4.1 Question du droit d'auteur et des logiciels.

Histoire : Le droit d'auteur est une construction non seulement juridique, politique et philosophique qui est née en Europe et dont le sens a beaucoup évolué notamment à travers l'invention de l'imprimerie.

Dans son usage au 19ème siècle, le droit d'auteur s'opposait à la propriété littéraire et artistique. Celle-ci étant définie comme l'ensemble des droits pécuniaires et moraux dont est titulaire un écrivain ou un artiste sur son œuvre. (Article L111-1 du code de propriété intellectuel).

Ces deux termes de droit d'auteur et de propriété littéraire et artistique se sont confondue notamment à travers la loi sur la propriété intellectuelle de 1957.

Le droit d'auteur aujourd'hui se décompose de deux types de droit.

1. *Le droit moral* : qui reconnait notamment à l'auteur une paternité de l'œuvre. Ainsi que le respect de son intégrité. Le droit moral en France il est perpétuelle (tout le long de la vie de l'auteur), inaliénable (il ne peut être cédé) et imprescriptible (l'auteur tout au long de sa vie peut agir à l'encontre d'une personne qui volerait son œuvre. En droit Français certains droit s'expire avec le temps.).

Au moment du décès de l'auteur, ce droit est cédé à ses héritier qui le protège pendant 70ans. S'il n'y a pas de session / héritiers il tombe dans le domaine public.

La loi Française ne propose pas de définition juridique en matière de logiciel. Problème pour les logiciels : savoir s'il est protégé par le droit d'auteur, droit des marques, etc.

La protection juridique du droit d'auteur c'est notamment fait à travers non seulement une construction de l'union Européenne mais également une protection jurisprudentielle.

Aujourd'hui l'article L112-2.13°CPI définit si le logiciel est défini par le droit d'auteur.

1. Droit patrimoniale : C'est le monopole de l'exploitation économique de l'œuvre.

Les éléments protégés du logiciel. Les éléments qui sont protégé par le droit d'auteur sont les suivants :

* L'architecture des programmes.
* Le code source (il est défini par la matérialisation de l'effort intellectuel de l'auteur, la chambre commerciale dans un arrêt du 15 novembre 2011 a énoncé que le code source était un élément qui était protégé par le droit d'auteur. Pourvois : 10-26617).
* Le code objet : défini comme étant le résultat de la compilation du code source.
* Les différentes versions du logiciel.
* Les écrans de modalités d'interactivité si et seulement s'ils sont originaux.
* Le matériel de conception préparatoire (L122-2 du code de propriété intellectuel), manifestation par : les prototypes ou alors les dossiers d'analyse fonctionnel.

Les techniques de protections.

Le principe de l'absence de formalité : Un logiciel original est protégé par le droit d'auteur du seul fait de sa création. Cependant l'intérêt du dépôt auprès de l'INPEE est nécessaire à titre de preuve et ceci évite toute contestation par la suite auprès d'un tiers. De plus la position de la notion de copyright est nécessaire pour certaines législations étrangères. En conséquence l'auteur d'un logiciel Français a tout intérêt à faire protéger son œuvre. Permettre une protection de l'œuvre par un acte notarié (couteux).

-Inscription auprès de l'INPEE qui répertorie tous les œuvres intellectuels.

-Auprès de l'APP (Agence de protection des programmes). Est une association qui a pour objet de défendre les auteurs de programmes informatiques, de jeux vidéo, d'œuvre numérique ou encore de logiciels. Elle est constituée de créateurs indépendants, de constructeurs, d'éditeurs et d'utilisateurs de logiciels. L'objet de l'APP est notamment de faciliter les actions amiables et judiciaires tendant à la réparation des préjudices subit par le titulaire des droits du faits de contrefaçons, d'imitations frauduleuses, de pillage ou encore de concurrence parasitaire. En matière de contrefaçon, la loi lui permet de pouvoir être parti civile au procès.

Il existe 3 types de dépôts au sein de l'APP afin de protéger son logiciel.

