



# Actoba.com

MAI 2017 - N° 249 - Le risque contentieux maîtrisé

**Affaire Jeff Koons au Centre Pompidou**

---

**Droit de réponse sur Wikipédia**

---

**Le site « Demander justice » relaxé**

---

**Clôture brutale de compte eBay**

---

**Droit du numérique**

Obligations du référenceur : « duplicate content »  
Responsabilité des fournisseurs de Plug-in

**Propriété intellectuelle**

Marque et prohibition des engagements futurs  
DB9 : Aston Martin déboutée

**Droit de la publicité**

Propriété des campagnes publicitaires  
Contrat de régie publicitaire en ligne

**Modèles de contrats**

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

**Droit de la Presse**

Modifier la rémunération du pigiste  
TVA de la presse en ligne *gestion de l'injure*

**Droit audiovisuel**

Documentaire : conditions de la contrefaçon  
Cotisations sur les cachets des artistes

**Droit de l'image**

Photographies des catalogues de produits  
Détournement de l'image de Jenifer

**QR juridiques flash**

+ 25 nouvelles réponses juridiques Flash



Actoba.com

Mentions légales

ACTOBA  
Siège social  
4 RUE FROISSART, 75003 PARIS  
Tél. 01.44.01.52.51  
Email : [info@actoba.com](mailto: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

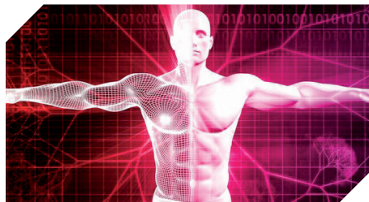
IMPRESSION  
Printshot France

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

# SOMMAIRE

06 PROPRIETE  
INTELLECTUELLE



13 COMMUNICATION  
ELECTRONIQUE



18 PUBLICITE /  
MARKETING



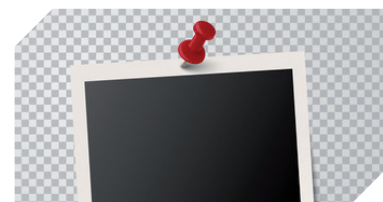
24 PRESSE / EDITION  
/ MEDIAS



30 AUDIOVISUEL /  
CINEMA



37 IMAGE /  
PHOTOGRAPHIE





Aménagement de points de vente : Contrefaçon établie .. 06  
 Citation de marques sanctionnée ..... 07  
 Contrefaçon : poursuivre une société en liquidation ..... 07  
 DB9 : Aston Martin déboutée..... 08  
 Marque renommée : obligation de conserver sa position .. 09  
 Marque et prohibition des engagements futurs..... 10  
 Affaire Jeff Koons au Centre Pompidou ..... 10



COMMUNICATION ELECTRONIQUE



Obligations du référenceur et « duplicate content » ..... 12  
 Droit de réponse sur Wikipédia ..... 12  
 Vidéosurveillance : clause du contrat de travail..... 13  
 Le site « Demander justice » relaxé..... 14  
 Responsabilité des fournisseurs de Plug-in..... 14  
 Clôture brutale de compte eBay ..... 15  
 Avocat blogueur : responsabilité pénale confirmée..... 15

PUBLICITE / MARKETING

Production de films publicitaires : régime autonome ?..... 17  
 Régies publicitaires : victoire constitutionnelle ..... 17  
 Cession des slogans publicitaires ..... 18  
 Propriété des campagnes publicitaires..... 19  
 Contrat de régie publicitaire en ligne ..... 19  
 Contrat de Mannequin : certificat médical et IMC..... 20  
 Contrat d'agence de publicité : originalité des oeuvres ..... 21



Modifier la rémunération du pigiste ..... 23  
 TVA de la presse en ligne ..... 23  
 CDD de reporter photographe requalifié..... 24  
 Images des scènes de crime : BFM relaxée ..... 25  
 Rédacteurs web : attention au travail dissimulé..... 26  
 Obligation de vérification de l'AFP ..... 26  
 Religion, vie privée et presse people..... 27



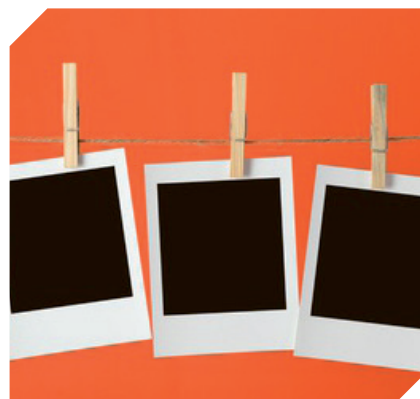
AUDIOVISUEL / CINEMA



Statut dérogatoire des archives audiovisuelles ..... 28  
 Effacement par erreur d'un court métrage..... 29  
 Journaliste audiovisuel : sévère requalification ..... 29  
 Forme de la cession des droits audiovisuels ..... 31  
 Affaire Laura Smet | Assurance tournage ..... 31  
 Intéressement des acteurs : prudence..... 32  
 Contrat de « Step Deal » validé ..... 33

IMAGE / PHOTOGRAPHIE

Changement de destination d'une photographie ..... 35  
 Droit à l'image : responsabilité de l'avocat..... 36  
 Photographies pour la publicité ..... 36  
 Photographies des couvertures de magazines..... 37  
 Durée limitée d'exploitation de photographies ..... 37  
 Exploitation de l'image du mannequin..... 38  
 Cession tacite des droits du photographe..... 39



42 Annuaire des Procureurs de la République | France

42 Requête en libération conditionnelle

42 Plainte avec constitution de partie civile

42 Assignation en référé expulsion | Bail commercial

42 Assignation en référé provision | Tribunal de commerce | TC

42 Demande d'injonction de communication de pièce

42 Demande de signification d'Assignation

42 Requête en désignation d'un conciliateur | TC

42 Assignation en ouverture d'une procédure collective | TC

42 Modèle d'Attestation sur l'honneur | Procédure collective

42 Déclaration de cessation de paiements | Société

42 Demande de règlement amiable | Greffe | Difficultés de paiements

REPONSES JURIDIQUES FLASH EN LIGNE



- Clause de conciliation préalable : le juge lié ? p.43
- Droit à l'image : internet inclut-il l'emailing ? p.43
- Exécution d'une saisie : quels délais pour agir ? p.43
- Cession de créance : faut-il informer le débiteur ? p.43
- Violation du droit moral : vraiment imprescriptible ? p.43
- Saisie-contrefaçon : la règle des 10 jours ? p.43
- Prêt d'argent entre particuliers : règles de preuve ? p.43
- Contrefaçon : le gérant responsable à titre personnel ? p.43
- E-commerce : accepter uniquement la CB, est-ce légal ? p.43
- Règlement intérieur de club de sport : l'affichage suffit ? p.43
- Vol dans un vestiaire : quelle exonération de responsabilité ? p.43

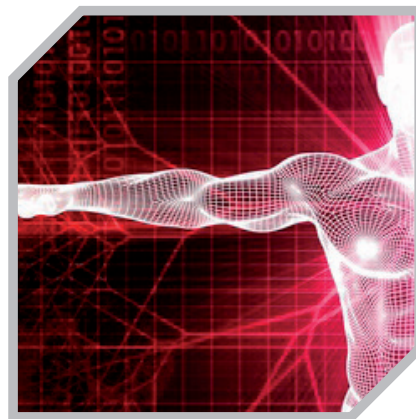
PERSONNALITES JURIDIQUES IP / IT | ACTOBA 500



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 ”

## Aménagement de points de vente : Contrefaçon établie

Affaire Kiko

Les points de vente, lorsqu'ils sont aménagés de façon professionnelle et originale, donnent lieu à des investissements importants. Copier un aménagement de magasin expose le fauteur à une double condamnation pour contrefaçon et concurrence parasitaire. La société Kiko, qui fabrique et commercialise des produits de maquillage au sein de ses 120 magasins sous enseigne Kiko Makeup Milano a ainsi obtenu la condamnation de l'un de ses concurrents.

Conditions de la protection du droit d'auteur

En vertu des dispositions de l'article 111-1 du code de la propriété intellectuelle, 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 comporte des attributs d'ordre intellectuel et moral ainsi que des attributs d'ordre patrimonial. Sont ainsi protégées toutes les oeuvres de l'esprit, quels qu'en soient le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination. Pour être protégée par le droit d'auteur, une création intellectuelle doit toutefois impérativement répondre d'une part, à deux conditions de forme : i) se manifester par une expression apparente, ii) qui doit être tangible, ou fixée sur un support ; et d'autre part, à deux conditions de fond : i) être une création, ou une oeuvre de l'esprit, ii) être originale, donc singulière.

Ainsi, la création se définit par une production de l'esprit qui se manifeste par un effort, aussi minime soit-il, mais certain et qui démontre un parti pris esthétique portant

l'empreinte de la personnalité de son auteur, et non de simples déclinaisons ou des transpositions, conférant ainsi à l'objet un caractère d'originalité et de nouveauté.

Lorsqu'une oeuvre est très distinctive et très caractéristique, il suffit d'emprunts minimes pour que la contrefaçon soit réalisée, alors que la contrefaçon d'une oeuvre combinant des éléments connus et moins novateurs ne sera réalisée que par l'emprunt de nombreux éléments. Dans ce dernier cas, ce sera souvent l'enchaînement de ces éléments banals qui constituera l'originalité de l'oeuvre, et seule la reprise de cet enchaînement sera susceptible d'en constituer la contrefaçon.

La protection accordée par le droit d'auteur s'étend à l'aménagement intérieur, par exemple le rythme de couleur et l'agencement d'une chaîne de magasin.

En l'absence de revendication judiciaire du ou des auteurs contre elle, à l'égard des tiers recherchés pour contrefaçon, l'exploitation d'une oeuvre (aménagement du magasin) par une personne morale sous son nom fait présumer que cette personne est bien titulaire sur l'oeuvre, qu'elle soit collective ou non, du droit de propriété incorporelle de l'auteur.

Application aux intérieurs de magasins

Si des couleurs telles que le noir et le blanc ont pu faire l'objet d'utilisation dans d'autres magasins notamment de cosmétiques ou si la présentation de produits, sous forme d'un dégradé de couleur formant un arc-en-ciel de couleurs sur des meubles inclinés blancs, a pu d'ores et déjà être utilisée, cela n'a pas privé pour autant l'agencement commandité par l'enseigne Kiko de toute originalité.



En matière d'arts appliqués, l'originalité découle souvent de la combinaison nouvelle d'éléments connus, de la création de formes originales, matières nouvelles, effet décoratifs se distinguant de ceux antérieurement connus par une singularité ou une distinctivité de nature à exprimer la personnalité de son auteur en conférant à son oeuvre une forme personnelle.

Tel était le cas en l'espèce :

- la forme du présentoir à l'aspect triangulaire, en blanc laqué, dans lequel les tiroirs renfermant les produits s'insèrent totalement, est spécifique, puisque qu'il présente deux versants inversés, créant un aspect lisse et aux angles arrondis, renforçant le caractère aérien et futuriste,

- la disposition de ces meubles de chaque côté du magasin et l'alignement des produits renforce l'aspect visuel infini et le côté épuré,

- la juxtaposition et le choix des couleurs (mauve, blanc, noire) et leur rythme régulier (sols sombres, meubles blancs surmontés d'un bandeau blanc avec des écrans noirs LCD, et un fond au-dessus mauve) renforcent l'aspect linéaire,

Cette juxtaposition des couleurs et notamment l'utilisation du noir et du blanc contribuent à rappeler les attributs du luxe et à renforcer l'impression de modernité ; cette recherche de modernité et de futurisme est accentuée par la disposition d'écrans LCD réguliers surmontant les meubles, la présence en vitrine de 'sucettes publicitaires' diffusant des projections, et l'utilisation d'un éclairage encastré dans le plafond sous forme de ronds de tailles différentes.

La société Kiko a ainsi décliné et transposé l'ensemble de ces éléments de manière réfléchie et singulière en vue de produire un effet distinctif certain et une identification visuelle claire, pour répondre au concept même de la société visant à commercialiser des produits de maquillage dans une ambiance et un décor rappelant le luxe et la modernité, conférant une physionomie propre et nouvelle aux agencements.

A ce titre, aucune des formes choisies n'était dictée par un quelconque impératif fonctionnel ou technique, rien n'imposant que les tiroirs en partie basse soient par exemple inclinés.

#### Contrefaçon établie

Les faits de contrefaçon s'apprécient en tenant compte des ressemblances et non des différences. Or, en l'espèce le concurrent avait clairement repris de nombreux éléments identiques : un rythme décoratif identique pour le mur intérieur, le meuble de présentation du maquillage de forme doublement oblique, combiné au sol sombre et à un plafond incrusté de spots ronds de tailles différentes, disposé à proximité de

la vitrine dans laquelle sont installés des panneaux sucettes blancs, même impression d'ensemble que le décor mis en place dans le cadre de l'agencement ...

#### Faits distincts de parasitisme

L'imitation fautive a aussi engendré un risque de confusion et d'atteinte à l'originalité du concept, ce dont attestent les commentaires effectués sur les blogs. La multiplicité des commentaires et la spontanéité des échanges ainsi que leur date, bien antérieure à la procédure a emporté la conviction des juges. Les clients avaient régulièrement sur les blogs, noté le rapprochement des agencements des deux sociétés. Par l'imitation de l'agencement, le concurrent a bénéficié de la notoriété de l'enseigne Kiko et de son attractivité. Il s'est inscrit dans le sillage de la société et a tenté de capter sa clientèle, en profitant tant des efforts intellectuels que financiers réalisés par cette dernière en vue de mettre en place son concept distinctif, le privant en outre de sa singularité et banalisant la spécificité de son concept.

#### Démontage ordonné

Outre l'octroi de la somme de 45 000 euros à titre de dommages et intérêts, une mesure rarissime a été ordonnée : pour faire cesser l'atteinte au droit privatif et le trouble causé à la loyauté du commerce, les juges ont, sous astreinte de 1 000 euros par jour de retard, obligé la société concurrente à démonter son agencement actuel (dans plus de 100 magasins).

[Télécharger la décision](#)

## Citation de marques sanctionnée

#### Limites à la citation d'une marque

Une société a été condamnée pour concurrence déloyale pour avoir associé à chacun des parfums qu'elle commercialise, une grille de références des senteurs, citant les marques de parfum notoires. La société avait déjà été condamnée par un jugement du TGI de Paris en date du 11 avril 2014 pour contrefaçon de marques et publicité comparative illicite. En cause d'appel, sur le volet de la contrefaçon de marque, le sursis à statuer a été prononcé à raison d'une question préjudicielle soumise à la CJUE.

#### Concurrence déloyale et dénigrement

Le concurrent, qui est licencié et non titulaire des marques citées, a agi avec succès sur le seul fondement de la concurrence déloyale.

La question de la nécessité de poser une question préjudicielle sur le fondement du droit des marques à la CJUE a été évacuée par les juges : même si à l'issue de la procédure pendante devant la CJUE, la société

poursuivie était autorisée à comparer ses parfums avec des parfums notoires en indiquant aux consommateurs que ses produits sont composés des mêmes ingrédients essentiels que lesdits parfums notoires, il n'en demeure pas moins que le licencié officiel serait toujours en droit de solliciter sa condamnation sur le fondement de la concurrence déloyale et notamment des actes parasitaires. En effet, la société fautive, utilise le nom et la notoriété de marques en vue de promouvoir ses propres fragrances, et ce sans bourse délier, le tout accompagné de propos dénigrants à l'égard des professionnels de la parfumerie.

#### Qualification de publicité comparative ?

La pratique des « grilles de références senteurs » n'a pas été qualifiée de publicité comparative mais de pratique parasitaire.

La mention des marques notoires (Chloé, Lancaster ...) figure comme un support identitaire du nouveau parfum de la société en laissant supposer que ses caractéristiques sont celles du parfum cité. Par ce procédé de présentation, la société a créé pour chacun de ses parfums, une fiche identitaire ayant pour support une marque bénéficiant d'une importante notoriété. Ainsi, la société s'imisce dans le sillage des marques citées et profite de la notoriété de ces marques ainsi que des investissements réalisés pour asseoir ses propres parfums sans bourse déliée. Ces agissements constituent donc des actes de parasitisme et non des publicités comparatives.

A noter que même si la publicité comparative avait été retenue, selon le point f) de l'article 4 de la directive n°2006-114 du 12 décembre 2006, pour être licite, la publicité comparative ne doit pas tirer « indûment profit de la notoriété attachée à une marque, à un nom commercial ou d'autres signes distinctifs d'un concurrent ou de l'appellation d'origine de produits concurrents ».

#### Actes de dénigrement

La société a aussi été condamnée pour dénigrement en raison de son slogan « Pirate-Parfum est la seule griffe qui peut prétendre à 95% de produit et 5% de marketing. Alors que cette formule s'inverse totalement chez les autres ».

La société allègue ainsi qu'à la différence de la concurrence elle n'introduit que 5% de marketing dans le prix de ses produits alors qu'elle s'exonère de cette charge en profitant indûment des investissements réalisés par les sociétés concurrentes ; de tels propos qui dissimulent la réalité et jettent le discrédit sur les pratiques commerciales de la concurrence ont été qualifiés de dénigrement (20 000 euros de dommages et intérêts).

[Télécharger la décision](#)

## Contrefaçon : poursuivre une société en liquidation

### Impact de la liquidation

La mise en liquidation volontaire ou non d'une société ne permet pas ipso facto d'échapper au délit de contrefaçon. Poursuivre la procédure contre le liquidateur peut être opportun s'il existe une chance de disposer d'un actif disponible. Dans cette affaire, la société Paris Saint-Germain (PSG) qui a fait pratiquer une saisie contrefaçon dans le centre commercial à Aubervilliers, lui a permis de faire constater la présence de tee-shirts contrefaisants. La société a assigné le contrefacteur (et son gérant à son domicile) en contrefaçon de marque et concurrence déloyale.

