

### 15 Contrats du mois

- Convention collective des artistes de doublage
- Contrat de traduction d'une œuvre littéraire
- Internet Video License Agreement

### 13 Lexique juridique

- Automatic Data Processing
- Benchmark
- Cookie (mouchard)
- Hot Spot
- Site Internet
- Système exclusif
- Télémaintenance
- Télématic

### 14 Questions du mois

- Crédits des photographes et signatures groupées
- DVD jetable : un mode d'exploitation autonome
- Entrave à un système de traitement automatisé

### ACTUALITES JURIDIQUES

#### 1 Communication électronique

- Identification des vendeurs sur eBay
- Alapage.com face au prix unique du livre
- Areva c/ Greenpeace
- Détournement de logo sur Internet
- Usage de marque dans les codes sources
- Force probatoire des constats de l'APP
- Google AdWords condamné
- AdWords : la Cour de justice des communautés saisie
- LVMH, Bourse des Vols c/ Google AdWords
- Publication des actes de procédure sur Internet
- Sanction pécuniaire de la CNIL
- La société B&M sanctionnée par la CNIL
- Appréciation d'un défaut de conformité

#### 5 Audiovisuel & Cinéma

- Catch up TV : le recours de l'AFORS rejeté
- Présentation du projet de loi "Création et Internet"
- Suppression de la publicité sur les chaînes publiques
- Contrefaçon de série télévisée
- Services de proximité et autorisation d'émettre
- Date de remise des candidatures au CSA
- Motivation des refus du CSA
- Droits des compositeurs de musique de film (Kill Bill)
- Obligation de confidentialité sur un film
- Réforme du Code de l'industrie cinématographique

#### 9 Publicité / Presse / Image

- Produits équivalents et publicité mensongère
- Définition de la publicité comparative
- Publicité illicite en faveur de la Vodka
- Conditions des offres promotionnelles
- Publicité comparative des médicaments génériques
- Pas de dénigrement par Libération
- Aides à la presse : notion de vente effective
- Délit de presse jusqu'au harcèlement
- Protection du secret des sources

#### 12 Propriété Intellectuelle

- Contrefaçon et concurrence déloyale
- Régularité d'une saisie contrefaçon
- Condamnation de H&M pour contrefaçon
- Transfert de brevets non opposable aux tiers
- Sociétés à dénominations sociales identiques

## Identification des vendeurs sur eBay

Les juges ont considéré que la commercialisation sur eBay de parfums sous une marque contrefaisante, effectuée sous un pseudonyme, contrevient à l'article 19 de la Loi pour la confiance dans l'économie numérique qui impose de mentionner l'identité du fournisseur de biens sur internet. Par ailleurs, les flacons de parfum en question ne portant pas les mentions permettant d'identifier le fabricant et cela en contravention des dispositions de l'article L 121-1 du Code de la Consommation, le tribunal a jugé qu'il s'agissait là d'actes de concurrence déloyale vis-à-vis des titulaires des marques contrefaites (1).

Sur l'autre volet de cette affaire, les juges ont considéré que le gérant d'une société qui commercialise des produits contrefaisants sur eBay doit être considéré comme personnellement responsable dans la mesure où le pseudonyme sous lequel il exerçait sur eBay avait été réservé par lui en son nom propre et que figure sur la page "ebay utilisateur" son nom et son adresse personnelle alors qu'aucune mention d'une société n'y est portée.

(1) la société LANCOME et la société L'OREAL

> Décision n° 2468

## Alapage.com face au prix unique du livre

Le Syndicat de la Librairie française (SLF) a assigné la société Alapage.com (France-Télécom E-Commerce) pour concurrence déloyale, lui reprochant des opérations promotionnelles effectuées en violation de la loi du 10 août 1981 sur le prix du livre. En appel, le SLF a obtenu gain de cause : France-Télécom E-Commerce, en offrant des frais de port gratuits à tout acheteur de livre et en faisant bénéficier, durant trois mois, certains acheteurs d'un bon d'achat de 15 euros pour tout achat de livres pour un montant égal ou supérieur à la valeur du bon, a violé la loi du 10 août 1981.

La Cour de cassation vient de censurer partiellement cet arrêt : la prise en charge par le vendeur du coût afférent à l'exécution de son obligation de délivrance (livraison) du

produit vendu ne constitue pas une prime (ou un service gratuit) au sens de l'article L. 121-35 du code de la consommation.

> Décision n° 2470

## Areva c/ Greenpeace

Des associations de protection de l'environnement (1) qui détournent, notamment sur leurs sites Internet, le logo de la société Areva (2) aux fins de sensibilisation du public, n'abusent pas de leur liberté d'expression et ne peuvent être condamnées dès lors que ces associations agissent conformément à leur objet, dans un but d'intérêt général et de santé publique et par des moyens proportionnés à cette fin.

(1) Associations Greenpeace France et Greenpeace New-Zealand

(2) En associant celui-ci à une tête de mort et à un poisson au caractère maladif.

> Décision n° 2471

## Détournement de logo sur Internet

On se souvient que l'association Greenpeace France avait dénoncé sur son site Internet la politique en matière d'environnement de la société Exxon Mobil et de sa filiale la société Esso en détournant les logos desdites sociétés (STOP E\$\$O). La Cour de cassation a jugé que cet usage des marques était licite dans la mesure où il s'inscrit dans un contexte polémique (1), met en jeu des questions de santé publique et constitue un moyen proportionné à l'expression des critiques en cause.

