

Questions du mois

Par Maxence Abdelli
Avocat au barreau de Paris
maxence@actoris.com

Photographies et images : le « crédit » est-il obligatoire ?

Contrairement à une idée répandue, il peut être dérogé à l'obligation de mentionner le nom d'un photographe (ou d'un dessinateur) lorsque l'œuvre en question est reproduite. Les parties peuvent contractuellement aménager le droit à la paternité de l'œuvre. C'est d'ailleurs en ce sens que la Cour de cassation s'est prononcée récemment.

Un dessinateur avait cédé à une société, le droit de reproduire ses dessins de façon exclusive sur différents supports. Après rupture des relations contractuelles avec la société, le dessinateur a demandé des dommages et intérêts, faisant notamment valoir une atteinte à son droit au nom (la société avait remplacé le nom du dessinateur par sa propre marque).

Le dessinateur n'a pas obtenu gain de cause. En effet, la possibilité de remplacer le nom du dessinateur par la marque de la société était prévue au contrat de cession et cette clause a été validée par les juges suprêmes. L'autorisation faite par l'auteur au cessionnaire d'un droit d'exploitation de ne pas mentionner son nom sur les articles reproduisant ses œuvres n'emporte pas aliénation de son droit de paternité, « *dès lors qu'il conserve la faculté d'exiger l'indication de son nom* ».

En bref, l'absence du nom de l'auteur sur une œuvre ne porte pas nécessairement atteinte à son droit de paternité tant qu'il a la faculté d'exiger, à tout moment, que son nom soit mentionné.

> Décision n° 1607

Protection de la dénomination sociale d'une société

Bien que l'idéal consiste à protéger la dénomination sociale d'une société par un dépôt de marque, la société dispose néanmoins d'un droit privatif qui lui permet de s'opposer à ce qu'un tiers utilise sa dénomination pour des services similaires ou identiques.

La dénomination sociale est, selon la formule des tribunaux, « *le nom qui désigne la société elle-même dans son identité et sa personnalité* ». Le nom commercial, lui, désigne l'entreprise ou le fonds de commerce qu'elle exploite, pour l'identifier dans ses rapports avec la clientèle.

En cas d'usurpation de sa dénomination sociale, la société victime pourra agir sur le terrain de la concurrence déloyale. A noter que la dénomination sociale bénéficie d'une protection sur tout le territoire national, il est donc sans incidence, que les sociétés en litige soient ou non implantées dans le même secteur. Les juges s'attacheront essentiellement au risque de confusion généré dans l'esprit du public.

> Décision n° 1622

Risques du contrat d'association à une production

Pour assurer le financement d'un film, un producteur peut avoir recours au contrat d'association à la production. Ce contrat permet à un tiers d'investir une somme forfaitaire dans la production en contrepartie d'un pourcentage des recettes nettes producteur à provenir de l'exploitation du film. Ce type de contrat peut notamment prévoir une faculté de rachat des droits d'exploitation au profit du producteur.

Récemment, s'est posé le problème de savoir si en cas d'échec commercial du film (et en cas de refus par le producteur de racheter ses droits), l'investissement consenti par le tiers devait lui être remboursé ou si le tiers devait supporter le risque de l'échec commercial et n'être rémunéré qu'au prorata des recettes.

Les tribunaux ont analysé le financement apporté par le tiers non pas comme un investissement (soumis à un risque) mais comme un prêt/ une avance qui devait lui être remboursé par le producteur (ou éventuellement par une banque si celle-ci s'est portée caution).

> Décision n° 1623

Sortie d'un film : quelles obligations pour le distributeur ?

Lorsqu'un film a été un échec commercial, il est tentant pour le producteur de se retourner vers le distributeur en faisant valoir un manquement de ce dernier à son obligation de garantir une bonne exploitation au film.

Plusieurs critères sont pris en compte par les tribunaux pour déterminer la responsabilité du distributeur. On pourra notamment retenir que :

- la faiblesse des recettes n'est pas en soi une démonstration de la carence du distributeur ;
- le distributeur doit pouvoir faire état des actions menées auprès de la presse : désignation d'une attachée de presse, réalisation de plaquettes de présentation, prises de contacts avec les journalistes, partenariats divers.. ;
- le distributeur doit présenter / commercialiser le film auprès de festivals... ;
- le distributeur doit placer le film dans un nombre raisonnable de salles (nombre variable selon la nature du film) ;
- le distributeur doit assurer en continue, un travail de prospection (vers les acheteurs étrangers...)
- le distributeur doit régulièrement rendre compte de sa gestion.