#### 1ère étape : la déclaration de créance

Une procédure de liquidation judiciaire simplifiée ayant été ouverte, la société du PSG a déclaré sa créance auprès du mandataire liquidateur.

#### 2ème étape : l'assignation du liquidateur

Par acte d'huissier la société du PSG a ensuite assigné le liquidateur judiciaire en présentant ses demandes de contrefaçon. Les tee-shirts présentaient la reproduction du logo du PSG de forme ronde de couleur bleue cerclée de blanc et comprenant un autre cercle blanc au centre duquel figure un dessin stylisé représentant la Tour Eiffel de couleur rouge (identique à la marque de l'union européenne déposée par le PSG), le bandeau formé des deux cercles blancs comportant deux fois les mots « Ici c'est Paris ».

#### 3ème étape : la condamnation

Les articles proposés à la vente ont été considérés comme des contrefaçons : les ressemblances entre les logos, qui n'étaient pas altérées par les différences minimales et insignifiantes liées à l'inscription y figurant ou l'absence de dessin entre les piliers de la tour Eiffel, portaient bien sur les éléments distinctifs et dominants de la marque du PSG. Le Tribunal a fixé à la somme de 25.000 euros l'indemnisation allouée à la société du PSG. La créance a été inscrite au passif de la liquidation judiciaire de la société.

[Télécharger la décision](#)



## DB9 : Aston Martin déboutée

### Marque mythique

Dans l'esprit des amoureux de l'automobile, « DB9 » est associée à la marque mythique Aston Martin. Au grand dam du constructeur automobile, le dépôt d'une marque par un tiers, incluant le terme « DB » (« Luxury Drive – Chauffeurs & Limousines – Paris »), a été validé par le directeur de l'INPI et la Cour d'appel de Paris.

### Classe des transports

Les services relatifs à l'organisation et la logistique dans le domaine des transports ne possèdent pas les mêmes fonctions et destinations que la marque « officielle » DB9. Ces services n'ont pas le même objet, s'agissant pour l'une de prestations en vue de la préparation de voyages, pour l'autre de prestations destinées à permettre le bon fonctionnement de véhicules automobiles ; les services ne relèvent pas, de plus, des mêmes prestataires.

Sur la comparaison des signes en présence, la marque antérieure est constituée par le signe alphanumérique « DB9 » calligraphié en lettres majuscules de couleur noire alors que la demande d'enregistrement litigieuse se compose, en gros caractères d'imprimerie, du terme « DBS », puis des termes « Luxury Drive », en lettres majuscules et en lettres minuscules des termes « Chauffeurs & Limousines » et enfin du terme « Paris ».

### Appréciation du risque de confusion

Le signe DBS ne constituant pas la reproduction à l'identique de la marque DB9, les juges ont recherché s'il n'existait pas entre les deux signes un risque de confusion, lequel comprend le risque d'association, qui doit être apprécié globalement en tenant compte de tous les facteurs pertinents.

Selon la formule consacrée, cette appréciation globale doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, phonétique et conceptuelle des marques en cause, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par celles-ci en tenant compte de leurs éléments distinctifs et dominants. Un faible degré de similitude entre les produits ou services désignés peut être compensé par un degré élevé de similitude entre les signes et inversement.

Le risque de confusion s'apprécie de façon abstraite par référence à la marque et à sa spécialité telles qu'elles figurent dans l'enregistrement dans la mesure où c'est cet enregistrement qui donne naissance au droit exclusif en en délimitant l'objet et la portée. Cela n'exclut toutefois pas le renforcement de son caractère distinctif, susceptible d'être acquis par son exploitation sur le marché, dans la perception qu'en a le public. Le niveau d'attention de celui-ci, défini d'une manière générale comme le consommateur moyen de la catégorie de produits concernés censé être

normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, peut varier en fonction de la catégorie de produits ou services en cause, eu égard en particulier à leur prix.

A ce titre, la CJUE pose que « dès lors qu'il est établi, en fait, que les caractéristiques objectives d'un produit donné impliquent que le consommateur moyen n'en fasse l'acquisition qu'au terme d'un examen particulièrement attentif, il importe, en droit, de tenir compte de ce qu'une telle circonstance peut être de nature à réduire le risque de confusion entre les marques relatives à de tels produits au moment crucial où s'opère le choix entre ces produits et ces marques » (CJCE 22 juin 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer & Co, 12 janvier 2006, Picasso).

### Absence de risque de confusion

En l'espèce, visuellement les deux marques ont en commun les deux lettres « DB », placées en attaque et, partant, appelées à être davantage mémorisées par le consommateur qui lit de gauche à droite. Ce dernier appréhende la marque comme un tout ; il lira, par conséquent, la marque alphanumérique en sa forme entière et particulière du fait qu'elle associe deux lettres et un chiffre en y attachant, eu égard à ce qui précède, une attention plus soutenue ; il aura, par conséquent, une perception visuelle différente des deux signes.

Phonétiquement, quand bien même le consommateur ne prononcerait pas la marque seconde en son entier du fait de sa longueur, il sera conduit à détacher chaque lettre de chacun des sigles, et à les épeler de manière saccadée ; l'identité de prononciation de leurs deux premières lettres sera notablement affectée par celle de leurs lettres finales respectives, la prononciation du « 9 » ne pouvant se confondre avec celle, sifflante, du « S ».

Conceptuellement, la marque DB9 pourra être comprise comme étant l'une des versions de la gamme de véhicules de la marque Austin Martin, tandis que la marque DBS renverra le consommateur, sans risque d'association, à des prestations de location de voitures de luxe et de limousines.

Bref, en dépit de l'identité ou de la similarité des produits et services couverts par les marques opposées, le consommateur ne pourra se méprendre sur l'origine respective des produits ou des services en cause, tant sont distincts la construction, la prononciation et la perception des signes opposés.

[Télécharger la décision](#)

## Marque renommée : obligation de conserver sa position

Marque Christian Lacroix

Les juges n'ont pas attribué à la marque Christian Lacroix le statut de protection élargie des marques notoires. La renommée d'une marque doit s'apprécier exclusivement au cours de la période d'exploitation du signe, cette renommée ne peut dépendre d'éléments antérieurs, et notamment des conditions antérieures de son exploitation.

Date d'appréciation de la marque notoire

Il a été jugé que la notoriété de la marque française « Christian Lacroix » devait s'apprécier à la date d'exploitation commerciale du signe, soit au début de l'année 2011 et ne pouvaient donc pas être prises en considération les conditions antérieures de son exploitation, en sorte que la société Christian Lacroix ne pouvait pas se prévaloir des défilés de haute couture biannuels, qui faisaient son prestige. Pour rappel, suite à son placement en redressement judiciaire, la société avait bénéficié en 2009 d'un plan de continuation impliquant l'arrêt de l'activité haute couture et de l'activité prêt-à-porter féminin pour se limiter à la seule gestion de ses licences de marque.

Chiffre d'affaires et exploitation de marque

Le chiffre d'affaires, qui s'établissait aux environs de 30 millions d'euros entre 2005 et 2008, était passé à 4,6 millions d'euros en 2012 ; il était généré à hauteur de 95 % par les licences de marques, l'exploitation de la marque concernait pour l'essentiel des produits commercialisés à l'étranger et n'attestait pas d'une renommée sur le territoire français. Selon les sondages produits, la notoriété de la marque pour les produits de haute couture s'était révélée déclinante.

La marque n'avait donc pas conservé aux yeux du public une renommée lui permettant de bénéficier de la protection élargie de l'article L. 713-5 du code de la propriété intellectuelle.

Critères de la marque renommée

L'article L. 713-5 du Code de la propriété intellectuelle dispose que la reproduction ou l'imitation d'une marque jouissant d'une renommée pour des produits ou services NON SIMILAIRES à ceux désignés dans l'enregistrement engage la responsabilité civile de son auteur si elle est de nature à porter préjudice au propriétaire de la marque ou si cette reproduction ou imitation constitue une exploitation injustifiée de cette dernière.

Une marque est considérée comme renommée lorsqu'elle est connue d'une partie significative du public concerné par les produits et services qu'elle désigne, cette connaissance étant appréciée au regard de la part du marché détenue par la marque, l'intensité, l'étendue géographique et la durée de son usage ainsi que l'importance des investissements réalisés par son titulaire pour la promouvoir.

En outre, le titulaire de la marque pour établir sa renommée doit démontrer qu'elle est connue par le public d'une façon beaucoup plus large et étendue qu'une marque normalement exploitée et donc qu'elle est connue éventuellement des consommateurs qui n'utilisent pas les produits et services pour lesquels elle est déposée.

Pour établir la notoriété d'une marque française, ne sont pertinentes que les pièces à destination du public français.

Exemple de données non probantes

En matière de notoriété d'une marque, les juges s'attachent surtout aux éléments comptables attestant d'investissements publicitaires, du chiffre d'affaires, des volumes des ventes et du nombre de points de vente et/ou de leur répartition en France. Dans cette affaire, ont été jugés insuffisants à établir la notoriété de la marque : i) des articles publiés dans un Journal du textile qui ne sont pas à destination du grand public ; ii) des catalogues de ventes (ils ne sont pas de nature à établir l'étendue et l'intensité de l'exploitation de la marque) ; iii) une page Facebook comprenant 200 000 fans (la renommée de la marque ne s'évalue pas qu'au regard du public ayant comme centre d'intérêt la mode en général).

[Télécharger la décision](#)

## Marque et prohibition des engagements futurs

Affaire Christian Lacroix

La Cour de cassation s'est prononcée : c'est à tort que les juges du fond ont prononcé la nullité de la marque communautaire Christian Lacroix pour prohibition des engagements futurs. Dans cette affaire, la société cessionnaire de la marque Christian Lacroix avait conclu une convention de cession de marque par laquelle le célèbre couturier l'avait autorisé à utiliser son nom patronymique afin d'exercer des activités commerciales mais aussi de déposer des marques futures incluant son patronyme. Sur le fondement de la nullité des engagements futurs, les juges du fond ont conclu (à tort) à la nullité du dépôt de la marque communautaire « Christian Lacroix » fait par le cessionnaire.

### Cession de marques futures

Le contrat de cession de marque comportait des stipulations permettant à la société de se dispenser de l'autorisation de Christian Lacroix pour tout usage de son nom patronymique lors du dépôt d'une nouvelle marque ou pour étendre la masse des produits et services que la marque cédée était susceptible de couvrir. Il a été jugé que ces stipulations même si elles ne comportent aucun terme, ne se heurtent pas à la prohibition des engagements perpétuels (article 1780 du code civil).

### Contrat à exécution successive

L'opération en cause devait s'analyser en un contrat à exécution successive qui n'est pas nul du fait de l'absence de terme. Le contrat conclu s'analysait en une opération à durée indéterminée que chaque partie pouvait résilier unilatéralement, sous réserve du respect d'un préavis..

[Télécharger](#) la décision

## Affaire Jeff Koons au Centre Pompidou

### Incompétence des juges français

Nous en parlions en 2015, les juges se sont prononcés sur le fond de l'affaire opposant les ayants droit du photographe Jean-François Bauret (auteur de la photographie « Enfants », 1975) à Jeff Koons (statut en porcelaine « Naked ») et au Centre Pompidou. La sculpture Naked ayant été retirée juste avant le début de l'ouverture au public de l'exposition, les juges se sont déclarés incompétents sur l'action en contrefaçon de l'œuvre réalisée aux États-Unis en 1988. Il s'agissait d'un fait commis aux États-Unis qui échappait à la compétence de la juridiction française et seuls les faits d'exploitation de l'œuvre dite contrefaisante en France étaient susceptibles de poursuites au titre de la contrefaçon. L'œuvre n'ayant pas été présentée sur le territoire français, seuls les faits de reproduction de l'image de l'œuvre (de Jean-François Bauret) en France ont été abordés.

### Mise hors de cause de Jeff Koons

Jeff Koons en qualité d'artiste a été mis hors de cause. En effet, ce dernier est intervenu dans la supervision de l'exposition du Centre Pompidou en tant que gérant de la société Jeff Koons LLC chargée de la promotion de ses œuvres et à aucun moment à titre personnel. L'action des ayants droit a été jugée irrecevable à son encontre.

### Violation des droits de représentation

Le litige a pris corps sur le volet de l'atteinte aux droits de représentation de la photographie « Enfants » de Jean-François Bauret sous la forme d'une carte postale. Cette dernière a été jugée originale au sens de l'arrêt

du 1<sup>er</sup> décembre 2011 (CJUE, 3<sup>e</sup> ch., 1<sup>er</sup> déc. 2011, affaire C145/10, Eva-Maria P. c/Standard Verlags GmbH et a.,). Une photographie de portrait est susceptible en vertu de l'article 6 de la directive 93/98 d'être protégée par le droit d'auteur à condition, ce qu'il appartient à la juridiction nationale de vérifier dans chaque cas d'espèce qu'une telle photographie soit une création intellectuelle de l'auteur reflétant la personnalité de ce dernier et se manifestant par des choix libres et créatifs lors de la réalisation de cette photographie. Ainsi, l'auteur doit être en mesure d'expliquer les éléments permettant de comprendre son effort créatif et ce qu'il revendique comme étant l'empreinte qu'il a imprimée à cette œuvre et qui ressort de sa personnalité.

Pour comprendre les choix de Jean-François Bauret, le Tribunal a replacé dans son contexte l'activité créatrice de l'auteur. L'artiste s'est consacré aux portraits de nu dès son plus jeune âge ce qui dans les années 70 était une première qui lui a valu sa réputation professionnelle.

A la fin des années 1970 la France découvrait une libéralisation des mœurs pour laquelle l'artiste militait activement sur le terrain qu'il occupait dans la publicité. C'est sous sa direction et non à l'occasion d'une séance de shooting d'enfants jouant librement, que le photographe a réalisé dans la technique traditionnelle de l'époque, sans retouche ni contrôle direct sur l'écran de l'appareil, différentes vues des enfants figurant sur la planche contact produite. Il ressortait du cliché une atmosphère de tendresse et de pureté qui révélait bien l'empreinte de la personnalité de l'auteur.

L'article L 122-4 du code de la propriété intellectuelle dispose que « Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite. Il en est de même pour la traduction, l'adaptation ou la transformation, l'arrangement ou la reproduction par un art ou un procédé quelconque ». Cette solution s'applique que la reproduction ou la représentation soit totale ou partielle ou que l'utilisation de l'œuvre se fasse sous une forme dérivée. Le juge statue en fonction des ressemblances, la bonne foi étant indifférente.

### Adaptation non autorisée

Outre la violation des droits de représentation, le Tribunal a aussi conclu à une adaptation non autorisée que l'artiste a délibérément incorporé dans son œuvre nouvelle, les composantes de la photographie constituant ainsi une œuvre composite qui ne pouvait se faire qu'avec l'accord de l'auteur de l'œuvre préexistante.

Pour rappel, est dite composite l'œuvre nouvelle à laquelle est incorporée une œuvre préexistante sans la collaboration de l'auteur de cette dernière. Selon l'article L 113-4 du CPI, « l'œuvre composite est la propriété de l'auteur qui l'a réalisée, sous réserve des droits de l'auteur de l'œuvre préexistante ».



## Pas d'exception au titre de la liberté d'expression

Les exceptions de parodie et de liberté d'expression artistique n'ont pas été retenues par les juges. Selon l'article L 122-5 du CPI, « Lorsque l'œuvre a été divulguée, l'auteur ne peut interdire ... la parodie, le pastiche et la caricature, compte tenu des lois du genre ».

La CJUE considère que la parodie a pour caractéristiques essentielles d'une part d'évoquer une œuvre existante dont elle doit se différencier de manière perceptible et d'autre part de constituer une manifestation d'humour ou une raillerie (CJUE, 3/09/2014 , affaire C201-2013)

Pour autant c'était la première fois que l'artiste américain évoquait l'existence de l'œuvre prétendument parodiée qu'il n'a jamais citée dans son discours artistique pour illustrer son inspiration.

Si l'article 10 de la Convention de sauvegarde des droits de l'homme consacre le droit à l'information du public et la liberté d'expression- dont relève l'expression artistique- la propriété intellectuelle et la liberté d'expression sont aujourd'hui considérées comme deux droits fondamentaux d'une égale éminence essentiels tant pour l'individu que pour la société dans son ensemble. La Cour de Strasbourg retient que la liberté d'expression est dotée d'une force plus ou moins grande selon le type de discours en distinguant la situation où est en jeu l'expression strictement commerciale de l'individu, de celle où est en cause sa participation à un débat touchant l'intérêt général. Les limitations à l'exercice de la liberté d'expression ne sont admises qu'à la condition qu'elles soient prévues par la loi, justifiées par la poursuite d'un intérêt légitime et proportionnées au but poursuivi c'est à dire rendues nécessaires dans une société démocratique. L'adjectif « nécessaire » au sens de l'article 10 §2 implique un besoin social impérieux. Or, l'artiste n'a pas établi en quoi son « œuvre transformative » était nécessaire à sa liberté artistique dans la mesure où le portrait en cause n'est pas familier du public.

## Montant du préjudice

Sur le volet du préjudice, les ayants droit du photographe ont été indemnisés à hauteur de 10 000 euros de dommages et intérêts au titre du préjudice patrimonial et 10 000 euros au titre du préjudice moral...

[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 ”

## Obligations du référenceur et « duplicate content »

### Diagnostic incontournable

Il est vivement conseillé aux clients de prestataires de référencement de procéder à un diagnostic préalable de référencement / SEO avant de signer tout contrat. En effet, en cas de présence de « duplicate content », les obligations du référenceur ne seront pas appréciées de la même façon.

### Présence de Duplicate content

Dans cette affaire, un client mécontent des services de son référenceur a demandé la résolution du contrat aux torts exclusifs du prestataire. L'obligation déterminante aurait porté sur le référencement de la société en bonne place, sur le moteur de recherche Yahoo. En défense, le prestataire objectait qu'il avait totalement exécuté ses obligations contractuelles et que le manque de résultats était inhérent à la présence de duplicate content publié antérieurement par le client.

