprofessionnel du 19 juin 2013 relatif à l'amélioration de la qualité de vie au travail y fait référence ; l'accord sur les conditions de vie au travail signé au sein de plusieurs banques : l'adoption par le groupe Volkswagen d'une mesure de mise en veille des serveurs depuis un smartphone professionnel entre 18h15 et 7h le lendemain ; l'accord de branche signé le 1er avril 2014, entre le Syntec, le Cinov39, la CFDT et la CFE-CGC qui met en place une obligation de déconnexion des outils de communication à distance pour les cadres travaillant au forfait jours pour garantir le respect des durées minimales de repos (avec outil de suivi du droit à la déconnexion pour l'employeur).

Sous-location sur Airbnb : pas de résiliation abusive du Bail

Appréciation de la faute du locataire

Les juges d'appel auraient-ils été sensibles à la problématique du droit au logement ? Quoi qu'il en soit, la mise en location ponctuelle d'un logement sur la plateforme Airbnb, même sans l'accord du bailleur, n'a pas été jugée suffisamment grave pour justifier une résiliation du bail d'habitation.

Clause résolutoire

Par application des dispositions de l'article 1184 du code civil, la condition résolutoire est toujours sous-entendue dans les contrats synallagmatiques, pour le cas où une des deux parties ne satisfera point à son engagement. Dans ce cas, le contrat n'est pas résolu de plein droit. La partie envers laquelle l'engagement n'a point été exécuté, a le choix ou de forcer l'autre à l'exécution de la convention lorsqu'elle est possible, ou d'en demander la résolution avec dommages et intérêts. La résolution doit être demandée en justice, et il peut être accordé au défendeur un délai selon les circonstances.

Sur cette base, la jurisprudence la plus autorisée a eu l'occasion de préciser que lorsque le contrat ne contient aucune clause expresse de résolution, il appartient aux tribunaux d'apprécier souverainement, en cas d'inexécution partielle, si cette inexécution a assez d'importance pour que la résolution soit prononcée immédiatement.

Il est admis également que le juge peut tenir compte pour l'appréciation de cette gravité dans le manquement de l'amélioration du comportement du débiteur de l'obligation à réception de la plainte du créancier.

Mise en demeure du locataire

Ainsi, si une mise en demeure préalable et formelle du bailleur n'est pas exigée avant d'initier une procédure en résiliation de bail, encore faut-il que ce dernier agisse de bonne foi et ait clairement manifesté préalablement sa volonté de voir cesser l'infraction auprès du preneur.

En l'occurrence, les conditions générales du bail conclu entre les parties prohibaient bien toute sous-location des lieux loués mais en matière de sous-location clandestine d'une partie de l'appartement, il convient de préciser que seule peut constituer une infraction grave aux stipulations du bail, une sous-location effective et non pas la seule intention d'y procéder fut-elle caractérisée par des offres sur un support électronique.

Par ailleurs, le bailleur n'a formulé auprès du locataire aucune demande d'explication préalable, ni d'un rappel aux termes du bail. Suite à l'assignation, les locataires ont aussitôt mis fin à une pratique dont on peut admettre qu'ils ignoraient de bonne foi le caractère illégal au regard de la loi des parties.

Volonté délibérée et durable de violer le bail

A défaut de caractériser une volonté délibérée et durable de transgresser l'interdiction de sous-louer, le bailleur ne peut trouver une cause grave de résiliation du bail dans le simple fait d'avoir ponctuellement offert une chambre de cet appartement à la sous-location. Dans ces conditions, aucun des griefs soutenus par le bailleur ne caractérise la « cause grave » exigée pour qu'il soit procédé judiciairement à la résiliation du bail.

[Télécharger la décision](#)

Changement de forfait imposé

Changement unilatéral de forfait

Imposer un changement de forfait à un abonné est certes mal perçu mais est-ce légal ? C'était la question posée dans cette affaire.

Un abonné a souscrit auprès de la société SFR à l'offre « Illimythics Pro 3h », comprenant des communications illimitées, sur la tranche horaire 8h-18h et 3 heures de communication en dehors. L'opérateur a « remplacé » cette offre sans adresser à l'abonné un courrier formel en ce sens. L'opérateur a continué à adresser à l'abonné des factures portant la même référence de contrat mais avec des prestations de communications électroniques distinctes. Il ne s'agissait donc pas d'une résiliation mais d'une modification des conditions initiales du contrat.

Notification contractuelle impérative

La « migration fidélisante » dont faisait état l'opérateur

s'analysait donc comme une modification des conditions contractuelles, et non comme une résiliation du contrat.

Or, l'article L 224-30 du code de la consommation (ordonnance du 14 mars 2016) impose que tout projet de modification des conditions contractuelles de fourniture d'un service de communication électroniques (contrat à durée indéterminée) doit être communiqué par le prestataire ou consommateur par écrit ou sur un autre support durable à la disposition de ce dernier au moins un mois avant son entrée en vigueur.

Cette notification doit être assortie de l'information selon laquelle le consommateur peut, tant qu'il n'a pas expressément accepté les nouvelles conditions, résilier le contrat sans pénalité de résiliation et sans droit à dédommagement, jusque dans un délai de quatre mois après l'entrée en vigueur de la modification.

Pour les contrats à durée déterminée ne comportant pas de clause déterminant précisément les hypothèses pouvant entraîner une modification contractuelle ou de clause portant sur la modification du prix, le consommateur peut exiger l'application des conditions initiales jusqu'au terme de la durée contractuelle.

En application de l'article 9 du Code de procédure civile, il appartient à l'opérateur de prouver qu'il a délivré sa notification contractuelle.

Droit de résiliation sans pénalités

Erreur d'interprétation répandue : le code de la Consommation n'offre cependant pas au consommateur la possibilité de s'opposer à la modification envisagée par l'opérateur ou de maintenir les conditions contractuelles initiales (hormis le cas d'un contrat à durée déterminée ne prévoyant pas l'hypothèse d'une telle modification, ce qui n'était pas le cas en l'espèce, le contrat conclu entre SFR et l'abonné étant à durée indéterminée).

En conséquence, l'abonné n'avait que la possibilité de résilier le contrat sans frais ni dédommagement, faculté qu'il n'a pas exercée. Le premier juge ne pouvait en conséquence pas faire droit à la demande de l'abonné et juger que le forfait illimité continuait à s'appliquer.

[Télécharger la décision](#)

Processus qualité et contrôle des salariés

Outils informatiques de suivi de la qualité

La société Orange a développé des outils informatiques intitulés « Boucle qualité processus » (BPQ) et « Boucle qualité apprenante » (BQA) qui ont pour objectif de développer les bonnes pratiques des salariés

dans l'application des processus, afin d'améliorer la qualité, de réduire les coûts des processus internes et d'améliorer le niveau de satisfaction des clients.

La BPQ fonctionne sur le modèle suivant :

– une collecte des écarts de pratiques qualifiées de «tags», correspondant à des erreurs ou des omissions d'application des processus préjudiciables au client à l'entreprise, aux salariés qui interviennent en avals, ces écarts pouvant être saisis manuellement, « injectés en masse » à partir d'extraction du système d'information ou faire l'objet d'extractions particulières,

– la réception et le traitement des signalements des écarts de pratique, lesquels sont transmis aux responsables d'équipe des salariés concernés, selon des choix définis par chaque établissement secondaire en fonction des bénéfices attendus et de ses priorités.

Les BQA concernent les responsables locaux processus, chargés d'analyser les flux et la nature des écarts relevés par le biais des précédentes puis de transmettre leurs analyses aux responsables nationaux processus auxquels est confiée une mission de synthèse en vue de proposer des évolutions éventuelles des processus en vigueur.

Surveillance de l'activité des salariés

Un syndicat a contesté sans succès la légalité de ces outils informatiques en ce qu'ils auraient mis en place une surveillance permanente et excessive des salariés.

Les juges ont relevé que la mise en place de ces outils était accompagnée d'une charte de bonne conduite ayant pour objet de définir les règles de son bon usage dans le cadre de la démarche boucle qualité apprenante. Ces outils ne sont ni des outils d'évaluation de la performance individuelle, ni des outils de comparaison entre salariés et ils ne peuvent pas être utilisés pour fixer des objectifs individuels lors des entretiens d'évaluation. Ils ne servent pas non plus dans la gestion des parcours professionnels.

Légalité des outils mis en place

Le dispositif a été jugé licite dès lors que :

– l'anonymat du conseiller «front» à l'origine d'un signalement d'un dysfonctionnement est préservé, seul le manager étant autorisé à procéder à la saisie de cet événement ;

– l'émission de signalisation se fait unique sur la base du volontariat,

– la posture de chacun autour de la démarche BQA s'appuie sur une charte de bon usage,

– elle s'accompagne d'un plan de formation et de communication

– les instances représentatives du personnel ont été associées au déploiement du dispositif.

Aucun des éléments produits ne permettait donc d'établir qu'en mettant en oeuvre les dispositifs BQP et BQA, Orange a excédé ses prérogatives, découlant du contrat de travail et plus spécialement du lien de subordination, de surveillance et de contrôle des salariés et/ou qu'elle aurait porté atteinte aux droits et liberté des salariés de l'entreprise.

[Télécharger](#) la décision

PUBLICITE / MARKETING



Retrouvez l'intégralité de l'actualité juridique de la publicité à partir de votre espace abonné sur Actoba.com. Une thématique intéressante ? Paramétrez-la en mot clef et recevez vos alertes par email



Escroquerie publicitaire | Affaire Cristina

Détournement d'image et de notoriété

La présentatrice Cristina Cordula a obtenu la condamnation de l'organisateur d'un défilé. Ce dernier avait à tort, assuré à son public, que l'animatrice serait la «présentatrice exceptionnelle» de son concours de défilé de lingerie. La fausse information avait été diffusée sur de nombreux supports, réseaux sociaux et même reprise par un titre de presse.

L'organisateur a utilisé la personnalité et l'image de la présentatrice sans son consentement et au mépris des droits de sa société qui est seule autorisée à utiliser et commercialiser son image. De tels agissements sont constitutifs, d'une part, d'une atteinte aux droits de Cristina Cordula, dont l'image et la notoriété ont été ainsi usurpés, et, d'autre part, d'agissements parasitaires.

Préjudice d'image

L'image de la présentatrice s'est ainsi trouvée associée à la promotion d'un événement qui a dégénéré en scandale, en partie en raison de la déception du public qui attendait sa participation et dont la crédulité a pu être accrue par l'utilisation, dans les annonces, de clichés posés de la présentatrice, propres à accréditer le consentement de celle-ci (5 000 € en réparation du préjudice moral résultant de l'atteinte à son droit à l'image).

Parasitisme retenu

La démarche publicitaire des organisateurs de l'évènement constituait un acte de parasitisme économique mais aussi un acte de concurrence déloyale à l'égard de la société Cordula Conseil par la violation du monopole dont jouit cette société sur l'exploitation commerciale du nom et de l'image de la présentatrice (10 000 € en réparation du préjudice économique).

[Télécharger](#) la décision

Dénigrement par film publicitaire | Affaire Herta

Publicité dite « La Barque »

La société Herta a diffusé une publicité dite « La Barque » ayant pour but de vanter les qualités gustatives de la noix de jambon, traditionnellement considérée comme le meilleur morceau du jambon. Dans la publicité, la phrase du personnage du grand père invitait le personnage de l'enfant qui l'accompagne à une partie de pêche et à «laisser le pain aux poissons». La Confédération de la boulangerie française a poursuivi la société Herta pour dénigrement publicitaire.

Définition du dénigrement publicitaire

Le dénigrement publicitaire se définit comme une action qui tend à jeter le discrédit par voie de publicité, sur un concurrent ou sur un produit désigné ou identifiable et lui cause un préjudice. Pour donner lieu à sanction sur le fondement des dispositions de

l'article 1382 du code civil, les agissements litigieux doivent être considérés comme ayant dépassé le droit de libre critique ou de simples critiques.

Absence de critique du pain

Les juges ont considéré que la publicité visait seulement à surligner l'excellence du jambon qui serait telle que le pain, aliment considéré dans la tradition comme étant le préféré des Français et l'allié naturel du jambon et de la charcuterie en général. La phrase en cause n'induisait pas l'idée que le pain serait réservé aux poissons en raison de médiocres qualités gustatives.