(1) Campagne destinée à informer les citoyens sur les moyens employés par la société ESSO, selon l'association Greenpeace, pour faire échec à la mise en oeuvre du protocole de Kyoto sur les changements climatiques, et à dénoncer les atteintes à l'environnement et les risques causés à la santé humaine par certaines activités industrielles.

> Décision n° 2472

## Usage de marque dans les codes sources

Sans nécessairement constituer le délit de contrefaçon, la reprise d'une marque de société dans le code source du site Internet d'un tiers est susceptible de constituer une faute au sens de l'article 1382 du code civil et d'engager la responsabilité délictuelle de l'éditeur du site.

> Décision n° 2473

## Force probatoire des constats de l'APP

Si la compétence de l'agence pour la protection des programmes (APP), organisme privé, s'étend à la constatation des atteintes portées à des droits d'auteur et à des droits voisins, il demeure que ses agents peuvent également constater des atteintes portées à d'autres droits. Toutefois, il ne s'agit pas de constatations effectuées par des officiers ministériels en exécution d'une ordonnance juridictionnelle, le régime des nullités des actes d'huissiers n'est donc pas applicable aux agents de l'APP. Celui qui conteste la preuve de contrefaçon par des captures d'écran réalisées par l'APP, peut le faire par tout moyen.

> Décision n° 2474

## Google AdWords condamné

La société Google qui propose, par le biais de son générateur de mots-clés (affichage de liens promotionnels Google AdWords), des mots-clés correspondant à des marques déposées, doit être condamnée pour contrefaçon. Les juges ont considéré qu'il était indifférent pour la société Google de soutenir que ce service de suggestion de mots-clés fonctionnait de façon purement statistique et à la seule demande des annonceurs, dès lors qu'elle l'a mis en oeuvre, en contrôle le fonctionnement et en propose l'usage aux annonceurs.

Par ailleurs, la présence de mises en garde légales à l'adresse des annonceurs a été jugée sans effet, car ce qui est incriminé n'est pas le choix par les annonceurs d'un signe déposé à titre de marque mais le choix de la société Google de reproduire, en réponse à une sollicitation d'un annonceur, un ou des signes déposés à titre de marque

(ces marques ayant un fort pouvoir attractif).

Le délit de publicité mensongère a également été retenu contre la société Google car la présentation des annonces publicitaires affichées sous l'intitulé "liens commerciaux", peut laisser croire aux internautes que les sites internet affichés entretiennent des rapports commerciaux avec les titulaire de marques contrefaites.

> Décision n° 2475

## AdWords : la Cour de justice des communautés saisie

Ayant constaté qu'une requête adressée au moteur de recherche de la société Google France avec l'une de ses marques (eurochallenges) faisait apparaître en lien promotionnel, des liens de sites concurrents, la société CNRRH a poursuivi la société Google en contrefaçon de marques. La Cour d'appel a jugé la contrefaçon établie. Saisie, la Cour de cassation a décidé de sursoir à statuer en attendant un avis de la Cour de justice des Communautés européennes. Les questions préjudicielles posées sont de déterminer si :

1) Quand une marque n'a pas été utilisée à titre de dénomination sociale, nom commercial ou d'enseigne, comme c'est le cas pour les liens promotionnels, un concurrent peut faire usage du signe incriminé pour inviter le public à consulter ses propres offres ;

2) Le prestataire qui propose un service de référencement payant sur internet, tel que celui de Google AdWords, fait un usage de marque que le titulaire est habilité à interdire ;

3) Le prestataire de service de référencement payant peut-il être considéré comme fournissant un service de la société de l'information consistant à stocker des informations fournies par un destinataire du service (article 14 de la Directive n°2000/31 du 8 juin 2000) et si sa responsabilité ne peut être recherchée avant qu'il ait été informé par le titulaire de marque de l'usage illicite du signe par l'annonceur.

> Décision n° 2477

## **LVMH, Bourse des Vols c/ Google AdWords**

Dans ces deux nouvelles affaires opposant le service de liens promotionnels Google AdWords aux sociétés LVMH et Bourse des Vols, la Cour de cassation a de nouveau saisi la Cour de justice des communautés européennes de plusieurs questions préjudicielles :

1) Le prestataire de service de référencement payant qui met à la disposition des annonceurs des mots- clefs reproduisant ou imitant des marques déposées fait-il un usage de ces marques que le titulaire est habilité à interdire ?;

2) Dans l'hypothèse où les marques sont des marques renommées, le titulaire pourrait- il s'opposer à un tel usage ?;

3) Dans l'hypothèse où un tel usage ne serait pas interdit, le prestataire de service de référencement payant peut- il être considéré comme fournissant un service de la société de l' information consistant à stocker des informations ("hébergeur") au sens de l'article 14 de la Directive n°2000/31 du 8 juin 2000, de sorte que sa responsabilité ne pourrait être recherchée avant qu'il ait été informé par le titulaire de marque de l' usage illicite du signe par l'annonceur ?

> Décisions n° 2479 et 2480

## **Publication des actes de procédure sur Internet**

En application de l'article 41, al. 3 de la loi du 29 juillet 1881 ne donnent lieu à aucune action en diffamation, injure ou outrage, ni le compte rendu fidèle fait de bonne foi des débats judiciaires ni les discours prononcés ou les écrits produits devant les tribunaux. Toutefois, cette immunité légale ne s'applique qu'aux discours prononcés ou aux écrits produits en justice, dans l'intérêt de la défense des parties (1).