### Difficultés légitimes du référenceur

Les juges n'ont pas retenu de faute contractuelle du prestataire de référencement. De nombreux facteurs peuvent expliquer le peu de résultats d'un site sur un moteur de recherche dont la plus probable était la présence de duplications massives, « spammantes », dues à une stratégie de multi-domaines du client. Le prestataire avait donc invité son client à supprimer son duplicate content afin de résoudre les difficultés rencontrées. Le client n'opposait aucun élément contraire à ce diagnostic.

### Obligation de moyen et de conseil

Dans cette affaire, le prestataire était uniquement en charge de formuler des recommandations, les prestations confiées se bornaient à une prestation de conseil dont la mise en oeuvre incombait au client, lequel avait seul la maîtrise de son site internet. La demande de résolution judiciaire du contrat de référencement a donc été rejetée.

### Factures impayées

A noter que les factures impayées ont porté intérêt à trois fois le taux d'intérêt légal. En effet, l'article L 441-6 I du code de commerce prévoit désormais que même en l'absence de clause précise, les factures en souffrance donnent lieu à un taux d'intérêt qui ne peut être inférieur à « trois fois » le taux de l'intérêt légal (TIG, 0,90% entre professionnels pour 2017). Le TIG est égal au taux d'intérêt appliqué par la Banque centrale européenne à son opération de refinancement la plus récente de « 10 » points de pourcentage.

[Télécharger](#) la décision

## Droit de réponse sur Wikipédia

### Qualité d'hébergeur

En raison de son mode collaboratif de création de ses contenus, Wikipédia est bien un hébergeur et non un éditeur. En conséquence, il est sans intérêt, en vue d'obtenir l'insertion forcée d'un droit de réponse, de délivrer à la fondation Wikimedia une assignation aux fins de voir insérer une réponse en cas de mise en cause.

Wikipédia est une encyclopédie écrite par des volontaires sur internet à laquelle chacun peut collaborer, chaque page du site comportant un lien « Modifier » sur lequel tout visiteur peut cliquer pour modifier, ajouter ou supprimer ce qu'elle contient. Wikimedia Foundation a pour mission de soutenir le développement de l'ensemble des projets Wikimedia, dont Wikipedia, et d'aider à la diffusion de l'information collectée. Les conditions générales de Wikimedia précisent aux utilisateurs qu'ils sont responsables de leurs modifications, le contrôle éditorial étant entre leurs mains. Tout le contenu hébergé est fourni par les utilisateurs et Wikimedia n'exerce donc pas de rôle éditorial, ce qui signifie qu'elle ne surveille ni ne modifie aucun contenu.

Wikimedia est bien un hébergeur au sens de l'article 6.1.2 de la LCEN, à savoir une personne qui, assure à titre gratuit, pour mise à disposition du public par des services de communication au public en ligne, le stockage de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de messages de toute nature fournis par des destinataires de ces services.

Droit de réponse prévu par la LCEN

Au titre de l'article 6 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 (LCEN), toute personne même simplement nommée ou désignée dans un service de communication au public en ligne dispose d'un droit de réponse, sans préjudice des demandes de correction ou de suppression de message qu'elle peut adresser au service.

La demande d'exercice du droit de réponse est adressée au directeur de la publication ou, lorsque la personne éditant à titre non professionnel a conservé l'anonymat, à l'hébergeur qui la transmet sans délai au directeur de la publication. Elle est présentée au plus tard dans un délai de trois mois à compter de la mise à la disposition du public du message justifiant cette demande (ou du message modifié).

Le directeur de la publication est tenu d'insérer dans les trois jours de leur réception les réponses de toute personne nommée ou désignée dans le service de communication au public en ligne sous peine d'une amende de 3 750 euros, sans préjudice des autres peines et dommages-intérêts auxquels l'article pourrait donner lieu.

L'alternative au droit de réponse

En cas d'impossibilité d'exercer un droit de réponse, la personne visée par des écrits malveillants ou inexacts peut saisir le juge des référés. En effet, l'article 6.1.8 de la LCEN pose que l'autorité judiciaire peut prescrire en référé ou sur requête, à tout hébergeur ou, à défaut, à tout fournisseur d'accès, toutes mesures propres à prévenir un dommage ou faire cesser un dommage occasionné par le contenu d'un service de communication au public en ligne.

Aux termes de l'article 809 du code de procédure civile, le président du TGI peut ainsi toujours, même en présence d'une contestation sérieuse, prescrire en référé les mesures conservatoires ou de remise en état qui s'imposent, soit pour prévenir un dommage imminent, soit pour faire cesser un trouble manifestement illicite. Le trouble manifestement illicite désigne toute perturbation résultant d'un fait matériel ou juridique qui, directement ou non, constitue une violation évidente de la règle de droit.

En l'espèce, une voyante célèbre par le passé, a saisi sans succès le juge des référés pour faire supprimer une page Wikipedia qui lui aurait été hostile en la qualifiant de « charlatan » avec une référence à la délivrance d'un diplôme d'Etat par la Sorbonne, pourtant connue comme une prestigieuse université française.

Les juges ont relevé que les propos tenus à l'égard de l'ancienne voyante n'étaient pas insultants et relevaient plutôt de la libre critique, notamment de l'art divinatoire, exercée par les utilisateurs du site. Dès lors, le trouble invoqué n'était pas « manifestement illicite ».

[Télécharger la décision](#)

## Vidéosurveillance : clause dédiée du contrat de travail

Clause d'information du salarié

Astuce juridique : le salarié peut être informé de l'existence d'un système de vidéosurveillance par une clause de son contrat de travail, ce qui évite d'avoir à lui faire signer un autre document.

Vie privée au travail et vidéosurveillance

Dans cette affaire, un salarié licencié pour avoir insulté son employeur, a fait valoir une violation de sa vie privée en raison de l'implantation à l'intérieur de l'établissement d'une dizaine de caméras de surveillance (faits sans relation avec son licenciement). La présence de ces équipements aurait été contraire aux articles 8 de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme, 9 du code civil et L. 1121-1 du code du travail. L'employeur justifiait le recours à la vidéosurveillance pour se protéger d'attaques à main armée, précision faite qu'il exerce une activité annexe de débitant de tabac et qu'il a déjà été victime de deux attaques de cette nature.

Validation du dispositif

Le dispositif installé a été validé. Il a pour objet de sécuriser les lieux et par conséquent d'assurer la protection des salariés et non de contrôler leur



activité. L'installation a fait l'objet d'une déclaration à la CNIL, d'une autorisation préfectorale et le contrat de travail signé par chaque salarié spécifiait que l'entreprise était sous vidéosurveillance.

L'article L. 1121-1 du code du travail dispose que 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 proportionnée au but recherché. L'article L. 1222-4 du code du travail prévoit qu'aucune information concernant personnellement un salarié ne peut être collectée par un dispositif qui n'a pas été porté préalablement à sa connaissance.

Et surtout, le dispositif était proportionné au but recherché, à savoir la protection de l'établissement contre les vols à main armée et n'a pas été détourné de cet usage pour lequel l'employeur a reçu une autorisation administrative..

[Télécharger](#) la décision

## Le site « Demander justice » relaxé

### Difficultés de qualification juridique

Le marché du juridique en ligne se trouve quelque peu chahuté par de nombreux services qui peuvent parfois poser des difficultés en terme de qualification juridique et de déontologie, publicité et conseil juridique (réglementé). Dans cette nouvelle affaire, le service en ligne « demander justice » a été relaxé du délit d'exercice illégal de la profession d'avocat. Ce service a été assimilé à un guichet unique.

### Un système de guichet unique

Le service en cause permet aux justiciables de saisir des juridictions pour lesquelles la représentation et l'assistance d'un avocat ne sont pas obligatoires. Les juges ont conclu que le service proposé était assimilable à un service de guichet unique / gestion documentaire.

Clef de voûte de la solution adoptée : à aucun moment la société n'a plaidé ou postulé pour le compte de ses clients devant ces juridictions. En effet, l'internaute, après avoir renseigné son identité et celle de son adversaire, puis après en avoir réglé le prix, choisit un modèle de mise en demeure qui correspond à son litige, rédige une déclaration de saisine du tribunal ou du conseil de prud'hommes, motive et chiffre sa demande, comportant éventuellement le remboursement de ses frais de justice, et joint toutes pièces justificatives numérisées ; après validation, le dossier est envoyé à un centre de traitement postal qui imprime, met sous pli et adresse, dans un premier temps, une mise en demeure à l'adversaire puis à l'issue d'un délai de quinze jours, en cas d'échec de cette

première phase amiable, une déclaration de saisine du tribunal d'instance ou du conseil de prud'hommes.

### Représentation et consultation juridique

La mission de représentation, telle qu'elle est entendue par l'article 4 de la loi du 31 décembre 1971, était hors du périmètre du litige dès lors que la société n'avait pas représenté un de ses clients à l'audience. Par ailleurs, les déclarations de saisine des juridictions sont établies et validées informatiquement par le client lui-même ; elles sont à leur seul nom et comportent leur seule signature ; s'il s'agit d'actes judiciaires emportant saisine d'une juridiction, il n'est nulle part mentionné que la société agit pour le compte et au nom de ces personnes.

En réalité, le rôle de la société est purement matériel, permettant la transmission informatique des documents numériques à un centre de traitement postal puis, après impression et mise sous pli, leur envoi physique au greffe de la juridiction.

Concernant la mission d'assistance, telle qu'elle est entendue par l'article 4 de la loi du 31 décembre 1971, il n'était pas établi que la société ait assisté ou même accompagné un de ses clients à l'audience. La seule mise à disposition par la société à ses clients de modèles type de lettres de mise en demeure par contentieux, d'un logiciel libre, édité par le ministère de la justice, permettant de déterminer par défaut la juridiction territorialement compétente correspondant au domicile du défendeur, et de modèles Cerfa de déclarations de saisine des juridictions, ne saurait constituer l'assistance juridique que peut prêter un avocat à son client, à défaut de la prestation intellectuelle syllogistique consistant à analyser la situation de fait qui lui est personnelle pour y appliquer ensuite règle de droit abstraite correspondante.

Sur la présence d'un numéro téléphonique d'assistance, un article des conditions générales du service stipule bien que « le prestataire fournit au client un service lui permettant de mettre en forme par ses propres moyens un dossier destiné à la saisine d'un tribunal d'instance (... ) Dans le cadre du service, le prestataire ne réalise pas de conseil juridique, ne rédige pas d'acte sous seing privé et ne représente pas le client en justice ».

### L'antécédent de l'affaire Free

A noter que dans une affaire antérieure (Cour de cassation, 2ème ch. civ., 20 mars 2014, N° de pourvoi 13-15755) les juges suprêmes avaient débouté la société Free en litige contre un de ses abonnés, de sa demande d'irrecevabilité d'une requête enregistrée par le biais du service « demander justice ».

A l'audience, la société Free mobile avait soulevé, sans succès, in limine litis, une exception de nullité de la déclaration de saisine motif pris de ce que son signataire n'était pas le titulaire de l'action et ne le

représentait pas conformément aux dispositions de l'article 828 du code de procédure civile. L'abonné poursuivant l'opérateur (et probablement perdu dans ces questions de procédure), avait simplement à l'oral, confirmé ne pas être le signataire de la déclaration et avoir eu recours aux services payants du site « demander justice ». L'exception de nullité avait été écartée.

[Télécharger la décision](#)

## Responsabilité des fournisseurs de Plug-in

Module de petites annonces

La société qui fournit à son client affilié, un module web de petites annonces au moyen duquel ce dernier commet des actes de contrefaçon de marque n'est pas responsable et bénéficie du statut des prestataires techniques. En l'espèce, la société Mixad a fourni à ses partenaires, dans le cadre d'un contrat de partenariat (en contrepartie duquel elle percevait une rémunération), un module en marque blanche de diffusion de petites annonces, à charge pour l'affilié de créer un site intégrant ledit module. Un affilié a ainsi créé avec ce module, un site de petites annonces automobiles dénommé « Papauto ». Ce dernier a été poursuivi pour contrefaçon de la marque PAP (immobilier).

Responsabilité des prestataires techniques

Pour apprécier la responsabilité du prestataire technique, il convient de s'attacher à la nature des opérations effectivement réalisées. Le fournisseur du module n'ayant pas fait le choix du titre « papauto » et n'ayant joué aucun rôle actif dans la sélection des contenus mis en ligne sur le site « Papauto », a bénéficié d'une exemption de responsabilité. Peu important qu'une rémunération, laquelle est la contrepartie de la création des conditions techniques, ait été perçue par le prestataire.

Contrefaçon de la marque PAP

Pour rappel, la société Neressis, qui a pour activité l'édition, depuis 1975, de la revue hebdomadaire « De particulier à particulier » et qui exploite un site internet sous le nom de domaine « www.pap.fr » diffusant des annonces immobilières a poursuivi le site internet « papauto.com » pour contrefaçon de marque. Dans sa nouvelle décision, la Cour de cassation a censuré les juges du fond d'avoir exclu la contrefaçon en raison du caractère faiblement distinctif du signe « Pap ».

L'affaire devra être rejugée : les juges suprêmes exigent désormais des juges du fond de rechercher, en matière de risque de confusion entre marques, si la faible similitude entre les signes en présence (papauto / pap), n'est pas compensée par la complémentarité existante entre les services désignés.

[Télécharger la décision](#)

## Clôture brutale de compte eBay

Préavis / Mise en demeure obligatoire

La solution devra être confirmée, mais il semble bien que la Cour de cassation considère que la clôture d'un compte eBay par la plateforme en cas de non-respect des conditions générales par un utilisateur, doit donner lieu à un préavis. En revanche, une demande de rétablissement du compte d'utilisateur ne peut être judiciairement ordonnée car nul ne peut contraindre un tiers à contracter. La solution serait transposable à de nombreux services en ligne.

Dans cette affaire, suite à la clôture de son compte, un utilisateur a invoqué le caractère abusif des clauses du contrat eBay et a assigné la société aux fins d'obtenir l'octroi de dommages-intérêts.

Condition potestative et rupture brutale

Pour rejeter la demande de nullité de la clause de résiliation figurant aux conditions générales d'utilisation du site, les juges du fond avaient considéré que celle-ci n'était soumise à aucune condition potestative au sens de l'article 1170 du code civil, dès lors que la suspension du compte d'un utilisateur n'était pas soumise à la décision discrétionnaire du site mais était prononcée si les agissements de l'utilisateur étaient fautifs. Les juges suprêmes ont censuré les juges du fond de ne pas avoir recherché si l'absence de préavis n'était pas abusif.

Mécanisme contractuel d'eBay

Le site eBay est un support en ligne permettant à des professionnels ou des particuliers de vendre ou acheter en ligne des biens ou services, la société eBay n'étant ni vendeur ni acheteur mais un intermédiaire technique de la transaction dont l'intervention se limite à héberger les annonces. Pour pouvoir accéder au site, l'internaute doit adhérer au service d'eBay en approuvant sans réserve les conditions d'utilisation. S'agissant d'un contrat d'adhésion, les conditions sont édictées par celui qui offre le service gratuit pour l'utilisateur, lequel a le choix d'adhérer en souscrivant ou de ne pas adhérer en refusant les conditions du site.

La clause selon laquelle « sans exclure d'autres voies de recours eBay se réserve le droit de limiter, suspendre ou mettre fin à ses services et à des comptes d'utilisateur,

d'interdire l'accès à son site web, de retarder la visibilité de contenu hébergé au sein des résultats de notre moteur de recherche ou de le supprimer et de prendre des mesures techniques et légales pour empêcher des utilisateurs d'accéder à ses sites, si elle estime que leurs agissements sont source de problèmes en portant atteinte à la sécurité de la plate-forme ou des autres utilisateurs, qu'ils peuvent engager la responsabilité d'une partie ou sont en contradiction avec nos règlements » a été analysée comme une clause de résiliation permettant au site de mettre fin à ses obligations.

Cette clause n'est soumise à aucune condition potestative au sens de l'article 1170 du code civil puisque la suspension du compte d'un utilisateur n'est pas soumise à la décision discrétionnaire du site mais est prononcée si les agissements de l'utilisateur portent atteinte à la sécurité du site ou sont en contradiction avec les règlements, éléments objectifs ne dépendant pas du seul pouvoir d'eBay.

[Télécharger](#) la décision

## Avocat blogueur : responsabilité pénale confirmée

5000 euros d'amende

Les juges suprêmes ont confirmé la condamnation d'un avocat blogueur pour provocation à la discrimination, à la haine ou à la violence raciale (5 000 euros d'amende). Les articles publiés n'ont pas été qualifiés de « propos politiques ».

Cumul de statuts

L'avocat blogueur était à la fois le propriétaire, l'administrateur et le directeur de publication du Blog. Dans son audition devant les gendarmes, le blogueur déclarait assumer la responsabilité de la publication précisant qu'il n'avait pas souhaité anonymiser cette publication. Il ne pouvait avoir ignoré le contenu des propos poursuivis et leur caractère discriminatoire d'autant qu'il exerce la profession d'avocat et avait enseigné le droit de la presse pendant plusieurs années.

Précisions sur la notification de contenus illicites

Par une erreur surprenante (qui n'a toutefois pas eu d'impact sur le fond du litige), les juges d'appel avaient appliqué le régime des hébergeurs à l'auteur / administrateur du Blog. Or, en qualité de directeur de la publication du site, l'auteur avait lui-même procédé à la mise en ligne des textes incriminés, lesquels avaient donc fait l'objet d'une fixation préalable à leur communication au public, de sorte que le prévenu devait répondre comme auteur principal des infractions mais en application de l'article 93-3

de la loi du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle (et non sur le fondement de la LCEN).