La publicité attaquée n'a créée aucun ordre de hiérarchie entre les qualités gustatives respectives du produit Herta et du pain dont le mot n'est prononcé qu'une seule fois. Elle visait à mettre en exergue les qualités du produit jambon « tendre noix ». Suggérer que le jambon « tendre noix » peut être consommé sans pain ne constitue pas une critique même modérée du pain et ne jette pas le discrédit sur cet aliment.

Par ailleurs, la société Herta commercialisant de nombreux produits à base de pain, elle n'avait aucun intérêt à dénigrer ce produit.

Hyperbole publicitaire autorisée

Le geste du grand père et le commentaire de l'enfant dans la publicité ont pour vocation d'exagérer le message de la publicité consistant à dire que les valeurs gustatives du produit sont telles qu'il peut être mangé sans pain, son accompagnement habituel. Ce message est hyperbolique, figure de style qui peut être verbale et visuelle, communément utilisée en publicité permettant d'exagérer encore les mérites du produit de la société Herta.

Si l'exagération peut être sanctionnée lorsque la publicité va au-delà de la simple exagération en véhiculant une image dévalorisante d'un produit, tel n'était pas le cas en l'espèce. En effet, cet effet stylistique ne contient aucune image, aucun terme, dévalorisant le produit « pain » dont la chute dans l'épuisette réduit par ailleurs, l'effet d'exagération du message et du geste. Il n'était donc pas possible de voir une intention malveillante à l'égard du produit « pain » dans la publicité Herta..

[Télécharger](#) la décision

Exclusion de Google AdWords

Manquements aux règles AdWords

L'un des scénarios catastrophes pour une société de vente en ligne s'est réalisé dans cette affaire : être « blacklistée » du programme AdWords. Après une première demande de mise en conformité de ses annonces

AdWords, la société a procédé à des corrections. Suite au réexamen des produits commercialisés, Google a confirmé que les sites en question (vente de compléments alimentaires) ne répondaient toujours pas aux règles AdWords car ils continuaient à :

– vendre des produits en les présentant faussement comme ayant les mêmes effets que les stéroïdes anabolisants ;

– utiliser des allégations nutritionnelles et de santé trompeuses ;

– vendre des produits provenant d'espèces menacées ou en voie d'extinction ;

– vendre également des produits potentiellement dangereux.

Rupture abusive de relations commerciales

La société de vente de compléments alimentaires exclue du programme publicitaire, a poursuivi en vain, la société Google pour rupture abusive de relations commerciales. Les juges ont confirmé que les choix éditoriaux de Google, dès lors qu'ils ne sont pas illicites, relèvent de la simple liberté du commerce et s'imposent à son cocontractant.

En signant le contrat d'annonceur, la société a accepté de se conformer aux Règlements AdWords. Le tribunal a donc constaté que la rupture des relations était conforme aux règles contractuelles et n'était pas brutale au sens de l'article L 442-6 I 5e du Code de commerce, la société ayant été avertie au préalable.

Question des pratiques discriminatoires

Les juges ont aussi exclu les faits de pratique discriminatoire : l'annonceur n'avait pas prouvé que Google acceptait des publicités de concurrents pour des produits identiques à ceux qu'il vendait et en des termes aussi hyperboliques que ceux utilisés.

A noter que le principe du non-cumul des responsabilités contractuelle et délictuelle interdit, à peine d'irrecevabilité des demandes de l'annonceur, le cumul des actions contractuelles et délictuelles à raison d'un même fait (impossibilité de cumuler l'action sur la rupture abusive de relations commerciales et l'abus du droit de résilier)..

[Télécharger](#) la décision

Publicité contrefaisante : Chanel hors de cause

Campagne n°5 de Chanel

La reproduction d'un monogramme déposé à titre de marque, lors de la diffusion d'une campagne publicitaire télévisée de la société Chanel, n'a pas été jugée contrefaisante. La société Chanel a créé en 1921 le parfum « n° 5 » et ce produit, devenu emblématique, a fait l'objet de nombreux films publicitaires mettant en scène des personnalités du monde du cinéma. En 2008, Chanel a fait appel à Jean-Pierre Jeunet (réalisateur de la comédie romantique « Le Fabuleux Destin d'Amélie Poulain ») ainsi qu'à sa société de production Tapioca, qui a été chargée de réaliser et produire un film intitulé « Train de nuit » mettant en scène l'actrice française Audrey Tautou dans une rencontre sous forme de chassé-croisé avec un jeune homme entre les gares de Limoges et d'Istanbul.

Protection d'un blason ferroviaire

Estimant que ce film constituait une exploitation illicite de son blason / monogramme doré (à l'entrée du wagon de l'Orient Express lors de l'embarquement de l'actrice et sur le train), la société Wagons-lits diffusion (WLD) a poursuivi Chanel en contrefaçon.

La société Compagnie des Wagons-lits est une des compagnies ferroviaires historiques de luxe respectivement fondées en 1872 et 1857. La société CWL, qui est notamment à l'origine du lancement de l'ORIENT-EXPRESS et du TRANSSIBERIEN, a pris en 1884 la dénomination « Compagnie internationale des wagons-lits et des grands express européens (CIWL) » qu'elle fait figurer dans un monogramme doré « composé d'un ruban ceignant deux lions et entrelacé de feuilles stylisées », décorant les voitures de ses trains.

En 1967, la CIWL a diversifié ses activités dans l'hôtellerie et le tourisme et a parallèlement modifié sa raison sociale, devenue la COMPAGNIE INTERNATIONALE DES WAGONS-LITS ET DU TOURISME (CIWLT). La société PLM a été absorbée par le groupe hôtelier ACCOR et en 1996, celui-ci a créé conjointement avec la CIWLT la société WLD, qui a pour activités la gestion et la valorisation des éléments du patrimoine historique et des archives des deux compagnies ferroviaires historiques

Reproduction accessoire

Le Tribunal a considéré d'une part que la marque de la société WLD n'avait pas fait l'objet d'un usage sérieux (déchéance prononcée) et d'autre part qu'elle apparaissait uniquement à titre de décor et associée aux voitures du train sur lesquelles elle était apposée. Même si la visibilité du monogramme était voulue, elle n'a pas eu pour conséquence de faire du signe un usage à titre de marque mais seulement de le montrer

comme un élément important de l'atmosphère du film.

Au regard de cette utilisation du monogramme ou « écusson » composant la marque, que l'accord de tournage autorisait sous certaines conditions précises et moyennant une contrepartie financière, la société Chanel n'a pu se voir reprocher aucun acte de parasitisme puisque de la même façon, la valeur prétendument captée de façon injustifiée à savoir « le mythe de l'orient express » et les associations suggérées par cette évocation font partie des éléments du train dont l'exploitation a été contractuellement prévue..

[Télécharger la décision](#)

Protection des visuels publicitaires | Affaire Pyrex

Propriété d'un visuel publicitaire

La société Pyrex a souhaité diversifier son offre en concevant une nouvelle gamme de produits baptisée « Attraction » constituée d'ustensiles, l'objectif de cette gamme étant de concurrencer notamment les produits de la marque « Téfal », leader de ce segment dit du « dessus de cuisinière ». Dans ce but, elle a lancé un appel d'offres auprès de plusieurs agences de communication. L'agence de conseil en communication publicitaire qui a remporté l'appel d'offre a élaboré un visuel publicitaire comprenant le slogan « aussitôt cuit, aussitôt servi » qui a été utilisé.

Suite à la rupture des relations commerciales entre les parties, l'agence a revendiqué la propriété des droits d'auteurs sur ses créations publicitaires. Elle en tirait pour conséquence que la reproduction et l'exploitation par l'annonceur de son visuel publicitaire et de son accroche originale sur son site internet, sa page Facebook et dans un film sur Youtube, constituaient des actes de contrefaçon.

Condition de l'originalité

La cession des droits d'auteurs et la contrefaçon supposent nécessairement de prouver l'originalité des œuvres en cause. Or, en l'espèce, l'originalité des visuels publicitaires n'était pas établie.

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

Mannequins : redressement URSSAF annulé

Charges sociales sur les royalties

L'URSSAF n'est pas en droit de soumettre aux cotisations sociales les royalties (même anormalement élevées) versées aux mannequins correspondant au paiement des droits à l'image. L'URSSAF avait à tort, réintégré les royalties versées à des mannequins pour des publicités dans l'assiette des cotisations au motif que ces sommes versées à la première diffusion ne tenaient pas compte de l'exploitation future et n'étaient pas fonction de l'importance de l'utilisation.

Rémunération des mannequins

La rémunération des mannequins ou des acteurs de publicité comporte deux parties :

– une partie salaire qui correspond au travail effectué c'est à dire à la séance de pose ou de tournage pendant laquelle le mannequin a une activité de travail effective dont la rémunération est soumise à cotisations ;

– une partie qui correspond à la rémunération de l'exploitation de ce travail et de l'image et qui n'est donc pas fonction du travail effectué mais de l'exploitation de ce travail et de l'image du mannequin.

A ce titre, l'article L7123-6 du Code du travail pose que « la rémunération due au mannequin à l'occasion de la vente ou de l'exploitation de l'enregistrement de sa présentation par l'employeur ou tout autre utilisateur n'est pas considérée comme salaire dès que la présence physique du mannequin n'est plus requise pour exploiter cet enregistrement et que cette rémunération n'est pas fonction du salaire reçu pour la production de sa présentation, mais est fonction du produit de la vente ou de l'exploitation de l'enregistrement ».

Rémunération de l'image sous conditions

En l'espèce, les mannequins ont tous signé un contrat de travail et perçu une somme intitulée salaire, contrepartie de leur travail et soumise à cotisation. Par ailleurs, pour les mannequins, participant à des films publicitaires, les sommes dues au titre de l'exploitation de leur image (barème forfaitaire) n'étaient payables que si la diffusion était effective et que le mannequin était reconnaissable (lien entre exploitation et droits d'auteurs).

L'inspecteur de l'URSSAF n'était pas en droit de réintégrer ces royalties au seul motif que le barème forfaitaire ne tenait pas compte de l'exploitation future de l'image du mannequin, les critères étant le type de support et la durée de cession du droit à l'image mais sans référence à l'utilisation effective des enregistrements pendant cette durée.

Dans ce cadre, si la protection d'une œuvre de l'esprit est acquise à son auteur sans formalité et du seul fait de la création d'une forme originale en ce sens qu'elle porte l'empreinte de la personnalité de son auteur et n'est pas la banale reprise d'un fonds commun non appropriable, il appartient à celui qui se prévaut d'un droit d'auteur dont l'existence est contestée de définir et d'explicitier les contours de l'originalité qu'il allègue.

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

Si une combinaison d'éléments connus ou naturels n'est pas a priori exclue de la protection du droit d'auteur, encore faut-il que la description qui en est faite soit suffisamment précise pour limiter le monopole demandé à une combinaison déterminée opposable à tous sans l'étendre à un genre insusceptible d'appropriation.

Visuel publicitaire banal

Concernant le visuel publicitaire, l'agence de communication n'en a livré qu'une description purement technique qui découle de sa stricte observation objective et est de ce fait étrangère à la caractérisation de son originalité faute de révéler les choix exprimant un parti pris esthétique traduisant la personnalité de leur auteur.

Cette carence dans la preuve était d'autant plus dirimante que l'œuvre en débat était une commande adressée à une agence de communication dont la compétence résidait par nature dans la mise en œuvre d'un savoir-faire technique. Or, celle-ci a repris des éléments imposés tels les produits offerts à la vente et a réutilisé des éléments non appropriables tels des couverts et des aliments. Ainsi, rien ne permettait de comprendre en quoi les formes, les couleurs, l'agencement des éléments et leur combinaison du visuel étaient le fruit d'un choix arbitraire de l'auteur et non la reprise d'une association banale appartenant à un fond commun.

Slogan publicitaire commun

Quant au slogan « aussitôt cuit aussitôt servi », qui est la transposition assumée du proverbe « aussitôt dit aussitôt fait » libre de droit au domaine de la cuisine, il n'est que la description sous une forme promotionnelle accrocheuse du visuel et de la publicité Pyrex évoquée. Il ne présente de ce fait aucune originalité et ne constitue pas une œuvre protégeable par le droit d'auteur..

[Télécharger](#) la décision

En effet, le code du travail n'exige pas qu'il existe un lien parfaitement proportionné entre le nombre d'utilisations de l'image et les sommes versées au mannequin et il apparaît sinon impossible, au moins très difficile de comptabiliser les passages d'un film publicitaire sur internet, ou sur les nombreuses chaînes de télévision ou le nombre d'exemplaires vendus d'un journal et il n'est pas établi que ce compte modifierait le résultat financier de la société.

