



Une publication de LEXPIA, l'association des étudiants du Master II professionnel Droit de la Propriété Intellectuelle Appliquée, Université Paris XII, avec le soutien de LexisNexis JurisClasseur et de la revue Communication Commerce Électronique.

Sommaire	
Éditorial	p.1
La chronique du mois	p.2/3
L'article du mois	p.4
L'arrêt du mois	p.5
La fiche technique	p.6
L'interview	p.7/8

<p>Association LEXPIA Directrice de publication Véronique Morot Membres du bureau de l'association LEXPIA Anne-Claire Dubois <i>Présidente</i> Marion Courtier <i>Vice-présidente</i> Claire Pinson <i>Secrétaire</i> Aude Vives <i>Trésorière</i> Mise en page Mathieu Salvia Adresse LEXPIA, 45 av. Raymond Poincaré 75116 PARIS lexpia@hotmail.fr</p>	<p style="text-align: center;">Éditorial</p> <div style="text-align: right;">  </div> <p style="text-align: center;">La propriété intellectuelle dans la tempête</p> <p>Les récents travaux parlementaires sur la transposition de la directive « droits d'auteur », interrompus et une fois encore reportés, peuvent donner l'impression que la propriété intellectuelle est comme un bateau ivre qui essuie des tempêtes plus violentes les unes que les autres, à la recherche incertaine d'un port.</p> <p>Nombre de commentateurs ont pu dénoncer des abus dans l'exercice des droits d'auteur et des droits voisins. Mais par delà l'affrontement d'intérêts catégoriels, c'est la place et l'emprise de ces droits sur l'économie et la culture qui est dénoncée. Il s'agit cependant, pour la propriété intellectuelle, moins d'une crise de légitimité que d'une crise de croissance, tant il est vrai que le champ et la défense des droits d'auteur, sont devenus pour les pays « technologiquement avancés » une question politique majeure.</p> <p>La propriété industrielle n'est pas à l'abri de ces remous. Les critiques fusent sur l'emprise grandissante du droit des marques dans toute communication et sur une certaine tendance à couvrir par des brevets des inventions bien peu inventives... Si l'on peut regretter une certaine confusion dans ces critiques, on peut en revanche se réjouir de ce que la place de la propriété intellectuelle donne lieu désormais à un débat de société qui sort du cénacle des initiés. A nous d'y prendre une part active !</p> <p>Les étudiants du master II y prennent la leur en développant cette revue qui témoigne de leur appétit pour la matière comme de leur capacité d'analyse juridique. « Pour distinguer l'extérieur d'un aquarium, mieux vaut ne pas être poisson » écrivait Malraux ; s'ils ne sont pas encore immergés dans l'aquarium de la propriété intellectuelle, ils nous prouvent par leurs articles qu'ils savent en mesurer la profondeur des eaux !</p> <p style="text-align: right;">Alain Girardet <i>Premier Vice-Président du Tribunal de grande instance de Créteil, Professeur associé à l'Université Paris XII</i></p>
---	---

La chronique du mois : mode et propriété intellectuelle

Christian Dior, Yves Saint-Laurent, Chanel, Céline, Hermès... Ces grands noms de l'industrie du luxe nous présentent deux fois par an, selon le règlement du syndicat de la Haute couture française, au cours de somptueux défilés, leurs nouvelles créations qui dicteront les tendances des mois à venir.

Vous n'avez pas les moyens de vous offrir « LA » petite robe noire de chez YSL ou « LE » costume Dior ? Qu'importe, puisque la grande distribution vous les fournira très vite à un prix défiant toute concurrence !

Palimpseste vous dévoile les dessous de la protection juridique des défilés et des créations de mode afin de porter l'inspiration d'un modèle de luxe en toute légalité ! Du défilé au cintre de votre dressing, petite rétrospective de la protection de la mode par le droit de la propriété intellectuelle...

Le défilé : protection d'une orchestration originale d'une combinaison d'éléments par le droit d'auteur

Confortablement assise au premier rang, lunettes noires au bout du nez, une créature longiligne fait son apparition sur le *catwalk* sous le halo des flashes qui crépitent... Le défilé commence ! Décors, effets de lumière, musique, mise en scène : le défilé est une orchestration originale d'un ensemble d'éléments. Cette combinaison d'éléments portée à la connaissance du public constitue-t-elle une œuvre protégeable par le droit ?