Propos incitant à la haine raciale

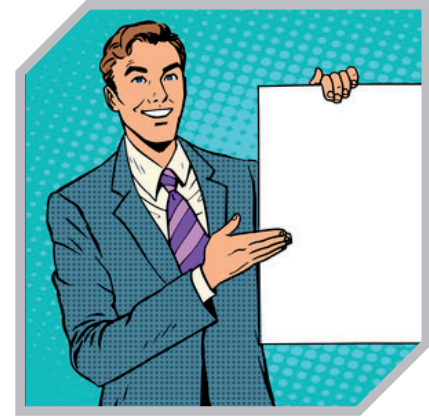
Il était établi que les articles publiés présentaient un caractère discriminatoire et violent à l'égard des individus de race noire ou des maghrébins dans lesquels les noirs ou les arabes sont décrits comme des « individus systématiquement violents, lâches, responsables de drames restés impunis ». Ils apparaissaient aussi sous la forme « d'envahisseurs dotés d'un QI nettement inférieur à celui des français de souche ». Les termes employés étaient particulièrement forts « combat pour l'identité nationale que nos compatriotes sont en train de perdre », « ce sera dans la rue et par la violence que passera la sauvegarde de nos traditions ».

Par ces propos virulents dénués de toute ambiguïté, l'auteur cherchait manifestement à faire naître chez le lecteur, des sentiments de haine et de peur de l'autre susceptibles de provoquer la discrimination ou la violence à l'égard de certains groupes de personnes à raison de leur origine ethnique ou de leur religion. L'infraction prévue aux articles 24 et 42 de la loi du 29 juillet 1881 était donc bien caractérisée.

[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*



### Production de films publicitaires : pas de régime autonome

#### Régime juridique des œuvres publicitaires

Les films publicitaires resteront exclus du régime optionnel d'intéressement aux recettes d'exploitation de l'œuvre (désormais applicable en matière cinématographique). Le Conseil d'Etat s'est prononcé en ce sens en validant l'arrêté du ministre du travail du 31 mars 2015 portant extension de la convention collective nationale de la production cinématographique du 19 janvier 2012 mais en excluant certaines dispositions au secteur de la production publicitaire.

#### Exclusion de certaines facilités sociales

Le régime de la production d'œuvres publicitaires suite celui de la production cinématographique. L'annexe III de la convention collective prévoit que, pour la production de certains films ayant reçu un agrément, le producteur peut demander à être autorisé par une commission mixte paritaire à opter pour un régime de rémunération des salariés comportant une part d'intéressement aux recettes d'exploitation (la grille de salaire prévoyant, dans ce cas, des minima inférieurs). Toutefois, le Conseil d'Etat a confirmé que la production de films de court-métrage et la production de films publicitaires, relevant d'une économie réglementaire différente et, en particulier, ne faisant pas l'objet de recettes d'exploitation salles, sont exclues du recours à l'application de cette facilité sociale.

#### Action de l'association des producteurs de films publicitaires

Pour demander l'annulation de l'arrêté du ministre du Travail, l'association des producteurs de films publicitaires (APFP) a soutenu que la disposition en cause était illicite au motif qu'elle introduisait une différence de traitement injustifiée, en excluant les films publicitaires du régime optionnel d'intéressement aux recettes d'exploitation. Or, les films publicitaires ne font jamais l'objet d'un financement reposant sur leurs recettes d'exploitation, par suite, le moyen soulevé par l'APFP a été rejeté.

#### Extension d'une convention de branche

Pour rappel, aux termes de l'article L. 2261-15 du code du travail, les stipulations d'une convention de branche ou d'un accord professionnel ou interprofessionnel peuvent être rendues obligatoires pour tous les salariés et employeurs compris dans le champ d'application de cette convention ou de cet accord, par arrêté du ministre chargé du travail, après avis motivé de la Commission nationale de la négociation collective.

Pour pouvoir être étendus, la convention de branche ou l'accord professionnel ou interprofessionnel, leurs avenants ou annexes, doivent avoir été négociés et conclus en commission paritaire. Cette commission est composée de représentants des organisations syndicales d'employeurs et de salariés représentatives dans le champ d'application concerné.

Quand l'avis motivé favorable de la Commission nationale de la négociation collective a été émis sans opposition écrite et motivée soit de deux organisations

d'employeurs, soit de deux organisations de salariés représentées à cette commission, le ministre du travail peut étendre par arrêté une convention ou un accord ou leurs avenants ou annexes.

Une convention qui n'a pas été signée par au moins une organisation d'employeurs et une organisation de salariés représentatives dans son champ d'application ne peut être légalement étendue, même dans les conditions prévues à l'article L. 2261-27 du code du travail. Lorsque le champ d'application de la convention recouvre plusieurs branches, la convention ne peut être étendue à l'une de ces branches que si elle a été signée par au moins une organisation d'employeurs et une organisation de salariés représentatives au moins dans cette branche.

#### Principe d'assimilation

En dépit des spécificités tenant au mode de financement des films publicitaires et à la durée plus réduite de leur réalisation, cette activité est regardée comme relevant de la même branche professionnelle que l'activité de production des films cinématographiques.

#### Techniciens salariés de la production publicitaire

Les techniciens salariés de la production publicitaire seront également traités différemment de ceux de la production cinématographique sur le volet rémunération à la journée. En effet, pour la production des films autres que publicitaires, les salariés bénéficient d'une rémunération minimale garantie de sept heures, une majoration de 25 % du salaire de base minimum garanti, une majoration de 50 % du salaire horaire pour les heures supplémentaires effectuées au-delà de la septième heure et de 100 % au-delà de la dixième heure. Pour les films publicitaires, la rémunération journalière minimale garantie est, en revanche, fixée à huit heures, la majoration du salaire minimum garanti est portée à 50 % et la rémunération des heures supplémentaires effectuées au-delà de la huitième heure est majorée de 100 %.

Cette différence de traitement a été validée par le Conseil d'Etat. Il résulte d'une jurisprudence établie de la Cour de cassation que, lorsqu'elles sont opérées par voie de convention ou d'accord collectifs, les différences de traitement entre catégories professionnelles ou entre des salariés exerçant, au sein d'une même catégorie professionnelle, des fonctions distinctes, sont présumées justifiées de sorte qu'il appartient à celui qui les conteste de démontrer qu'elles sont étrangères à toute considération de nature professionnelle ; en revanche, lorsque ces différences affectent des salariés d'une même catégorie professionnelle exerçant les mêmes fonctions, elles doivent reposer sur des raisons objectives dont le juge doit contrôler la réalité et la pertinence.

Eu égard à la brièveté des tournages des films publicitaires et à l'amplitude journalière horaire de travail qui en résulte, les techniciens employés à la journée dans la production de films publicitaires, qui constituent l'essentiel des techniciens employés à la production de tels films, ne se trouvent pas, au regard des sujétions qui résultent des conditions d'exercice de leurs fonctions, dans une situation identique à ceux qui, bien qu'exerçant les mêmes fonctions, sont employés à la journée pour la réalisation de films n'ayant pas le caractère de films publicitaires. La différence entre les deux régimes de rémunération est ainsi fondée sur un critère objectif en rapport direct avec ces différences de situation. Le nouvel accord ne méconnaît donc pas le principe " à travail égal, salaire égal " ...

[Télécharger la décision](#)

## Régies publicitaires : victoire constitutionnelle

#### Taxe sur la publicité télévisée

L'article 302 bis KG du code général des impôts (CGI) a institué une taxe sur la publicité diffusée par les chaînes de télévision due partout éditeur de services de télévision établi en France. Le CGI prévoit que cette taxe est assise sur le montant, hors taxe sur la valeur ajoutée, des sommes versées par les annonceurs pour la diffusion de leurs messages publicitaires, aux éditeurs de services de télévision « ou aux régisseurs de messages publicitaires ».

#### Sanction du Conseil constitutionnel

La société EDI-TV (W9) qui a confié la commercialisation des espaces publicitaires de W9 à la régie M6 Publicité a obtenu l'invalidation de la taxe concernant les régies publicitaires. En effet, l'imposition étant i) assise sur des sommes perçues par une société tierce (la régie) et ii) ne tenant pas compte des facultés contributives des éditeurs de services de télévision, elle viole le principe constitutionnel d'égalité devant les charges publiques :

« En posant le principe de l'assujettissement des éditeurs de télévision, quelles que soient les circonstances, au paiement d'une taxe assise sur des sommes dont ils ne disposent pas, le législateur a méconnu le principe d'égalité de devant les charges publiques (article 13 de la Déclaration de 1789) ».

Par le passé, dans deux décisions n° 2013-684 DC du 29 décembre 2013 et n° 2013-362 QPC du 6 février 2014, le Conseil constitutionnel avait déjà déduit du principe d'égalité devant les charges publiques l'exigence selon laquelle « lorsque la perception d'un revenu ou d'une ressource est soumise à une imposition, celle-ci doit être acquittée par celui qui dispose de ce revenu ou de cette ressource ; que

s'il peut être dérogé à cette règle, notamment pour des motifs de lutte contre la fraude ou l'évasion fiscales, de telles dérogations doivent être adaptées et proportionnées à la poursuite de ces objectifs ».

Lorsque le Conseil constitutionnel admet des dérogations à la règle selon laquelle l'impôt doit porter sur une ressource dont dispose le contribuable, il s'agit de dispositions fiscales prévoyant une majoration d'assiette ou une évaluation forfaitaire des revenus dans des hypothèses de suspicion de fraude ou d'évasion fiscale. En l'espèce, la situation était différente : il n'existe pas de suspicion de sous-déclaration du montant des sommes versées par les annonceurs aux éditeurs et aux régisseurs ; ces derniers sont identifiés, ils ont leur siège social en France et sont donc accessibles à l'impôt.

#### Rappel sur la taxe des éditeurs de télévision

Créée par l'article 32 de la loi du 5 mars 2009, la taxe sur les éditeurs de télévision vise à compenser une partie de la perte de recettes résultant pour France Télévisions de la suppression de la publicité après 20 h à compter (depuis le 5 janvier 2009). Les dispositions la régissant sont directement inspirées de celles relatives à la taxe sur les éditeurs et distributeurs de services de télévision (alors prévue à l'article 302 bis KB du CGI et désormais aux articles L. 115-6 et suivants du Code du cinéma).

Les redevables de la taxe sont les éditeurs de services de télévision, à savoir les chaînes de télévision nationales, régionales ou locales, quel que soit le support de diffusion – par voie

hertzienne, analogique, numérique, satellite, câble, ADSL, réseaux de communications électroniques mobiles. Les services « à la demande » sont en revanche exclus du champ d'application de la taxe.

La généralisation du recours aux régies publicitaires a conduit le législateur, en 1997, à adapter l'assiette des taxes applicables aux messages publicitaires, en particulier celle prévue à l'article

302 bis KB du CGI. La taxe due par les éditeurs de services de télévision est calculée sur les sommes versées aux régisseurs par les annonceurs, c'est-à-dire des recettes non perçues par les redevables. Le taux de la taxe est actuellement de 0,5 %. Il est appliqué à la part des versements annuels qui excède 11 000 000 d'euros, hors TVA, afférents à chaque service de télévision.

#### Le principe d'égalité devant les charges publiques

Selon l'article 13 de la Déclaration des droits de l'homme de 1789 : « Pour l'entretien de la force publique, et pour les dépenses d'administration, une contribution commune est indispensable : elle doit être également répartie entre tous les citoyens, en raison de leurs facultés ».

En vertu de l'article 34 de la Constitution, il appartient au législateur de déterminer, dans le respect des principes constitutionnels et compte tenu des caractéristiques de chaque impôt, les règles selon lesquelles doivent être appréciées les facultés contributives. En particulier, pour assurer le respect du principe d'égalité, il doit fonder son appréciation sur des critères objectifs et rationnels en fonction des buts qu'il se propose. Cette appréciation ne doit cependant pas entraîner de rupture caractérisée de l'égalité devant les charges publiques.

L'exigence de prise en compte des facultés contributives, qui résulte du principe d'égalité devant les charges publiques, implique qu'en principe, lorsque la perception d'un revenu ou d'une ressource est soumise à une imposition, celle-ci doit être acquittée par celui qui dispose de ce revenu ou de cette ressource. S'il peut être dérogé à cette règle, notamment pour des motifs de lutte contre la fraude ou l'évasion fiscale, de telles dérogations doivent être adaptées et proportionnées à la poursuite de ces objectifs.

[Télécharger la décision](#)

## Cession des slogans publicitaires

### Affaire Gleeden

La campagne publicitaire de la société Gleeden invitant à l'infidélité n'était pas passée inaperçue. Celle-ci déclinait une série de visuels sur fond pourpre comportant chacun un slogan sur le thème de l'infidélité : « Tout le monde peut se tromper, surtout maintenant », « Par principe, nous ne proposons pas de carte de fidélité », « C'est parfois en restant fidèle qu'on se trompe le plus », « Les vacances, c'est toujours l'occasion d'aller voir ailleurs ». L'agence de communication à l'origine de ces slogans a poursuivi l'annonceur pour dépassement de la cession de droits d'auteur concédée (80 000 euros de dommages et intérêts). L'annonceur a exploité lesdits slogans sur des supports non prévus par la cession (encart publicitaire dans le journal Voici) et dans des pays non autorisés (Belgique).

### Originalité des slogans publicitaires

L'article L 112-2 du code de la propriété intellectuelle (CPI) inclut les écrits littéraires dans les oeuvres accessibles au droit d'auteur et notamment les slogans publicitaires. L'originalité a été retenue. Le thème de l'infidélité était évoqué d'une manière non vulgaire et la mise en parallèle de la fidélité au sein d'un couple et de la fidélité commerciale présentait une certaine originalité.

Il n'était ni question de protéger un genre ni de s'approprier le concept de la dédramatisation de l'adultère. En effet, les jeux de mots revendiqués par rapport aux références précises d'événements (élections présidentielles ou Euro 2012), ou de situations sociétales (le déficit de



la sécurité sociale et la prise d'antidépresseurs ou la carte de fidélité des magasins) ou du sens du mot tromper en regard d'expressions communes elles aussi réinterprétées « C'est parfois en restant fidèle qu'on se trompe le plus », « C'est parfois en restant fidèle qu'on se trompe le plus », « On n'a qu'une vie, c'est une bonne raison d'en vivre plusieurs » démontreraient qu'il ne s'agissait pas de s'approprier un genre.

#### Efficacité des droits d'auteur

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

Dans ce cadre, 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.

A cet égard, 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. A ce titre, les notions de nouveauté et d'originalité sont distinctes, la seconde présupposant certes objectivement la première mais y ajoutant une dimension subjective résidant dans l'incarnation formelle de choix exprimant une personnalité.

[Télécharger la décision](#)

## Propriété des campagnes publicitaires

Présomption au bénéfice de l'agence ou de l'annonceur ?

L'article L 113-1 du code de la propriété intellectuelle pose que la qualité d'auteur appartient sauf preuve contraire à celui ou à ceux sous le nom duquel l'œuvre est divulguée. Une agence de communication / personne morale qui commercialise une œuvre sous son nom de façon non équivoque est présumée être titulaire des droits d'exploitation à l'égard des tiers poursuivis en contrefaçon en l'absence de toute revendication du ou des auteurs.

#### Preuve à la charge de l'agence

Pour bénéficier de cette présomption, il appartient à l'agence de caractériser l'œuvre sur laquelle elle revendique des droits, de justifier de la date et des modalités de la première commercialisation sous son nom et d'apporter la preuve que les caractéristiques de l'œuvre qu'elle a commencé à commercialiser à cette date sont identiques à celles qu'elle revendique. Si les conditions de commercialisation apparaissent équivoques, il lui appartient alors de préciser les circonstances de fait et de droit qui la fondent à agir en contrefaçon.

En l'espèce, les campagnes publicitaires revendiquées ont été divulguées sous le nom de l'agence de communication (et non celui de l'annonceur) comme établi par la production d'articles de presse.

#### Actes de contrefaçon par l'annonceur

S'agissant de la cession opérée par les auteurs personnes physiques à l'agence de communication, cette condition n'a pas à être considérée lorsque l'agence bénéficie de la présomption de titularité au contrefacteur (l'annonceur), sauf à priver de tout intérêt cette présomption. Seule l'absence de contestation de la part des auteurs personnes physiques doit être prise en compte. En effet, seuls les auteurs pourraient opposer la nullité de la cession du fait de l'absence des mentions obligatoires portées au contrat de cession de droits d'auteur.

[Télécharger la décision](#)

## Contrat de régie publicitaire en ligne

Affaire Weedo-it

La société Weedo-it est une régie publicitaire qui assure la diffusion de campagnes et programmes publicitaires sur son site et, en qualité de plateforme d'affiliation, par l'intermédiaire de sites affiliés. Sa rémunération est due uniquement à partir du moment où un internaute, après avoir cliqué sur un lien hypertexte figurant sur un site affilié, procède à l'achat d'un bien / service de l'annonceur. L'un des annonceurs de la plateforme a refusé de payer ses factures au titre d'agissements suspects de certains affiliés. Les avenants conclus entre Weedo-it et l'annonceur stipulaient expressément que la diffusion cash back, les codes de réduction et le retargeting étaient des pratiques interdites aux affiliés.

Comportement suspect des affiliés

Pour refuser le paiement, l'annonceur avait relevé un taux de conversion d'un affilié supérieur à 10 %, ce qui laissait supposer des agissements frauduleux, les taux de conversion étant en moyenne plafonnés à 3,5%. Ce à quoi la plateforme avait répondu qu'il s'agissait simplement d'un éditeur de qualité et qu'il n'y avait donc pas de raison de ne pas régler ses ventes.

Force des CGV entre professionnels

L'annonceur a été condamné à payer les factures en souffrance (plus de 14 000 euros). L'article 1134 du code civil dispose que : « Les conventions légalement formées tiennent lieu de loi à ceux qui les ont faites. Elles ne peuvent être révoquées que de leur consentement mutuel, ou pour des causes que la loi autorise. Elles doivent être exécutées de bonne foi. » ; l'article 1315 du code civil précise que celui qui réclame l'exécution d'une obligation doit la prouver et réciproquement, celui qui se prétend libéré doit justifier le paiement ou le fait qui a produit l'extinction de son obligation.

