



Palimpseste



REVUE COMMUNICATION COMMERCE

ÉLECTRONIQUE

Revue des étudiants du Master 2 Droit de la Propriété Intellectuelle Appliquée, Université Paris-Est

Direction du Master : Professeur Christophe Caron

Sommaire

- Chronique du mois** Les conséquences pratiques de la directive du 17 avril 2019 sur les youtubeurs.....p.2
- Article** Proposition sénatoriale : un droit de suite pour la cession de livres ! p.6
- Décision du mois** Consécration d'un droit au brevet à un cessionnaire sur les inventions de missions des salariésp.4
- Focus** Films more quickly available from your sofa : the new media chronologyp.7
- Contribution d'un ancien du Master** Victoire Rondeaup.5
- Interview** Isabelle Robinp.8

Editorial



Lucie Dangles et Mélanie Dinh

Rédactrices en chef de la Revue



Les rédactrices en chef de la revue Palimpseste ont l'honneur de rédiger l'éditorial de cette édition. Le temps pour nous de témoigner, au nom de la promotion, de notre expérience au sein de ce master, alors que la période d'examen touche à sa fin.

Après une année rythmée par la visioconférence et la distanciation sociale, nous avons eu la chance de retrouver les salles de classe, profiter de la présence des professeurs, et redécouvrir l'opportunité de tisser des liens avec nos camarades, devenus amis au fil du temps.

La richesse de ce master tient à la diversité de ses enseignements. Du droit d'auteur au droit de la propriété industrielle en passant par le droit de la concurrence, droit fiscal ou encore droit international privé, nous avons bénéficié d'enseignements toujours pertinemment appliqués à la propriété intellectuelle et mêlant théorie, pratique et stratégie.

L'ensemble des étudiants de la promotion Eurydice se joint à nous pour remercier tous les enseignants et les intervenants venus nous partager leurs expériences, leur savoir, et contribuer à notre formation afin de mieux intégrer le monde professionnel.

C'est avec plaisir, que nous vous avons régulièrement partagé cette revue juridique Palimpseste, nous permettant de s'exprimer sur les actualités de ce domaine. Nous aimons être à la tête de la rédaction de ce travail collectif, rôle que nous assurerons pour encore quelques éditions avant de passer la main à la promotion suivante. Nous les encourageons vivement à continuer de faire vivre cette revue et profiter de cette opportunité enrichissante.

C'est maintenant avec toutes les cartes en mains que nous nous en allons vers nos stages respectifs, avant d'entrer pour certains dans le monde professionnel, et pour d'autres, tenter l'aventure de l'avocature ou encore de la recherche.

L'équipe Palimpseste

L'association LEXPIA

Rédactrices en chef

Mélanie Dinh
Lucie Dangles

Président

Rayane Rahmouni

Vice-présidente

Myriam Chukoury

Secrétaire générale

Marion de Beaufort

Trésorière

Nadine Bitar

Directrice artistique

Constance Legraverend

Webmaster

Antoine Draghi

Chargée événementiel

Orlane Périnet

Responsables communication

Alba Cruz
Carel Abi Nader

Retrouvez votre revue sur le site:

www.masterpia.com

Les conséquences pratiques de la directive du 17 avril 2019 sur les youtubeurs

#SaveYourInternet, vous avez sans doute vu passer ce hashtag sur les réseaux sociaux, à la télévision ou dans de nombreux articles ... À la mi-novembre 2018, YouTube a lancé cette campagne en guise de protestation contre l'article 13, devenu article 17 de la directive DAMUN 2019/790 du 17 avril 2019. À cet égard, la gérante de YouTube France a invité les utilisateurs à promouvoir ce mouvement auprès de leur "communauté" afin qu'elle signe la pétition contre cette directive.

Mais qui sont ces utilisateurs ? Les Youtubeurs, autrement appelés « créateurs de contenus », sont à l'initiative de la création de vidéos destinées à être publiées sur YouTube. Certains en ont fait leur métier, tandis que pour les amateurs, cette activité reste uniquement une passion.