L'article L112-2 du CPI, qui énumère les œuvres susceptibles d'être protégées par le droit d'auteur, ne fait pas mention du défilé de mode. Mais l'utilisation dans cet article de l'adverbe *notamment* permet d'en déduire qu'il ne s'agit pas d'une liste exhaustive. Ainsi, le défilé sera protégé dès lors qu'il respecte les conditions classiques permettant de bénéficier du statut d'œuvre. En effet, l'article L112-1 du CPI protège toutes les œuvres de l'esprit quels qu'en soient le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination, à la double condition d'être originales et marquées de l'empreinte de la personnalité de l'auteur.

Le défilé protégé doit s'appréhender comme une œuvre collective : une œuvre créée sur l'initiative d'une personne physique ou morale qui l'édite, la publie et la divulgue sous sa direction et son nom et dans laquelle la contribution personnelle des divers auteurs participant à son élaboration se fond dans l'ensemble en vu duquel elle est conçue, sans qu'il soit possible d'attribuer à chacun d'eux un droit distinct sur l'ensemble réalisé (art.L113-2 al 3 CPI).

En conséquence, la propriété littéraire et artistique sur l'ensemble du défilé appartiendra *ab initio*, par le biais d'une fiction légale, à la maison de couture qui l'a commandé. Cette dernière devra autoriser l'exploitation du défilé dont la diffusion s'analyse comme une reproduction au sens de l'article L122-3 du CPI. Dès lors, la maison de couture aura un monopole sur toutes les formes d'exploitation : diffusion télévisée, diffusion à partir d'un site Internet, reproduction par photographie ou croquis.

Le tribunal de grande instance de Paris a ainsi eu l'occasion, dans sa décision en date du 22 février 1999, de condamner la chaîne de télévision FASHION TV pour contrefaçon de marque, de modèles et de droit d'auteur pour avoir notamment proposé à la vente en ligne, une cassette vidéo pirate représentant un défilé de Jean-Paul Gaultier (*TGI Paris, 22/02/1999, Expertise 1999 p.319, confirmé par CA Paris, 14° ch., 13/10/1999. Com.com.électr. 2000, comm.2, note C. Caron*).

Cependant, les photographes de mode bénéficient d'une tolérance dès lors que leurs photographies sont destinées à des fins artistiques ou documentaires et ne dépassent pas le nombre de sept exemplaires.

La reproduction du défilé sans autorisation sera illicite à moins d'être l'objet d'une copie privée destinée à l'usage du cercle de famille (art. L122-5 CPI).

Si la maison de haute couture est bien titulaire des droits sur l'ensemble du défilé au titre du régime de l'œuvre collective, les divers contributeurs conservent néanmoins le droit d'exploiter leur propre contribution, indépendamment de leur qualité de salarié. Cependant, le créateur de mode, chef d'orchestre du défilé, doit être pris isolément. Conformément à l'article L111-1 du CPI, la maison de couture devra se faire céder les droits du styliste, salarié, par contrat distinct. Ce contrat de cession des droits d'auteur doit faire l'objet d'un formalisme rigoureux : chaque droit cédé doit être mentionné de façon distincte et délimitée. Toutefois, une jurisprudence récente de la 4ème chambre de la Cour d'Appel de Paris en date du 16 février 2005 vient ébranler ce principe en décidant qu'elle telle cession sur un modèle n'est soumise à aucune forme (*Com.com.électr. n°11, nov.2005, comm.169, obs. C. Caron*).

Les créations de mode : une protection multiple par les droit d'auteur, droit des dessins et modèles, droit des marques

Une fois le défilé terminé, les vêtements créés ont vocation à être distribués en boutique, achetés et portés par des *fashionistas*... Immanquablement, toutes

les femmes n'auront pas la possibilité de s'offrir la création siglée de leur rêve ! Toutefois mesdames rien n'est perdu ! Ne vous découragez pas ! En effet, la haute couture est source d'inspiration pour toutes les entreprises créatrices de mode à la chaîne et certains stylistes, à l'instar de Karl Lagerfeld et Stella McCartney savent s'y épanouir.