Le contrat de partenariat annonceur-conditions générales stipulait expressément sur le volet « Calcul de la rémunération » que la plateforme enregistre les opérations effectuées par les visiteurs des sites de ses affiliés auprès des annonceurs, ces enregistrements servant de base au calcul de la rémunération due par l'annonceur. En cas de litige, l'annonceur devait communiquer ses propres données de comptage à la plateforme, avant le 15 de chaque mois. A défaut, l'annonceur était forclo à agir.

A ce titre, l'annonceur ne pouvait se prévaloir d'un droit contractuel à connaître l'identité des affiliés de la plateforme, celle dernière étant en droit de lui opposer le secret des affaires comme un empêchement légitime à la communication de l'identité de ses affiliés.

[Télécharger la décision](#)

## Contrat de Mannequin : certificat médical et IMC

Indice de masse corporelle raisonnable

Le principe était déjà fixé par l'article L7123-2-1 du Code du travail : l'exercice de l'activité de mannequin est conditionné à la délivrance d'un certificat médical. En vue de lutter contre l'anorexie, ce certificat doit attester que l'évaluation globale de l'état de santé du mannequin, évalué notamment au regard de son indice de masse corporelle, est compatible avec l'exercice de son métier.

Opposabilité de l'arrêté du 4 mai 2017

Un arrêté du ministre du travail du 4 mai 2017 (en vigueur au 5 mai 2017) a précisé les modalités dans lesquelles les certificats médicaux prennent en compte le critère de l'indice de masse corporelle dans l'évaluation de l'état de santé du mannequin adulte ou enfant. L'arrêté est opposable à toute agence de mannequin située en France ou sur le territoire de l'Union européenne ou de l'Espace économique européen ou par toute personne qui s'assure, moyennant rémunération, le concours d'un mannequin (dès lors que l'activité du mannequin se déroule sur le territoire français).

Définition de l'indice de masse corporelle | IMC

La définition de l'indice de masse corporelle à prendre en compte est celle fixée par l'OMS dans sa classification internationale de la maigreur, du surpoids et de l'obésité en fonction du calcul de l'indice de masse corporelle pour les adultes et les références françaises signant l'entrée dans la dénutrition pour les enfants telles qu'exprimées dans les courbes de croissance inscrites dans le carnet de santé des enfants.

Le certificat médical délivré par un médecin demeure valable pour une durée qui tient compte de l'état de santé du mannequin et qui ne peut excéder deux ans. L'indice de masse corporelle est pris en compte, en particulier lorsque sa valeur se rapproche d'une maigreur modérée à une maigreur sévère après l'âge de 18 ans et qu'elle est inférieure au 3e percentile des références françaises pour l'âge et le sexe avant cet âge telles qu'inscrites dans le carnet de santé.

## Contrat de mise à disposition de mannequins enfants

Pour rappel, conformément à l'article R7123-19 du Code du travail, le contrat de mise à disposition de mannequin mentionne notamment, en sus des caractéristiques de la prestation, notamment en ce qui concerne les conditions de travail et les horaires prévisibles d'emploi et de sélection, l'avis médical d'un pédiatre ou d'un médecin généraliste.

L'examen médical doit faire apparaître si, compte tenu de l'âge et de l'état de santé de l'enfant, celui-ci est en mesure d'assurer une activité de mannequin sans compromettre sa santé ou son développement. Cet examen doit être renouvelé tous les trois mois pour les enfants âgés de moins de trois ans, tous les six mois pour ceux âgés de trois à six ans et tous les ans pour ceux âgés de plus de six ans. En cas d'avis négatif du médecin, l'enfant ne peut être employé.

## Contrat de Mannequin : certificat médical et IMC

Affaire Alain Afflelou

Une agence de conseil en communication a été déboutée de son action en contrefaçon de droits d'auteur dirigée contre l'un de ses anciens clients (Alain Afflelou). Celle-ci avait réalisé différents supports de communication pour le compte de l'enseignant et notamment les visuels de l'offre «Moitié prix». Les juges ont considéré que le principe des visuels reproduisant le visage d'une personne de face, coupé à moitié dans le sens de la longueur et accolé au bord latéral de l'affiche, sur un fond de couleur vive, n'est pas original et donc non protégeable.

Absence d'originalité : un moyen de défense efficace

En matière de publicité, les oeuvres graphiques et typographiques sont susceptibles de constituer des oeuvres protégeables, dès lors que l'idée, qui est de libre parcours, est matérialisée sous une forme concrète, dans une forme et une composition particulières, qui traduit l'expression de cette idée et l'empreinte de la personnalité de son auteur.

La composition et l'agencement des éléments de visuels doivent toutefois présenter une originalité. En l'occurrence, il était établi que les publicitaires utilisent fréquemment, pour promouvoir les produits, la reproduction d'un demi-visage en bordure d'affiche, avec insertion du message publicitaire, sur la partie restée libre. Le choix de couleurs vives, un contenu court, simple et percutant et le positionnement du message publicitaire pour être visible, la typographie, la composition de l'ensemble des éléments verbaux

et d'illustration, ne constituent pas des éléments appropriables au titre du droit d'auteur et ne relèvent pas d'un travail créatif mais de la mise en oeuvre d'un savoir-faire et de techniques de communication servant les objectifs publicitaires de la campagne menée. La campagne élaborée s'inscrivait donc dans une ligne publicitaire habituelle et selon des procédés usités dans le domaine de la communication.

Qualité à agir de l'agence de communication

Point intéressant sur le volet procédural, la société Afflelou a contesté (sans obtenir gain de cause) la qualité à agir de l'agence de communication en rappelant que la personne morale ne pouvait avoir la qualité d'auteur. Si une personne morale ne peut effectivement pas avoir la qualité d'auteur, le désigner salarié au sein de l'agence, qui se présente comme l'auteur des visuels litigieux, peut rédiger une attestation de cession de droits d'auteur au bénéfice de son employeur. L'agence devient ainsi recevable à agir, en qualité de cessionnaire des droits d'auteur. Par ailleurs, le tiers à la cession, comme en l'espèce l'annonceur, ne peut se prévaloir du non-respect du formalisme édicté par l'article L131-3 du Code de la propriété intellectuelle.

[Télécharger la décision](#)

## 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*



### Modifier la rémunération du pigiste

#### Demande judiciaire de requalification

Le pigiste qui n'obtient pas de réponse de son employeur suite à une demande en requalification de sa collaboration en contrat de travail, peut demander la résiliation judiciaire de son « contrat de travail ». Après avoir été informée que sa rémunération ne pourrait être maintenue, une pigiste rédactrice pour le magazine Cuisine Actuelle a saisi le conseil de prud'hommes pour demander la résiliation judiciaire de son « contrat de travail ».

#### Présomption simple de contrat de travail

L'article L 7112-1 du code du travail prévoit que toute convention par laquelle une entreprise de presse s'assure, moyennant rémunération, le concours d'un journaliste professionnel est présumée être un contrat de travail ; cette présomption subsiste quels que soient le mode et le montant de la rémunération ainsi que la qualification donnée à la convention par les parties. En défense, l'éditeur a fait toutefois valoir l'absence de tout lien de subordination.

Le lien de subordination se définit par l'exécution d'une tâche, 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. L'examen des pièces du dossier et notamment le contenu des mails échangés par les parties, a fait apparaître que la journaliste pigiste devait suivre les instructions de la directrice adjointe du magazine : la pigiste ne disposait que peu de latitude sur le choix des sujets traités ; dans ces circonstances, le lien de subordination a été jugé établi.

Face à une modification substantielle de son contrat de travail (rémunération), la pigiste était donc recevable à former une demande tendant à la résiliation judiciaire de son contrat de travail. Toutefois, la modification proposée n'a pas été considérée comme suffisante pour justifier une résiliation aux torts de l'employeur.

#### Effets et conditions de la résiliation judiciaire

Selon l'article 1184 du Code civil, la partie envers laquelle l'engagement n'a point été exécuté (pigiste), a le choix de forcer l'autre (l'éditeur) à l'exécution de la convention lorsqu'elle est possible, ou d'en demander la résolution avec dommages et intérêts. Il est constant que la résiliation judiciaire d'un contrat de travail est susceptible d'intervenir en cas de manquement de l'employeur de nature à empêcher la poursuite du contrat de travail. La résiliation judiciaire du contrat à durée indéterminée prononcée à l'initiative du salarié produit les effets d'un licenciement dépourvu de cause réelle et sérieuse ; il incombe au salarié qui impute à l'employeur la responsabilité de la rupture de rapporter la preuve de l'inexécution par ce dernier de ses obligations contractuelles.

#### Modification substantielle de la rémunération

Une modification unilatérale des conditions de rémunération du salarié justifie une demande de résiliation judiciaire mais uniquement en cas de modification substantielle.

Or, en l'espèce, aucune précision n'était donnée sur l'ampleur de la réduction du nombre de piges envisagée et aucune indication chiffrée n'était donnée ; d'autre part, le contrat de journaliste salarié, rémunéré à la pige, est caractérisé par la souplesse des obligations



réciroques et en tout état de cause, la pige constitue par essence un revenu dont le montant est aléatoire.

Au final, la journaliste pigiste n'apportait pas la preuve d'une modification significative de sa rémunération témoignant d'un manquement grave de l'employeur ayant rendu impossible la poursuite de la relation contractuelle.

[Télécharger](#) la décision

## TVA de la presse en ligne

### TVA à taux standard

Dans l'affaire C-390/15 (7 mars 2017), la CJUE a finalement suivi l'avis de l'avocat général : les publications numériques doivent être soumises au taux normal de TVA, à l'exception des livres numériques fournis sur un support physique (cédérom par exemple).

L'exclusion de l'application d'un taux réduit de TVA à la fourniture de livres numériques par voie électronique est la conséquence du régime particulier de TVA applicable au commerce électronique. En effet, eu égard aux évolutions perpétuelles auxquelles les services électroniques sont, dans leur ensemble, soumis, il a été jugé nécessaire de soumettre ces derniers à des règles claires, simples et uniformes afin que le taux de TVA qui leur est applicable puisse être établi avec certitude et que soit ainsi facilitée la gestion de cette taxe par les assujettis et les administrations fiscales nationales.

### Cohérence d'un corpus

Or, en excluant l'application d'un taux réduit de TVA aux services électroniques, le législateur de l'Union évite aux assujettis et aux administrations fiscales nationales de devoir examiner, pour chaque type de services, si celui-ci relève de l'une des catégories de services susceptibles de bénéficier d'un tel taux en vertu de la directive TVA.

Par conséquent, une telle mesure doit être regardée comme étant apte à réaliser l'objectif poursuivi par le régime particulier de TVA applicable au commerce électronique. Par ailleurs, admettre que les États membres aient la possibilité d'appliquer un taux réduit de TVA à la fourniture de livres numériques par voie électronique, comme cela est permis pour la fourniture de tels livres sur tout type de support physique, reviendrait à porter atteinte à la cohérence d'ensemble de la mesure souhaitée par le législateur de l'Union, qui consiste à exclure tous les services électroniques de la possibilité d'application d'un taux réduit de TVA.

### Principe de l'égalité de traitement

L'Avocat général, suivi par la CJUE, a fait valoir avec succès que les supports en cause sont très différents

: les publications numériques transmises par voie électronique et les publications imprimées présentent, compte tenu de la disparité importante des frais de distribution, une différence considérable quant à leur besoin de promotion et, partant à l'objectif poursuivi par l'application du taux réduit de TVA aux publications (à savoir promouvoir la culture des citoyens de l'Union grâce à la lecture de livres journaux et périodiques).

### TVA française des publications numériques

La France est considérée comme en infraction aux règles posées par la directive TVA (CJUE, affaires C-479/13 et C-502/13, 5 mars 2015, Commission / France et Commission / Luxembourg) concernant l'adoption d'un taux réduit de TVA pour les livres numériques (5,5 %). Les publications de presse électronique professionnelle bénéficient également d'un taux réduit de TVA (2,10 %).

Le 3° du A de l'article 278-0 bis du code général des impôts (CGI) soumet à la TVA au taux réduit de 5,5 % les opérations d'achat, d'importation, d'acquisition intracommunautaire, de vente, de livraison, de commission, de courtage ou de façon, ainsi que de location portant sur les livres sur tout type de support physique, y compris ceux fournis par téléchargement. Le taux réduit de 7 % s'applique aux opérations de cession de droits portant sur les livres.

Le livre, numérique, ou sur support physique, a pour objet la reproduction et la représentation d'une œuvre de l'esprit créée par un ou plusieurs auteurs, constituée d'éléments graphiques (textes, illustrations, dessins...) publiée sous un titre.

Le livre numérique bénéficie du taux réduit de TVA dès lors qu'il ne diffère du livre imprimé que par quelques éléments nécessaires inhérents à son format. Sont considérés comme des éléments accessoires propres au livre numérique les variations typographiques et de composition ainsi que les modalités d'accès au texte et aux illustrations (moteur de recherche associé, modalités de défilement ou de feuilletage du contenu). Le livre numérique est disponible sur un réseau de communication au public en ligne, notamment par téléchargement ou diffusion en flux, ou sur un support d'enregistrement amovible.

La CJUE, dans le cadre d'un recours en manquement de la Commission contre la France (affaires C-479/13 et C-502/13, 5 mars 2015, Commission / France et Commission / Luxembourg) a jugé que le taux réduit de TVA ne peut s'appliquer qu'aux livraisons de biens et aux prestations de services visées à l'annexe III de la directive TVA. Cette annexe mentionne notamment la « fourniture de livres, sur tout type de support physique ». Le taux réduit de TVA est applicable à l'opération qui consiste à fournir un livre se trouvant sur un support physique. Si, certes, le livre électronique nécessite, aux fins d'être lu, un support physique (comme un ordinateur), un

tel support n'est cependant pas fourni avec le livre électronique, si bien que l'annexe III n'inclut pas dans son champ d'application la fourniture de tels livres.

Par ailleurs, la CJUE a jugé que la directive TVA exclut toute possibilité d'appliquer un taux réduit de TVA aux « services fournis par voie électronique ». La fourniture de livres électroniques constitue un tel service et non une livraison de biens. En effet, seul le support physique permettant la lecture des livres électroniques peut être qualifié de « bien corporel », un tel support étant cependant absent lors de la fourniture de livres électroniques.

## CDD de reporter photographe requalifié

### Requalification en CDI

Un journaliste reporter photographe rémunéré à la pige, a obtenu la requalification de sa relation de travail en CDI. Ce dernier se trouvait bien dans un lien de subordination dans des conditions identiques à celles d'un reporter photographe permanent. L'employeur (AFP) ne justifiait pas non plus de raisons objectives de l'application du statut conventionnel de pigiste au lieu de celui de permanent.

Originalité de cette affaire, en conséquence de l'application du statut de journaliste permanent, il a été ordonné à l'AFP de titulariser et d'intégrer le pigiste en qualité de journaliste permanent et de lui appliquer les accords d'entreprise régissant les plans de carrière et les rémunérations conventionnelles.

### Critère de la rémunération non variable

Les rémunérations versées au reporter photographe pendant toute la durée de sa collaboration étaient d'un montant relativement stable ; le salarié percevait une rémunération forfaitaire chaque mois ne correspondant pas nécessairement au nombre de piges : il bénéficiait de primes de treizième mois, de primes d'ancienneté, de prime exceptionnelle et d'un montant minimal garanti versé même en l'absence de réalisation de piges. Ces éléments traduisaient à tout le moins un commencement d'alignement du statut des pigistes sur celui des journalistes permanents, les rémunérations perçues n'étant plus véritablement variables.

### Critère de l'exclusivité

Le reporter photographe justifiait également avoir travaillé exclusivement pour son employeur (AFP), la comparaison de ses bulletins de salaire annuel et de ses avis d'imposition mettaient en lumière que ses revenus étaient tirés essentiellement de son activité au sein de l'AFP, les autres revenus provenant de droits d'auteur exclusifs provenant de son activité

individuelle de photographie, activité non salariée.

### Critère de l'organisation du travail

S'agissant de l'organisation du travail, le reporter photographe justifiait n'avoir jamais refusé une tâche confiée par son employeur et fait preuve d'une constante disponibilité. A ce titre, le salarié n'avait pas le choix de ses reportages, il était passé des commandes au reporter photographe qui devait les réaliser selon diverses consignes qu'il devait suivre (à défaut il ne pouvait recevoir aucune rémunération).

### Carte de journaliste et mobilité du salarié

L'employeur n'a pu opposer au salarié le fait qu'il n'était astreint à aucune obligation contractuelle de mobilité similaire à celle des permanents, ni interdiction de concurrence et qu'il est titulaire d'une carte de journaliste mention pigiste. D'une part, les juges ne sont pas liés par la mention portée sur la carte de journaliste, d'autre part, l'employeur ne peut se prévaloir de ce qu'il n'a pas imposé à son salarié de clause de mobilité et d'interdiction de concurrence pour conclure à l'existence du seul statut de pigiste, sa carence ne pouvant porter préjudice au salarié dont les conditions d'exercice effectif du travail sont en fait et in concreto similaires à celles d'un reporter permanent justifiant l'application de ce statut. Le salarié, même non lié par une clause de mobilité, s'était montré particulièrement mobile et disponible.

### 150 000 euros d'indemnités

Les juges ont condamné l'employeur à payer au pigiste, la somme de 150 000 euros à titre de rappel de salaires, congés payés y afférents et rappel de 13ème mois. Ces sommes ont porté intérêts au taux légal à compter à compter de la réception par l'employeur de la convocation devant le bureau de conciliation du conseil de prud'hommes saisi.