La société est en droit de proposer les services de ses mannequins et percevoir elle-même une rémunération fonction de la prestation effectuée, de la notoriété du mannequin et de la nature et durée et support (affiches, télévision, internet). La somme versée au titre des droits d'auteurs au mannequin est, au vu du barème, elle-même fonction du support, de la durée effective et elle n'est pas versée avant la première diffusion mais seulement lorsque la durée et la nature de celle-ci sont définitivement acquis, ce qui suffit à caractériser l'aléa économique fonction de l'utilisation.

Le fait que cette somme soit versée avant l'exploitation complète n'est pas en contradiction avec la nature de droits d'auteurs si la rémunération est fixée à l'avance en fonction du plan média et seulement dès le commencement de sa réalisation. Tous les contrats prévoient en outre que si la durée d'exploitation s'avère supérieure, les droits doivent être renégociés ce qui confirme encore le lien avec l'usage de l'image.

Même si la part droits d'auteur paraît aux yeux de l'URSSAF disproportionnée par rapport à la partie salaire qui rémunère le travail lui-même, c'est à tort que l'URSSAF a estimé que ces sommes qualifiées de droit d'auteur devaient être soumises à cotisations sociales.

Question de la rémunération déguisée

Pour qu'il n'y ait pas rémunération complémentaire déguisée, il est indispensable qu'il y ait un lien clair entre la rémunération versée et l'exploitation de l'image et les résultats économiques de celle-ci. Rien dans le Code du travail n'exclut a priori une rémunération forfaitaire, si les critères de celui-ci sont précis et tiennent compte de l'exploitation réelle, et des résultats perçus par l'employeur en raison de l'utilisation effective des images du mannequin.

La rémunération au titre de l'exploitation de l'image du mannequin ne peut donc clairement être fixée au moment de la prestation de travail elle-même (avant que le produit de l'exploitation ne soit connu), mais celui-ci en matière de publicité, contrairement à une prestation d'acteur, peut être déterminé avant la diffusion intégrale de l'image, les contrats pour celle-ci étant conclus avant qu'elle ne soit effective.

Le Code du travail n'impose pas que la diffusion des images soit postérieure au paiement si celle-ci est programmée et qu'elle a eu un commencement d'exécution, que le produit de l'exploitation a donc été fixé et que la rémunération du mannequin est effectivement fonction de celui-ci. La loi n'exige pas non plus qu'il s'agisse d'un pourcentage des résultats d'exploitation, ceux-ci contrairement aux prestations d'acteurs n'étant pas liés au nombre de visionnage de la prestation, et le texte exige seulement que la rémunération soit « fonction » du produit de la vente ou de l'exploitation de l'enregistrement de la prestation du mannequin et il peut s'agir d'une rémunération forfaitaire si les critères sont clairement en lien non seulement avec l'usage qui est fait de l'image mais avec les gains que tire l'employeur des mannequins.

La convention collective des mannequins du 22 juin 2004 prévoit d'ailleurs en son article 16-2 que le critère quantitatif peut lui-même être fixé suivant les modalités d'un forfait « aux cas où l'utilisateur ne peut déterminer à l'avance les quantités définitives ».

[Télécharger la décision](#)

Ouverture du parrainage télévisé

Décret n° 2017-193 du 15 février 2017

Le Décret n° 2017-193 du 15 février 2017 permet désormais l'apparition des produits ou services du parrain d'une émission télévisée ou de télé-achat.

Le parrainage est la contribution d'une entreprise ou d'une personne physique ou morale au financement d'un service de télévision ou de programmes afin de promouvoir son nom, sa marque, son image ou ses activités. Jusqu'alors l'intervention du parrain était de type institutionnelle (pas de communication sur l'un de ses services ou produits). En effet, l'article 18 du Décret n° 92-280 du 27 mars 1992 prévoyait que les émissions parrainées ne devaient pas inciter à l'achat ou à la location des produits ou services du parrain ou d'un tiers et ne pouvaient en particulier comporter des références promotionnelles spécifiques à ces produits ou services.

L'identification du parrain était faite par son nom, sa dénomination, sa raison sociale, son secteur d'activités, ses marques, ou par les facteurs d'image et les signes distinctifs qui lui sont habituellement associés tels que sigle, logotype et indicatif sonore mais toujours à l'exclusion d'un slogan publicitaire et de la présentation du produit lui-même ou de son conditionnement.

Citation des produits et services du parrain

La directive « Télévision sans frontières » (TVSF) devenue « Services de médias audiovisuels » (SMA) a été assouplie en 2007 s'agissant de la présentation des produits ou services du parrain : l'identification du parrain peut dorénavant être assurée au moyen d'une référence à ses produits ou services à condition que les émissions ainsi parrainées n'incitent pas directement à l'achat ou à la location de biens ou de services.

Le parrainage doit toujours être clairement identifié en tant que tel au début, à la fin ou pendant l'émission parrainée mais cette identification peut se faire par le nom, le logo ou un autre symbole du parrain, notamment au moyen d'une référence à ses produits ou services ou d'un signe distinctif.

Conditions de la citation

La citation des produits ou services du parrain est autorisée sous les réserves suivantes :

La mention du parrain pendant le déroulement d'une émission, hormis les cas où elle intervient à l'occasion d'une interruption de cette émission, doit rester ponctuelle et discrète ;

La mention doit se borner à rappeler la contribution apportée par celui-ci et ne peut se traduire par un slogan publicitaire ou la présentation du produit lui-même ou de son conditionnement ;

Lorsque le parrainage est destiné à financer une émission de jeux ou de concours, la remise aux particuliers des produits ou services du parrain à titre de lots ne peut faire l'objet d'aucun argument publicitaire ;

Dans les bandes annonces, la mention du parrain doit rester ponctuelle et discrète et se borner à rappeler la contribution apportée par celui-ci.

PRESSE / EDITION



Retrouvez l'intégralité de l'actualité juridique de la presse à partir de votre espace abonné sur Actoba.com. Une thématique intéressante ? Paramétrez-la en mot clef et recevez vos alertes par email



Faute grave du rédacteur en chef

Réactivité du rédacteur en chef

Le licenciement pour faute grave d'un rédacteur en chef a été confirmé. Ce dernier n'avait pas répondu aux emails de son employeur quant à la réalisation de sa prestation de travail et du respect des délais d'exécution en vue de la parution du journal.

Le Tribunal a rappelé qu'il appartient au rédacteur en chef de remettre son travail à son employeur et il ne soutenir avoir rempli son obligation contractuelle en soutenant que « sa prestation de travail était en libre accès sur un ordinateur et que l'employeur n'avait qu'à récupérer. »

Le travail du rédacteur en chef n'a pas été remis à son employeur dans les délais requis pour la parution du journal et ce en dépit des relances auxquelles il n'a pas été donné suite.

Défaut d'information de l'employeur

Il était établi que le rédacteur en chef a laissé son employeur dans l'ignorance de son activité malgré les relances répétées, alors que d'autres intervenants dépendaient de son propre travail et alors qu'approchait l'échéance de la parution du journal. La Cour a estimé que le rédacteur en chef, dans un contexte de revendication, n'a pas remis à son employeur qui le lui réclamait le travail attendu pour la parution du journal ; qu'il s'est abstenu de répondre aux relances légitimes de son employeur et a adopté un comportement inapproprié qui a traduit également l'obstruction volontaire à toute forme normale de communication en vue de la parution imminente du journal.

Faute ou insuffisance professionnelle

Les faits en cause n'ont pas été jugés constitutifs d'une insuffisance professionnelle mais bien d'une volonté délibérée du rédacteur en chef d'entraver le cours normal de la réalisation du journal. Cette attitude, susceptible de mettre en péril la pérennité de la publication compte tenu du rôle majeur du rédacteur en chef, empêchait le maintien de la relation contractuelle pendant la durée du préavis. Le licenciement pour faute grave du salarié a été confirmé.

[Télécharger](#) la décision

Protection des couvertures de magazines | Affaire Capital

Capital c/ Entreprendre

En matière de protection des couvertures de magazines, la concurrence déloyale peut se révéler plus efficace que la contrefaçon de droits d'auteur. La société éditrice des magazines Capital a ainsi obtenu la condamnation de l'éditeur du magazine Entreprendre.

Originalité insuffisante

L'originalité des couvertures des magazines Capital et Femme Actuelle n'a pas été retenue. La maquette ne caractérisait pas l'existence de traits propres qui témoigneraient d'un effort créatif et d'une expression particulière de son auteur ou des préposés. Hors le liseré autour du bloc central, il est commun dans le domaine de la presse économique, de reproduire le titre du

magazine sur un bandeau en haut de la page, en lettres minuscules, la première lettre en majuscule, d'une couleur vive, avec une mention à droite du titre, un bloc central contenant une illustration et l'intitulé des rubriques traités (magazines *Entreprendre*, *Création d'entreprise*, *Stop Arnaques*, *Franchise Business*, *Argent et Patrimoine*, *Spécial Argent...* pièce 8 défenderesse).

L'originalité des noms des rubriques qui sont des expressions du langage courant sur des thèmes récurrents comme la nutrition, le bien-être et les recettes culinaires n'était pas non plus démontrée.

Pour rappel, en tout domaine, l'article L111-1 du code de la propriété intellectuelle prévoit que « L'auteur d'une oeuvre de l'esprit jouit sur cette oeuvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous. ». Ce droit est conféré à l'auteur de toute oeuvre de l'esprit, quels qu'en soit le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination. Lorsque cette protection est contestée en défense, l'originalité d'une oeuvre doit être explicitée par celui qui s'en prétend auteur, seul ce dernier étant à même d'identifier les éléments traduisant sa personnalité.

Faute délictuelle retenue

En matière de concurrence, le principe est celui de la liberté du commerce et ne sont sanctionnés au titre de la concurrence déloyale, sur le fondement de l'article 1382 du code civil, que des comportements fautifs tels que ceux visant à créer un risque de confusion dans l'esprit de la clientèle sur l'origine du produit, ou ceux, parasitaires, qui tirent profit sans bourse délier d'une valeur économique d'autrui lui procurant un avantage concurrentiel injustifié, fruit d'un savoir-faire, d'un travail intellectuel et d'investissements.

En premier lieu, les sociétés en cause publient des revues qui s'adressent au public de la même tranche, sur des thématiques communes, et sont en situation de concurrence.

En second lieu, il ressortait de la comparaison des revues que les magazines *Entreprendre* ont repris les thématiques, les titres, les codes et les couleurs des revues en cause. Si les thèmes abordés sont courants dans le domaine de la presse économique, leur formulation était quasiment reprise mot à mot avec leur présentation sur la page de couverture.

La fait que la publication des revues incriminées soit intervenue chronologiquement à la suite de la parution du Magazine *Capital Dossier spécial* a mis en évidence le comportement fautif de la société *Entreprendre*.

La proximité des titres même s'ils traitaient de sujets classiques, associée à la reprise des éléments graphiques pour un magazine vendu à un prix comparable, engendrait bien un risque de confusion entre les deux revues pour

le lecteur intéressé par la ligne éditoriale de *Capital*.

Ces éléments établissaient suffisamment l'intention délibérée de la société *Entreprendre* de se mettre dans le sillage de la société *Prisma Media (Capital)* pour profiter de ses investissements et de la notoriété de sa revue, afin de lancer un magazine à moindre frais.

Couvertures d'anciens numéros

A noter que le fait que les revues n'aient pas été éditées la même année n'ôte pas le caractère fautif des agissements qui a profité en 2015 des accroches et de la présentation de la couverture de la revue *Femme Actuelle* de 2014.

En faisant le choix des maquettes de couvertures en cause, la société *Entreprendre* a cherché ostensiblement à créer une similitude susceptible d'une assimilation erronée des deux revues dans l'esprit des lectrices de *Femme Actuelle*, sans effort ni bourse délier et a dès lors commis une faute constitutive de concurrence parasitaire et déloyale dont elle doit répondre par application de l'article 1382 du code civil. Le trouble commercial subi a été indemnisé par l'allocation de la somme de 50 000 euros.