(1) Ce qui n'est pas le cas de la publication sur un site Internet d'une plainte avec constitution de partie déposée par une association en tant que demanderesse à une action en diffamation

> Décision n° 2476

## **Sanction pécuniaire de la CNIL**

La CNIL a infligé une sanction pécuniaire de 5.000 euros a la société JPSM pour plusieurs manquements à la loi du 6 janvier 1978. Après reçu plus de 44 plaintes de personnes (1) ayant reçu des messages publicitaires non sollicités par télécopie, la CNIL avait enquêté auprès de ladite société. La société JPSM n'avait pas pu justifier avoir mis en place un système effectif de gestion des oppositions et des désabonnements. Le système concerné ne garantissait pas la prise en compte automatique et immédiate des demandes d'opposition des personnes prospectées.

(1) Les plaignants avaient tenté, plusieurs fois et en vain, d'exercer leur droit d'opposition

> Texte n° 805

## **La société B&M sanctionnée par la CNIL**

La CNIL a infligé une sanction pécuniaire de 10.000 euros a la société B&M (1) pour plusieurs manquements à la loi du 6 janvier 1978. La société n'avait procédé à aucune déclaration de son fichier informatique de débiteurs auprès de la CNIL. La société procédait également à des appels téléphoniques auprès de certaines administrations en usurpant certains titres ou fonctions afin d'obtenir de façon détournée des informations sur les personnes recherchées (2).

Par ailleurs, la société n'était pas autorisée à utiliser le numéro de sécurité sociale des débiteurs dans ses traitements automatisés et manuels. Enfin, la société B&M n'avait pas sécurisé l'accès à ses traitements tant automatisés (absence de mot passe sur les ordinateurs) que manuels (aucune sécurité physique pour accéder aux documents papier).

(1) La société est mandatée par des créanciers afin de procéder à certaines diligences visant à retrouver les coordonnées de débiteurs dont les créanciers ont perdu la trace.

(2) Violation de l'article 6 de la loi du 6 janvier 1978 modifiée, qui dispose que : « Les données sont collectées et traitées de manière loyale et licite ».

> Texte n° 806

## **Appréciation du défaut de conformité**

Le défaut de conformité d'un produit au sens des articles 1134 et 1604 du code civil, doit d'apprécier au regard des données techniques connues ou prévisibles au jour de la vente et ne peut résulter d'une inadéquation de la chose vendue à des normes ultérieurement mises au point et découlant de l'évolution de la technique.

Il en résulte l'impossibilité pour un acheteur d'obtenir la résolution d'une vente lorsque le matériel vendu ne permet pas la réception d'émissions haute définition en mode numérique qu'un diffuseur (société Canal+) s'apprête à adopter dans un futur proche.

> Décision n° 2478

## Catch up TV : le recours de l'AFORS rejeté

L'Association Française des opérateurs de réseaux et de services de télécommunications (AFORST) avait saisi le Conseil de la concurrence pour faire juger anti-concurrentiel le partenariat signé le 28 décembre 2007 entre le groupe France Télévisions et le groupe France Télécom. Cet accord stipule que France Télécom distribuera en exclusivité certains programmes de France Télévisions, sous forme de « Catch Up TV » (1). L'AFORS faisait valoir que les fournisseurs d'accès à Internet concurrents, privés de l'accès à ces contenus, ne pourraient bâtir d'offres alternatives attractives.

Les juges de la concurrence ont rappelé que le droit de la concurrence ne prohibe pas en soi un accord d'exclusivité, même conclu entre opérateurs en position dominante. Le Conseil de la concurrence évalue l'impact de chaque accord in concreto, sur le marché en tenant compte de différents critères (champ et durée de l'exclusivité, justifications techniques ou contreparties économiques de l'accord).

En l'espèce, le Conseil de la concurrence a considéré que l'effet l'exclusivité était restreint (seuls certains programmes sont concernés : ceux de la tranche 18-24 h et excluant le cinéma, l'information, le sport, et les programmes « premium ») et sa durée est limitée à deux ans.

Par ailleurs, les consommateurs disposent toujours de la faculté de visionner les programmes sur le site Internet de France Télévisions.

A noter que les producteurs disposent d'une rémunération au titre de la diffusion de leur programme en mode Catch up TV.

(1) Diffusion de programmes télévisés sur Internet pendant une courte période suivant leur diffusion à l'antenne (exemple : le service Arte 7 qui permet pendant sept jours après la diffusion de certaines émissions, de les visionner sur Internet en mode gratuit et sous forme de streaming).

> Décision du conseil de la concurrence n° 08-D-10 du 7 mai 2008 : <http://www.conseil-concurrence.fr/pdf/avis/08d10.pdf>

## Présentation du projet de loi "Création et Internet"

Après l'avis favorable du Conseil d'Etat rendu le 12 juin 2008 (1), le Gouvernement devrait prochainement déposer le projet de loi favorisant la diffusion et la protection de la création sur Internet (DPCI), sur le bureau de l'Assemblée nationale. Le projet de loi qui formalise les « Accords de l'Elysée » signés le 23 novembre 2007 par les 47 (entreprises et organismes du cinéma, de la musique, de l'audiovisuel et de l'internet), sur son volet répressif, organise un système de sanction graduée pour les actes de contrefaçon d'oeuvres sur Internet (films, musique, logiciels ...).

Cette riposte graduée sera mise en œuvre par l'Autorité de régulation des mesures techniques (créée en 2006) et rebaptisée "Haute Autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur internet". En cas de délit de contrefaçon, un premier avertissement de la Haute Autorité serait adressé à l'internaute sous la forme d'un courriel, suivi d'un second avertissement sous forme d'une lettre recommandée.