[Télécharger la décision](#)

## Images des scènes de crime : BFM relaxée

### Atteinte à l'intégrité d'un cadavre

Suite à la mort suspecte de plusieurs personnes par des tirs d'arme à feu (crime dit de Chevaline), une information judiciaire pour homicides a été ouverte par le parquet. Enquêtant sur l'affaire, BFM a publié des photographies de la scène de crime, présentant notamment l'un des cadavres, à même le sol.

Les ayants-droit du défunt ont déposé plainte contre BFM auprès du procureur de la République des chefs d'atteinte à l'intégrité d'un cadavre, diffusion

de la reproduction des circonstances d'un crime ou d'un délit, violation du secret de l'instruction et recel. Les investigations ont révélé que les clichés avaient été réalisés par les services de gendarmerie et figuraient dans le dossier de la procédure criminelle.

#### Article 225-17 du code pénal

L'article 225-17 du code pénal réprime toute atteinte à l'intégrité d'un cadavre par quelque moyen que ce soit d'une peine d'un an d'emprisonnement et de 15 000 euros d'amende. L'intégrité se définit comme le maintien d'un état originel avec une absence d'altération. Les juges ont considéré que la seule diffusion des photographies litigieuses, en l'absence d'acte matériel touchant physiquement le cadavre ne peut constituer une atteinte à l'intégrité du cadavre.

#### Reproduction des circonstances d'un crime

Les ayants-droit ont également poursuivi BFM sur le fondement de l'article 35 quater de la loi du 29 juillet 1881 : la diffusion, par quelque moyen que ce soit, et quel qu'en soit le support, de la reproduction des circonstances d'un crime ou d'un délit, lorsque cette reproduction porte gravement atteinte à la dignité d'une victime et qu'elle est réalisée sans l'accord de cette dernière, est punie de 15 000 euros d'amende. En l'occurrence, les photographies litigieuses ont été floutées et ne permettaient pas une reconnaissance formelle de la personne en sorte qu'elles ne pouvaient constituer une atteinte à la dignité de la victime.

#### Question du secret de l'instruction

Les poursuites pénales engagées contre le directeur de la rédaction de la chaîne BFM et les journalistes impliqués du chef de recel de violation du secret de l'instruction ont aussi été classées sans suite. Les investigations n'ont pas permis de déterminer dans quelles circonstances les prévenus étaient entrés en possession des photographies en cause ; il n'était pas démontré que les clichés avaient été divulgués par une personne astreinte au secret de l'instruction (le délit de violation du secret de l'instruction n'était donc pas établi).

Il résulte des dispositions de l'article 321-1 et suivants du code pénal que le recel est le fait de dissimuler, détenir ou de transmettre une chose ou de faire office d'intermédiaire afin de la transmettre, en sachant que cette chose provient d'un crime ou d'un délit ; constitue également un recel le fait, en connaissance de cause, de bénéficier par tout moyen, du produit d'un crime ou d'un délit ; pour que ce délit soit constitué, encore faut-il que soit démontrée l'existence certaine d'une infraction principale de violation du secret de l'instruction et de sa connaissance par le prévenu.

[Télécharger](#) la décision

## Rédacteurs web : attention au travail dissimulé

### Délit de travail dissimulé

La Cour de cassation a confirmé la condamnation de la société du Figaro pour travail dissimulé. La société Evene (fusion-absorption avec Le Figaro) s'était délibérément soustraite à l'accomplissement des formalités de la déclaration unique d'embauche et de l'obligation de délivrance de bulletin de paie s'agissant de collaborateurs externes, en s'abstenant d'effectuer pour ces derniers les déclarations aux organismes de protection sociale du régime salarié.

La société Evene, qui avait pour activité la publication et la diffusion en ligne de diverses informations relatives au domaine culturel a fait l'objet d'un contrôle de l'inspection du travail ; le contrôleur a constaté que la société employait des collaborateurs réguliers dénommés aussi « contributeurs » ou « externes », bénéficiant de contrats de commande d'articles dont la remise intervenait selon un calendrier déterminé moyennant une rémunération forfaitaire.

### Lien de subordination établi

Le lien de subordination (contrat de travail) avec les collaborateurs externes a été établi sur la base de nombreux indices concordants. Les collaborateurs assistaient obligatoirement à la réunion mensuelle de la rédaction où étaient examinés, choisis, et attribués par l'équipe de rédaction les sujets devant faire l'objet, pour les mois à venir, d'articles, critiques, interviews ou biographies. Si les collaborateurs pouvaient présenter des sujets, ceux-ci devaient recevoir l'aval de l'équipe de rédaction au cours de la réunion mensuelle précitée ; les choix opérés et imposés par la rédaction résultaient souvent des actualités culturelles et ôtaient ainsi toute initiative aux collaborateurs.

Chacun des externes était rattaché à un ou plusieurs chefs de pôle selon la nature des écrits qu'il rédigeait. Chacun d'entre eux adressait ses travaux au responsable du pôle dont il dépendait, ce dernier en assurant la relecture et demandant des corrections pour que l'écrit corresponde à la ligne éditoriale de la société Evene.

Les contributeurs externes étaient aussi dans l'obligation d'être présents très régulièrement dans les locaux de la société Evene pour assister aux réunions organisées ou informelles pour obtenir les supports des sujets liés à l'actualité des festivals, des salons, des manifestations et des rencontres culturelles dont le traitement impliquait une grande disponibilité et un emploi du temps exclusivement consacré à l'exécution de travaux pour le compte de la société Evene.

La rédactrice éditoriale et rédactrice en chef intervenait sur le travail des externes pour arbitrer les désaccords nés entre ceux-ci et rappelait à l'ordre les collaborateurs dont le comportement lui paraissait inapproprié à l'égard du rédacteur en chef adjoint ou des responsables éditoriaux.

Le fait que les collaborateurs rédacteurs externes étaient affiliés à l'Agessa, organisme de protection sociale réservé aux auteurs indépendants, a été jugé indifférent. L'existence d'un contrat de travail liant les collaborateurs réguliers à la société Evène étant donc établie.

#### Action du SNJ

A noter toutefois que la seule édition sur le site de la société Evène d'un contenu uniquement culturel ne pouvait constituer l'exercice de la profession de journaliste au sein d'une publication périodique, avec un contenu ayant trait à l'actualité et présentant un intérêt général. En conséquence, le syndicat national des journalistes (SNJ) a été débouté de sa demande de dommages et intérêts.

[Télécharger](#) la décision

## Obligation de vérification de l'AFP

#### Dépêche AFP diffamatoire

Temps agités pour les journalistes, mais la Cour de cassation veille à faire respecter le principe constitutionnel de liberté d'expression. Les juges suprêmes ont ainsi censuré la condamnation de l'AFP pour diffamation dans l'affaire « France Soir ». L'agence de presse avait été déclarée coupable du délit de diffamation publique et condamnée au paiement d'une amende de 800 euros pour la diffusion d'une dépêche dont le contenu n'avait pas été vérifié.

En l'espèce, un délégué du personnel du Journal France Soir avait communiqué à l'AFP, le texte d'une motion de défiance qui « avait été votée à une large majorité » le jour même par les salariés du journal à l'encontre du directeur de la rédaction où ce dernier était présenté comme à l'origine de « méthodes de déstabilisation » assimilées à du « harcèlement moral ».

Le fait, après avoir obtenu communication du texte de cette motion par une source légitime et fiable, de publier une dépêche se bornant à informer le public de l'existence de cette motion, et des accusations y figurant, à l'exclusion de toute dénaturation ou exagération, et en prenant la précaution non seulement de citer les termes de la motion par l'usage explicite et non équivoque des guillemets, mais encore de préciser que la direction du journal n'avait pu être jointe immédiatement par l'AFP pour une réaction, répond bien aux exigences de sérieux et de prudence dans l'expression requises pour la rédaction d'une simple dépêche de l'AFP, dont l'objet est de rendre compte objectivement des

événements au fur et à mesure de leur survenance.

La dépêche avait été diffusée dans un but légitime d'information sur la situation au journal France-Soir et sans qu'aucun élément ne permette de dire que les journalistes auraient été mus par une quelconque animosité personnelle, les juges du fond ne pouvaient refuser à l'AFP le bénéfice de la bonne foi en s'abstenant de tenir compte des particularités du fonctionnement d'une agence de presse.

#### Bonne foi en matière de diffamation

Les personnes responsables de propos diffamatoires peuvent s'exonérer de leur responsabilité en justifiant de leur bonne foi, laquelle s'apprécie dans la personne de l'auteur des propos et notamment en établissant que ce dernier poursuivait un but légitime exclusif de toute animosité personnelle, qu'il a conservé dans l'expression une suffisante prudence, et qu'il s'est appuyé sur une enquête sérieuse.

Ces critères s'apprécient différemment selon le genre de l'écrit en cause, la qualité de la personne visée et de celle qui s'exprime, une plus grande rigueur étant de mise s'agissant d'un professionnel de l'information, tel un journaliste, en raison notamment de sa qualité et du crédit qui s'y attache.

#### Sérieux de « l'enquête » du journaliste

La journaliste s'était bien enquis de la réalité de la motion en appelant un salarié lequel l'a informée que la direction du journal avait interdit sa diffusion à l'extérieur de l'entreprise ; après une vaine tentative de joindre par téléphone la direction du journal, elle a transmis la dépêche pour diffusion.

La Cour de cassation a rappelé que l'existence d'une source (délégué syndical), ainsi que du document communiqué (motion de censure) et l'absence de réponse de la part de la direction du journal constituaient une base factuelle suffisante pour diffuser la dépêche.

La jurisprudence européenne considère que la sanction d'un journaliste pour avoir aidé à la diffusion de déclarations émanant d'un tiers entraverait gravement la contribution de la presse aux discussions de problèmes d'intérêt général et ne saurait se concevoir sans raisons particulièrement sérieuses ; aussi, en sanctionnant pénalement la journaliste et le directeur de publication de l'AFP du chef de diffamation publique envers un particulier, pour avoir reproduit fidèlement, sans dénaturation ni exagération, les termes d'une motion de défiance votée par les salariés du journal France Soir, ne dépassait pas les limites admissibles de la liberté d'expression reconnue par l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme.

[Télécharger](#) la décision



## Religion, vie privée et presse people

Religion de la famille de Monaco

La société Gossip a publié un article annoncé en couverture par le titre « Charlotte et Gad : désaccord sur la religion du bébé » mettant en lumière les divergences entre les « parents de Gad souhaite qu'il soit juif » et « Caroline de Monaco qui exige qu'il soit catholique » illustré d'un cliché du couple à l'occasion du bal de la rose.

Sujet d'intérêt général

Les articles 9 du code civil et 8-1 de la convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme garantissent à toute personne, quelle que soit sa notoriété, sa fortune ou ses fonctions, le droit au respect de sa vie privée et de son image. Mais l'article 10 de la convention garantit aussi l'exercice du droit à l'information.

Le caractère public ou la notoriété d'une personne influe sur la protection dont sa vie privée peut ou doit bénéficier. A ce titre, Charlotte Casiraghi membre de la famille princière de la principauté de Monaco, mannequin vedette et égérie d'une marque de luxe, membre de la jet-set internationale dispose d'une notoriété incontestable ; le droit à l'information du public se justifie dans une telle hypothèse par l'actualité événementielle ou un débat d'intérêt général.

La publication critiquée a été considérée comme s'inscrivant dans un contexte d'actualité faisant suite à la naissance du bébé de Charlotte Casiraghi et de Gad Elmaleh, postérieurement à l'annonce de celle-ci par un communiqué officiel du palais alors que la relation amoureuse de ces derniers est de notoriété publique. L'évocation des différences de confessions notoires relève bien d'un débat d'intérêt général dès lors que l'enfant pourrait être appelé à régner, de sorte que les journalistes sont en droit d'informer leurs lecteurs des conditions posées pour que celui-ci puisse entrer dans la lignée successorale.

Pas d'atteinte à la vie privée

La question du choix de la confession de l'enfant qui ne sera successible au trône que s'il est né d'un couple légitime et de religion catholique, se situe au cœur de ce débat. L'analyse du choix du prénom de Raphaël dont il est dit « qu'il est un archange commun à toutes les religions » et « qu'il s'agit d'un prénom universel » s'inscrit bien dans le même débat dont elle constitue l'un des éléments. Les termes de l'article exprimés de façon mesurée, posant la question du mariage des parents et du choix qu'ils ont à faire et qui leur appartient, du rappel des traditions monégasques et de l'importance que revêt la famille royale, sans être intrusifs, relèvent de la liberté d'expression et n'en

dépassent pas les limites. Ni l'article ni son titre n'étaient donc attentatoires à la vie privée de Charlotte Casiraghi.

[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*



## Statut dérogatoire des archives audiovisuelles

Affaire Kenny Clarke

Victoire juridique importante pour l'INA : les héritiers du batteur de Jazz Kenny Clarke (surnommé « Klook ») n'ont pas obtenu gain de cause au titre de l'exploitation sur la boutique de l'INA de vidéogrammes et phonogrammes reproduisant des prestations de leur père.

Principe de l'autorisation de l'artiste

L'article L 212-3 du Code de la propriété intellectuelle pose que « sont soumises à l'autorisation écrite de l'artiste-interprète la fixation de sa prestation, sa reproduction et sa communication au public, ainsi que toute utilisation séparée du son et de l'image de la prestation lorsque celle-ci a été fixée à la fois pour le son et l'image ». Une présomption d'autorisation bénéfique toutefois au producteur : « la signature du contrat conclu entre un artiste-interprète et un producteur pour la réalisation d'une oeuvre audiovisuelle vaut autorisation de fixer, reproduire et communiquer au public la prestation de l'artiste-interprète. Ce contrat fixe une rémunération distincte pour chaque mode d'exploitation de l'oeuvre » (L 212-4 du CPI).

Régime dérogatoire

L'INA bénéficie toutefois du régime dérogatoire de l'article 49 II de la loi du 1er août 2006. En tant qu'établissement public de l'Etat à caractère industriel et commercial, il est chargé de conserver et de mettre en valeur le patrimoine audiovisuel national. Ainsi parmi ses missions :

i) L'INA assure la conservation des archives audiovisuelles des sociétés nationales de programme et contribue à leur exploitation. La nature, les tarifs, les conditions financières des prestations documentaires et les modalités d'exploitation de ces archives sont fixés par convention entre l'institut et chacune des sociétés concernées. Ces conventions sont approuvées par arrêté des ministres chargés du budget et de la communication ; ii) L'INA exploite les extraits des archives audiovisuelles des sociétés nationales de programme dans les conditions prévues par les cahiers des charges. A ce titre, il bénéficie des droits d'exploitation de ces extraits à l'expiration d'un délai d'un an à compter de leur première diffusion.

L'INA est aussi propriétaire, par transfert législatif, des supports et matériels techniques et détenteur des droits d'exploitation des archives audiovisuelles des anciennes sociétés nationales de programme et de l'ORTF.

L'INA exerce ses droits d'exploitation sous réserve du respect du droit moral des auteurs et par dérogation, les conditions d'exploitation des prestations des artistes-interprètes (rémunération comprise) sont régies par des accords conclus entre les artistes-interprètes eux-mêmes ou les organisations de salariés représentatives des artistes-interprètes et l'INA.

La loi a donc explicitement affranchi l'exploitation par l'INA de ses archives de la preuve de l'autorisation écrite donnée, ou présumée donnée selon l'article L 212-4, par l'artiste interprète pour la fixation et la première destination de son interprétation figurant sur les supports de ces archives. L'applicabilité du régime dérogatoire institué au profit de l'INA n'est pas subordonnée à la preuve de l'autorisation par l'artiste

interprète de la première exploitation de sa prestation.

L'accord du 16 juin 2005

En l'espèce, l'accord du 16 juin 2005 entre l'INA et les principaux syndicats représentatifs engagés pour des émissions de télévision instaure un système de rémunération régissant les nouvelles utilisations des interprétations archivées « quelles que soient les informations dont l'INA dispose à leur sujet ». Cet accord fait partie des accords requis pour l'application du régime dérogatoire.

Conformité de l'exception au droit européen

Les juges ont confirmé la conformité de l'article 49 II à la législation européenne. La directive 2001/29/CE du 22 mai 2001 sur la protection juridique du droit d'auteur et des droits voisins. Le régime dérogatoire mis en place en faveur de l'INA n'a pas été considéré comme une exception aux droits voisins mais une modalité d'expression du consentement de l'artiste interprète. A ce titre, la directive exige un consentement de l'artiste interprète mais ne prescrit pas qu'il soit donné sous forme écrite. Même si elle constitue une protection minimale, la directive ne peut être utilement opposée à un régime qui déroge à une obligation requise par la seule loi nationale.

En exonérant l'INA de prouver par un écrit l'autorisation donnée par l'artiste interprète, l'article 49 II ne supprime pas l'exigence de ce consentement mais instaure une présomption dont la mise en oeuvre est elle-même soumise à des accords collectifs (la présomption n'est pas irréfragable). L'artiste-interprète- avec lequel des accords peuvent être conclus- peut donc invoquer son absence de consentement ou des stipulations particulières contenues dans son contrat initial.

Intérêt général des archives

De surcroît, la directive du 22 mai 2001 énonce que « l'harmonisation envisagée contribuera à l'application des quatre libertés du marché intérieur et porte sur le respect des principes fondamentaux du droit et, notamment de la propriété, dont la propriété intellectuelle, et de la liberté d'expression et de l'intérêt général ».

L'INA a une mission particulière donnée par les lois successives de conserver et de mettre en valeur le patrimoine audiovisuel national ; nonobstant la part des recettes commerciales engendrées par cette exploitation, il a une mission d'intérêt général distincte de celle d'autres organismes ou sociétés concourant à l'archivage des œuvres. Compte tenu de l'ancienneté de certaines œuvres, les contrats conclus par les artistes-interprètes ne lui ont pas été transmis et il est dès lors nécessaire à l'exécution de sa mission de le dispenser de fournir la preuve de l'autorisation écrite donnée par les artistes-interprètes. Cette dérogation limitée est donc justifiée afin que la plus large diffusion soit assurée

aux prestations audiovisuelles des artistes-interprètes relevant du fond d'archives de l'INA. En conclusion, le régime en place instaure donc un équilibre entre l'intérêt général, la liberté d'expression et le droit de propriété intellectuelle des artistes-interprètes.