[Télécharger la décision](#)

Editorial cinglant : la question de l'injure

Editorial injurieux

Le directeur de la publication d'un magazine de musique a été condamné pour injure envers le journaliste musical Philippe Manœuvre. L'exception de caricature / satire n'a pas été retenue, l'attaque personnelle était constituée. Cette affaire précise les contours de l'injure au titre des éditoriaux de presse cinglants dirigés exclusivement vers une personne physique.

Définition de l'injure

L'article 29 de la loi du 29 juillet 1881 définit l'injure comme toute expression outrageante, termes de mépris ou invective qui ne renferme l'imputation d'aucun fait. La caricature et la satire, même délibérément provocante et grossière, participe de la liberté d'expression et de communication des pensées et des opinions. Toutefois, le droit à l'humour connaît des limites, tels que les atteintes au respect de la dignité de la personne humaine, l'intention de nuire et les attaques personnelles.

Identification de la personne visée

Pour que le délit d'injure publique envers un particulier soit constitué, il n'est pas nécessaire que la personne visée soit nommée ou expressément désignée ; il faut

néanmoins que son identification soit rendue possible par les termes du discours ou de l'écrit ou par des circonstances extrinsèques qui éclairent et confirment cette désignation de manière à la rendre évidente.

En l'occurrence, plusieurs lecteurs de la revue ont reconnu le journaliste animateur de télévision et de radio Philippe Manœuvre. Les précisions données par l'éditorialiste ne pouvaient laisser aucun doute sur l'identification du journaliste, au moins pour son entourage et les connaisseurs du sujet.

Exception de caricature

Pour contester le caractère injurieux de ses propos, l'éditorialiste a fait valoir sans succès que son style humoristique et satirique est reconnu dans la profession, qu'il est, en effet, réputé pour ses éditoriaux cinglants. Les juges ont considéré qu'il résulte de la lecture des propos poursuivis que le directeur de publication s'est servi de l'éditorial d'un magazine d'information musicale, non pas pour critiquer, éventuellement avec causticité, une production musicale ou littéraire, mais pour prendre comme cible Philippe Manœuvre avec une litanie d'adjectifs outrageants tels que « petit corps malingre » « bas du front » « grand malade » etc. manifestant clairement son souci exclusif de le rabaisser par des attaques personnelles portant atteinte à sa dignité et dépassant ainsi les limites de la liberté d'expression.

[Télécharger la décision](#)

Affaire Dior : diffamation non publique

Missive à Bernard Arnault

Dans une lettre adressée à Bernard Arnault, l'ancien compagnon du directeur de la communication de Christian Dior Parfums a porté des accusations graves sur les pratiques de la société, qui ont été qualifiées de diffamatoires par les juges.

La missive imputait notamment au directeur de la communication de Christian Dior Parfums i) d'avoir usé de ses fonctions pour faire obtenir un contrat à la compagne d'un ami avocat, en contrepartie de l'abandon par ce dernier de ses honoraires dans un dossier privé ; ii) de s'être livré à des pratiques douteuses, échanges de contrats, favoritismes, prestations facturées à Dior Parfums alors qu'elles sont utilisées à des fins personnelles, trafics en tout genre tant sur les stocks de produits mis à disposition de la communication, iii) usage de stupéfiants ...

Qualité de l'auteur de la diffamation

Les critères de la diffamation 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. Toutefois, il a été retenu que l'auteur de la lettre s'était exprimé sans prudence ni réserves pour formuler des accusations graves et péremptoires dans un courrier adressé aux supérieurs hiérarchiques de son ancien compagnon. Les demandes de vérification des accusations portées sous-entendaient que les faits pouvaient être facilement confirmés et que la justice devrait en être saisie.

L'article 29 de la loi du 29 juillet 1881 porte sur toute allégation ou imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération y compris formulée sous forme déguisée, dubitative ou par voie d'insinuation.

Diffamation non publique

La lettre portait bien atteinte à l'honneur et à la considération du directeur de la communication de Christian Dior Parfums en ce qu'elle lui imputait la commission de faits précis, susceptibles de faire sans difficulté l'objet d'un débat contradictoire sur la preuve de leur vérité, contraires à la morale communément admise et, pour certains, constitutifs ou susceptibles de constituer des infractions pénales : favoritisme, abus de biens sociaux, fausses factures, trafic de stupéfiants, violences et menaces.

Les imputations diffamatoires peuvent être justifiées lorsqu'il est démontré que leur auteur a agi de bonne foi et notamment 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.

Le juge a retenu que l'ancien compagnon, en rédigeant la missive en cause, n'avait pas pour dessein désintéressé de faire la lumière sur des dérives au sein de la société Christian Dior Parfums et d'épurer celle-ci de telles pratiques, mais était animé d'un but personnel, celui de nuire au directeur de la communication. Il avait donc agi afin d'assouvir une vengeance personnelle à l'égard de son ex compagnon en le stigmatisant auprès de son président-directeur général. Le but légitime, exonérateur de responsabilité, a été écarté.

A noter que l'envoi de la lettre diffamatoire envoyée un an et demi après la rupture sentimentale révèle plutôt l'intensité de l'animosité qui l'a guidée (l'animosité personnelle était donc établie).

[Télécharger la décision](#)

Marine Le Pen c/ Canard Enchaîné

Diffamation non retenue

Marine Le Pen a perdu son procès en diffamation contre le Canard Enchaîné. Etait en cause une édition spéciale des dossiers du Canard Enchaîné titrée « Les dégâts de la Marine », comportant un article intitulé « Le plan bar » et sur-titré « Fêtarde » dans lequel, se proposant de relater l'évolution supposée des distractions et sorties nocturnes de Marine Le Pen lorsqu'elle était adolescente et étudiante, l'auteur a exposé le déroulement de l'une de ces fêtes privées.

Evènements privés

Le passage en cause, inspiré ou repris d'un rapport de police qui aurait établi à l'époque des faits, était rédigé: « C'est Marine Le Pen, passablement éméchée, qui ouvre la porte..... elle balance aux agents : » trou du cul ! Vous nous faites chier. Il est plus facile de s'en prendre à de bons Français qu'aux bougnoules ! » ».

Bénéfice de la bonne foi

Pour reconnaître le bénéfice de la bonne foi au directeur de la publication (l'article n'étant pas signé), la Cour de cassation a relevé qu'il était légitime, dans le cadre de l'information politique, de relater des éléments de biographie d'une candidate à l'élection présidentielle. Il n'était pas démontré que le directeur de publication ait choisi de publier ce fait divers pour un motif d'animosité personnelle. Par ailleurs, le journal disposait d'une base factuelle sérieuse pour rapporter les faits dans les termes employés (un rapport établi par des policiers).

[Télécharger la décision](#)

Injure raciste au travail : licenciement justifié

Choix des sanctions

La Cour d'appel de Paris serait-elle entrée en résistance ? Suite à 1ère cassation annulant le licenciement de deux salariées pour injure raciste contre des laveurs de vitres, la Cour d'appel a maintenu sa position. L'injure raciste est sans conteste une faute mais tout le débat, si l'affaire est à nouveau portée en cassation, se cristallisera autour de la sévérité des sanctions : licenciement ou avertissement ?

Cet acte de résistance juridique fait suite à la décision de la Cour de cassation (Ch. Soc., 3/12/2014) qui avait cassé et annulé un arrêt de la cour d'appel de Paris confirmant le licenciement pour faute grave d'une salariée responsable des ventes. Cette dernière avait proféré des insultes à caractère racial à l'encontre de laveurs de vitres (« Tu as vu, tu as un singe derrière toi » ; « Oui, j'en ai un derrière

moi et c'est pas Brad Pitt ».). Les juges suprêmes avaient retenu que la sanction du licenciement, s'agissant d'un fait isolé, décidé à l'encontre de salariées présentant une grande ancienneté apparaissait disproportionnée.

Volet pénal de l'injure

L'employeur, alerté par d'autres salariés choqués par les propos tenus par leurs collègues, a pris l'initiative de licencier les auteurs.

En matière d'injure, sur le terrain du droit pénal, les prestataires victimes avaient la possibilité de porter plainte soit contre l'employeur (responsabilité des préposés) soit directement contre les salariées.

En effet, aux termes de l'article R624-4 du Code pénal (CP), l'injure non publique commise envers une personne ou un groupe de personnes à raison de leur origine ou de leur appartenance ou de leur non-appartenance, vraie ou supposée, à une ethnie, une nation, une race ou une religion déterminée est punie de l'amende prévue pour les contraventions de la 4e classe (750 euros au plus). Suivant l'article R624-6 du CP, les personnes morales déclarées responsables pénalement, encourent également une amende.

Liberté d'expression, injure et faute grave

En l'espèce, le débat sur la liberté d'expression du salarié n'avait pas lieu d'être car une insulte raciale est hors du périmètre légal de ce qui est admis en matière de liberté d'expression.

Concernant la proportionnalité de la sanction, le Code du travail pose que tout licenciement pour motif personnel doit avoir une cause réelle et sérieuse (article L 1232-1 du code du travail).

La faute grave est définie comme un manquement du salarié à ses obligations tel que la rupture immédiate du contrat est justifiée. Il appartient à l'employeur de rapporter la preuve de la faute grave qu'il invoque. Les faits invoqués doivent être matériellement vérifiables. La faute grave ne suppose pas nécessairement la répétition.

En cas de litige relatif au licenciement, le juge, à qui il appartient d'apprécier la régularité de la procédure et le caractère réel et sérieux des motifs invoqués par l'employeur, forme sa conviction au vu des éléments fournis par les parties, au besoin après toutes mesures d'instruction qu'il estime utiles; si un doute subsiste, il profite au salarié.

Lorsque le licenciement est motivé par une faute grave, le salarié n'a droit ni à un préavis ni à une indemnité de licenciement. La motivation de la lettre de licenciement fixe les limites du litige.

Les juges d'appel ont retenu que les salariées ont bien

échangé entre elles à haute voix des propos à caractère raciste au sujet de deux laveurs de vitres d'origine africaine présents sur le site. Une faute grave étant caractérisée, le licenciement prononcé à leur encontre n'était pas dépourvu de cause réelle et sérieuse.

[Télécharger](#) la décision

Correspondant local de presse | Affaire Nice Matin

Présomption de journaliste professionnel

La présomption de journaliste professionnel joue aussi en faveur du correspondant local de presse. L'article L 7111-3 du code du travail définit le journaliste professionnel comme « toute personne qui a pour activité principale, régulière et rétribuée, l'exercice de sa profession dans une ou plusieurs entreprises de presse, publications quotidiennes et périodiques ou agences de presse et qui en tire le principal de ses ressources. Le correspondant, qu'il travaille sur le territoire français ou à l'étranger, est un journaliste professionnel s'il perçoit des rémunérations fixes et remplit les conditions prévues au premier alinéa ».

Il résulte de l'article L.7111-1 du code du travail, que toute convention par laquelle une entreprise de presse s'assure moyennant rémunération, le concours d'un journaliste professionnel au sens des dispositions de l'article L.7111-3 du code du travail, est présumé être un contrat de travail.

Critère dominant des ressources

Dans cette affaire, c'est à bon droit qu'un salarié de Nice Matin a fait valoir que la qualité de journaliste professionnel s'acquiert, au regard des ressources que l'intéressé tire principalement de la profession de journaliste, sans se limiter à celle provenant de l'entreprise de presse, publication et agence de presse à laquelle il collabore. Lorsqu'est établie l'activité principale, régulière et rétribuée du journaliste tirant le principal de ses ressources de cette activité, c'est à l'entreprise de presse de combattre la présomption d'existence d'un contrat de travail en résultant.

Le salarié démontrait, notamment par la production du relevé détaillé de carrière ARCCO, qu'il a tiré, à partir de l'année 2005, le principal de ses ressources de son activité salariée de rédacteur journaliste, auprès de la Marseillaise. Il justifiait également par la production de bulletins de salaire, avoir exercé la profession de journaliste, dans plusieurs entreprises de presse et notamment avoir travaillé comme pigiste, salarié, pour le Midi Olympique, le Dauphiné Libéré, la convention collective des journalistes étant applicables aux relations contractuelles.

Présomption non renversée

Il s'en suit, qu'en application de l'article L7112-1 du code du travail que la convention conclue entre Nice Matin et son correspondant local de presse, était présumée être un contrat de travail. Pour renverser cette présomption, il appartenait à l'employeur de démontrer que son salarié disposait d'une totale liberté de choix dans les sujets des articles, dans leur rédaction et les dates de remises. Or, force est de constater que l'employeur ne rapportait pas cette preuve inverse. Les courriers adressés au salarié, aux termes desquels Nice Matin lui rappelait qu'il a été engagé en qualité de correspondant local de presse, travailleur indépendant exerçant son activité « en toute indépendance et en toute liberté » n'avait aucune valeur probante (nul ne pouvant se pré-constituer de preuve).