Professionnels ou amateurs, il arrive régulièrement que ces créateurs de contenus utilisent, dans leurs vidéos, des œuvres protégées par les droits d'auteur et/ou droits voisins. Pendant longtemps, YouTube, comme d'autres plateformes, a bénéficié du statut d'hébergeur lui permettant ainsi d'échapper à toute responsabilité pour le contenu posté sur celle-ci.

À l'origine, le statut d'hébergeur n'avait pas été pensé pour ces plateformes du web 2.0, mais c'était sans compter sur la directive 2019/790 du 17 avril 2019 qui prévoit, en son article 17, une nouvelle responsabilité pour ces plateformes dites « fournisseurs de partage de contenus en ligne ».

Que prévoit l'article 17 ? Les plateformes doivent obtenir l'accord des ayants-droit pour l'utilisation de leurs œuvres, notamment par le biais d'une licence. Toutefois, si aucun accord n'est conclu et que le contenu protégé est tout de même publié sur la plateforme, celle-ci est alors responsable, sauf si elle prouve qu'elle a fait ses meilleurs efforts pour : obtenir un accord, garantir l'indisponibilité de l'œuvre protégée, et a supprimé promptement celle-ci, dès réception de la notification de la part du titulaire des droits.

La doctrine ayant brillamment exposé les conséquences de l'article 17 pour les plateformes et les ayants-droit, il paraît opportun de mettre en lumière les contestations des Youtubeurs et les conséquences pratiques de cette directive sur leur activité.

Content ID - Afin d'éviter d'engager sa responsabilité, YouTube a pris des mesures anticipatives lui permettant de se conformer à la directive DAMUN. Pour ce faire, la plateforme a étendu l'application de Content ID (CJUE, YouTube, Elsevier et Cyando, 22 juin 2021, aff. C-682/18

et C-683/18) à un maximum de contenus postés, qui autrefois passaient entre les mailles du filet. Ce système de prise d'empreinte numérique a eu pour effet d'accentuer, au détriment des utilisateurs, la démonétisation de leur contenu, c'est-à-dire que tous les revenus tirés de la vidéo iront à l'ayant-droit.

Cependant, la directive est d'autant plus sévère en ce qu'elle ne prévoit pas la démonétisation des vidéos, les fournisseurs de partage de contenus en ligne étant dans l'obligation de bloquer, voire supprimer, le contenu pour lequel ils ont reçu une réclamation de la part des titulaires de droits.

YouTube étant dans l'impossibilité de contrôler plus de 400 heures de vidéos par jour, l'intelligence artificielle bloque automatiquement un grand nombre de vidéos, sans vérifier s'il existe une atteinte effective aux droits d'auteur ou si la vidéo entre dans le champ d'une exception au droit d'auteur. Pourtant, la directive DAMUN reprend, en son article 17.5, les exceptions déjà prévues par la directive e-commerce. Certains Youtubeurs, tels que Joueur du Grenier, arguent que ces exceptions existent en droit, mais non en pratique : lorsqu'un utilisateur demande la rétraction de la réclamation d'un titulaire de droit au motif que sa vidéo entre dans le champ d'une exception, la plateforme accepte rarement une telle justification.

De plus, selon les témoignages de nombreux Youtubeurs, ce "surblocage" serait une entrave à la liberté d'expression et à la liberté d'Internet, ce qui est assez contradictoire avec l'objectif de la directive qui est de "*stimule(r) l'innovation, la créativité, l'investissement et la production de nouveaux contenus, y compris dans l'environnement numérique*" (considérant 2). Les Youtubeurs comparent ce surblocage à de la censure et estiment que cette directive limite leur créativité, alors même que YouTube se voulait être une plateforme de liberté. À titre d'exemple, le Youtubeur Joueur du Grenier considère que sa vidéo parodique de Harry Potter serait moins qualitative sans la musique du film, plongeant les spectateurs dans l'univers de la saga. La Pologne est d'ailleurs de cet avis puisqu'elle a introduit, le 24 mai 2019, un recours devant la Cour de justice de l'Union européenne, car elle "*présume en effet que le dispositif préventif de filtrage imposé par les dispositions relatives aux "best efforts" aboutira nécessairement à bloquer des contenus licites, violant donc la liberté d'expression des internautes*" (Filtrage des contenus par les plateformes contributives et liberté d'expression, Revue Légitime, #395, septembre 2021).