En cas de renouvellement du manquement, les internautes concernés s'exposeraient à une suspension de leur abonnement Internet pour une durée de trois mois à un an (sauf accord de transaction). Cette suspension est limitée à l'accès Internet et non à la télévision ou à la téléphonie sur Internet (offres triple play). Toute suspension prononcée par la Haute autorité est susceptible d'un recours devant le juge judiciaire. A noter que celui qui a souscrit un accès Internet demeure seul responsable de l'utilisation de sa ligne (même par ses enfants, parents, amis...), sauf force majeure ou accès frauduleux d'un tiers. L'abonné a donc une obligation de surveillance de l'usage de sa connexion Internet.

Les FAI pourraient également être sanctionnés d'une amende pouvant aller jusqu'à 5000 euros (par manquement) prononcée par la Haute autorité, en cas de non respect des mesures de suspension contractuelle.

Un répertoire national des internautes "suspendus" serait tenu par la Haute autorité. Ce répertoire devra obligatoirement être consulté par les FAI avant la conclusion de tout nouveau contrat avec un abonné. De façon générale, le projet de loi ne met pas en place de surveillance généralisée des réseaux numériques, le système fonctionnant sur les constats et procédures initiés notamment par les ayants droit, organismes professionnels et sociétés de gestion de droits.

Le deuxième volet du projet de loi organise le développement d'une offre légale de téléchargement des oeuvres, riche et facilement accessible. En ce sens les mesures de protection techniques des oeuvres musicales devront être supprimées par les maisons de disque. Pour dynamiser le marché de la VOD, le délai de sortie des films sous forme de VOD serait aligné sur celui des sorties DVD (6 mois suite à la sortie des films en salle).

Plusieurs décret en Conseil d'Etat organiseraient les modalités d'application de la future loi "Création et Internet".

(1) L'avis du Conseil d'Etat est demandé par le Gouvernement avant qu'un projet de loi ne soit présenté à la Chambre des députés. Cet avis est donné par un rapport motivé, contenant des considérations générales, un examen du texte du projet et, le cas échéant, un contre-projet.

> Texte n° 807

### Suppression de la publicité sur les chaînes publiques

Suite aux déclarations du Président de la République, sur la suppression de la publicité sur les chaînes du groupe France Télévisions, le CSA a publié ses observations sur l'impact de cette mesure, notamment sur l'évolution des lignes éditoriales des chaînes de France Télévisions.

Le Conseil a rappelé l'objectif pour les chaînes publiques de rassembler un large public, en s'assurant de son niveau de satisfaction (1). Cela passe notamment par une offre globale et variée de programmes. Afin de renforcer l'identité du service public, le CSA a formulé les recommandations suivantes, qui sont, entre autres, inspirées du modèle de la BBC et de Radio France :

- Remplacer les contrat d'objectifs et de

moyens de France Télévision (1) par un contrat de mandature. Ce contrat de cinq ans reprendrait les engagements en matière de programmes et de développement pris par le président de France Télévisions et serait signé par le Gouvernement représentant l'Etat actionnaire, le CSA et le président de France Télévisions.

Ce document comprendrait aussi les moyens financiers attribués par l'Etat ;

- Moderniser le cahier des missions et des charges (fixation des lignes éditoriales de chaque chaîne ...)

- Renforcer les pouvoirs du CSA sur les contenus des chaînes publiques ;

- Donner plus de visibilité au public concernant la programmation de France 3 et France 4 ;

- Accroître les synergies du groupe France Télévisions avec les producteurs de contenus.

(1) "Une programmation qui serait consacrée à un seul genre de programmes sur un canal plein ne remplirait pas cet objectif, quand bien même l'audience potentielle serait importante."

(2) Ceux-ci ont des faiblesses : ils ne coïncident pas avec le mandat du président de France Télévisions, s'articulent mal avec les cahiers des missions et des charges ...

> Le rapport du CSA : [http://www.csa.fr/upload/dossier/Rapport\\_france\\_tv.pdf](http://www.csa.fr/upload/dossier/Rapport_france_tv.pdf)

### Contrefaçon de série télévisée

Les coauteurs d'une série télévisée faisaient valoir qu'une série télévisée diffusée sur TF1 (1) était un contrefaçon de leur oeuvre.

Les juges ont considéré qu'avant d'apprécier si la série télévisée en cause était une contrefaçon, les demandeurs devaient apporter la preuve que les présumés contrefacteurs ont été mis à même d'avoir pris connaissance de l'oeuvre copiée (ce qui n'était pas le cas en l'espèce). En matière de contrefaçon de série télévisée, les juges s'appuient sur les ressemblances constatées et non les différences.

Les juges s'appuient notamment sur l'analyse comparative des thèmes, intrigues, personnages principaux et secondaires, relations entre les personnages, situations et dialogues.

De surcroît si des similitudes sont constatées, elles ne peuvent porter sur des éléments d'une grande banalité et dépourvus de toute originalité empruntant des idées de libre parcours (non protégeables au titre du droit d'auteur).