Les créations de mode sont principalement protégées par le Livre V du code de la propriété intellectuelle relatif au droit des dessins et modèles dès lors qu'elles répondent à trois conditions classiques : constituer une création (art. L511-1 CPI), que cette création soit nouvelle et qu'elle dispose d'un caractère propre (art.L511-2 CPI).

Plus particulièrement, la nouveauté, condition fondamentale à toute protection par le droit des dessins et modèles, bien que non spécifique aux créations de mode, s'avère plus difficile à appréhender dans ce domaine. En effet, les créateurs vont s'inspirer du goût du moment, d'où une certaine ressemblance entre les divers modèles. Bien que la nouveauté naisse classiquement de l'absence du constat dans l'art antérieur de tout objet d'apparence similaire, l'inspiration momentanée propre au domaine de la mode commande une appréciation de la nouveauté en fonction de la combinaison nouvelle d'éléments connus (*Par exemple : CA Paris, 4/12/1973 ; RIPIA 1975, p.21 à propos d'un modèle de tee-shirt comportant, réunies en une combinaison jamais réalisée, des caractéristiques tenues par son créateur pour isolément connues*). En revanche, l'existence d'une création et l'appréciation de son caractère propre n'appellent pas de remarques spécifiques en ce domaine.

Une fois ces conditions remplies et le dépôt effectué (art. L511-9 CPI), la création sera protégée pendant 5 ans, renouvelables jusqu'à un maximum de 25 ans (art.L513-1 al 1 CPI).

Il est cependant possible de contourner cette formalité de dépôt depuis l'ordonnance du 25 juillet 2001 transposant la directive du 13 octobre 1998 sur les dessins et modèles industriels. En effet, indépendamment de tout dépôt à l'OHMI, la divulgation d'une création nouvelle disposant d'un caractère propre dans un pays de l'Union Européenne quel qu'il soit, fait naître un droit de dessins et modèles communautaires non enregistrés (DMCNE) opposable à tous les pays de l'UE pour une durée de trois ans. En outre, le titulaire du DMCNE pourra le transformer en dessin et modèle enregistré dans les un an à compter de la première divulgation, délai lui permettant de vérifier si le modèle rencontre le succès escompté et de retenir ses investissements.

La création peut également être protégée de

façon cumulative sur d'autres fondements que le livre V du code de la propriété intellectuelle.

Au titre du droit d'auteur : en application de la théorie de l'unité de l'art, la création de mode bénéficiera de la protection du livre I du code de la propriété intellectuelle sous condition d'originalité et d'empreinte de la personnalité de l'auteur (70 ans post-mortem, art. L123-1 al 2 CPI).

Au titre du droit des marques : en vertu de l'article L711-1 du CPI une création de mode peut toujours être protégée par le biais de la marque tridimensionnelle, sous réserve d'être distinctive et que sa forme ne confère pas sa valeur substantielle à la création (10 ans renouvelables à l'infini, art. L712-1 al 2 CPI). Mais en pratique, un vêtement ne pourra remplir cette fonction distinctive et seuls certains éléments originaux qui le composent pourront être enregistrés à titre de marque. C'est le cas par exemple des surpiqûres du jean Levi's (*CA Paris, 12 juin 1990, Seror c/LS ; Annales PI, 1992, p.13*) ou du cuir épis de Louis Vuitton (*CA Paris, 7 fév. 1996, Stocks sacs c/ Louis Vuitton ; PIBD, 1996, III, p.354*). Cette possibilité permettra de protéger l'élément distinctif du modèle souvent copié par les contrefacteurs.

Mesdames, Messieurs, les créations de mode faisant l'objet d'une protection étendue, prenez garde de ne pas céder à la tentation d'une copie rapportée d'une contrée voisine de la nôtre, vous risqueriez de le regretter lors de votre passage en douane !... Bon shopping !...



Camille LENOBLE



Anne-Claire DUBOIS

L'article du mois

La protection du design automobile : une citadelle encore en construction ?

Le 17 janvier dernier se déroulait au Grand Palais le 21ème Festival Automobile International. Sous la célèbre verrière du VIIIe arrondissement parisien se trouvaient alors réunis les plus grands noms du design automobile, qui assistaient à la remise de prix décernés aux créateurs du plus bel intérieur, du plus beau concept car ou encore du plus beau design.