Entre démonétisation et blocage, quel est le meilleur choix ? L'article 17 aspirerait à une meilleure répartition au profit des ayants-droit. Toutefois, les créateurs de contenus, comme l'indique leur dénomination, créent du contenu, et sont, à ce titre, des ayants-droit qui peuvent également être protégés par le droit d'auteur et percevoir une juste rémunération (Arnaud Toulouse, « YouTube, Facebook, Twitch, Instagram : article 13/article 17, la fin de la liberté sur Internet ? »). En effet, cette démarche créative requiert énormément d'efforts intellectuels et de temps (pour trouver un thème, tourner la vidéo ainsi que la monter). Prenons une nouvelle fois pour exemple le Youtubeur Joueur du Grenier : ce dernier, connu pour ses vidéos à thème, passe plusieurs semaines, voire plusieurs mois pour réaliser ses vidéos. Qui plus est, l'effort créatif et l'empreinte de sa personnalité sont on ne peut plus présentes dans ses contenus. Dès lors, les Youtubeurs estiment qu'au vu de cet effort créatif et de la publicité qu'ils font à l'oeuvre originale, il est absolument injuste que la vidéo soit bloquée ou entièrement démonétisée, alors même que l'oeuvre incorporée n'apparaît que quelques secondes. Les créateurs de contenus, ainsi que certains avocats plaident pour un partage plus équitable des revenus qui fonctionnerait, par exemple, de la manière suivante : "calculer (...) si l'atteinte au droit d'auteur ou de marque dans la vidéo originale a eu une incidence sur l'intérêt de la vidéo et a pu générer un préjudice pour le titulaire du droit, de façon à calculer un pourcentage des revenus tirés de cette vidéo devant être reversés à l'auteur ou la marque" (Arnaud Toulouse, précité).

Ainsi, une "démonétisation proportionnelle" leur apparaît être une solution plus adaptée, contrairement à celle consistant à supprimer voire bloquer la vidéo, cela entraînant une absence de rémunération pour les Youtubeurs, mais également pour les ayants droits. De plus, la "démonétisation proportionnelle" garantirait davantage de sécurité juridique aux utilisateurs qui pourront alors anticiper le fait que leur vidéo sera démonétisée à proportion de l'utilisation de ladite oeuvre (par exemple, si pour une vidéo de 10 minutes il y a 1 minute où l'on entend une musique non-libre de droits, la démonétisation sera de 10 % au profit de l'ayant-droit). Le Youtubeur Paul Kebesa explique d'ailleurs que Sony et Universal ont préféré conclure des accords avec lui, plutôt que demander la suppression de sa vidéo.

Une différence de traitement entre les créateurs de contenu - La directive instaure une inégalité entre les créateurs de contenu amateurs et professionnels. Elle distingue deux cas de figure : lorsque le contenu est susceptible de porter atteinte au droit d'auteur, l'accord conclu par YouTube couvre la personne ayant créé le contenu, si cette personne n'agit pas à titre commercial ou que son activité ne génère pas de revenus significatifs. À l'inverse, lorsque la personne agit à titre commercial ou que son activité génère des revenus significatifs, l'accord conclu par la plateforme ne vaut pas pour le créateur de contenu, qui est alors obligé de conclure lui-même un accord avec les ayants-droit.

Cette distinction pose plusieurs problèmes pratiques. Tout d'abord, la grande majorité des Youtubeurs exercent une activité commerciale, grâce à des contenus sponsorisés ou via l'exercice de leur activité sous forme de société. Ainsi, seule une minorité de Youtubeurs sont concernés par cette exonération. De plus, même les créateurs que

l'on appelle "gros Youtubeurs" n'ont pas forcément les moyens de contracter avec tous les ayants-droit.