(1) "L'été rouge" produit par la société Auteurs et Associés

> Décision n° 2484

### **Services de proximité et autorisation d'émettre**

En application de l'article 29 de la loi du 30 septembre 1986, le CSA est en droit de retenir comme critère, pour rejeter une candidature pour la diffusion d'un service de radiodiffusion, à ce qu'une part suffisante en ressources soit attribuée aux services édités par une association accomplissant une mission de communication sociale de proximité. Cette mission doit être entendue comme le fait de favoriser les échanges entre les groupes sociaux et culturels, l'expression des différents courants socio-culturels, le soutien au développement local, la protection de l'environnement ou la lutte contre l'exclusion. Le Conseil veille également au juste équilibre entre les réseaux nationaux de diffusion, d'une part, et les services locaux, régionaux et thématiques indépendants d'autre part.

> Décision n°

### **Date de remise des candidatures au CSA**

Lorsque le CSA procède à un appel à candidature pour l'exploitation d'un service radio, la date de remise du dossier est fixée sous peine d'irrecevabilité. Les dossiers de candidature peuvent être remis sur place ou envoyés par voie postale, dans ce dernier cas, le cachet de la poste faisant foi. Aucun texte n'impose au CSA d'avertir, autrement que par la publication de l'appel à candidatures, de la date limite du dépôt des dossiers de candidature, quand bien même le candidat est déjà titulaire d'une autorisation d'émettre dans la zone concernée.

> Décision n° 2482

### **Motivation des refus du CSA**

Aucune disposition législative ou réglementaire ou principe général de procédure n'impose au CSA de mentionner dans une décision d'autorisation d'exploiter un service radiophonique les conditions dans lesquelles le Conseil a été convoqué et a siégé, ni les motifs pour lesquels la candidature du service autorisé a été retenue non plus que les caractéristiques du programme proposé au public.

> Décision n° 2483

### **Droits des compositeurs de musique de film (Kill Bill)**

M.X, co-auteur d'un titre musical utilisé pour illustrer le film Kill Bill I, a assigné sa société de production musicale en paiement de ses redevances de réalisateur artistique. L'artiste et la société de production n'étaient pas d'accord sur l'assiette de calcul de la redevance.

Le tribunal a jugé que le montant des redevances dues à M.X (4 % nets) au titre de la réalisation artistique des enregistrements avaient pour assiette non pas le montant hors taxes des ventes de phonogrammes et autres supports mais celui des royalties versées à la société de production par ses licenciés. Sur le deuxième volet de cette affaire, la société de production a été condamnée pour n'avoir pas établie de décompte ni de règlement pendant plusieurs années concernant d'autres oeuvres de M.X. Ces manquements graves et réitérés ont justifié la résiliation des contrats d'édition des oeuvres concernées.

Enfin, le droit moral de M.X a été jugé violé en raison de l'utilisation sans son autorisation, de l'une de ses oeuvres pour sonoriser le film Kill Bill I. L'oeuvre avait été découpée en plusieurs séquences son sans lien entre elles, pour illustrer une scène du film d'une grande violence.

> Décision n° 2485

### Obligation de confidentialité sur un film

Mme X., responsable du développement d'une société de production a été licenciée pour faute grave pour avoir au cours d'un dîner à son domicile avec l'actrice Agathe B. l'avoir informé de la participation de certains acteurs à un film ("la Repentie" réalisé par Laetitia D.). Cette "indiscrétion" a, selon l'employeur, nuit à la négociation avec les agents des acteurs et a constitué une violation de l'obligation de discrétion prévue au contrat de travail de Mme X.

Saisis, les juges ont considéré le licenciement abusif : la révélation imputée à Mme X. de la participation de certains acteurs au film "La repentie" à une amie actrice est déniée et n'est confortée par aucun témoignage de l'actrice et du metteur en scène.

> Décision n° 2486

### Réforme du Code de l'industrie cinématographique

Le Gouvernement a présenté son projet de loi de modernisation de l'économie qui vise à stimuler la croissance de la France. Le texte comprend des dispositions spécifiques à l'aménagement cinématographique du territoire.

Est adopté le principe selon lequel toute création, extension et réouverture au public d'établissements de spectacles cinématographiques doit répondre aux exigences de diversité de l'offre cinématographique, d'aménagement culturel du territoire, de protection de l'environnement et de qualité de l'urbanisme.

Sont soumis à autorisation des Commissions départementales d'aménagement commercial statuant en matière cinématographique (CAC), préalablement à la délivrance du permis de construire s'il y a lieu et avant réalisation si le permis de construire n'est pas exigé, tous les projets ayant pour objet :

1) La création d'un établissement de spectacles cinématographiques comportant plusieurs salles et plus de 300 places (construction nouvelle ou transformation) ;

2) L'extension d'un établissement de spectacles cinématographiques comportant plusieurs salles et ayant déjà atteint le seuil

de 300 places ;

3) L'extension d'un établissement de spectacles cinématographiques comportant plusieurs salles et ayant déjà atteint le seuil de 1 500 places ;

4) La réouverture au public, sur le même emplacement, d'un établissement de spectacles cinématographiques comportant plusieurs salles et plus de 300 places et dont les locaux ont cessé d'être exploités pendant deux ans.

Concernant les autorisations, la CAC se prononce sur les deux critères suivants :

1) L'effet potentiel sur la diversité cinématographique offerte aux spectateurs dans la zone d'influence cinématographique concernée (1) ;

2) L'effet du projet sur l'aménagement culturel du territoire, la protection de l'environnement et la qualité de l'urbanisme (2).

(1) Les indicateurs adoptés étant les suivants : respect des engagements de programmation contractés, nature et diversité culturelle de l'offre cinématographique proposée, situation de l'accès des œuvres cinématographiques aux salles et des salles aux œuvres cinématographiques pour les établissements de spectacles cinématographiques existants ...