[Télécharger la décision](#)

## Effacement par erreur d'un court métrage

Prêt de matériel de tournage

Une association de soutien à la production audiovisuelle a conclu avec une cameraman, une convention permettant à cette dernière de réaliser un court-métrage avec le matériel de tournage de l'association. L'association était en charge d'assurer la réalisation et le montage complet du film. La contrepartie financière consistait uniquement dans le versement de la somme de 250 euros au titre du prêt du matériel (l'association ne disposant d'aucun droit de propriété intellectuelle).

Le disque dur sur lequel était enregistré les « rushes » a été endommagé par une personne étrangère à l'association et ce alors qu'elle n'avait pas pris la précaution d'effectuer une sauvegarde. Le disque dur a été confié à une société spécialisée mais aucune récupération n'était possible. La cameraman a dû recommencer le tournage et le montage de son film par l'intermédiaire d'une autre structure. L'association a été poursuivie en indemnisation au titre des nouveaux frais générés.

Obligation de résultat

La responsabilité contractuelle de l'association a été retenue. Cette dernière avait contracté au profit de la cameraman une obligation de résultat consistant, à partir du matériel de tournage qu'elle mettait à sa disposition, à réaliser le film et à en effectuer le montage. L'association a tenté de faire valoir sans succès qu'elle n'avait commis aucune faute. Or, l'intervention d'un tiers ne pourrait être exonératoire qu'à la condition de présenter les caractères de la force majeure.

Préjudice moral

La cameraman ayant subi un préjudice moral (tout le travail accompli et le temps consacré au premier tournage ont été perdus) a obtenu une indemnité de 10 000 euros.

[Télécharger la décision](#)

## Journaliste audiovisuel : sévère requalification

### Condamnation d'un producteur

Une société de production de reportages (pour les diffuseurs) a été sévèrement condamnée à plus de 55 000 euros de dommages et intérêts au titre de la requalification en CDI des CDD d'usage d'une journaliste audiovisuel (grand reporter) placée chez France 5.

### CDD des journalistes

La convention collective nationale de travail des Journalistes précise en son article 17 qu'un journaliste professionnel ne peut être embauché avec un CDD que pour une mission temporaire dont la nature et la durée doivent être définies lors de l'embauche.

S'il résulte de la combinaison de ces textes, que dans les secteurs d'activité définis par décret ou par voie de convention ou d'accord collectif étendu, certains des emplois en relevant peuvent être pourvus par des CDD lorsqu'il est d'usage constant de ne pas recourir à un CDI en raison de la nature de l'activité exercée et du caractère par nature temporaire de ces emplois, l'accord-cadre sur le travail à durée déterminée conclu le 18 mars 1999 impose de vérifier que le recours à l'utilisation de ces contrats est justifié par des raisons objectives qui s'entendent de l'existence d'éléments concrets établissant le caractère par nature temporaire de l'emploi.

La détermination par accord collectif de la liste précise des emplois pour lesquels il peut être recouru au CDDU ne dispense pas le juge, en cas de litige, de vérifier concrètement l'existence de ces raisons objectives.

### Formalisme des CDDU

Les CDDU ne portaient aucune précision sur la nature du travail confié à la journaliste. Les contrats se limitaient en effet à indiquer que la salariée « serait affectée à la réalisation d'une tâche temporaire et ponctuelle pour le compte de l'émission 'C Politique' diffusée sur FRANCE 5 ».

La généralité des termes du contrat permettait ainsi de considérer que la journaliste était polyvalente dans ses fonctions, et non spécifiquement affectée à la réalisation d'une séquence audiovisuelle (elle avait réalisé, pour le compte de son employeur, de nombreux autres reportages). La salariée n'avait donc pas été engagée pour réaliser une tâche journalistique précise et ponctuelle mais pour réaliser des reportages que son employeur proposait à son diffuseur exclusif (France 5). Cet emploi relevait sans aucun doute de l'activité normale et permanente de la Société, laquelle n'est d'ailleurs créée que pour proposer des reportages diffusés dans les émissions.

### Emploi répondant à un besoin permanent

Il n'était donc pas démontré l'existence d'éléments concrets et objectifs rendant nécessaire le recours à des contrats de travail à durée déterminée d'usage pour l'emploi de la journaliste, lequel n'apparaissait pas ponctuel et temporaire, même si les besoins du diffuseur étaient susceptibles d'évoluer, comme c'est le cas des commandes de tout client, quel que soit le secteur d'activité.

Enfin, l'employeur ne démontrait pas qu'il était d'usage, dans son entreprise, d'avoir recours aux contrats de travail à durée déterminée d'usage pour l'emploi des journalistes grand reporter, le registre du personnel mettant en évidence que seuls les cameramen étaient embauchés sous cette forme.

### Indemnisation de la journaliste

L'employeur n'ayant plus fait appel à la journaliste, la rupture des relations entre les parties a été assimilée à un licenciement. Aux termes de l'article L.1235-3 du code du travail, si un licenciement intervient pour une cause qui n'est pas réelle et sérieuse et qu'il n'y a pas réintégration du salarié dans l'entreprise, il est octroyé au salarié à la charge de l'employeur une indemnité qui ne peut être inférieure aux salaires des six derniers mois.

Compte tenu notamment de l'effectif de l'entreprise, des circonstances de la rupture, du montant de la rémunération versée à la journaliste, de son âge, de son ancienneté, de sa capacité à trouver un nouvel emploi eu égard à sa formation et à son expérience professionnelle et des conséquences du licenciement à son égard, celle-ci a obtenu la somme de i) 30.000,00 euros à titre d'indemnité pour licenciement sans cause réelle et sérieuse ; ii) 10 000 euros car la salariée bénéficiait d'une ancienneté supérieure à 2 ans ; iii) 1.000 euros à titre de congés payés afférents et iv) une indemnité conventionnelle de licenciement de 15.000 euros.

Sur le volet de l'indemnité, l'article L.7112-3 du Code du travail dispose que si l'employeur est à l'initiative de la rupture, le salarié a droit à une indemnité qui ne peut être inférieure à la somme représentant un mois, par année ou fraction d'année de collaboration, des derniers appointements. Le maximum des mensualités est fixé à quinze.

L'indemnité de licenciement est calculée pour les journalistes professionnels employés à plein temps ou à temps partiel sur le dernier salaire perçu ou, pour les journalistes salariés ne percevant pas un salaire mensuel régulier, sur la base de 1/12e des salaires perçus au cours des douze mois précédant le licenciement ou de 1/24e des salaires perçus au cours des vingt-quatre derniers mois précédant le licenciement, au choix du salarié (article 44 de la Convention collective des Journalistes). Cette somme est augmentée d'un douzième pour



tenir compte du treizième mois conventionnel.

L'employeur a également été condamné au remboursement à Pôle emploi, des indemnités de chômage perçues par la salariée dans les 6 derniers mois.

[Télécharger](#) la décision

## Forme de la cession des droits audiovisuels

Un formalisme exigé de tous

Y compris pour les œuvres audiovisuelles réalisées pour le compte des associations, le formalisme impératif des contrats de l'audiovisuel s'impose. En vertu des articles L 131-2 et L 131-3 du code de la propriété intellectuelle :

- les contrats de représentation, d'édition et de production audiovisuelle doivent être constatés par écrit. Il en est de même des autorisations gratuites d'exécution ; les contrats par lesquels sont transmis des droits d'auteur doivent être constatés par écrit ;
- la transmission des droits de l'auteur est subordonnée à la condition que chacun des droits cédés fasse l'objet d'une mention distincte dans l'acte de cession et que le domaine d'exploitation des droits cédés soit délimité quant à son étendue et à sa destination, quant au lieu et quant à la durée.

Cession globale sanctionnée

Ainsi, ces textes prohibent toute cession générale et illimitée de droits, prévue par une clause trop imprécise. Tel était le cas dans l'affaire soumise : un document signé par le président d'une association prévoyait que le réalisateur à qui il avait été confié la production d'une œuvre audiovisuelle, lui confiait « tous les pouvoirs de représentation, de diffusion, d'exploitation et de commercialisation » et que l'association « sera seule personne morale habilitée à facturer et à percevoir toutes sommes issues des aides, participations et partenariats éventuels et vente du film et à entreprendre toutes les démarches ».

Nullité prononcée

Le document ne comportant aucune précision sur les droits cédés mais surtout aucune précision sur la durée de la cession et les limites géographiques de cette cession, les juges en ont prononcé la nullité. L'acte ne répondait pas aux exigences prévues par les articles L 131-2 et L 131-3 du CPI.

[Télécharger](#) la décision

## Affaire Laura Smet | Assurance tournage

Abandon de tournage et assurance

L'affaire a abouti 10 années après la sortie du film « les Femmes de l'ombre ». On se souvient que l'actrice Laura Smet, suite à la prise d'un cocktail médicamenteux, avait dû quitter le tournage du film qu'elle avait commencé sous la direction de Jean-Paul Salomé. Suite à un litige avec l'assureur du film sur les conséquences de l'indisponibilité de l'actrice, les juges ont tranché en faveur du producteur.

Assurance multirisque cinéma et télévision

La société de production avait conclu un contrat multirisque cinéma et télévision avec un groupe de coassureurs à concurrence d'un engagement maximum de 6,5 millions d'euros. Ce contrat garantissait notamment le remboursement des pertes pécuniaires consécutives à la survenance de divers événements, notamment le décès ou l'incapacité physique à la suite de maladie, d'accident ou d'indisposition constatés médicalement des personnes désignées par le contrat, dont Laura SMET.

Réalité du préjudice

Sur la déclaration faite par le producteur, l'assureur avait, avant de se rétracter, accepté la prise en charge du sinistre. L'assureur a soutenu que la défection de Laura SMET n'a pas entraîné de surcoût inhabituel qui n'ait pas pu être compensé en cours de tournage, les éventuels surcoûts auraient été progressivement amortis du fait de la conjugaison de plusieurs facteurs : un sinistre survenu en tout début de tournage, le remplacement immédiat de l'actrice Laura SMET, le versement de 500 000 euros de provision et la réutilisation probable d'éléments de décors, de matériel de tournage de costumes non rachetés ou reloués pour retourner les mêmes scènes avec la nouvelle actrice.

Ce à quoi le Tribunal a répondu que le coût du retournage des scènes qui avaient déjà été tournées avec Laura SMET n'était pas contestable. L'assureur était mal fondé à invoquer la différence entre le budget initial du film et les coûts définitif du tournage pour en conclure une absence de préjudice de la société de production alors que cette différence, qui ne constitue pas un bénéfice, n'a aucune incidence sur le calcul du préjudice qui est réel et résulte des différents frais que la société de production a dû exposer pour remplacer l'actrice défaillante (l'actrice remplaçante avait eu des exigences financières supérieures).

[Télécharger](#) la décision

## Intéressement des acteurs : prudence

### Affaire Mandarin Cinéma

La société de production Mandarin Cinéma a conclu plusieurs contrats d'artistes interprètes avec des acteurs jouant dans le film « 600 kilos d'or pur » (Audrey Dana, Bruno Solo, Clovis Cornillac et Patrick Chesnais). Ces contrats prévoyaient le versement de « redevances » en pourcentage des recettes nettes part producteur pour l'exploitation cinématographique et télévisuelle du film (entre 0,70% et 2,22%).

### Redressement de l'URSSAF

Le contrat de l'actrice Audrey Dana prévoyait également que lui serait versée une rémunération supplémentaire sous forme d'un intéressement aux entrées dans les salles de 50.000 euros lorsque le film aurait atteint 1.000.000 entrées, mais il est apparu que 50% de la somme lui a été versée un mois après le tournage du film. Les services de l'URSSAF ont opéré un redressement à ce titre en considérant ce versement comme salaire soumis à cotisations sociales.

### Circulaire en date du 20 avril 2012

Une circulaire en date du 20 avril 2012 est venue préciser le régime social relatif aux redevances et avances sur recettes des artistes du spectacle (non soumises à cotisations sociales). La circulaire définit les redevances et trois conditions cumulatives doivent être remplies pour qualifier une somme de redevance : i) la présence physique de l'artiste du spectacle n'est pas requise pour exploiter l'enregistrement de son interprétation, exécution ou présentation ; ii) la somme en question n'est pas déterminée en fonction du salaire reçu pour la production de la prestation de l'artiste ou du mannequin ; iii) elle est fonction du produit de la vente ou de l'exploitation de l'enregistrement.

D'autre part la circulaire précise les critères cumulatifs permettant de considérer que les sommes versées à titre d'avance sur ces redevances ne sont pas des salaires soumis à cotisations sociales mais bénéficient du régime des redevances.

### Conditions de l'exclusion de l'assiette sociale

Les sommes versées aux artistes en tant qu'avance sur redevance doivent être fixées de façon proportionnée au regard du salaire total prévu au contrat, elles ne doivent pas être supérieures à celui-ci. L'avance doit être fixée selon les perspectives d'exploitation de l'oeuvre qui ne soient pas disproportionnées avec les recettes prévisibles. Le contrat doit conduire à ce qu'en cas de succès important de la production, le surplus de redevances soit significatif. Le mécanisme

d'intéressement prévu par le contrat doit aussi être applicable pendant une durée suffisante.

En l'espèce, le contrat prévoyait à la rubrique « conditions financières » trois types de rémunération : i) un salaire brut de 50.000 euros pour le travail de tournage et promotion du film ; ii) une redevance proportionnelle au produit de l'exploitation du film à titre de rémunération de la cession des droits d'exploitation ; iii) une rémunération supplémentaire sous la forme d'un intéressement aux entrées dans les salles cinématographiques. Cette dernière somme ne devait être versée que lorsque la condition (1.000.000 d'entrées) aurait été réalisée.

Or, la moitié de la « redevance », a été versée à l'actrice, sur la base d'une lettre confidentielle, pour un motif totalement différent de celui prévu au contrat. Il ne pouvait donc pas s'agir d'une redevance et c'est à bon droit que l'URSSAF a opéré un redressement sur cette somme.

[Télécharger la décision](#)

## Contrat de « Step Deal » validé

### Pratique validée

La pratique contractuelle des « Step Deals » a été validée par les juges. Ni contrats de cession de droits d'auteurs, ni véritables contrats d'option, ils apportent aux producteurs audiovisuels une certaine souplesse juridique avec les auteurs-scénaristes.

### Affaire Futurikon

En l'espèce, la société Futurikon a obtenu gain de cause face à l'un de ses scénaristes qui réclamait le versement de l'intégralité de sa rémunération alors que le film n'avait pas été produit.

Le contrat prévoyait au titre de la rémunération forfaitaire, un échancier conditionnant le paiement du minimum garanti à revenir à l'auteur à la réalisation de plusieurs étapes, notamment d'écriture, de mise en production et de tournage. A défaut de mise en production du film à l'issue de la période de 4 ans prévue (à compter de la signature du contrat), l'auteur a recouvert la totalité de ses droits. Il s'agissait donc d'un « Step Deal » et ni la somme totale, faute de mise en production du film, ni la 3ème échéance, faute d'acceptation d'un scénario définitif, n'étaient dues. La demande en résiliation de l'auteur n'avait pas d'objet.

### Conditions de la qualification de Step Deal

Le désaccord des parties sur le sens et la portée du contrat signé commandait tout de même interprétation. A cet égard, au sens des dispositions des articles 1156 à 1164 du code civil (devenus 1188 et suivants), qui constituent non des normes juridiques

s'imposant aux juges, mais un guide d'interprétation des conventions à l'usage des parties et du juge, le tribunal interprète les stipulations manquant de clarté en recherchant la commune intention des parties contractantes sans s'arrêter au sens littéral des termes et en donnant à celles-ci le sens qui leur permet de produire un effet plutôt que celui qui les annihile en considération de la matière et de l'économie générale du contrat dont les clauses sont interdépendantes.

S'il était exact que la rémunération prévue (80 000 euros) était présentée comme la « contrepartie de la cession exclusive » par le scénariste de ses droits et qu'elle était « forfaitaire, globale et définitive » le calendrier fixé ne se contentait pas de fixer un échéancier mais énumérait clairement des évènements futurs et incertains déterminant non seulement la date du paiement mais son principe. Les règlements étaient successivement dus à raison de la signature, de la communication du scénario, de son acceptation définitive, de la mise en production du film et du commencement du tournage.

La naissance de chaque obligation de payer était subordonnée à la réalisation de ces évènements, le calendrier mettait en œuvre non de simples modalités de paiement d'une créance acquise en son principe en contrepartie de la cession mais des conditions suspensives successives affectant la mesure de cette dernière.

Seules étaient donc dues les sommes liées à la signature du contrat et à la communication du scénario aux principaux partenaires financiers envisagés.

[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*

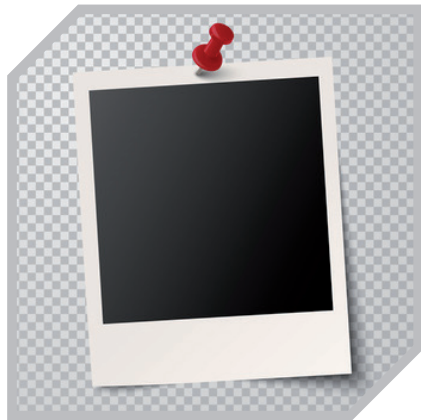
**Skanbrand.com**

**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*



## Changement de destination d'une photographie | Affaire PSG

### Droits du photographe professionnel

Un photographe professionnel a réalisé pour une agence de communication agissant pour le compte du PSG, une photographie d'un homme montrant son maillot du club PSG sous une veste de costume, apparaissant au premier plan sur un fond de tribune flouté. Découvrant que le PSG avait utilisé sa photographie au-delà du périmètre concédé – notamment comme visuel-clé de son opération marketing « #JourDuMaillot » et sur Facebook – le photographe a assigné l'agence et le club en contrefaçon de ses droits d'auteur.