En second lieu, cette distinction crée une double insécurité juridique. D'une part, elle ne définit pas ce que sont des "revenus significatifs", ce que la Cour de justice devra sûrement éclaircir. En effet, les Youtubeurs ne savent pas précisément à partir de quel seuil ils sont dans l'obligation de demander des autorisations. D'autre part, il faut garder en tête que la célébrité sur les réseaux sociaux est facilement atteignable. Dès lors, si un amateur poste une vidéo sans aucun but commercial ou lucratif, et que sa vidéo devient virale et génère de surcroît des revenus significatifs, il peut se faire sanctionner, car il n'a pas demandé d'autorisation, alors même qu'il était exonéré en premier lieu. Il y a alors un effet rétroactif, créant un manque de prévisibilité certain.

Ainsi, il y a une certaine contradiction au sein de cette directive qui accorde d'un côté une exonération pour les Youtubeurs amateurs, mais impose d'un autre côté le filtrage pour tous les Youtubeurs sans exception. Les motivations ne sont-elles pas davantage économiques que juridiques ?

L'article 17 de la directive était une mesure nécessaire en ce qu'elle a permis aux droits d'auteur et droits voisins d'être réellement reconnus et respectés au sein de ces plateformes du web 2.0. Toutefois, l'application en pratique de la directive laisse quelques questions en suspens : le droit d'auteur tel qu'on le connaît aujourd'hui est-il adapté aux métiers de l'Internet ? Les exceptions aux droits d'auteur sont-elles réellement effectives sur Internet ? Ne serait-il pas nécessaire d'éduquer les Youtubeurs sur les questions de droit d'auteur ?



Myriam Chukoury



Nadine Bitar

Consécration d'un droit au brevet à un cessionnaire sur les inventions de missions des salariés

Cass. Com., 5 janvier 2022, n°19-22.030.

L'une des préoccupations en droit des brevets porte sur le droit pour un employeur de déposer en son nom un brevet sur une invention de mission de l'un de ses salariés. C'est la raison pour laquelle la Cour de cassation, dans un arrêt en date du 5 janvier 2022, opère un revirement de jurisprudence quant à la titularité de ce droit lorsqu'il est transféré à un tiers.

En 2005, un salarié est recruté en qualité de responsable de projet par la société Icare développement. Le salarié travaille sur une invention portant sur un dispositif portable de détection, d'alerte et de transmission d'informations relatives à une personne physique, qui fera l'objet d'un dépôt de brevet en France par son employeur. En 2006, la société Icare développement est en liquidation judiciaire et licencie économiquement le salarié. En plus d'embaucher le salarié licencié, la société Télécom Design, holding de la société Info Networks System (INS), devient cessionnaire des actifs incorporels de Icare développement comprenant le brevet déposé.

La société INS dépose un brevet dont le salarié est le co-inventeur puis un brevet européen visant la France ; le second brevet se substitue donc au premier. Toutefois, le salarié assigne les sociétés INS et Télécom Design pour obtenir le transfert de la propriété de ce brevet à son profit d'autant plus que le salarié avait déposé une enveloppe Soleau prouvant sa qualité d'inventeur du brevet.

Le 12 avril 2013, le Tribunal de grande instance de Paris reconnaît le salarié comme inventeur unique du brevet, qualifié d'invention hors mission attribuable, qui aurait été usurpée par INS. Le TGI de Paris ordonne donc le transfert du brevet au nom du salarié accompagné d'une indemnisation pour préjudice moral.

En revanche, la Cour d'appel reconnaît à la société INS la titularité du brevet et demande une rémunération complémentaire au salarié à titre de préjudice moral et de frais exposés.

Le salarié se pourvoit en cassation. Dans sa décision en date du 31 janvier 2018 (Cass. Com., 31 janvier 2018, n°16-13.262), la Cour de cassation casse partiellement la décision de la Cour d'appel en ce que « l'acquisition des éléments incorporels de l'actif d'une société, comprenant un brevet et le résultat de travaux effectués dans la continuité de ce brevet par un salarié investi d'une mission inventive qu'elle avait employé, ne confère pas au cessionnaire la qualité d'ayant droit de l'employeur, en sorte que ce cessionnaire, qui a déposé un brevet à partir de ces éléments, n'est pas fondé à opposer au salarié que l'invention, dont celui-ci est l'auteur et revendique la propriété, est une invention de mission lui appartenant ».