Il ne suffit pas de se laisser aller à la rêverie que suggère ce monde de beauté industrielle. Encore faut-il penser à offrir à cette dernière la protection qu'elle nécessite. Alors comment Giorgetto Giugiaro, lauréat du prix du plus beau design, assure-t-il la protection de ses créations, qui représentent tellement, tant sur le plan de l'effort créatif que sur celui de l'investissement économique ?

Certes, l'industrie automobile est l'objet de nombreux droits de propriété industrielle sur le terrain du droit des brevets, pour ce qui est des inventions remplissant les conditions de la protection. Mais il s'agit ici d'envisager l'aspect esthétique et artistique de l'industrie automobile, en donnant un bref aperçu de ce que génèrent les multiples créations des designers automobiles.

La protection est, pour ainsi dire, à hauteur de l'effort créatif et de l'investissement que supposent les pièces magnifiques présentées, car celles-ci (carrosserie, optiques de phares, tableau de bord, matières choisies...) peuvent être protégées par plusieurs biais :

Le droit spécifique des dessins et modèles, tout d'abord, est celui qui apparaît comme le plus idoine vis à vis du type de création en question. Sont en effet visés les « objets d'art appliqué présentant une forme à la fois fonctionnelle et industrielle mais aussi esthétique », selon la définition d'Hélène Gaumont Prat. Or, il apparaît que les carrosseries automobiles, qu'elles appartiennent à un véhicule de tourisme ou à un concept-car, relèvent bien de cette catégorie. Il s'agit de modèles pensés et réalisés selon des considérations tant fonctionnelles qu'esthétiques. Par exemple, les constructeurs doivent respecter certaines exigences communautaires lorsqu'ils conçoivent des boucliers, ceux-ci devant être conformes aux normes de sécurité qui imposent un certain arrondissement des formes, mais cette exigence se combine à une recherche de beauté innovante, et ce ratio révèle le caractère indéniable d'objet d'art appliqué que revêt le design automobile.

En vertu du principe de l'unité de l'art, selon lequel la protection par le droit d'auteur est accordée à toute forme originale, sans tenir compte de sa destination ni de son mérite, les dessins et modèles de l'industrie automobile reçoivent une double protection : la protection issue du droit spécifique et formaliste des dessins et modèles, ainsi que la protection automatique du droit d'auteur, née de la création. Un tel cumul, favorable aux designers, est prévu à l'article L.513-2 du CPI.

Il ne s'agit pas ici d'étudier une à une les diverses conditions requises pour accéder à chacune des protections évoquées, mais bien de dresser un panorama des différents pare-feux qui sont susceptibles de venir au secours des intérêts des constructeurs, qui, de façon légitime, s'attendent à bénéficier d'un monopole fiable juridiquement sur leurs onéreuses créations. La question

se pose, par ailleurs, de savoir si les formes des carrosseries peuvent être protégées au titre du droit des marques, sur le fondement de la marque tridimensionnelle. Les carrosseries doivent-elles bénéficier de la protection par la marque tridimensionnelle ? A l'heure actuelle, la solution est controversée; la fonction essentielle de la marque étant de garantir l'identité d'origine du produit, on peut se demander dans quelle mesure le public assimile telle carrosserie ou tel tableau de bord à tel ou tel constructeur. Certes, cette possibilité paraît limitée en présence de concept-cars, puisqu'ils ont tendance à n'être véritablement connus que d'un public très restreint, elle semble, en revanche, plus facilement concevable pour les véhicules de tourisme, puisque ceux-ci sont commercialisés à grande échelle et donc largement connus du public pertinent. Ceci dit, un consommateur qui voit telle calandre dans la circulation va-t-il de suite l'assimiler à tel constructeur ? La réponse est discutable et mérite plus ample réflexion. Notons toutefois que le TPICE a admis à propos d'une marque figurative constituée par le dessin de la célèbre calandre Jeep, que celle-ci « n'a plus une fonction uniquement technique et est devenue un élément essentiel de l'aspect du véhicule et de la différenciation entre les modèles », à cela, il ajoute que la calandre est « capable d'influencer sur la mémoire des consommateurs en tant qu'indication commerciale, et, de ce fait, de différencier les véhicules » Jeep des autres véhicules (TPICE, 6 mars 2003, Daimler Chrysler Corp. c/ OHMI, aff. T-128/01, Propr. Intell. octobre 2003, n°9, obs. I. de Medrano Caballero).