### Périmètre de la cession

La facture du photographe dite « note de droits d'auteur » stipulait que pour un montant global de 4.700 euros, les cessions consenties portaient sur les supports « presse écrite, affichage, web banners comme indiqué dans le plan média » mais la durée en était strictement limitée (2 ans).

### Etendue de la contrefaçon

En attendant la solution au fond, le photographe a obtenu avant dire droit, une injonction de communiquer une liste exhaustive des supports sur lesquels sa photographie a été reproduite (avec montant des achats d'espace publicitaire). Si l'article L 331-1-2 du code de la propriété intellectuelle a principalement vocation à permettre à la victime d'accéder à des informations sur l'origine et les réseaux

de distribution des marchandises ou des services portant atteinte à ses droits, il vise également à apprécier l'étendue de la contrefaçon alléguée et par conséquent, à déterminer l'ampleur du préjudice en résultant. Affaire à suivre ....

[Télécharger la décision](#)

## Droit à l'image : responsabilité de l'avocat

### Limites à l'obligation de conseil de l'avocat

L'avocat en charge de conseiller sur un contrat cadre d'exploitation du droit à l'image (Brigitte Bardot), s'il a l'obligation de mettre en garde son client sur la nécessité de vérifier les cessions de droits antérieurement consenties, n'a pas l'obligation d'identifier lui-même les cessionnaires précédents.

Soumis à une obligation générale de loyauté, de prudence et de diligence, l'avocat est tenu à une obligation absolue de conseil, comprenant l'obligation d'informer et d'éclairer son client, dans la limite de la mission qui lui est confiée.

### Efficacité des actes juridiques

Plus particulièrement lorsqu'un avocat intervient comme rédacteur d'un acte, il doit en assurer la validité et la pleine efficacité, selon les prévisions des parties, sans cependant, en l'absence d'éléments particuliers qui le commanderaient, qu'il puisse être tenu pour fautif de ne pas avoir vérifié les informations qui lui étaient communiquées par les parties alors que pèse sur celles-ci

une double obligation de loyauté et de sincérité. En outre, lorsque l'avocat intervient comme rédacteur unique, il se doit de veiller à l'équilibre des intérêts des parties.

En l'espèce, un client a poursuivi sans succès son avocat, lui reprochant d'avoir manqué à son obligation de conseil en négligeant i) de s'enquérir des droits précédemment consentis par Brigitte Bardot, ii) de ne pas avoir veillé à l'équilibre contractuel entre les parties en raison de la durée limitée à cinq ans du contrat alors qu'elle souhaitait trente ans, iii) de s'être abstenu d'accomplir des diligences sur la renégociation des contrats en cours.

#### Obligation de vérifier les cessions antérieures

Il résultait qu'au cours des négociations en amont de la conclusion du contrat, l'avocat a bien souligné l'intérêt de connaître les différentes autorisations et les contrats antérieurement contractés par Brigitte Bardot portant sur son nom, son image et sa voix avec des tiers, en particulier au moyen d'un courrier qu'elle a adressé à son client.

Il n'appartient pas à l'avocat d'entreprendre des diligences pour mettre au jour les droits antérieurement concédés par Brigitte Bardot alors qu'il revenait, en tant que de besoin, au client d'informer son cocontractant sur ses besoins, étant relevé que les droits concédés, l'étaient sans préjudice des autorisations antérieurement accordées à des tiers pour l'exploitation de ses droits de la personnalité, comme l'énonçait clairement le préambule du contrat d'exploitation de droit l'image.

[Télécharger la décision](#)

## Photographies pour la publicité : durcissement des Tribunaux

#### Séances de pose requalifiées

La tendance jurisprudentielle est bien là : les prestations d'une personne posant pour des prises de vue destinées à une exploitation publicitaire peuvent être requalifiées en contrat de travail. Une société en charge de la promotion des activités touristiques d'un département a vu requalifier en contrat de travail, les séances de prises de vues réalisées avec un modèle non professionnel.

#### Critères du contrat de travail

Les prises de vue ont été reproduites sur un support visuel pour présenter un message publicitaire, la modèle avait donc bien exercé occasionnellement une activité de mannequin au sens de l'article L 7123-2 du code du travail. Le contrat par lequel la société s'était assurée, moyennant rémunération, son concours en qualité de mannequin, était présumé être un contrat de travail.

#### Présomption simple non renversée

Cette présomption de contrat de travail est une présomption simple, elle subsiste quels que soient le mode et le montant de la rémunération ainsi que la qualification donnée au contrat par les parties. Elle ne peut pas être renversée par la preuve que le mannequin a conservé une entière liberté d'action pour l'exécution de son travail de présentation. Le modèle ne peut donc intervenir exclusivement dans le cadre d'une activité indépendante, pour une prestation de services. L'existence d'un contrat de travail suppose la réunion de trois conditions cumulatives, à savoir l'exécution d'une tâche, rémunérée en contrepartie, et exécutée dans un rapport de subordination.

#### Cession de droit à l'image et prises de vue

Il convient de bien retenir que la cession de droit à l'image est juridiquement détachable des prises de vue, le contrat de travail ne concernant que ces dernières. La modèle n'ayant pas signé de contrat de travail, ce dernier a été présumé conclu pour une durée indéterminée à temps complet.

#### Monopole des agences de mannequins

A noter toutefois que la violation du monopole accordé aux agences de mannequins n'a pas été retenue dans cette affaire. En effet, la société n'a pas mis le modèle à la disposition d'un tiers, mais a organisé les séances elle-même, pour les besoins de son client.

[Télécharger la décision](#)

## Photographies des couvertures de magazines | Affaire « LUI »

#### Droit de reproduire les vignettes de magazines

La question du droit de reproduire les vignettes de magazines sur les sites internet a été fixée par les tribunaux. Le photographe de charme Francis Giacobetti, dont plusieurs photographies avaient fait la couverture du magazine « LUI », a obtenu la condamnation de France Télévisions pour contrefaçon. Le diffuseur avait publié sur son site internet, un article intitulé « LUI, légendaire magazine des années 70 illustré par deux couvertures du magazine reproduisant des couvertures de « LUI ».

#### Couverture de magazine, une oeuvre collective

L'irrecevabilité opposée par la société France Télévisions du fait du caractère collectif de l'oeuvre a été rejetée. Il résulte de l'article 113-2 du code de la propriété intellectuelle (CPI) qu'est dite collective l'oeuvre créée sur l'initiative d'une personne physique ou morale qui l'édite, la publie et la divulgue sous sa direction et son nom et dans laquelle la contribution

personnelle des divers auteurs participant à son élaboration se fond dans l'ensemble en vue duquel elle est conçue, sans qu'il soit possible d'attribuer à chacun d'eux un droit distinct sur l'ensemble réalisé.

L'oeuvre collective est sauf preuve contraire, la propriété de la personne physique ou morale sous le nom de laquelle elle est divulguée. Cette personne est investie des droits de l'auteur.

En l'espèce, il était question des photographies insérées dans les couvertures, et non les couvertures des magazines en elles-mêmes (portraits de Jane Birkin et de Jane Fonda). Les photographies revendiquées qui constituaient l'essentiel de la couverture, étaient donc parfaitement séparables des autres éléments d'identification du magazine à savoir le titre et le sous-titre.

#### Exception graphique d'information

France Télévisions a tenté de bénéficier de droit de citation graphique de l'article L.122-5 9° du CPI. La publication, destinée à illustrer la parution d'un magazine mythique sous l'égide de l'écrivain Frédéric Beigbeder, n'a pas été jugée comme un événement d'actualité. De surcroît, elle est intervenue deux années après le lancement du magazine, le but exclusif d'information immédiate n'était donc pas applicable.

L'article L. 122-5 9° du code de la propriété intellectuelle dispose que lorsque l'oeuvre a été divulguée, l'auteur ne peut interdire la reproduction ou la représentation, intégrale ou partielle, d'une oeuvre d'art graphique, plastique ou architecturale, par voie de presse écrite, audiovisuelle ou en ligne, dans un but exclusif d'information immédiate et en relation directe avec cette dernière, sous réserve d'indiquer clairement le nom de l'auteur.

#### Exception de liberté d'expression

L'action en contrefaçon n'a pas non plus été considérée comme un obstacle à la liberté d'expression consacrée par l'article 10.2 de la CEDH. Si l'article 10 de la CEDH dispose que « toute personne a droit à la liberté d'expression », il précise aussi que « l'exercice de ces libertés comportant des devoirs et des responsabilités peut être soumis à certaines formalités, conditions, restrictions ou sanctions prévues par la loi, qui constituent des mesures nécessaires, dans une société démocratique, (...) à la protection de la réputation ou des droits d'autrui, pour empêcher la divulgation d'informations confidentielles ou pour garantir l'autorité et l'impartialité du pouvoir judiciaire ».

Or, l'ingérence dans la liberté d'expression est susceptible de poursuivre un but légitime dès lors qu'elle vise à préserver le droit d'auteur également protégé par la loi, sous réserve d'apprécier concrètement si la condamnation pour contrefaçon en l'espèce ne méconnaît pas la recherche d'un juste équilibre

entre le droit d'auteur et la liberté d'expression.

#### Originalité retenue

Les photographies reproduites étaient sans aucun doute originales en raison des choix personnels de tenue, de posture, de cadrage, de décors et de lumière ainsi que la sélection des photographies parmi les dizaines de prises réalisées avec un appareil photo kodachrome et sans l'aide d'aucun logiciel de retouches. A travers ces choix, le photographe a imprimé son empreinte sur ces photographies dont l'originalité ne se résumait pas à la notoriété de leur modèle. Ayant tenu compte du fait que le site internet de France Télévisions est à accès gratuit, les juges ont retenu la somme de 3000 euros au titre de l'indemnisation.

[Télécharger la décision](#)

## Durée limitée d'exploitation de photographies

#### Licences à durée limitée

La pratique tend à se généraliser : les cessions de droits photographiques sont consenties pour des durées de plus en plus en plus courtes : la vigilance s'impose quant aux durées apposées sur les factures des photographes.

#### Cession ou licences de droits photographiques

L'article L. 131-2 du code de la propriété intellectuelle (CPI) précise que les contrats de représentation, d'édition et de production audiovisuelle doivent être constatés par écrit. Il en est de même des autorisations gratuites d'exécution. Ces derniers contrats doivent respecter le formalisme de l'article L. 131-3 du CPI : la transmission des droits de l'auteur est subordonnée à la condition que chacun des droits cédés fasse l'objet d'une mention distincte dans l'acte de cession et que le domaine d'exploitation des droits cédés soit délimité quant à son étendue et à sa destination, quant au lieu et quant à la durée. Toutefois, ce formalisme exigeant ne s'applique pas aux contrats de cession de droits photographiques.

#### Forme de la cession des droits

Il s'ensuit que la cession d'exploitation de photographies n'est soumise à aucune exigence de forme et que la preuve peut en être rapportée par tous moyens selon les prescriptions des articles 1359 à 1362 (nouveaux textes) du code civil auxquelles l'article L.131-2 du CPI renvoie expressément.

Ainsi, une facture du photographe peut suffire à établir les modalités de la cession. En l'espèce, la facture émise pour un montant de 17 000 euros était relative aux « droits d'auteur et droits d'utilisation » pour l'utilisation des photos sur « les plaquettes, les annonces presse et

les PLV » pour deux années. L'agence cessionnaire ne pouvait donc prétendre être cessionnaire des droits sur tous les supports et de manière illimitée. L'atteinte aux droits patrimoniaux du photographe a été retenue.

[Télécharger la décision](#)

## Exploitation de l'image du mannequin

Accord verbal insuffisant

Il n'est pas dans l'intérêt d'un annonceur ni d'une agence, de ne pas formaliser précisément par écrit, les droits consentis par un mannequin au titre de l'utilisation de son image. Dans cette affaire, un mannequin avait donné son accord oral à la société Groupe Vog (coiffure) pour les usages de son image selon les conditions suivantes : six mois en vitrine, six mois dans le magazine de la marque, deux ans dans le best-of de ce magazine et dix-huit mois pour le digital. La facture émise par le mannequin portait la mention « droits inclus ».

Plusieurs photographies du mannequin ayant été exploitées hors des droits concédés et notamment par spot publicitaire diffusé sur TF1 dans le générique de l'émission « 50 minutes inside », dans les vidéos du shooting dans les salons de coiffure Vog et sur les réseaux sociaux, l'annonceur a été logiquement condamné pour atteinte au droit à l'image du mannequin.

Image des mannequins

Indépendamment du droit spécial applicable aux agences de mannequins, l'article 9 du code civil et à l'article 8 de la convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme reste applicable aux mannequins : toute personne, quelle que soit sa notoriété, a droit au respect de sa vie privée et est fondée à en obtenir la protection en fixant elle-même ce qui peut être divulgué par voie de presse. Elle dispose sur son image, attribut de sa personnalité, et sur l'utilisation qui en est faite, d'un droit exclusif, qui lui permet de s'opposer à sa diffusion sans son autorisation.

Cession de droits insuffisante

En l'espèce, la facture émise précisait simplement « droits inclus », sans préciser la teneur du droit à l'image concédé, ni même le nombre et la teneur des photographies concernées ; il ne pouvait donc en être déduit que le mannequin avait donné, par cette facture, son accord pour toute utilisation de toutes les photographies prises lors du shooting, sans limitation de support, d'étendue géographique ou de durée d'utilisation, la facture en cause ne définissant pas à l'évidence le droit à l'image contractualisé, puisque ne posant aucune limitation.

Le mannequin a obtenu la somme de 10.000 euros au titre de la réparation de son préjudice patrimonial mais aussi 2000 euros au titre de son préjudice moral.

[Télécharger la décision 1](#) | [Télécharger la décision 2](#)

## Cession tacite des droits du photographe

Action en contrefaçon de photographies

Un photographe professionnel a été contacté par une agence de communication en vue de réaliser des photographies d'une chanteuse devant être utilisées pour promouvoir les produits d'une société. Constatant que ses photographies étaient utilisées pour un salon professionnel ainsi que sur d'autres supports non autorisés, le photographe a assigné l'annonceur en contrefaçon. La contrefaçon a été exclue, la cession tacite des droits du photographe pour les supports concernés a été validée.

Droits photographiques : l'écrit facultatif

L'article L131-3 du code de la propriété intellectuelle dispose que la transmission des droits de l'auteur est subordonnée à la condition que chacun des droits cédés fasse l'objet d'une mention distincte dans l'acte de cession et que le domaine d'exploitation des droits cédés soit délimité quant à son étendue et à sa destination, quant au lieu et quant à la durée. Lorsque des circonstances spéciales l'exigent, le contrat peut être valablement conclu par échange de « télégrammes », à condition que le domaine d'exploitation des droits cédés soit délimité. Ces dispositions ne s'appliquent pas aux droits photographiques dont la preuve de cession est libre.

Contexte de la cession tacite

Il ressortait du contexte que le salon professionnel et la promotion de l'image de la chanteuse étaient étroitement liés, l'artiste ayant même participé à un « cocktail mini-concert » à cette occasion sur le stand de la société. Dans ces conditions, le photographe, un an après les utilisations de ses photographies, ne pouvait soutenir l'absence d'autorisation d'exploiter ses clichés.

Même en l'absence de contrat écrit portant sur une cession de droits d'auteur respectant le formalisme édicté par l'article L131-3 du code de la propriété intellectuelle, qui n'est du reste exigé que pour les actes visés à l'article L131-2 relatifs aux contrats de représentation, d'édition et de production audiovisuelle, le photographe a échoué à démontrer l'existence d'actes de contrefaçon en raison de son « accord verbal ».

Conditions de la contrefaçon

Pour rappel, l'article L122-4 du code de la propriété



intellectuelle dispose que « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou des ayants droit ou ayants cause est illicite. Il en est de même pour la traduction, l'adaptation ou la transformation, l'arrangement ou la reproduction par un art ou un procédé quelconque ».

[Télécharger](#) la décision

# Modèles

à télécharger sur **Actoba.com**

- Annuaire des Procureurs de la République | France
- Requête en libération conditionnelle
- Plainte avec constitution de partie civile
- Assignation en référé expulsion | Bail commercial
- Assignation en référé provision | TC
- Demande d'injonction de communication de pièce
- Demande de signification d'Assignation
- Requête en désignation d'un conciliateur | TC
- Assignation en ouverture d'une procédure coll.
- Attestation sur l'honneur | Procédure collective
- Déclaration de cessation de paiements | Société
- Demande de règlement amiable | Greffe

## Contrats en ligne



**G**agnez 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.

**P**lus 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 :

- Clause de conciliation préalable : le juge lié ?
- Droit à l'image : internet inclut-il l'emailing ?
- Exécution d'une saisie : quels délais pour agir ?
- Cession de créance : faut-il informer le débiteur ?
- Violation du droit moral : vraiment imprescriptible ?
- Saisie-contrefaçon : la règle des 10 jours ?
- Prêt d'argent entre particuliers : règles de preuve ?
- Contrefaçon : le gérant responsable à titre personnel ?
- E-commerce : accepter uniquement la CB, est-ce légal ?
- Règlement intérieur de club de sport : l'affichage suffit ?
- Vol dans un vestiaire : quelle exonération de responsabilité ?



## 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](mailto:info@actoba.com) | 01.44.01.52.51



# SEREZ-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.

**L**a 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.

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

**S**urveillez 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](mailto: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](mailto: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)







# 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](mailto:info@actoba.com)

Web : [www.actoba.com](http://www.actoba.com)

Tous droits de reproduction réservés -  
ACTOBA.com



1 28066 91644 5