(2) Les indicateurs adoptés étant les suivants : implantation géographique des établissements de spectacles cinématographiques dans la zone d'influence et la qualité de leurs équipements, la préservation d'une animation culturelle, la qualité environnementale (modes de transports publics, qualité de la desserte routière, des parcs de stationnement...), insertion et localisation du projet dans son environnement.

> Texte n° 808

## Produits équivalents et publicité mensongère

Le titulaire d'une marque qui reproche à un distributeur de pratiquer sur son site Internet une publicité mensongère en présentant aux internautes certains produits comme équivalents à sa marque, a l'obligation de prouver la "non-équivalence" des produits en cause. Auquel cas le délit de publicité mensongère n'est pas constitué.

> Décision n° 2487

## Définition de la publicité comparative

Un site Internet qui présente sous forme de tableaux une comparaison de compléments alimentaires à base de protéines ne peut être poursuivi pour publicité comparative illicite (1) par l'un des fabricants mentionnés dans la mesure où aucun rapport de concurrence n'existe entre l'éditeur du site Internet et le fabricant.

(1) Au sens des articles L. 121-8 et L. 121-9 du Code de la Consommation

> Décision n° 2488

## Publicité illicite en faveur de la Vodka

L'Association nationale de prévention de l'alcoolisme (ANPA) a obtenu la condamnation de plusieurs annonceurs pour publicité illicite en faveur de l'alcool. Était incriminée, l'apposition sur des panneaux publicitaires d'abribus d'affiches pour la Vodka Absolut (1).

Les affiches en cause ont été qualifiées de créations esthétiques destinées à donner à la vodka une image liée à la séduction exercée par les établissements dans lesquels elle est vendue. La présentation en cause allait au delà des mentions autorisées par l'article L. 3323-4 du code de la santé publique.

(1) Les affiches présentaient des bouteilles Absolut vodka sur un fond noir éclairé d'une ou plusieurs taches lumineuses, rondes ou en forme de croissant de lune, agrémentées d'accessoires évocateurs de la

discothèque ou du bar de nuit dans lesquels cet alcool était servi (Folie's Pigalle, Castel etc.)

> Décision n° 2489

## Conditions des offres promotionnelles

La société Caroptic a fait diffuser par voie postale deux offres publicitaires (annonçant des rabais sur divers produits d'optique), avec des dates limites de validité. Poursuivie pour publicité mensongère, la société Caroptic a été relaxée : les offres publicitaires en cause ne correspondaient pas à des offres permanentes touchant l'ensemble de la population mais présentaient bien un caractère temporaire.

> Décision n° 2490

## Publicité comparative des médicaments génériques

En présentant un médicament comme le générique d'un autre, une société informe bien le public que son médicament a la même composition qualitative et quantitative en principe actif, la même forme pharmaceutique, la même bioéquivalence.

Cela a pour conséquence que la société a procédé à une comparaison de caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives des deux produits et se devait de respecter les conditions de la publicité comparative telles que fixées par l'article L. 121-8 du code de la consommation.

> Décision n° 2491

## Pas de dénigrement par Libération

Suite à la publication par Libération, d'un article relatif à un documentaire audiovisuel concernant la fabrication du champagne (1), le Comité interprofessionnel des vins de Champagne (CIVC) a poursuivi le journal en dénigrement, sur le fondement de l'article 1382 du code civil.

Contrairement à ce qui avait jugé par la Cour d'appel, la Cour de cassation n'a pas retenu de dénigrement. En effet, l'article en cause ne visait sans autre précision que les "vignerons champenois" et "certaines grandes maisons", et ne mentionnait ni le CIVC, ni sa mission de contrôle des conditions de fabrication et de commercialisation du "vin de champagne".

(1) *"Le documentaire laisse ainsi entendre que tout le champagne n'est produit qu'à partir de raisins locaux. Or cela fait belle lurette que les vignerons de la Côte-d'Or, entre autres, fournissent (à prix d'or) leurs collègues champenois en pinot noir ou en chardonnay. Pas un mot non plus sur les pratiques commerciales limites de certaines grandes maisons qui, en période de forte demande, commercialisent sous leur étiquette des bouteilles de qualité aléatoire achetées à des petits producteurs"*

> Décision n° 2492

## Aides à la presse : notion de vente effective

Pour bénéficier des avantages fiscaux prévus à l'article 298 septies du code général des impôts, les journaux et publications périodiques présentant un lien avec l'actualité, apprécié au regard de l'objet de la publication, doivent notamment faire l'objet d'une vente effective au public, au numéro ou par abonnement, à un prix marqué ayant un lien réel avec les coûts.

Selon la commission paritaire des publications et agences de presse, il est normalement satisfait à la condition relative à la vente effective au public lorsque le nombre d'exemplaires vendus atteint 50 % du tirage utile ou du tirage corrigé lorsque la publication est vendue pour partie ou entièrement par l'intermédiaire d'agents vendeurs ou par les messageries de presse.

> Décision n° 2493

## Délit de presse jusqu'au harcèlement

Dans cette affaire opposant un administré à son maire, les juges ont rappelé que l'envoi de multiples lettres menaçantes ou injurieuses, ayant eu pour effet de perturber ou d'impressionner vivement son destinataire, sont de nature à constituer le délit de violences (1) et voies de fait avec préméditation sur personne dépositaire de l'autorité publique, même si ces faits n'ont entraîné aucune incapacité de travail. Les lettres en question, diffusées notamment aux habitants de la commune, ont été de nature à constituer, par leur multiplicité, un véritable harcèlement.