Enfin, les pièces de carrosserie peuvent être protégées par le secret. A l'inverse du droit des dessins et modèles ou du droit d'auteur, le secret ne confère pas de monopole légal ; ceci dit, il a une importance pratique considérable car la violation du secret peut être sanctionnée. L'article 39 des accords ADPIC prescrit que les États protégeront les renseignements non divulgués notamment par le biais de la concurrence déloyale. La protection par le know-how et par le secret de fabrique permet donc aux industriels d'optimiser la protection de leurs créations, en « verrouillant » les contrats par des clauses de secret, dès lors que ce qui est protégé répond à la définition de chacun de ces deux éléments. Or, le Règlement européen n° 240/96 du 31 janvier 1996 définit le know-how, comme un « ensemble d'informations techniques qui sont secrètes, substantielles et identifiées ». Ceci visant des procédés de fabrication, des systèmes abstraits, ou encore des programmes, le savoir-faire pourra protéger indirectement les créations résultant des équipes de designers, puisque la technique informatique est aujourd'hui considérablement utilisée pour développer carrosseries et concept-cars.

Si la noble apparence des automobiles trouve, au final, une protection plutôt satisfaisante de ses formes, la partie cachée, en revanche, peine parfois à obtenir la protection qu'elle devrait susciter.

Coffre blindé sur le contenant, courant d'air sur le contenu... Ceci est un autre débat...



Claire Tchekmeian

L'arrêt du mois

Protection effective d'une fragrance de parfum par le droit d'auteur***Cour d'appel de Paris, 25 janvier 2006, SA L'Oréal et autres c/ Société Bellure NV***

La Cour d'appel de Paris a pour la première fois, dans un arrêt en date du 25 janvier 2006, mis en œuvre la protection d'une fragrance par le droit d'auteur.

En 2003, la société l'Oréal avait attaqué la société Bellure pour contrefaçon de plusieurs de ses parfums. L'Oréal invoquait à l'appui de son action divers droits de propriété intellectuelle et notamment des droits d'auteur sur les fragrances présumées contrefaites.

En première instance, les juges du fond (*TGI Paris, 3^{ème} ch., 26 mai 2004, SA l'Oréal et a. c/ Sté Bellure NV et a., JCP éd. G, 2004, p.1697*) avaient fait droit à la demande de l'Oréal sur le terrain du droit des marques, des dessins et modèles et de la concurrence déloyale mais avaient rejeté ses prétentions en matière de droit d'auteur, faute pour la demanderesse de prouver l'originalité de ses fragrances.

La Cour d'appel réaffirme le principe de protection des fragrances par le droit d'auteur, précédemment admis par les juges du fond : « un parfum est donc susceptible de constituer une œuvre de l'esprit protégeable au titre du livre I du Code de la propriété intellectuelle, dès lors que, révélant l'apport créatif de son auteur, il est original ».

L'originalité d'un parfum ne doit pas être appréciée par rapport à sa composition chimique mais par rapport au message olfactif, à la fragrance : toute la difficulté étant de distinguer ce qui relève du savoir faire non protégeable et de l'apport créatif de l'auteur dans l'agencement des matériaux odorants. C'est parce qu'il franchit cet obstacle, dû à la spécificité de la perception de la création olfactive, que cet arrêt est fondamental.

La Cour estime, qu'en l'espèce, la forme des œuvres revendiquées n'est pas indéterminée, nonobstant le caractère éphémère du parfum, puisque les fragrances sont « identifiables par leur architecture olfactive ».

Ces fragrances doivent ainsi bénéficier de la protection par le droit d'auteur car « l'existence de familles de parfums n'exclut pas que les fragrances qui s'y rattachent par l'emprunt de leurs composants dominants, soient protégeables, dès lors qu'elles sont le fruit d'une composition inédite d'essences dans des proportions telles que leurs effluves, par les notes olfactives finales qui s'en dégagent, traduisent l'apport créatif de l'auteur, ce qui est le cas en l'espèce ».