Cette décision a été renvoyée à la Cour d'appel de Paris (CA Paris, pôle 5 – ch. 1, 2 juillet 2019, n°18/04464) qui est hostile à la décision de la Cour de cassation. La Cour d'appel indique que l'invention n'a pas fait l'objet d'une demande de brevet mais elle constitue un « savoir-faire, actif incorporel appartenant à la société Icare développement » et aucune disposition ne s'oppose à la cession de cette invention dans le cadre d'une procédure collective.

Le salarié, fondant sa revendication sur le fait que son

invention est en réalité une invention libre car postérieure à son licenciement, soutient que les sociétés INS et Télécom Design n'ont pas qualité d'ayant droit de l'employeur. Le salarié forme donc un second pourvoi en cassation.

La Cour de cassation rejette le pourvoi du salarié au visa des articles L. 611-6 et L. 611-7,1° du Code de la propriété intellectuelle et opère à un revirement de sa jurisprudence en date du 31 janvier 2018. Dès lors, si l'inventeur est salarié et que l'invention est effectuée dans le cadre de son contrat de travail (invention de mission), le droit au brevet sur cette invention appartient à l'employeur. La Cour ajoute qu'« aucune disposition n'empêche [l'employeur] de céder ses droits à un tiers ». En somme, lorsqu'un salarié demande le transfert du brevet à son profit, le cessionnaire (ayant cause du cédant) qui dépose le brevet peut lui opposer la nature d'invention de mission protégée par le droit au brevet. Le salarié n'a donc pas, dans ce cas, de droit au titre sur son invention.

En l'espèce, l'invention ayant la nature « d'invention de mission », le droit au brevet appartenait à la société Icare développement. Les actifs incorporels de cette dernière ont été cédés à la société INS qui a déposé un brevet français et un européen, ensuite cédés à Télécom Design qui est donc « ayant cause du premier titulaire de droit au brevet sur l'invention ». A ce titre, Télécom Design est fondé à opposer son droit de propriété sur ces brevets face à l'action en revendication du salarié.

La présente décision en date du 5 janvier 2022 permet donc de clarifier la situation dans laquelle un employeur cède les actifs de sa société comprenant les résultats de travaux effectués par un salarié investi d'une mission inventive. Cette décision est majeure en ce qu'elle permet d'offrir aux salariés, aux employeurs et aux professionnels du droit une certaine prévisibilité et sécurité juridique en cas de cession du droit au brevet par l'employeur des inventions de mission de ses salariés.



Mélanie Kojaartianian



Mélanie Dinh

Contribution d'un ancien du Master



Victoire Rondeau

Promotion 2018-2019

1. Quel est votre parcours professionnel ?

A la suite de mes années de droit, d'abord à Paris 1 Panthéon Sorbonne puis au sein du Master 2 PIA à Paris-Est, en parallèle desquelles j'ai effectué divers stages, j'ai été stagiaire au sein du cabinet de conseil en propriété industrielle Lhermet & Lefranc Bozmaroz.

Il s'agit d'un cabinet spécialisé en droit des marques mais qui gère également des noms de domaine et des dessins et modèles.

A l'issue de ce stage, j'ai été embauchée en tant que juriste junior au sein de ce même cabinet.

2. Quels sont selon vous les principales qualités nécessaires pour devenir juriste en cabinet de Conseil en PI ?

Travailler en cabinet de conseil en propriété industrielle nécessite d'avoir un esprit d'analyse, de conseil et de synthèse, bien évidemment une grande rigueur juridique, mais aussi rédactionnelle et organisationnelle.