[Télécharger](#) la décision

AUDIOVISUEL



Retrouvez l'intégralité de l'actualité juridique de l'audiovisuel à partir de votre espace abonné sur Actoba.com. Une thématique intéressante ? Paramétrez-la en mot clef et recevez vos alertes par email



Syndicats de l'audiovisuel : « Dehors ! » ?

Affaire France Télévisions

L'injonction « Dehors ! » synthétise bien le fond de cette nouvelle affaire qui marque une nouvelle approche juridique de l'activité syndicale en entreprise. La société France Télévisions a dénoncé auprès de plusieurs syndicats domiciliés à son siège social, l'usage consistant à permettre aux organisations syndicales de domicilier leurs sièges sociaux dans les locaux de l'entreprise.

Mise à disposition de locaux

Les juges ont rappelé qu'aucune disposition légale n'autorise une organisation syndicale à fixer son siège social dans les locaux d'une entreprise. L'article L.2142-8 du code du travail ne prévoit, en effet, que la mise à disposition par l'employeur : i) des sections syndicales, dans les entreprises ou établissements d'au moins deux cents salariés, d'« un local commun convenant à l'exercice de la mission de leurs délégués », ii) de chaque section syndicale constituée par une organisation syndicale représentative dans l'entreprise ou l'établissement, dans les entreprises ou établissements d'au moins mille salariés, d'« un local convenable, aménagé et doté du matériel nécessaire à son fonctionnement ».

Les organisations syndicales invitées à cesser leur domiciliation ne pouvaient, en matière de mise à disposition de locaux, se prévaloir de droits reconnus qu'au profit des seules sections syndicales. Une « section syndicale » est un groupement de salariés qui, à l'initiative d'un syndicat représentatif, est chargé par

ce dernier, au sein d'une même entreprise ou d'un établissement, de faire valoir les intérêts moraux ou matériels, collectifs ou individuels de ses membres.

Si la liberté syndicale a le caractère d'une liberté fondamentale et si elle a pour corollaire la libre constitution des syndicats selon la procédure prévue par la loi, elle n'implique pas pour autant qu'un syndicat puisse fixer son siège dans les locaux d'une entreprise sans l'accord de l'employeur.

Droit de propriété c/ Liberté syndicale

Comme le prévoit l'article L.2141-4 du code du travail, si l'exercice du droit syndical est reconnu dans toutes les entreprises, il doit cependant respecter les droits et libertés garantis par la Constitution dont le droit de propriété qui a une valeur constitutionnelle, étant observé que l'adresse d'un bien immobilier ne fait pas partie du domaine public.

De plus, la décision de France Télévisions ne remet pas en cause d'une manière quelconque l'exercice du droit syndical ou la liberté des syndicats de s'organiser au sein de l'entreprise, elle ne constitue pas non plus un abus de son droit de propriété, étant observé qu'elle a laissé un délai plus que raisonnable aux syndicats pour organiser le transfert de leur siège social dans un autre lieu.

[Télécharger](#) la décision

Traitement cinématographique de l'islam radical

Annulation du visa de la Ministre

On se souvient que le Tribunal administratif de Paris avait annulé la décision de la Ministre de la culture d'assortir le film documentaire « Salafistes » d'un visa d'exploitation « interdit aux moins de dix-huit ans. Saisie en référé, la Cour administrative d'appel vient de suspendre cette annulation. La ministre a toutefois pris l'initiative de reclassifier le film sous un visa « interdit aux moins de 16 ans ».

Dans un 1er temps, la Ministre avait considéré que le film ne permettait pas de façon claire de faire la critique des discours violemment anti-occidentaux, anti-démocratiques, de légitimation d'actes terroristes, d'appels au meurtre d'« infidèles » présentés comme juifs et chrétiens, qui y sont tenus.

Une question de point de vue

Le Tribunal administratif avait eu un autre point de vue en retenant que le documentaire ne pouvait être regardé comme véhiculant une propagande en faveur de l'intégrisme religieux ou incitant, même indirectement, des adolescents à s'identifier à des mouvements prônant l'action terroriste. Par ailleurs, le film se clôt par une dédicace adressée aux victimes des attentats du 13 novembre 2015. Le documentaire, qui comporte des scènes de résistance ou de dissidence, permet au public, du fait même de sa conception d'ensemble et du réalisme de certaines scènes, de réfléchir et de prendre le recul nécessaire face à la violence des images ou des propos qui ont pu y être présentés.

Rappel sur les visas d'exploitation

Les dispositions de l'article L. 211-1 du code du cinéma et de l'image animée confèrent au ministre chargé de la culture l'exercice d'une police spéciale fondée sur les nécessités de la protection de l'enfance et de la jeunesse et du respect de la dignité humaine. Il lui incombe en particulier de prévenir la commission de l'infraction réprimée par les dispositions de l'article 227-24 du code pénal, qui interdisent la diffusion, par quelque moyen que ce soit et quel qu'en soit le support, d'un message à caractère violent ou de nature à porter gravement atteinte à la dignité humaine lorsqu'il est susceptible d'être vu ou perçu par un mineur, soit en refusant de délivrer à une oeuvre cinématographique un visa d'exploitation, soit en imposant à sa diffusion une classification spéciale.

Contrôle du juge du fond

Il appartient aux juges du fond, saisis d'un recours dirigé contre le visa d'exploitation délivré à une oeuvre comportant des scènes violentes, de rechercher si

les scènes en cause caractérisent ou non l'existence de scènes de très grande violence justifiant une interdiction de projection à des mineurs. Dans l'hypothèse où le juge retient une telle qualification, il lui revient ensuite d'apprécier la manière dont ces scènes sont filmées et dont elles s'insèrent au sein de l'oeuvre considérée, pour déterminer laquelle de ces deux restrictions est appropriée, eu égard aux caractéristiques de l'oeuvre cinématographique.

[Télécharger la décision 1](#)

[Télécharger la décision 2](#)

Emissions de réalité scénarisée : statut juridique

Notion de réalité scénarisée

Après la télé-réalité, les séries de télé-réalisme / docufiction (dépouillées de l'attribut de voyeurisme), connaissent un vif succès mais sont-elles des oeuvres de fiction éligibles au compte de soutien automatique du CNC ?

La réalité scénarisée (scripted reality) est un genre de programme télévisuel tiré de faits divers ou de situations de la vie courante, empruntant aux procédés du reportage et recourant à des scènes reconstituées afin de produire un effet d'authenticité.

Pas d'exclusion automatique du compte de soutien

L'article 311-5 du règlement général des aides financières du CNC rend éligible aux aides automatiques ou sélectives, les oeuvres audiovisuelles appartenant au genre « documentaire de création ». Ces dernières bénéficient ainsi des aides financières automatiques, sous forme d'allocations d'investissement.

Saisi par le Syndicat des Agences de Presses Audiovisuelles, le Conseil d'Etat a sanctionné le règlement général des aides financières adopté par le CNC (celui du 27 novembre 2014) qui avait exclu du compte de soutien les oeuvres qui ont recours aux codes d'écriture ou de réalisation propres au magazine ou au reportage :

« En excluant du champ des bonifications ... les oeuvres qui ont recours aux codes d'écriture ou de réalisation propres au magazine ou au reportage, le CNC a introduit une distinction qui ne se fonde pas sur des critères objectifs et rationnels permettant de caractériser une différence de situation entre des oeuvres qui relèvent de la même catégorie des documentaires de création. Cette distinction ne répond pas non plus à un motif d'intérêt général en rapport avec l'objet des aides financières destinées à soutenir la création audiovisuelle. »

Qualification de fiction et aides de réinvestissement

Les documentaires de « réalité scénarisée » peuvent aussi appartenir au genre de la fiction. Le décret du 2 février 1995 met en place des aides de réinvestissement aux œuvres audiovisuelles de fiction à l'exclusion des sketches.

Le refus d'une aide d'une CNC aux œuvres de réalité scénarisée comme œuvres de fiction, doit être motivé. En effet, selon la loi du 11 juillet 1979 « les personnes physiques ou morales ont le droit d'être informées sans délai des motifs des décisions administratives individuelles défavorables qui les concernent. A cet effet, doivent être motivées les décisions qui retirent ou abrogent une décision créatrice de droits, refusent un avantage dont l'attribution constitue un droit pour les personnes qui remplissent les conditions légales pour l'obtenir ».

Dans une récente affaire, les juges administratifs ont eu l'opportunité de confirmer que certaines séries de réalité scénarisée ne sont pas des fictions. Etait ainsi justifié le refus d'une aide par le CNC au programme « Mon histoire vraie » en raison d'une insuffisante part de création originale et d'un « brouillage » entre dimensions fictionnelle et réelle.

Condition de la créativité

En matière de qualification en fiction, le CNC dispose d'un large pouvoir d'appréciation pour apprécier si les programmes au titre desquels le versement d'une aide est sollicité présentent un intérêt particulier d'ordre culturel, social, scientifique, technique ou économique. Le CNC est en droit de retenir que la créativité d'un programme est trop faible pour que l'oeuvre en cause puisse être qualifiée de « fiction » au sens de l'article 1er du décret du 2 février 1995.

En l'occurrence, le programme « Mon histoire vraie » se présentait comme une série quotidienne de trente épisodes de treize minutes, basés sur des faits réels et mettant en scène des personnages dont la vie va être bouleversée par un événement inattendu ; chaque épisode était structuré autour du point de vue du personnage principal ; il était notamment, recouru au procédé de la « voix off » ainsi qu'à la technique dite du « face caméra », permettant au héros de raconter son histoire à la première personne du singulier. Si pour adapter et interpréter chaque histoire, la société de production a eu recours à des scénaristes, réalisateurs et comédiens professionnels et si le projet ainsi décrit emprunte des éléments au genre de la fiction, en mettant en scène des histoires et des personnages, les épisodes se présentaient, toutefois, comme la simple description de faits divers relatés par leur protagoniste, sans qu'il soit aisé de déterminer si le personnage est, ou non, interprété par un acteur. Le projet en cause empruntait, de manière substantielle, des éléments au genre du reportage, pour

son mode de narration, et à celui du magazine, pour sa dimension testimoniale, alors même que ces deux derniers genres ne figurent pas sur la liste des genres de programmes éligibles aux aides de réinvestissement.

Position du CSA sur la question

Le CSA, saisi par des producteurs, a eu l'opportunité de qualifier des émissions de réalité scénarisée en fictions après un examen minutieux, tenant compte notamment du recours à la scénarisation, à la réalisation et à l'interprétation. Le CSA s'est assuré, pour chacune des émissions, de la présence des éléments suivants : scénario écrit par un ou plusieurs auteurs, histoire interprétée par des comédiens -rémunérés comme tels et dans le respect des conventions collectives -et réalisée par des réalisateurs payés en tant qu'auteurs et techniciens, dans le respect également des conventions collectives. Pour ce faire, il a demandé aux diffuseurs copie des scénarii et des différents contrats utiles (contrat de commande, contrats d'auteur, de réalisateur, de comédiens ...).

Avec ces lignes directrices, le CSA a pour objectif d'éviter la production de programmes « low cost » et de faible qualité accompagnés de pratiques de rémunération à la limite de la légalité.

En conséquence, le CSA opère une appréciation in concreto pour inclure les émissions de réalité aux quotas de production et de diffusions des chaînes. Pour rappel, les chaînes hertziennes doivent investir un minimum de 12,5 % de leur chiffre d'affaires en faveur des œuvres patrimoniales (20 % pour France Télévisions) et 10,5 %, lorsque leur contribution globale atteint 15 % du chiffre d'affaires.

A noter que France Télévisions aurait pris l'engagement auprès de certaines sociétés de gestion collective de ne pas comptabiliser les programmes de réalité scénarisée dans ses obligations d'investissement de création patrimoniale. Des accords ont également été conclus entre professionnels pour garantir l'amélioration de la qualité des programmes, notamment la charte relative au développement de la fiction conclue entre France Télévisions, le Groupe 25 images, la SACD, le SPI et l'USPA, ainsi que l'accord sur les pratiques contractuelles entre auteurs scénaristes et producteurs de fiction..