1. Le dépôt classique : L'auteur confie à l'APP un exemplaire de la version source ainsi que de la documentation qui lui est associé qui le conserve dans ses coffres et en fourni une partie aux exposants.
2. On parle du dépôt enrichi. Dans ce dépôt, l'auteur revendique l'originalité de l'œuvre dans un document spécifique et y incorpore des pièges contre les contrefacteurs (qui créé des contrefaçons).
3. Le dépôt dit sécurisé : ce dépôt est conditionné par la réalisation de certains nombres de test effectué par un expert agréé.

L'inscription à l'APP peut se faire soit par :

* Formes de référencement.
* Soit par un dépôt de diffusion (notamment pour les bases de données).
* Dépôt de source.

Le cout de la protection :

* Personne physique :106euros.
* Personnes morales : 411,61.

L'exception de copie privé est définie dans l'article L122-5 du code de propriété intellectuel. Lorsqu'une œuvre a été divulgué l'auteur ne peux interdire les représentation privé et gratuites effectué exclusivement dans un cercle de famille.

La cours de cassation a estimé comme la cours d'appel que la copie privée n'est qu'une exception légale et elle ne peut servir au fondement d'une action principale : On ne peut pas attaquer quelqu'un car on ne peut faire de copie car c'est une exception. Cours de cassation : Warner et Fnac contre X, chambre civile a retrouver.

Il confirme les jurisprudences antérieures dans la matière et l'utilisation stricte de la notion de copie privé.

DROIT DES MARQUES : chaque année on dénombre environ 90K marques qui sont déposé à l'INPEE.

La politique de la marque concerne la plupart des secteurs économique et a évidemment un intérêt financier considérable. La marque a pour vocation de permettre à une entreprise de se distinguer de ses concurrents par un sigle, un logo ou encore un effet sonore. Cela permet donc de se démarquer de son concurrent et de témoigner de la qualité du produit. Historiquement, avant la Renaissance, il n'existait pas de concurrence entre les corporations à partir du moment ou un sceau étais apposé sur un document.

A la Renaissance on a connu un développement plus accru des échanges et a abouti à la marque de joué un véritable rôle de garantie et surtout de protection vis-à-vis du consommateur.

L'explosion de la marque a notamment lieu avec la révolution industriel, ou elle devient en elle-même un débouché financier à exploiter.

1. Les sources juridiques importantes :
2. La convention de Paris de 1883 : a été retranscrit dans l'article L711-3 du code de propriété intellectuel. Il y consacre deux choses : L'indépendance de la marque et établit notamment une liste de signe interdite.
3. L'arrangement de Madrid de 1891 : Il consacre notamment un système d'enregistrement international de la marque : OMPI => Organisation Mondial de Propriété Intellectuelle.
4. Arrangement de Nice du 15 juin 1957 : Met en place une classification des produits en plusieurs classe et services. Il va créer cette notion de spécificité de la marque.
5. Les conditions de la protection.

L'article L711-1 du code de PI (propriété intellectuelle), dispose que :

"Tous signe susceptible de représentation graphique servant à désigner les produits ou services d'une personne physique ou morale peut être déposé comme une marque."

* Les signes dit de forme verbale. Exemple : Armani, Alice, [etc.].
* Les signes figuratifs : qui s'adresse uniquement à l'œil.
* Les formes : Les flacons de parfum, la bouteille de Perrier. Une marque tridimensionnelle peut être protéger à condition qu'il ne soit pas imposé par la nature (qui n'existe pas déjà naturellement).
* Les odeurs ne sont pas protégées par le droit des marques. Par contre, le paquet de marque communautaire (nouvelle législation prochaine) vise à être protéger.

Il faut 4 conditions cumulative pour protéger une marque :

1. Elle doit être un signe distinctif.
2. Le signe doit être disponible.
3. Soit un signe licite (le signe choisi ne doit pas être contraire à l'ordre public et aux bonne mœurs).
4. La marque ne doit pas être trompeuse. Ex: La marque "Bio" qui ne fait pas du biologique.

Deux marques identiques peuvent coexister à partir du moment où elles concernent des produits différents et qu'il n'existe pas de confusion pour le publique. Règle de spécialisation : On ne peut déposer la marque que sur un seul type de produit : Par exemple Mont-Blanc qui fait des stylo et Mont-Blanc qui fait du chocolat.

