

TD2 : La propriété intellectuelle

Activité 1

La reconnaissance du droit d'auteur

« Selon les dispositions de l'article L. 112-1, le code de propriété intellectuelle accorde sa protection à toute œuvre de l'esprit sans distinction du genre (littéraire, artistique, musical), de la forme d'expression (écrite ou oral), du mérite ou de la destination. (...) La loi ne fournit pas de définition précise de l'œuvre protégée ni ne donne de liste exhaustive des œuvres protégeables mais en dresse une énumération non limitative. L'article L. 122-2 du code de la propriété intellectuelle, complété par les articles L. 112-3 et L. 112-4 du même code, énumère donc une liste indicative des œuvres protégées. Le code de la propriété intellectuelle cite notamment les œuvres littéraires, les œuvres musicales, les œuvres graphiques et plastiques, les œuvres dramatiques, les œuvres chorégraphiques (à condition qu'elles soit fixées par écrit ou autrement), les œuvres audiovisuelles, les œuvres publicitaires, les œuvres photographiques, les œuvres d'arts appliqués, les œuvres d'architecture, les logiciels, les recueils d'œuvres ou de données diverses, par exemple les bases de données. »

Liens vers VIDEO



- 1, Quelles sont les caractéristiques d'une œuvre de l'esprit ?
- 2, Pourquoi la loi ne donne-t-elle pas une définition de l'œuvre de l'esprit ?
- 3, Pourquoi et à quelles conditions une œuvre de l'esprit est-elle protégeable ?
- 4, Comment le droit français définit-il la notion d'auteur ?
- 5, Comment une personne fait-elle la preuve de sa qualité d'auteur ?

Activité 2

Droit d'auteur et copyright, les différences

Connectez-vous sur le site de la Société des Auteurs et Compositeurs Dramatiques : www.sacd.fr et rédigez une note de synthèse sur ces deux dispositifs et leurs différences.

Mise en situation 1

Vous êtes salarié au sein d'une entreprise très innovante, qui travaille sur de nouveaux procédés non polluants, destinés à faire fonctionner divers moteurs. Vous occupez la fonction d'ingénieur. Vous avez mis au point avec votre équipe, un nouveau carburant très performant, fabriqué à base d'eau.

Votre employeur et vous-même, souhaiteriez protéger votre invention. Comment faire ?

Rendez-vous sur le site de l'INPI

Travail à faire

Connectez-vous sur le site de l'INPI : www.inpi.fr et répondez aux questions suivantes :

1. Quelles sont les deux composantes de la propriété intellectuelle ? Laquelle des deux vous intéresse pour protéger votre invention ? Justifiez votre réponse.
2. Pourquoi devez-vous protéger votre invention ?
3. Comment allez-vous la protéger ?
 - a) Quelles conditions votre invention doit-elle remplir pour être protégée ?
 - b) Qui va bénéficier de la protection ? Vous en tant que salarié ou votre employeur ? Justifiez votre réponse ?
 - c) Quelles seront les principales étapes à respecter pour bénéficier de la protection ?
 - d) Au bout de combien de temps, la protection vous sera-t-elle accordée ?
 - e) Quel sera le coût pour l'obtention de cette protection ?
 - f) Quels droits confère à l'entreprise cette protection ?
 - g) Est-il possible d'étendre cette protection au niveau européen ou international ? Comment ?

Mise en situation 2

Vous êtes employé(e) au service juridique. Votre chef de service vous demande une note sur la contrefaçon.

Rendez-vous sur le site de l'INPI

Travail à faire

Connectez-vous sur le site de l'INPI : www.inpi.fr, article « L'INPI acteur majeur de la lutte anti-contrefaçon » et répondez aux questions suivantes, afin de pouvoir rédiger cette note.

4. Qu'est-ce que la contrefaçon ?
5. Quel est le fondement de l'action en contrefaçon ?

6. Pourquoi faut-il lutter contre la contrefaçon ?
7. Que doit-on faire, si on est victime de la contrefaçon ?
8. Quelles sanctions encourent les contrefacteurs ?
9. Qu'est-ce que la concurrence déloyale ?
10. Quelle est la nature de l'action en concurrence déloyale ?
11. Quels agissements peuvent être constitutifs d'une concurrence déloyale ?
12. La concurrence déloyale est-elle répréhensible ?

Mise en situation 3,
application

Travail à faire

10. A quel régime de protection cet article fait-il référence ? A quelle branche de la propriété intellectuelle appartient-il ?
11. Quelles défenses légales sont-elles appliquées ? Différenciez-les.

Contrefaçon : quand les Rolling Stones entrent en scène devant le TJ de Paris

Publié le 13 avril 2021

• Une marque jouissant d'une notoriété importante auprès du public dispose d'un caractère distinctif plus affirmé, rendant le risque de confusion plus élevé.

Source : Jugement rendu le 25 février 2021, Tribunal Judiciaire de Paris, 3ème de chambre

Depuis de nombreuses décennies « the Tongue » (la langue), dessinée en 1970 par un certain John Pasche et inspirée de la déesse indienne Kali, accompagne l'immense carrière des légendaires « Rolling Stones » et en constitue leur logo.