[Télécharger la décision 1](#)

[Télécharger la décision 2](#)

Coproduction déléguée | Avalanche c/ Europacorp

Convention de coproduction déléguée

Dans le cadre de la convention de coproduction déléguée sur la série d'animation « Valerian et Laureline », la société Avalanche avait en charge la supervision artistique et technique de l'œuvre audiovisuelle pour le compte d'Europacorp. Il a été jugé que la société Avalanche si elle était associée à la production de la série (producteur associé), ne disposait d'aucun droit patrimonial sur l'actuelle version cinématographique de la série d'animation (« Valérien et la cité des mille planètes » dont la sortie est prévue en juillet 2017).

Un article du contrat de coproduction en litige envisageait bien l'hypothèse d'un long métrage associant la société Avalanche mais cette fois en qualité de coproducteur mais une levée d'option était prévue et un contrat en bonne et due forme devait être négocié. La série d'animation a été produite mais le projet de long métrage a, dans un premier temps, été abandonné par Dargaud Marina, puis par Europacorp. Par la renonciation de Dargaud-Marina à la coproduction du long métrage, la convention de coproduction avec Avalanche est devenue caduque tout comme sa place de coproducteur futur.

Négociations postérieures au projet abandonné

Par la suite, Europacorp a négocié directement avec Dargaud, en présence des auteurs des albums une convention d'option des droits d'adaptation et d'exploitation cinématographique de la bande dessinée pour la réalisation et l'exploitation du « Film Live » ainsi qu'une convention de cession des droits d'adaptation et d'exploitation cinématographiques dont la prise d'effet était subordonnée à la date de levée d'option. Europacorp ayant levé l'option, la cession des droits d'adaptation était devenue parfaite.

Considérant que cette nouvelle adaptation cinématographique violait ses droits tels qu'issus de la convention de coproduction déléguée initiale, la société Avalanche a poursuivi sans succès Europacorp pour obtenir un droit de copropriété sur le film.

Les juges ont considéré que le premier projet d'adaptation cinématographique prévu par la convention initiale était devenu caduc faute de négociation d'un contrat en bonne et due forme et de levée de l'option.

Aux termes des articles 1186 et 1187 du Code civil, la caducité met fin au contrat. Un contrat valablement formé devient caduc si l'un de ses éléments essentiels disparaît. Lorsque l'exécution de plusieurs contrats est nécessaire à la réalisation d'une même opération et que l'un d'eux disparaît, sont caducs les contrats dont

l'exécution est rendue impossible par cette disparition et ceux pour lesquels l'exécution du contrat disparu était une condition déterminante du consentement d'une partie. La caducité n'intervient que si le contractant contre lequel elle est invoquée connaissait l'existence de l'opération d'ensemble lorsqu'il a donné son consentement (ce qui était le cas en l'espèce).

Notions contractuelles clefs de l'audiovisuel

Cette affaire, outre qu'elle rappelle l'efficacité de la levée de l'option et des clauses de négociation impérative pour les droits et obligations futures entre les parties, est aussi l'opportunité de préciser quelques notions clefs des contrats de l'audiovisuel.

Le producteur de l'œuvre audiovisuelle est la personne physique ou morale qui prend l'initiative et la responsabilité de la réalisation de l'œuvre. Il prend personnellement ou partage solidairement l'initiative et la responsabilité financière, technique et artistique de la réalisation de l'œuvre et en garantit la bonne fin.

Dans le cadre d'une coproduction, la production est commune à plusieurs producteurs permettant d'associer les ressources et de répartir les risques. Parmi les coproducteurs, le producteur délégué est celui qui endosse la responsabilité économique et juridique de la bonne fin de la production. Il exerce le pouvoir de producteur au nom de tous ses partenaires financiers et supporte le risque de la réalisation. Il a le mandat de gestion de l'ensemble des coproducteurs et des co-intervenants financiers. Cette fonction peut se partager, surtout en matière de production de fiction, la réglementation du CNC faisant obligation d'être producteur délégué pour mobiliser du soutien financier.

Le Producteur exécutif est engagé par le producteur délégué et a la responsabilité de fabriquer, pour le compte d'autrui, le film ou le programme sur lequel il n'a, sauf exception, aucun droit patrimonial particulier.

Le producteur associé, au sens d'une production audiovisuelle n'a aucune fonction ou responsabilité sur le film autre que celle d'exécuter, moyennant rémunération, les missions et tâches qui lui sont confiées par les producteurs délégués. Il est un sous-traitant, rémunéré comme un prestataire.

[Télécharger la décision](#)

Réalisateur audiovisuel : attention au contrôle fiscal

Déclaration BNC

Un réalisateur a fait l'objet d'un redressement fiscal au titre de son activité non salariée. Aux termes

de l'article 8 du Code général des impôts (CGI), l'impôt est dû chaque année à raison des bénéfices ou revenus que le contribuable réalise ou dont il dispose au cours de la même année. Les revenus du réalisateur au titre de son activité non salariée doivent impérativement être déclarés en BNC. La déclaration fiscale de ce dernier doit également inclure les indemnités de transaction obtenues au titre du règlement d'un litige de contrefaçon de droits d'auteur.

Déclaration fiscale du producteur

Le producteur est indirectement impliqué dans cette déclaration fiscale. En effet, aux termes de l'article 241 du CGI, les entreprises, sociétés ou associations qui procèdent à l'encaissement et au versement des droits d'auteur ou d'inventeur sont tenues de déclarer (déclaration DADS), le montant des sommes qu'elles versent à leurs membres ou à leurs mandants. Cette déclaration est souscrite, quel que soit le statut des bénéficiaires, durant le mois de janvier de l'année civile qui suit celle au cours de laquelle ces sommes ont été versées.

Redressement fiscal fondé

Le réalisateur n'avait pas déposé de déclarations de bénéfices non commerciaux au titre des années 2005 et 2006, or l'activité de réalisateur de films documentaire relève en principe de la catégorie des bénéfices non commerciaux. Le réalisateur avait aussi omis de déclarer une indemnité forfaitaire de 75 000 euros versée au titre d'un protocole transactionnel avec le producteur.

Aux termes de l'article 92 du code général des impôts : « Sont considérés comme provenant de l'exercice d'une profession non commerciale ou comme revenus assimilés aux bénéfices non commerciaux, les bénéfices des professions libérales, des charges et offices dont les titulaires n'ont pas la qualité de commerçants et de toutes occupations, exploitations lucratives et sources de profits ne se rattachant pas à une autre catégorie de bénéfices ou de revenus » .

Lorsqu'ils sont intégralement déclarés par les tiers, les produits de droits d'auteur perçus par les écrivains et compositeurs sont soumis à l'impôt sur le revenu selon les règles prévues en matière de traitements et salaires.

Les droits d'auteur déclarés par des tiers ont donc la nature de revenus non commerciaux et ne relèvent des règles applicables à la catégorie des traitements et salaires qu'en ce qui concerne le seul calcul des bases d'imposition.

Le réalisateur qui a cédé des droits d'auteur résultant d'une activité de réalisateur de films documentaires, n'a ainsi pas agi à ce titre en qualité d'écrivain ou de compositeur, seules professions autorisées par les dispositions de l'article 93-1 quater du CGI à

déclarer à l'impôt sur le revenu selon les règles prévues en matière de traitements et salaires les produits de droits d'auteurs qu'ils perçoivent et qui sont intégralement déclarés par des tiers.

[Télécharger la décision](#)

Tournage et responsabilité en cas d'accident

Risques et tournages

Une personne s'est grièvement blessée (coma) alors qu'elle effectuait une cascade dans le cadre de combats d'arts martiaux filmés pour une publication en ligne. La victime avait souscrit un contrat « garantie des accidents de la vie » dont les conditions générales indiquaient qu'elle couvrait « tout événement soudain et imprévisible dû à des causes extérieures à la victime et constituant la cause du dommage et notamment les accidents de la vie privée ».

Assurance et couverture des dommages

Les juges ont confirmé que la victime n'était couverte par son assurance. En effet, était mentionné, dans les conditions générales du contrat (dont le coût de la prime n'était que de 96 euros/an), sous le titre exclusions : « Votre contrat ne couvre pas les dommages suivants (en caractères gras) : les dommages subis à l'occasion d'activités professionnelles, y compris les activités sportives donnant lieu à rémunération ».

Le tribunal a jugé que l'accident était survenu au cours du tournage d'une démonstration d'art martial, tournage organisé de manière professionnelle pour le compte du sportif et de sa société, dont le nom est porté sur les cassettes des prises de vues effectuées, et en lien avec l'objet social de cette société qui avait nécessité l'intervention de plusieurs figurants, d'un autre combattant, d'une scripte, d'un directeur de casting et d'un cameraman reconnu ainsi que son assistant.

Il ne pouvait être considéré que l'accident était survenu dans le cadre de la vie privée de la victime mais bien dans le cadre d'activités professionnelles en lien avec sa société exclues de la garantie des accidents de la vie souscrite auprès de la compagnie d'assurance.

Tournage privé / Tournage professionnel

La circonstance que les nombreuses personnes ayant participé au tournage (un cameraman, reconnu et qualifié, un réalisateur, un directeur de casting, un script et 10 à 15 personnes en qualité de figurants, costumés) n'aient pas été rémunérées n'est pas de nature à modifier le caractère professionnel du tournage. Il était acquis que le tournage n'avait pas vocation à dégager

des revenus financiers immédiats, mais à permettre au sportif, avec l'assistance de professionnels, de se faire connaître en qualité de cascadeur, combattant en arts martiaux, activité qui s'inscrivait dans le cadre d'un exercice professionnel (promotion de son site internet).

Il a donc été considéré que l'accident n'était pas garanti par le contrat souscrit par le sportif à titre individuel, une solution pleinement transposable aux tournages des vidéos pour les réseaux sociaux.

[Télécharger la décision](#)

Emission « les Grandes Gueules » : abus sanctionné

Commentaires de l'affaire Nafissatou Diallo

Lors d'une émission « Les Grandes Gueules », il a été débattu de l'indemnisation obtenue par Nafissatou Diallo, lors du procès de Dominique Strauss-Kahn aux Etats-Unis. L'une des animatrices a tenu les propos suivants « se faire violer pour empocher de l'argent, c'était ce qui pouvait arriver de mieux ». Suite à cette intervention, l'animatrice a été évincée par Radio Monte-Carlo (RMC). Cette dernière a poursuivi la radio (sans obtenir gain de cause) i) pour éviction injustifiée et vexatoire ; ii) requalification de ses participations à l'émission en contrat de travail.

Mise en demeure du CSA

A la suite de l'émission, le CSA a mis en demeure RMC de respecter les dispositions de l'article 15 de la loi du 30 septembre 1986 à raison de la nature des propos tenus à l'antenne par un animateur et certains invités, qualifiés « d'injurieux, misogynes, et à connotation raciste visant tant l'apparence que la condition sociale d'une personne, laquelle avait été partie à un procès pour agression sexuelle ».

Absence de rupture abusive

Compte tenu de la mise en demeure du CSA motivée par la nature des propos tenus à l'antenne, largement relayée et commentée dans la presse, de la réaction de l'animatrice qui a manifesté son intention de ne pas présenter des excuses du fait des propos tenus à l'antenne, la décision de RMC de mettre un terme à la relation des parties n'apparaissait pas abusive.

L'animatrice se plaignait également de la brutalité de l'annonce de la rupture à l'antenne, en l'absence de préavis écrit et de notification, mais les lettres d'engagement

successives ne prévoyaient aucune modalité de forme particulière quant à la rupture des relations, que ce soit en termes de délai de prévenance ou d'une éventuelle notification préalable ou postérieure à la rupture laquelle pouvait donc intervenir par tout moyen.

[Télécharger la décision](#)

“ *Avez-vous mauvaise réputation ?* ”

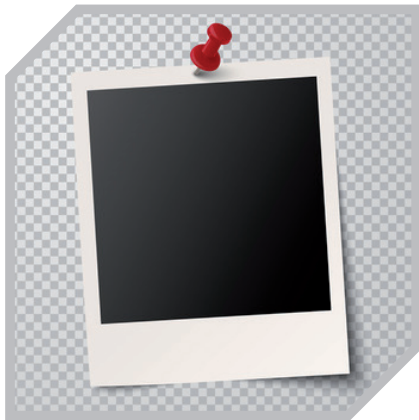
Si des propos négatifs ou positifs sont publiés en ligne (réseaux sociaux compris), sur votre marque, celle de votre client ou sur votre société, vous le saurez avec le service d'alertes par email SkanBrand

Skanbrand.com

Essai GRATUIT pendant 15 jours



IMAGE / PHOTOGRAPHIE



Retrouvez l'intégralité de l'actualité juridique du droit à l'image à partir de votre espace abonné sur Actoba.com. Une thématique intéressante ? Paramétrez-la en mot clef et recevez vos alertes par email



Image et anorexie : un sujet d'intérêt général

Le magazine Voici exonéré

Fait rarissime : l'hebdomadaire VOICI a bénéficié de l'exception d'actualité paralysant ainsi une violation du droit à l'image de la comédienne Doria TILLIER.