(1) Délit réprimé par l'article 222-13 du code pénal

> Décision n° 2494

## Protection du secret des sources

Le projet de loi relatif au secret des sources des journalistes (1) a été adopté en première lecture à l'Assemblée nationale et se trouve actuellement en discussion au Sénat. Le texte complète la loi du 29 juillet 1881 et apporte aux journalistes de nouvelles garanties en matière de secret des sources :

1) Les journalistes ainsi que les directeurs de rédaction et correspondants de presse régulier (2) pourront opposer aux magistrats le secret de leurs sources à tous les stades de la procédure pénale (et non plus uniquement au stade de témoin devant le juge d'instruction). Le principe se trouve notamment applicable aux interceptions des correspondances émises par la voie des télécommunications ;

2) Le projet de loi accorde de nouvelles protections aux journalistes en cas de perquisition à leur domicile (garanties équivalentes à celle accordées pour les perquisitions aux sièges des entreprises de presse) ;

3) L'autorité judiciaire ne pourra faire procéder à la levée du secret des sources que lorsqu'un intérêt impérieux l'impose. De façon générale, au cours d'une procédure pénale, l'origine d'une information

journalistique ne pourra être recherchée *"qu'à titre exceptionnel et si cela est justifié par la nature et la particulière gravité du crime ou du délit ainsi que par les nécessités des investigations"*.

(1) Texte présenté par Rachida Dati, ministre de la Justice, suite aux engagements de campagne du Président de la République

(2) Ainsi que toute personne qui exerce sa profession dans une ou plusieurs entreprises de presse ou de communication au public par voie électronique et pratique, à titre régulier et rétribué, le recueil et la diffusion d'information au public (il n'est pas exigé que le journaliste professionnel tire le principal de ses ressources de son activité)

> Texte n° 809

## Contrefaçon et concurrence déloyale

Si le grief de copie servile et celui de vil prix (vente à un prix inférieur au prix du bien contrefait) sont susceptibles d'aggraver le préjudice résultant du délit de contrefaçon, laquelle se définit comme la reproduction intégrale ou partielle de l'oeuvre sans l'autorisation de l'auteur, ils ne constituent pas des faits distincts de concurrence déloyale.

> Décision n° 2495

## Régularité d'une saisie contrefaçon

En matière de saisie contrefaçon, si l'huissier instrumentaire n'est pas autorisé à apporter, sur les lieux de la saisie, des objets étrangers à celle-ci, c'est à dire dépourvus de lien avec sa mission, tel n'est pas le cas lorsqu'il introduit dans les locaux de la société poursuivie, le modèle original argué de contrefaçon, cet objet n'étant pas étranger à sa mission.

> Décision n° 2496

## Condamnation de H&M pour contrefaçon

La condamnation de la société H & M pour contrefaçon d'un modèle de boucle d'oreille créé par la société SCOOTER, a été confirmée. La même impression d'ensemble visuelle se dégagait des modèles opposés et était de nature à engendrer un risque de confusion dans l'esprit du consommateur d'attention moyenne. La contrefaçon a été jugée constituée indépendamment de tout changement de matière ou de couleur (1)

(1) En l'espèce, il importait peu que les boucles d'oreilles arguées de contrefaçon soient réalisées dans une couleur de métal différente, à savoir dorée au lieu de "vieilli", dès lors que ce changement de couleur n'affecte pas plus la même impression d'ensemble.

> Décision n° 2497

## Transfert de brevets non opposable aux tiers

Une demande d'inscription d'acte de transfert de brevet déposée par le conseil en propriété industrielle (CPI) d'une société dissoute (suite à une fusion avec une autre société), est irrégulière dès lors que les dispositions stipulées au traité de fusion, tenant compte de la dissolution de la société, n'ont pas désigné le CPI comme représentant de la société absorbée apte à intervenir pour faire tout acte nécessaire et déclarations utiles, notamment pour rendre opposable aux tiers la transmission des biens incorporels au-delà de la dissolution de la société absorbée.

La publication au Registre national des brevets de l'acte de transfert dudit brevet est irrégulière et n'a pas rendu la cession opposable aux tiers. Il s'ensuit que la société absorbée est irrecevable à agir en contrefaçon contre un tiers sur le fondement d'une violation du brevet européen dont elle se prévaut.

> Décision n° 2498

## Sociétés à dénominations sociales identiques

Dès lors qu'une société ne bénéficie pas, sur sa dénomination déposée à titre de marque, d'une protection par les marques notoires, elle ne peut s'opposer à l'adoption, par une autre société exerçant des activités différentes, de la même dénomination sociale (ACCOR).

> Décision n° 2499

## Automatic Data Processing

Ensemble des opérations réalisées par des moyens automatiques, relatif à la collecte, l'enregistrement, l'élaboration, la modification, la conservation, la destruction, l'édition de données et, d'une façon générale, leur exploitation. Note : Dans l'usage courant, l'expression « traitement automatique de l'information » est également employée.

Source : Commission générale de terminologie et de néologie

## Benchmark

Évaluation des performances d'un système par simulation des conditions réelles d'utilisation, à l'aide de programmes-échantillons.

Source : Commission générale de terminologie et de néologie

## Cookie (mouchard)

1. Appliquette envoyée par un serveur de la toile mondiale à un utilisateur, parfois à l'insu de celui-ci, au cours d'une connexion afin de caractériser cet utilisateur. 2. Par extension, information que l'appliquette peut enregistrer sur le disque de l'utilisateur et à laquelle le serveur peut accéder ultérieurement.