La proximité olfactive des parfums et des produits prétendument contrefaisants a été prouvée à l'aide d'une analyse sensorielle et physico-chimique, technique permettant de procéder à une comparaison objective des fragrances. La Cour a alors pu caractériser la contrefaçon.

Il est toutefois à noter que la Cour emploie indifféremment les termes de fragrance, parfum et jus alors que l'objet de la protection est la fragrance, et non la composition chimique ou jus, assemblage de substances odorantes support du message olfactif concret.

Jurisprudence :

- *Jurisprudence refusant la protection des parfums par le droit d'auteur :*

CA Paris, 3 juill.1975 : Gaz. Pal. 1976, I, p 43, note J.Calvo et G. Morelle ;

TGI Paris, 5 nov. 1997 : PIBD 1998, n°649, III, p.142.

- *Jurisprudence admettant la protection des parfums par le droit d'auteur :*

T. com. Paris, 24 sept. 1999 : Com.Com.électr.avr.2000, p.20, note Ch. Caron ;

TGI Paris, 26 mai 2004, D. 2004, jurispr., p.2641, note J-C Galloux ;

TGI Paris, 4 juin 2004, Propr. intell. 2004, n°13, p. 907, note P. Sirinelli ;

CA Paris, 17 sept. 2004, Propr. intell. 2005 n° 14, p.47, note P. Sirinelli.

Bibliographie :

S. Balañá, L'industrie du parfum à l'assaut du droit d'auteur...fumus boni juris ?, Propr. intell. 2005, n°16, p. 254 ;

J.-Cl. Prop. Litt. et art., fasc.1134, n°83, fasc.1135, n°12 à 17 ;

E. Glemas, La protection du parfum par le droit d'auteur, RDPI 1997, n°82, p.36.



Claire Pinson

La fiche technique

Jurisprudence

Précisions sur le point de vue du consommateur dans l'appréciation du risque de confusion

CJCE, 12 janvier 2006, affaire C-361/04, Picasso c/ Picaro

Dans l'affaire qui opposait les héritiers de Pablo Picasso, titulaires de la marque « Picasso » couvrant les véhicules automobiles, au constructeur automobile DaimlerChrysler, la Cour de justice des communautés européennes s'est prononcée en faveur de l'utilisation par ce dernier de la marque Picaro pour des produits identiques. Elle précise par la même occasion que, lors de l'appréciation globale du risque de confusion, il y a lieu de tenir compte du degré d'attention du public pertinent lors de l'achat en raison de la nature des produits concernés. En l'espèce, l'achat d'une voiture, produit cher et de haute technologie, requiert un niveau d'attention très élevé rendant le risque de confusion entre les deux marques très peu probable. La Cour précise également que, s'il se trouve toujours des situations dans lesquelles le public confronté aux marques et aux produits en cause ne leur accorde qu'un faible niveau d'attention, exiger la prise en compte du degré d'attention le plus faible dont le public est susceptible de faire preuve reviendrait à dénier toute pertinence au critère tiré du degré d'attention variable en fonction de la catégorie du produit. (www.europa.eu.int)

TPICE, 12 janvier 2006, affaire T-147/03, Quantième c/ Quantum

Cette affaire opposait la marque « Quantum » déposée par Leclerc pour des produits d'horlogerie et la marque antérieure « Quantième » couvrant les mêmes produits. Malgré des similitudes visuelles et phonétiques, le Tribunal estime que la signification des signes en conflit ne sera pas immédiatement comprise par le consommateur moyen français, notamment en raison des domaines techniques et spécialisés dans lesquels les termes sont employés. Si, dans le cadre de l'appréciation globale du risque de confusion, le poids respectif à accorder aux aspects visuels, phonétiques et conceptuels peut varier en fonction des conditions objectives dans lesquelles les marques peuvent se présenter sur le marché, les modalités de commercialisation des produits désignés par la marque antérieure ne permettaient pas d'exclure tout risque de confusion entre les signes. (www.europa.eu.int)