Le magazine avait publié un article intitulé « il faut manger ! » sous-titrant « jamais assez mince est devenue la devise folle de nombreux people. Mais à force de s'affamer, ces stars affichent désormais de véritables squelettes », illustré de photographies de célébrités parmi lesquelles la comédienne Doria TILLIER.

La photographie de la comédienne la représentant dans une tenue de soirée au décolleté échancré dévoilant la « maigreur » de son buste, avait été captée au festival de Cannes, soit lors d'une manifestation officielle où la jeune femme s'était librement exposée.

La comédienne faisait valoir que le magazine avait détourné son image hors toute autorisation de sa part pour illustrer un article dont elle niait qu'il puisse être justifié par un événement d'actualité ou un sujet d'intérêt général.

Exception d'actualité reconnue

Le Tribunal a considéré que l'article litigieux s'attachait clairement à dénoncer, à partir de clichés mettant en évidence la maigreur du modèle, une mode en vogue chez les célébrités qui consiste à s'affamer

jusqu'à présenter des silhouettes squelettiques.

Les pièces du dossier établissaient que ce sujet a été porté par de nombreux médias ces dernières années, entre autres, suite à la publication d'un ouvrage écrit par un ancien mannequin tombé dans l'anorexie et dénonçant « le diktat de la maigreur ». La nécessité d'une protection des jeunes filles contre les effets dévastateurs pour leur santé de ce phénomène de mode a également conduit à soumettre un projet de loi sur la maigreur excessive des mannequins.

Il s'ensuit que la maigreur des célébrités constitue incontestablement un thème d'actualité et a suscité un débat d'intérêt général, auquel un magazine tel que VOICI, touchant un large public féminin, est fondé à prendre part, peu important le ton humoristique adopté par le journaliste dans les légendes assortissant l'iconographie, qui relève du ton éditorial propre à ce type de publication.

Pas d'atteinte au droit à l'image

Dès lors la photographie de Doria TILLIER, prise à l'occasion d'une cérémonie publique, où la jeune femme est apparue visiblement maigre, est de nature à illustrer avec pertinence le sujet d'intérêt général mis en évidence, en sorte que l'utilisation de ce cliché n'a pas, malgré le défaut d'autorisation de la comédienne pour l'utiliser à cette fin, de caractère illicite.

Pour rappel, les articles 8 de la Convention européenne des droits de l'homme et 9 du code civil garantissent à toute personne, quelles que soient sa notoriété, sa fortune, ses fonctions présentes ou à venir, le respect de sa vie privée et de son image. L'article 10 de la Convention européenne garantit l'exercice du droit à l'information

des organes de presse dans le respect du droit des tiers. La combinaison de ces deux principes conduit à limiter le droit à l'information du public d'une part, pour les personnes publiques, aux éléments relevant de la vie officielle, et d'autre part, aux informations et images volontairement livrées par les intéressés ou que justifie une actualité ou un débat d'intérêt général.

[Télécharger](#) la décision

Charge de la preuve du photographe

Photographies banales

Une photographe de bateaux a assigné un éditeur de presse pour reproduction sans autorisation de ses photographies (contrefaçon de droit d'auteur). Les clichés en question avaient pour objectif de présenter au plus près de la réalité la fonctionnalité du bateau et ne révélaient ainsi l'existence d'aucun parti-pris esthétique dans la mise en scène ni d'aucun choix particulier quant au cadre de la prise de vue. A défaut d'originalité la contrefaçon a été exclue.

Démonstration et charge de la preuve

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

Si la protection d'une œuvre de l'esprit est acquise à son auteur sans formalité et du seul fait de la création d'une forme originale en ce sens qu'elle porte l'empreinte de la personnalité de son auteur et n'est pas la banale reprise d'un fonds commun non appropriable, il appartient à celui qui se prévaut d'un droit d'auteur dont l'existence est contestée de définir et d'explicitier les contours de l'originalité qu'il allègue.

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

En l'occurrence, la photographe ne s'est livrée dans ses conclusions à aucune description des photographies dont elle revendiquait la protection (le nombre exact des photographies n'était pas même précisé) et s'est contentée d'affirmer « péremptoirement » que leur originalité « ressortait de la mise en scène et de la captation d'un moment, d'un lieu et d'un angle précis mettant en valeur le bateau par sa reproduction photographique ». La photographe a été logiquement déboutée de sa demande de contrefaçon.

Position de la CJUE

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

Au stade de la phase préparatoire, l'auteur pourra choisir la mise en scène, la pose de la personne à photographier ou l'éclairage. Lors de la prise de la photographie de portrait, le photographe pourra choisir le cadrage, l'angle de prise de vue ou encore l'atmosphère créée. Lors du tirage du cliché, l'auteur pourra aussi choisir parmi les diverses techniques de développement qui existent celle qu'il souhaite adopter, ou encore procéder, le cas échéant, à l'emploi de logiciels.

A travers ces différents choix, l'auteur d'une photographie de portrait sera ainsi en mesure d'imprimer sa « touche personnelle » à l'œuvre créée...

[Télécharger](#) la décision

Vidéosurveillance du salarié : licenciement abusif

Licenciement sans cause réelle et sérieuse

Une salariée a obtenu la condamnation de son employeur pour licenciement abusif (60 000 euros de dommages et intérêts). Le moyen de preuve de l'employeur établissant un vol de la salariée, preuve issue d'une caméra de surveillance, a été écarté par les juges.

Information impérative du salarié

Aux termes de l'article L1222-4 du code du travail, aucune information concernant personnellement un salarié ne peut être collectée par un dispositif qui n'a pas été porté préalablement à sa connaissance. L'employeur ne peut mettre en oeuvre un dispositif de contrôle

qui n'a pas été préalablement porté à la connaissance des salariés (même si le salarié n'ignore pas l'existence des caméras vidéo en raison de leur visibilité).

Dans l'affaire soumise, l'employeur ne rapportait pas la preuve qu'il avait procédé à l'information individuelle de la salariée sur l'existence du dispositif de vidéosurveillance et de sa finalité, quand bien même la présence des caméras ne pouvait être méconnue de la salariée au vu de la taille des lieux, de la disposition de l'écran moniteur et de l'affichette d'information disposée sur un pilier.

L'information individuelle des salariés est requise lors que le dispositif a pour finalité de contrôler l'activité des salariés et que cette information doit également porter sur les finalités du dispositif qui ne comprennent pas seulement la surveillance de la clientèle.

Contrôle du principe de proportionnalité

Aux termes de l'article L1121-1 du code du travail, nul ne peut apporter aux droits des personnes et aux libertés individuelles et collectives de restrictions qui ne seraient pas justifiées par la nature de la tâche à accomplir ni proportionnées au but recherché.

En l'espèce, le plan produit par l'employeur révélait la présence de huit caméras dans les lieux, soit plus de caméras que de salariés présents, lesdites caméras couvrant l'ensemble du local d'activité, à l'exception de la réserve avec toilettes et casiers personnels.

Ce dispositif a été jugé disproportionné au but recherché, à savoir la surveillance des locaux et la lutte contre le vol. Le nombre excessif de caméras eu égard à la superficie des lieux et au nombre de salariés, a pour conséquence une surveillance quasi permanente des salariés à l'exception d'angles morts et de la réserve avec casiers personnels et toilettes. Le dispositif de vidéosurveillance était illicite.

[Télécharger la décision](#)

Droit à l'image du mannequin

Condamnation d'un parfumeur

Un acteur et mannequin a obtenu la condamnation d'un parfumeur parisien pour atteinte à son droit à l'image. L'image du mannequin avait été apposée sur les conditionnements des flacons commercialisés par le parfumeur.

Bonne foi inapplicable

Le parfumeur a fait valoir sans succès qu'il avait de bonne foi, repris la fabrication et la commercialisation d'un produit déjà créé et commercialisé par son prédécesseur. Ce dernier avait acquis l'image du mannequin auprès d'une banque d'images à qui une rémunération forfaitaire permettant son exploitation régulière sur

conditionnement sans limitation avait été versée.

Préjudice patrimonial du mannequin

Pour obtenir l'indemnisation de son préjudice, contrairement au droit d'auteur, le titulaire du droit à l'image ne dispose d'aucun droit acquis à percevoir une rémunération proportionnelle au bénéfice réalisé dans le cadre de l'exploitation.

Le mannequin disposant d'une certaine notoriété (catégorie 10), a été indemnisé à hauteur de 20.000 euros. Il a également subi un préjudice moral du fait de l'utilisation de son image sans son autorisation, utilisation qui l'a privé du choix et de la liberté d'apprécier s'il souhaitait ou non être associé à tel ou tel

produit ou à telle ou telle marque (4 000 euros). ét

[Télécharger la décision](#)

Mannequin bénévole : risque maximal

Obligations des organisateurs de défilés

Les organisateurs de défilés de mode (amateurs ou non) doivent être vigilants aux conditions de participation des mannequins « bénévoles ». A l'occasion d'un défilé de lancement d'une marque, un inspecteur de l'URSSAF a constaté que huit modèles défilant sur un podium n'avaient pas fait l'objet de déclarations préalables à l'embauche. Le redressement de l'URSSAF a été opéré sur la base du salaire brut conventionnel journalier pour un mannequin débutant, soit 475,75 euros. Le redressement principal, hors majorations de retard, a donc été validé (environ 3500 euros).

Contrat de bénévole

L'organisateur avait conclu avec les mannequins un « contrat d'activité bénévole ». Or, ce contrat a été qualifié de contrat de travail par l'URSSAF dans la mesure où les jeunes femmes assuraient bien une prestation de travail pour le compte de l'organisateur, à savoir défilé en portant les vêtements de prêt-à-porter. Ce contrat comportait des obligations précises en matière d'horaires, de confidentialité et discrétions outre le versement d'une somme forfaitaire de 120 à 200 euros selon les mannequins.

Indemnisation ou salaire ?

C'est précisément cette rémunération qui a emporté la requalification : en l'absence de justification de l'utilisation de cette indemnité forfaitaire conformément à son objet, elle ne pouvait être considérée comme le remboursement de frais engagés mais comme une rémunération. En effet, son

montant dépassait largement la prise en charge de frais de repas ou de déplacement liés à l'événement.

Contrat de mannequin

Aux termes des articles L 7123-2 à L 7123-4 du code du travail, est considérée comme exerçant une activité de mannequin, même si cette activité n'est exercée qu'à titre occasionnel, toute personne qui est chargée : i) Soit de présenter au public, directement ou indirectement par reproduction de son image sur tout support visuel ou audiovisuel, un produit, un service ou un message publicitaire ; ii) Soit de poser comme modèle, avec ou sans utilisation ultérieure de son image.

Le contrat par lequel une personne s'assure, moyennant rémunération, le concours d'un mannequin est présumé être un contrat de travail. La présomption de l'existence d'un contrat de travail subsiste quels que soient le mode et le montant de la rémunération ainsi que la qualification donnée au contrat par les parties.

Cette présomption n'est pas détruite par la preuve – qui n'était au surplus pas rapportée en l'espèce puisque s'agissant d'un défilé de mode, les huit mannequins ne pouvaient qu'exécuter les instructions qui leur étaient données (vêtements, coiffure maquillage, ordre de passage.)- que le mannequin conserve une entière liberté d'action pour l'exécution de son travail de présentation.

Statut du chef de cabine

A noter que le chef de cabine n'est pas soumis à la présomption légale mais au droit commun. Le chef de cabine est le chef d'orchestre du défilé, cette prestation suppose une autonomie certaine et une influence non négligeable sur l'esthétique du défilé. Le chef de cabine ne peut être considéré que comme un professionnel qui a certes une autonomie certaine dans l'exercice de son art et qui, dans un cadre tel que celui dont il est question en l'espèce, ne peut être considéré comme subordonné à l'organisateur.