Le titulaire au niveau de l'Union européenne des droits de propriété intellectuelle du célèbre groupe, incluant des marques figuratives, a poursuivi en contrefaçon de marque et de droits d'auteur, outre pour des faits de parasitisme et de concurrence déloyale, une société importatrice d'écussons fabriqués en Chine, lesquels reproduisaient la non moins célèbre langue constituant le logo du groupe, ornée du drapeau breton.



Au soutien de ses prétentions, le demandeur à l'action en contrefaçon affirmait à juste titre que ce logo jouissait d'une importante renommée auprès d'une partie significative du public pertinent en France et dans l'Union européenne, reprenant ici le critère établi par la CJCE dans son arrêt *General Motors / Yplon SA* du 14 septembre 1999 (affaire C-375/97).

Dans cet arrêt, la Cour précise que l'examen de cette condition est soumise à l'appréciation de la part de marché détenue par la marque, son étendue géographique et la durée de son usage.

Dans sa décision du 25 février 2021 statuant sur le litige qui lui était soumis, le Tribunal judiciaire de Paris se réfère à cette jurisprudence et également à la position adoptée par la CJUE (3 septembre 2015, *Iron Smith KFT / Unilever*, affaire C-125/14) suivant laquelle « la condition relative à la territorialité doit être considérée comme remplie lorsque la marque communautaire jouit d'une renommée dans une partie substantielle du territoire de l'Union ».

Il en déduit que les marques en cause jouissent incontestablement d'une importante renommée au sein de l'Union européenne, précisant à ce titre que :

« Le logo faisant l'objet des marques de la demanderesse, qui est apparu pour la première fois sur l'album *Sticky Fingers* des Rolling Stones en 1971 créé par John PASCHE, et qui a été acquis par le musée Victoria and Albert Museum de Londres en 2008, est qualifié d'iconique, accompagnant le groupe depuis 40 ans, et symbolisant son image de marque très sulfureuse à l'origine, le logo étant considéré comme la "langue vivante des Rolling Stones", ce concept de "langue des Rolling Stones" pour désigner le logo déposé au titre des marques étant également repris par le magazine "L'Officiel" le 17 octobre 2017, qui retient que la bouche rouge à la langue tirée définit l'image des Rolling Stones. Le site "UDISCOVERMUSIC", dans un article publié le 1er novembre 2018, indique que, selon certains sondages, le logo des Rolling Stones est le plus iconique de tous les temps, devant celui de Che Guevara ou celui du Hard Rock Café ».

Le Tribunal ajoute que ces « marques font l'objet d'un usage intensif, en particulier pour l'édition de tee-shirts (...) et affiches autour des tournées du groupe » et en conclut que :

« Compte tenu du lien très étroit existant entre le logo reproduit par les marques et le groupe The Rolling Stones, qui jouit d'une importante célébrité sur le territoire de l'Union, il y a lieu de retenir que les marques en cause, qui sont connues d'une partie significative du public concerné pour les produits et services couverts par elles, en particulier en classes 25 (vêtements) et 41 (divertissement), jouissent d'une importante renommée dans l'Union européenne. »

Il rappelle ensuite que le titulaire d'une marque peut interdire aux tiers de faire usage dans la vie des affaires d'un signe pour des produits ou services lorsque ce signe est identique ou similaire à la marque et désigne des produits ou services identiques ou similaires et qu'il existe un risque de confusion dans l'esprit du public.

Ces principes étant énoncés, le Tribunal poursuit son analyse en recherchant si un risque de confusion pouvait être caractérisé, en se fondant sur l'impression d'ensemble produite par les signes en cause pour apprécier ce risque (CJCE, 11 novembre 1997, *SABEL BV*, affaire C-251/95), étant en outre observé que la renommée de la marque lui conférant un caractère distinctif très important doit être nécessairement pris en compte dans cette appréciation.

Dans sa décision et se livrant à une stricte application de ce principe, le tribunal va ainsi rappeler que « *le risque de confusion est d'autant plus élevé que le caractère distinctif de la marque antérieure s'avère important* ».

En l'espèce, le Tribunal constate que les produits saisis reprennent à l'identique les caractéristiques des marques objet du litige, à savoir la forme et le volume de la bouche et des lèvres.

En conséquence, le Tribunal énonce que le risque de confusion est établi compte tenu de la forte similarité des signes et qualifie la contrefaçon sur les marques reproduisant le logo du groupe.

La contrefaçon de droits d'auteur est aussi retenue, les juges rejetant l'exception de parodie dont se prévalait la société contrefaisante, cette exception à la protection des droits d'auteur exigeant une manifestation d'humour ou de raillerie non caractérisée selon le Tribunal.

En revanche, le Tribunal écarte toute qualification d'actes de concurrence déloyale ou de parasitisme, au motif qu'aucun des faits litigieux n'est distinct de faits de contrefaçon de marques et de droits d'auteur.

Article écrit par **Vianney DESSENNE**