Source : Commission générale de terminologie et de néologie

## Hot Spot

Espace où le public bénéficie de services radioélectriques temporaires ou permanents à haut débit, notamment d'un accès sans fil à l'internet. 1. Les centres de congés, hôtels, lieux de manifestation sportives, gares, aéroports offrent souvent des zones d'accès sans fil. 2. Les techniques d'accès peuvent être, par exemple, celles des normes internationales dites « Wi-Fi » (abréviation de l'anglais wireless fidelity) et « WiMax »

(abréviation de l'anglais worldwide interoperability for microwave access).

Source : Commission générale de terminologie et de néologie

## Site Internet

Ensemble de documents et d'applications placés sous une même autorité et accessibles par la toile à partir d'une même adresse universelle. Note : Un site de la toile peut être inclus dans un site plus important.

Source : Commission générale de terminologie et de néologie

## Système exclusif

Système d'exploitation ou architecture conçu pour un matériel ou un ensemble de matériels d'un constructeur donné. 1. On trouve aussi, dans l'usage, le terme « système exclusif constructeur ». 2. Le terme « système propriétaire » est déconseillé.

Source : Commission générale de terminologie et de néologie

## Télémaintenance

Maintenance d'une unité fonctionnelle, assurée par télécommunication directe entre cette unité et un centre spécialisé (remote maintenance).

Source : Commission générale de terminologie et de néologie

## Télématique

Ensemble des services de nature ou d'origine informatique pouvant être fournis à travers un réseau de télécommunication.

Source : Commission générale de terminologie et de néologie

Téléchargez depuis votre espace abonnés, (rubrique « Contrats / Synthèses »), les nouveaux contrats du mois :

- Convention collective des artistes de doublage

Convention collective dite « DAD-R » (*Droits des Artistes dans leur activité de Doublage Révisée*) régissant les relations entre un artiste interprète et toute personne physique ou morale qui prend l'initiative et la responsabilité d'une prestation de doublage (fixation d'une version parlée dans une langue autre que la langue originellement utilisée dans l'œuvre audiovisuelle)

- Contrat de traduction d'une œuvre littéraire

Contrat conclu entre un Editeur et un Traducteur portant traduction et cession des droits de l'œuvre traduite sur un ouvrage.

- Internet Video License Agreement

Contrat (en anglais) conclu entre un producteur musical (maison de disque) et un éditeur de site Internet en vue de la promotion, sous forme de clips, du catalogue du producteur.

### **Crédits des photographes et signatures groupées**

Le droit à la paternité de l'oeuvre est une des branches du droit moral. Il donne notamment le droit aux auteurs de faire figurer leur nom / pseudonyme directement sur l'oeuvre ou du moins à proximité (droit au nom).

Concernant les photographes, il est d'usage de procéder à des signatures ou crédits groupés (pour les supports de type ouvrages, sites Internet ...). Dans cette dernière hypothèse, pour que le droit au nom du photographe soit respecté, il convient de pouvoir associer chaque photographie à son auteur (en accompagnant par exemple le nom de l'auteur, des numéros de page d'un ouvrage ou du titre de l'oeuvre).

Il a été jugé que la mention du nom du photographe en signatures groupées sans pouvoir associer son nom à une photographie précise constitue une violation de son droit moral.

> Décision n° 1207

### **DVD jetable : un mode d'exploitation autonome**

En matière de cession de droits d'exploitation audiovisuelle, il est entendu que les supports de cession non expressément prévus au contrat ne sont pas cédés. A ce titre, lorsqu'une cession sous forme de DVD est prévue, il doit impérativement être précisé au contrat que la cession s'applique aussi aux DVD jetables. En effet, il a été jugé que ceux-ci relèvent d'un marché d'exploitation autonome.

Dans une affaire opposant la société France Télévisions distribution à CDiscount, il était reproché au cybermarchand d'avoir commercialisé sur son site internet l'oeuvre cinématographique "*Le Papillon*" sous forme de DVD jetable, sans autorisation des titulaires de droits. Le tribunal a jugé que le DVD jetable était un nouveau mode

d'exploitation du film qui, à ce titre, devait donner lieu à une autorisation des auteurs.

Les DVD litigieux qui n'avaient pas été mis en circulation avec l'autorisation de France Télévisions (titulaire des droits de reproduction et d'édition) constituaient une nouvelle édition du film, dans un procédé nouveau.

> Décision n° 2500

### **Entrave à un système de traitement automatisé de données**

Le délit d'entrave à un système de traitement automatisé de données (1) peut trouver à s'appliquer dans de nombreuses hypothèses qui dépassent le simple cadre d'une intrusion dans un système informatique.

Il peut ainsi s'appliquer à des personnes qui ont développé un logiciel ou du matériel technique permettant de neutraliser une connexion automatique installé par France Télécom. Dans cette affaire, le matériel en cause a eu pour effet la suppression des temps limités de connexion imposés par l'opérateur pour certains services Minitel et la modification du taux de facturation à la minute. Les personnes à l'origine du matériel illicite fournissaient sciemment aux autres consommateurs, les moyens de commettre des infractions pénales et notamment des abus de confiance, puisque les utilisateurs du système ne pouvaient être des personnes facturées par France Télécom.

A noter qu'est sanctionné la mise à disposition et l'usage de ce type de matériel mais aussi toute publicité pour en faire la promotion.

(1) Article L 121-7 du Code pénal

> Décision n° 2501