Il existe une exception qui est la marque notoirement connue. Il est possible d'engager la responsabilité civile d'une entreprise qui chercherai à tirer profit de la renommée d'une marque même dans un domaine commercial différent. On parle alors de parasitisme.

1. Durée de la protection

Le monopole d'exploitation d'une marque sur le territoire Français a une durée de 10ans renouvelable indéfiniment. Il doit se faire obligatoirement dans les 6 derniers mois précédant l'échéance de fin de protection. Le titulaire d'une marque une fois protéger est dans l'obligation de faire usage de sa marque. Si il n'utilise pas sa marque pendant une période ininterrompue de 5ans alors cette marque est déchu.

Evidemment, le cumul droit des marques, droits d'auteurs et droit des brevets est possible.

1. La typologie de la marque.

Le code de propriété intellectuelle défini notamment à travers l'article L711-1 plusieurs typologies de marque.

1. La marque de fabrique. Cette marque est apposée par le fabricant sur le produit. Les couteaux Laguiole par exemple.
2. Les marques de commerce. Une marque qui apposé par le distributeur sur les objets qu'il commercialise. La marque Leclerc sur les produits.
3. La marque de service. Les marques sui sont apposé notamment dans le secteur tertiaire (transport banque commerce).
4. Les marques dites collectives.

* La marque collective ordinaire : C'est une marque qui peut être exploité par toute personne qui respecte le règlement d'usage établit par le titulaire de l'enregistrement. Cela peut être un signe distinctif autorisé et disponible. Décision de la cour de cassation 13 mars 2015 avec l'appellation Logis de France est une marque collective ordinaire.
* La marque collective de certification : Arrêt du 13 janvier 2015 dit l'arrêt Palace. Cette marque garantie que le produit ou le service utilisé présente les caractères établit par un règlement d'usage. Cependant, elle apparait plus contraignante que l'ordinaire.

1. Les marques complexes : On vise spécifiquement les AOC. Qui vise une origine géographique.
2. Le dépôt de la marque.

Toute personne physique ou morale peut déposer l'enregistrement d'une marque. Il peut être fait via un mandataire pour les personnes morales. Le dépôt doit se faire soit à l'INPI soit devant le greffe du tribunal de commerce ou de grande instance. Le dépôt doit obligatoirement comporter :

* La demande d'enregistrement qui identifie le demandeur.
* Un modèle de la marque.
* L'énumération des produits ou services désigné par la marque.
* Une énumération des classes conformément à l'arrangement de Nice
* Une justification des paiements des redevances.

1. La procédure d'enregistrement

A la réception du dossier entier, l'INPI examine les conditions de forme et toute irrégularité est signalé au déposant qui a 1 mois pour rectifier. Si toute est ok, L'INPI publie un document au bulletin officiel de la propriété intellectuelle indiquant que le document est recevable en la forme. Elle se fait généralement dans les 6 semaines après le dépôt. Ensuite ils vérifient le fond (licite, disponible ect) en particulier. Si ce n'est pas respecter, il donne au déposant 2 mois à rectifier la condition de fond. Si les observations ne sont pas acceptées ils recommencent tout depuis le début.

Pour les tiers qui contesteraient le dépôt de la marque il a deux mois à compter de la publication du bulletin officiel pour contester. Quand la marque est accepté, une nouvelle publication est faite dans le bulletin disant que la marqué est protégé au sein de l'INPI.

1. Les degrés de protection.

Il existe 3 niveaux de protection :

* Le niveau interne (10ans en droit Français).
* Le niveau communautaire (Union Européenne), elle se fait au sein de l'OHMI (Office d'Harmonisation du Marché Intérieur). Il cherche à protéger au sein du territoire de l'Union Européenne.
* Le niveau international : L'inscription se fait au sein de OMPI (Organisation Mondial de la Protection Intellectuelle). En une seule formalité auprès de l'INPI permet de protéger la marque pour une durée de 20ans uniquement pour les pays signataires de l'arrangement de Madrid.