Liens commerciaux et responsabilité de Google

TGI, Paris, 8 décembre 2005

Dans un jugement du Tribunal de grande instance de Paris en date du 8 décembre 2005, les juges du fond ont écarté le grief de contrefaçon à l'encontre de Google qui avait proposé à la société Cartaphone, spécialisée dans le commerce des produits téléphoniques, le mot clé « Kertel » reproduisant la marque Kertel dont la société Kertel, spécialisée dans le commerce des cartes téléphoniques prépayées, était titulaire. Les juges de première instance ont en effet considéré que si Google utilise la marque « Kertel » pour référencer et présenter les liens commerciaux de la société Cartaphone, cet usage de signe ne s'accompagne d'aucune proposition de produits ou services visés à l'enregistrement de la marque opposée, mais participe d'une activité de prestataire de services de publicité. En revanche, les juges retiennent que la société Google a commis une faute à l'égard de la société Kertel qu'elle connaissait nécessairement pour l'avoir référencée, dans la mesure où le moteur de recherche a favorisé une activité contrefaisante pour les besoins de leur activité publicitaire. Le tribunal semble ainsi s'écarter de la position qu'il avait adopté le 4 février 2005 dans l'affaire Louis Vuitton, où il estimait que Google avait commis des actes de contrefaçon par imitation de la marque du malletier. (www.legalis.net)

Brève

Décret sur la compétence des juridictions en matière de propriété industrielle

Le décret n°2005-1756 du 30 décembre 2005, entré en vigueur le 1^{er} janvier 2006, établit la liste et le ressort des juridictions spécialisées notamment en matière de propriété industrielle. Il fixe le siège et le ressort des tribunaux de grande instance compétents en matière de brevets, certificats d'utilité, certificats complémentaires de protection et topographie des produits semi-conducteurs. Le nombre de ces tribunaux est limité à sept : Bordeaux, Lille, Lyon, Marseille, Paris, Strasbourg et Toulouse. (www.legifrance.gouv.fr)



Camille COSTE



Marion COURTIER

L'interview



*Michel HUET,
Avocat à la Cour, Docteur en droit,
Vice président de l'association française de droit de la construction*

Pouvez-vous nous présenter votre parcours en quelques mots ?

C'est le parcours du hasard. Une rencontre : un ami de Paris II m'a proposé un poste d'enseignant à l'école d'architecture de Versailles, et la même semaine une autre amie m'offre un poste dans la promotion immobilière. Pendant une dizaine d'année, j'ai donc mené une double carrière, et, en même temps, j'ai préparé ma thèse de doctorat d'Etat sur « **Architecture et droit d'auteur** ». Puis je crée mon cabinet, en me spécialisant sur la création architecturale et urbaine notamment. Je deviens par ailleurs avocat de la Société des Gens de Lettres et de la SCAM. J'acquies ensuite ma notoriété avec une discipline peu explorée en France et dans le monde : le droit de l'architecture. Celui-ci se compose selon moi de trois piliers : la création, l'histoire, et la production entre la création et le système industriel et financier, un lien étroit devant toujours subsister entre la conceptualisation et l'opérationnel. Je continue à écrire de nombreux articles et ouvrages, dans lesquels je mets l'accent sur des questions récurrentes pour les professionnels, auxquelles je tente de répondre dans un langage simple et concret. Tel l'architecte je raisonne en termes de projet, afin de donner un sens à ces questionnements.

Vous êtes l'auteur de l'ouvrage « Droit de l'architecture ». Croyez-vous en l'émergence de ce droit, en tant que discipline autonome ?

Elève du Professeur Roger Saint-Alary, j'ai été très tôt sensibilisé au caractère transversal du droit de la construction, mêlant étroitement droit privé et droit public. Mais l'architecture, tout en gardant ce caractère transversal, se distingue cependant de la construction en ce qu'elle a vocation, non seulement à habiller un bâtiment, mais encore à « faire habiter » des gens. L'architecture a une vocation sociale : celui qui conçoit l'habitat doit penser le projet de vie de la personne, selon ses besoins et ses désirs. La création est au service de l'habitant.

Vous parlez également de droit de l'urbain. Pouvez-vous nous éclairer sur cette notion ?