Conditions du contrat de travail

Le contrat de travail est la convention par laquelle une personne physique s'oblige à mettre son activité à la disposition d'une autre personne, physique ou morale, dans un rapport de subordination et moyennant une rémunération.

La reconnaissance de l'existence d'un contrat de travail dépend des conditions de fait dans lesquelles est exercée l'activité des travailleurs, l'élément essentiel étant constitué par le lien de subordination caractérisé par l'exécution d'un travail sous l'autorité d'un employeur qui a le pouvoir de donner des ordres et des directives, d'en contrôler l'exécution et de sanctionner les manquements de son subordonné.

Le travail au sein d'un service organisé peut constituer un indice du lien de subordination lorsque l'employeur détermine unilatéralement les conditions du travail. L'existence d'une relation de travail ne dépend ni de la volonté exprimée par les parties ni de la dénomination qu'elles ont donnée à leur convention mais des conditions de fait dans lesquelles est exercée l'activité du travailleur concerné.

[Télécharger la décision](#)

Caméra dans les toilettes : un employeur condamné

Caméra installée par l'employeur

Il n'y avait guère de doute sur ce point : la mise en place d'une caméra dans les toilettes d'une entreprise est constitutive d'une atteinte à la vie privée. Cas inédit dans cette affaire, c'était l'employeur qui avait mis en place le dispositif. Condamné au pénal, l'employeur a également été condamné sur le terrain du droit du travail : l'une des salariées, choquée, a obtenu la résiliation judiciaire de son contrat de travail. La résiliation judiciaire produit les effets d'un licenciement dépourvu de cause réelle et sérieuse

Condamnation pénale de l'employeur

Alors qu'il se trouvait dans les toilettes de l'entreprise, un salarié a découvert une caméra Go pro dissimulée au milieu des produits d'entretien. Il a visionné les films enregistrés dans lesquels il s'est vu dans les toilettes et a vu notamment son employeur, installer la caméra dans ces locaux et sous un bureau. Le salarié a informé ses collègues de sa découverte. Une plainte a alors été déposée auprès de la gendarmerie pour atteinte à l'intimité de la vie privée par fixation ou transmission de l'image d'une personne.

Suite à l'enquête diligentée, le tribunal correctionnel a condamné l'employeur à une peine de trois mois d'emprisonnement avec sursis outre une amende de 1000 euros, et à payer aux parties civiles (salariés) les sommes de 300 et 600 euros.

Résiliation judiciaire du contrat de travail

Les pièces médicales et les attestations communiquées établissaient également que la salariée filmée, comme ses collègues, a été « abasourdie » et « choquée » par les agissements de l'employeur. La salariée a développé par la suite un comportement de type anxigène en restant enfermée chez elle, avec perte d'appétit et troubles du sommeil et en ayant changé sa tenue vestimentaire par l'abandon notamment des tenues féminines.

Le comportement de l'employeur, en sa qualité de cogérant de la société, caractérisait bien un manquement réitéré et particulièrement grave de l'employeur, dont

les conséquences sur l'état de santé de la salariée empêchaient la poursuite du contrat de travail. Les juges ont donc conforté la résiliation judiciaire du contrat de travail prononcée aux torts exclusifs de l'employeur.

Préjudice spécial de la salariée

L'installation de la caméra, manquement d'une particulière gravité a aussi généré un préjudice distinct de celui déjà indemnisé au titre de la rupture du contrat de travail dès lors que la salariée a été très choquée par la trahison de son employeur et en a subi une dégradation de son état de santé établie par les certificats de son médecin traitant et de son psychologue et les attestations de ses proches. Ce préjudice, né du contexte professionnel, distinct de celui indemnisé par le tribunal correctionnel, a été évalué à la somme de 3000 euros.

[Télécharger](#) la décision

Image des œuvres | Affaire Clapton

Tableau illustrant la pochette d'un album

Pendant l'été 1970, les musiciens du groupe « Derek and the Dominos », dont faisait partie Eric Clapton à l'époque, ont séjourné à Valbonne. L'hôte qui a accueilli l'artiste lui a donné un tableau intitulé : « La jeune fille au bouquet », peint par son père, Emile Fransen. La même année, le groupe a publié l'album « Layla and other assorted love songs » dont la pochette reproduisait à l'identique le tableau du peintre (l'album a été réédité de nombreuses fois). L'album, qui jouit d'une grande notoriété, a été exploité pendant plus de 40 ans avec cette illustration sans que cela ne suscite la moindre réaction des héritiers du peintre.

Transformation de l'œuvre

Lors de la sortie d'un album collector, Eric Clapton et son éditeur phonographique la société Polydor ont exploité l'œuvre du peintre sous une forme modifiée : « Pop-up 3D Artwork » (pliage cartonné) ; autocollant reproduisant une découpe de l'image du tableau ; reproduction sur carton du tableau au format 33 tours.

Le tribunal a considéré qu'il s'agissait là d'une dénaturation manifeste de l'œuvre d'Emile Fransen, le tableau ayant été découpé et présenté en plusieurs éléments en relief se déployant lors de l'ouverture de la boîte du collector, l'autocollant ne présentant pas le tableau dans son intégrité et ne portant pas la mention de la signature, le format et les proportions étaient également modifiés pour la reproduction sur carton.

Dénaturation de l'œuvre

Ces faits de dénaturation ont été considérés comme totalement distincts de ceux de l'utilisation du tableau litigieux sur la pochette du disque de 1970, peu important que les héritiers d'Emile Fransen n'aient pas agi pour la protection du droit moral de l'auteur entre 1970 et 2014 s'agissant de la reproduction du tableau sur la pochette de 1970 et de ses rééditions à l'identique. Le préjudice subi par les héritiers a été évalué à la somme de 15 000 euros.

[Télécharger](#) la décision

Modèles

à télécharger sur **Actoba.com**

- Contrat de domiciliation commerciale de Société
- Statuts de SAS de production cinématographique
- Mandat d'intérêt commun
- PV de Clôture de procédure de dissolution | SARL
- Déclaration fiscale de Cession de droits sociaux
- Contrat de cession de parts sociales | SARL
- Modèle de Business Plan | Format Excel
- Guide de bonnes pratiques | E-médicaments
- Barèmes des Salaires | Journalistes Pigistes
- Barèmes des salaires | Journalistes professionnels
- Lettre de démission de la Gérance
- Rapport du Commissaire aux comptes

Contrats en ligne



Gagnez en productivité en téléchargeant ces modèles de contrats à partir de votre espace abonné. Les modèles sont proposés en téléchargement au format doc/docx

et répondent à un standard professionnel, ils incluent au moins 10 pages et peuvent constituer une solide base de travail pour les Avocats et directions juridiques.

Plus de 25 nouveaux contrats vous sont proposés chaque mois.

Les modèles proposés couvrent plus de 15 secteurs d'activités parmi lesquels : la propriété intellectuelle, la presse, la publicité, l'immobilier, la création d'entreprise, le pilotage des sociétés, la procédure civile et commerciale, les associations loi 1901, le droit à l'image ...

“ Les Modèles de contrats Actoba.com sont mis à jour ”

Q/R flash



+ 50 nouvelles questions /
réponses juridiques FLASH
chaque mois



Retrouvez en ligne les **réponses aux questions** juridiques suivantes :

- Faut-il déclarer un compte Paypal ?
- RCS : obtenir l'effacement de ses données personnelles ?
- Surtaxer un appel de SAV : est-ce légal ?
- Liquidateur amiable : quelle responsabilité ?
- Cession de société : droit à l'information des salariés ?
- Captures d'écran : un mode de preuve à éviter ?
- Musicien et producteur : des règles dérogatoires ?
- GUSO : qui peut en bénéficier et quelles limites ?
- Encaissement d'un chèque : responsabilité de la banque ?
- Annulation de vol : montant de l'indemnisation ?
- Erreur sur la composition du tribunal : nullité du jugement ?



ACTOBA 500
www.actoba.com

Les Personnalités juridiques de référence du secteur IP / IT / Médias

Seuls figurent dans le Classement ACTOBA 500 (référencement gratuit) les spécialistes juridiques du domaine IP/IT/Médias (directeurs juridiques, avocats, juristes seniors ...) avec au moins 10 ans d'expérience et pour les Avocats, un seuil minimal de dossiers traités en IP/IT/Médias (décisions certifiées).

Identifiez ces personnalités juridiques grâce au label / logo de confiance ACTOBA 500.

Pour postuler : info@actoba.com | 01.44.01.52.51

SEREREZ-VOUS DANS

ACTOBA 500 ?



ABONNEZ-VOUS maintenant :

1 Licence de reproduction de nos contenus OFFERTE

Accès full services

2 mots qui font notre slogan : Simplicité et Efficacité. Ne pas vous noyer sous l'information juridique en publiant uniquement **l'information dont vous avez besoin** pour maîtriser le risque contentieux.

La personnalisation de vos **alertes juridiques** sur Actoba.com vous permet par exemple d'être alerté en temps réel lorsqu'un contenu juridique correspondant à vos mots clés est publié (toutes thématiques).

L'utilisation de nos **modèles de contrats** vous fait gagner un temps précieux. Vous pouvez les utiliser tel quel ou les personnaliser selon vos besoins ou ceux de vos clients.

Besoin d'identifier si une société a déjà été condamnée par le passé ? Rien de plus simple, commandez son **bilan judiciaire**.

Surveillez une **marque** ou la réputation d'une personne publique ? Utilisez notre service dédié de surveillance de Big Data (alertes par emails ou accès aux tableaux de bord).

- > Accès Actoba.com + 12 n° (revue imprimée) + 48 eRevue
- > Jurisprudence au format greffe
- > Actualités juridiques
- > Questions réponses juridiques flash
- > Licence de reproduction
- > Téléchargez + 2000 Modèles de contrats
- > Paramétrez vos alertes jurisprudentielles
- > Commandez le bilan judiciaire des sociétés

JE M'ABONNE : 49.90 € / Mois *
Accès multiposte à la plateforme Actoba.com
+ 12 Numéros (revue papier)
+ 48 e-Revues (hebdomadaire par email)
+ Licence de reproduction

() OFFRE SPECIALE
D'ABONNEMENT*

*Besoin de plus d'informations ? Contactez-nous :
Email : info@actoba.com
Infoline : 01.44.01.52.51*

Raison sociale :

Nom : / Prénom :

Email : / Téléphone :

Adresse (réception de la Revue) :

Adresse (facturation) :

Accès Multiposte à Actoba.com : Jurisprudence format greffe / Actualités / Questions réponses juridiques flash / Licence de reproduction / Accès à + 2000 Modèles de contrats (réception automatique des mises à jour) / Paramétrage d'alertes jurisprudentielles sur toute thématique juridique / Commande de bilan des condamnations judiciaires des personnes morales établies en France / [Pour les Avocats] Référencement personnalités ACTOBA 500 + Référencement des décisions gagnées par votre Cabinet.

+ Revues Papier (12 Numéros) + E-Revues hebdomadaires (48 Numéros)

Je souscris à l'offre unique de 599 € TTC/ an (49.90 € x 12 mois). J'opte pour le règlement :

Par chèque bancaire ci-joint (à l'ordre de ACTOBA)

Par virement bancaire (Banque Postale - RIB 20041 00001 1860640R020 62)

Merci d'adresser votre Bon de commande à :

ACTOBA - Service des abonnements - 4 rue Froissart - 75003 Paris

Date : / /

Cachet / Signature :

L'abonnement couvre une période d'une année. Conformément à la loi Informatique et Libertés 78-17 du 06/01/78, vous disposez d'un droit d'accès, de modification et d'opposition sur toute donnée nominative vous concernant. Ce droit s'exerce en adressant un courrier électronique à info@actoba.com

Un peu de **zen** dans votre documentation juridique ?

Uplex.fr

+ 2 000 modèles de documents juridiques

en téléchargement (avec mises à jour)



“ Vos commentaires / annotations ”

Area with horizontal dotted lines for writing comments or annotations.

Revue **Actoba**

Pour toute information sur nos abonnements et nos conditions d'insertion publicitaire, merci de nous contacter :

ACTOBA - 4 RUE FROISSART - 75003 PARIS

Tel: 01.44.01.52.51

Email : info@actoba.com

Web : www.actoba.com

Tous droits de reproduction réservés -
ACTOBA.com



1 28066 91644 5