



LEGALFEST



UPDATE JURIDIQUE

PAR LES AVOCATS DU BARREAU DE NANTES

PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE & NUMÉRIQUE #2

Textes, images, vidéos... : les bons réflexes juridiques pour vos contenus en ligne

Réflexe n°1 :

S'assurer de la propriété des droits d'auteur



Textes, images, vidéos... : les bons réflexes juridiques pour vos contenus en ligne

- Objet de la protection : créations (textes, images, vidéos) matérialisées dans une forme perceptible et originales.
- Principe de titularité: l'auteur d'un contenu original dispose des droits d'auteur sur ce dernier, sans formalité.
 - Droits patrimoniaux
 - Droits moraux
- Durée de la protection: 70 après le décès de l'auteur (sauf exceptions).

Textes, images, vidéos... : les bons réflexes juridiques pour vos contenus en ligne

- Obtenir les droits lorsqu'on n'est pas le créateur (employeur/client):
 - Formaliser une cession de droit d'auteur répondant à un formalisme très strict
 - En pratique:
 - en cas de collaboration régulière avec le créateur: cession globale des oeuvres futures prohibée (sauf oeuvres déterminées ou déterminables) mais solution peut être d'intégrer engagement de cession au contrat de travail/convention de stage/contrat cadre, à régulariser ensuite une fois les créations réalisées.
 - en cas de collaboration ponctuelle avec le créateur : contrat de cession classique ou *a minima* mentions obligatoires intégrées à la facture avec référence au prix de cession.

Textes, images, vidéos... : les bons réflexes juridiques pour vos contenus en ligne

Réflexe n°2 :

S'assurer de la conformité des contenus au droit de la consommation



Textes, images, vidéos... : les bons réflexes juridiques pour vos contenus en ligne

Internet = support publicitaire pour les communications commerciales

Doivent être clairement identifiables dans une communication :

- Le fait qu'il s'agit d'une communication commerciale en tant que telle
- L'annonceur
- Les offres promotionnelles (rabais, primes, cadeaux): leurs conditions pour en bénéficier doivent être aisément accessibles et présentées de manière précise et non équivoque
- Les concours et jeux promotionnels : leurs conditions de participation doivent être aisément accessibles et présentées de manière précise et non équivoque

Textes, images, vidéos... : les bons réflexes juridiques pour vos contenus en ligne

Les informations doivent être « loyales »

« Une pratique commerciale est déloyale lorsqu'elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle et qu'elle altère ou est susceptible d'altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, à l'égard d'un bien ou d'un service. » (article L121-1 du code de la consommation)

Constituent, en particulier, des pratiques commerciales déloyales, les pratiques commerciales trompeuses et les pratiques commerciales agressives.

Liste de pratiques commerciales trompeuses : article L121-2 à L121-4

Liste de pratiques commerciales agressives : article L121-6 et L121-7

Textes, images, vidéos... : les bons réflexes juridiques pour vos contenus en ligne

Actualité jurisprudentielle :

- Cass. crim. 19 novembre 2019 (n°18-85.900)
Claim « REIGNAC, premier grand cru classé* » « *si c'était vrai, peu se l'offriraient »
= pratique commerciale trompeuse et publicité comparative illicite
- TGI de Paris, ordonnance de référés du 9 octobre 2019 (n°19/55785)
COMME J'AIME, Claims « une semaine gratuite », « Testez une semaine gratuite », « Testez une semaine sans payer »...
= pratique commerciale trompeuse

Textes, images, vidéos... : les bons réflexes juridiques pour vos contenus en ligne

Réflexe n°3 :

FOCUS: La publicité comparative



Textes, images, vidéos... : les bons réflexes juridiques pour vos contenus en ligne

Campagne publicitaire en ligne peut consister à comparer ses produits et services avec ceux d'un concurrent

Le cadre legal (articles L. 122-1 et s. du Code de la consommation) :

- La publicité comparative ne doit pas être trompeuse ou de nature à induire le consommateur en erreur,
- Elle doit porter sur des biens et services de même nature répondant aux mêmes besoins ou ayant le même objectif,
- Elle doit comparer objectivement une ou plusieurs caractéristiques essentielles, pertinentes, vérifiables et représentatives de ces biens ou services, comme le prix par exemple.

Textes, images, vidéos... : les bons réflexes juridiques pour vos contenus en ligne

Publicité comparative ne doit pas permettre de:

- Tirer indûment profit de la notoriété attachée à une marque de produits ou de services, à un nom commercial, à d'autres signes distinctifs d'un concurrent ou à l'appellation d'origine ainsi qu'à l'indication géographique protégée d'un produit concurrent,
- Entraîner le discrédit ou le dénigrement des signes distinctifs, biens, services, activité ou situation d'un concurrent,
- Engendrer de confusion entre l'annonceur et un concurrent ou entre les signes distinctifs, biens ou services de l'annonceur et ceux d'un concurrent,
- Présenter des biens ou des services comme une imitation ou une reproduction d'un bien ou d'un service bénéficiant d'une marque ou d'un nom commercial protégé.

Textes, images, vidéos... : les bons réflexes juridiques pour vos contenus en ligne

Exemples récents :

- CA de Bordeaux, 10 juin 2020 (n°17/06541)

Communication visuelle « *ici c'est moins cher que LECLERC* », « *GRANDES MARQUES ICI C'EST MOINS CHER* »

= publicité comparative illicite

- CA de Paris, 2 octobre 2020 (n°19/05150)

“*NRJ RADIO NUMBER ONE*”

= pas de publicité comparative illicite

Textes, images, vidéos... : les bons réflexes juridiques pour vos contenus en ligne

Réflexe n°4 :

Se méfier des autres...



Textes, images, vidéos... : les bons réflexes juridiques pour vos contenus en ligne

- Dénigrement

Les informations / « claims » ne doivent pas porter atteinte aux concurrents

- Contrefaçon:

Le site internet ne doit pas copier le site d'un concurrent (y compris les CGV!)

Textes, images, vidéos... : les bons réflexes juridiques pour vos contenus en ligne

Actualité jurisprudentielle :

- Tribunal de commerce de Versailles, ordonnance de référés du 5 mars 2020
Condamnation de YUKA pour dénigrement (à rapprocher de Cass. com., 4 mars 2020, n° 18-15.651)
- Tribunal de commerce de Paris, 11 mars 2019, CYANURE / DES CLICS NOMADES
Sites de voyages qui se ressemblent : pas de contrefaçon !
- Cass. 1ère civ. 13 mai 2020 (n°18-24.850) et Tribunal de commerce de Paris, 27 avril 2020
Juridiction compétente en matière de dénigrement ?