Dans « **Droit de l'urbain, de l'urbanisme à l'urbanité** », je me suis inscrit dans un mouvement qui tendait à prendre ses distances avec la notion d'urbanisme, et ce, trois ans déjà avant la promulgation en 2000 de la Loi Solidarité et Renouvellement Urbain. L'urbanisme est en effet une discipline basée avant tout sur le pouvoir foncier et sur le pouvoir politique. Or, le projet urbain est une création de l'esprit, comme l'a confirmé l'arrêt Martinez (Cass. Crim., 24 septembre 1997, Gaz. Pal. 1998, 2, jur., p.529, n. J-Ph. Leclerc), arrêt qui fait de la conception de l'espace urbain le lieu d'une protection de droit d'auteur. Concevoir l'urbain, c'est en effet autre chose que l'urbanisme. Faire un projet architectural ou urbain, c'est également diffuser la culture. En ce sens, j'ai conçu ce droit urbain comme une provocation au système actuel, privilégiant l'idée qu'il faut penser la vie et la ville autrement en revendiquant la méthode utopique chère à Thomas More.

Quelle est, selon vous, la place du droit d'auteur dans le droit de l'architecture ? Peut-il être invoqué efficacement en cas de contentieux ?

Depuis 5 ans environ, je constate, un développement exponentiel du droit d'auteur en matière d'espaces publics urbains. Les aménageurs et maîtres d'ouvrages commencent même à le prendre en considération, alors qu'ils l'ont longtemps réfuté, arguant d'une atteinte aux prérogatives de puissance publique. Aujourd'hui, le droit d'auteur est un élément incontournable dans les contrats et les marchés. Néanmoins, incontestablement, il y a une détérioration de l'application du droit d'auteur dans le cadre de l'architecture. La crise du « droit d'auteur à la française » se ressent en effet jusque dans ce domaine : l'expertise tend à devenir le mode commun d'appréciation du caractère protégeable ou non d'un bâtiment, le critère d'utilité pollutant celui de l'originalité. L'arrêt Bonnier c/ Bull (Cass. 1^{ère} Civ., 7 janvier 1992, Bull. civ. I, n°7 ; D. 1993, p.522, note Edelman) illustre ce phénomène : la vocation utilitaire de

l'immeuble peut autoriser une atteinte au droit moral. Mais nous sommes ici au cœur d'un conflit de droits, qui oppose le désir d'intangibilité du créateur à la nécessaire adaptation du bâtiment au mode de vie des personnes. Celui qui crée doit absolument écouter les désirs de la personne.

En ce sens, j'ai plaidé, dans une affaire récente concernant la Place Stalingrad à Paris, en faveur de la modification de l'aménagement initial, rendue indispensable par des impératifs de sécurité publique. Mais et surtout, le Tribunal a rendu un jugement fort, (TGI Paris, 16 décembre 2005, inédit, susceptible d'appel) puisque sans méconnaître le droit moral de l'architecte il a privilégié ici la modification du nouveau projet du bassin de la Villette.

On assiste à une mise en jeu de plus en plus courante de la responsabilité de l'architecte. Que pensez-vous de ce phénomène ?

Le problème est que les architectes n'ont plus du tout le même champ de mission que celui qu'ils avaient au XIXe siècle ou même jusque vers les années 1980. Aujourd'hui, on ne lui donne plus la mission de direction de travaux, ce que l'on appelait auparavant la « mission complète » ou « de maîtrise d'œuvre ». Eux-mêmes, d'ailleurs, y renoncent parfois, au bénéfice d'autres constructeurs que sont les bureaux d'étude. Leur pouvoir s'amenuise, alors que leur responsabilité reste aussi forte. Ceci concerne la responsabilité décennale de l'article 1792 C.civ.

Par ailleurs, la responsabilité civile professionnelle se développe à grands pas. Il y a de plus en plus de mise en cause des architectes sur le terrain du dépassement du coût, et concernant les pertes d'exploitation, alors qu'ils ne sont pas toujours assurés pour assumer ce risque.

Pour conclure, si vous deviez retenir une citation correspondant à votre activité, laquelle serait-elle ?

« L'architecture, c'est une contrainte épousée par une tendresse » (André Bruyère).

Quelques repères bibliographiques :

L'architecte auteur, Michel Huet, Éditions Le Moniteur, à paraître en décembre 2006

Droit de l'architecture, Michel Huet, 3^{ème} édition, Economica, 2001

L'architecte maître d'œuvre, Michel Huet, 2^{ème} édition, Le Moniteur, 2004



Géraldine Fercocq



Véronique Morot