3. Quelles sont les principales thématiques des dossiers que vous traitez ?

En termes d'activités de nos clients, celles-ci sont très diverses. Certains clients sont dans le domaine de la mode, d'autres dans les cosmétiques, d'autres encore dans l'industrie, la technologie, la finance ou même le cinéma. Nous ne nous cantonnons pas à une clientèle relevant d'une seule catégorie professionnelle. Nous sommes amenés à découvrir de nouveaux produits, de nouveaux métiers à tout moment et c'est cela qui est intéressant.

Quant aux dossiers que nous gérons au quotidien, ils sont également très diversifiés.

En droit des marques, nous gérons aussi bien des dépôts, renouvellements, inscriptions, cessions, licences de marques françaises, communautaires, internationales et étrangères.

En amont des dépôts, évidemment, nous préconisons

d'effectuer un travail de recherche sur le nom de marque

dans les différentes classes et pays dans lesquels nos clients souhaitent déposer leurs marques.

Après les dépôts, une grande partie de notre travail consiste en la surveillance des marques de nos clients.

Avant l'enregistrement d'une marque, il y a la surveillance procédurale, dont le but est de vérifier que les demandes d'enregistrement de marques sont bien acceptées par les offices de marques et qu'aucune opposition n'est formée.

Si des oppositions sont déposées, il y a tout un travail rédactionnel avec des mémoires en réponse à déposer, des négociations à mener avec la partie adverse qui peuvent donner lieu à la rédaction, conclusion et bonne exécution d'accords de coexistence.

Après l'enregistrement, il y a toute une surveillance afin de détecter si des marques, déposées postérieurement à celles de nos clients, représentent un danger.

C'est-à-dire que nous veillons, en France et à l'étranger, via nos correspondants locaux, à ce que personne ne contrefasse telle ou telle marque. Là encore des procédures d'opposition et des litiges peuvent s'ouvrir.

Il y a également la surveillance inverse qui consiste en le fait de s'assurer que personne n'agisse à l'encontre des enregistrements de marques de nos clients, soit par l'envoi de lettres d'injonction soit par des actions en annulation par exemple.

4. Que vous a apporté la formation du M2 PIA dans l'appréhension de vos expériences professionnelles à la sortie du diplôme ?

Le Master 2 Propriété Intellectuelle Appliquée m'a permis d'acquérir des réflexes et un état d'esprit juridique, c'est-à-dire une manière de penser et de raisonner qui me servent plus que jamais aujourd'hui.

5. Un conseil pour les étudiants qui souhaitent exercer ce métier ?

Dans ce métier comme dans tous métiers, je pense qu'il faut saisir toutes les opportunités qui nous sont données pour progresser, ne pas hésiter à poser la moindre question, se poser les bonnes questions, travailler autant que possible sur des dossiers de différentes natures et sur des tâches différentes.

Proposition sénatoriale : un droit de suite pour la cession de livres !

Le droit de suite est une prérogative spéciale du droit d'auteur, il fait partie du monopole d'exploitation mais n'est pas un droit d'exploitation. Il ne consiste pas en un droit d'autoriser ou d'interdire, ce n'est pas un droit exclusif comme l'est le droit de représentation ou de reproduction. Le droit de suite est un droit attaché à la circulation de certains biens corporels. Traditionnellement il concerne les œuvres d'art, de sculpture ou de peinture, mais aussi les manuscrits. Il était discuté en doctrine la consécration d'un droit de suite sur les exemplaires de livre, mais la réponse a longtemps demeuré négative.

Cependant cette réponse pourrait ne pas être suivie par le législateur. Le 14 janvier 2022 a été déposé par plusieurs sénateurs, une proposition de loi (N°355) visant à consacrer un droit de suite pour la cession de livre en son article 2.

Cette proposition de loi insère un nouvel article L. 122-8-1 dans le CPI.

Dans une première partie, cet article L228-8-1 du CPI dispose « Les auteurs de livres imprimés bénéficient d'un droit de suite de participation au produit de toute vente de leur œuvre après la première cession opérée par l'auteur ou par ses ayants droit, lorsqu'un professionnel intervient en tant que vendeur, acheteur ou intermédiaire ».

On comprend de cette première partie que ce droit de suite ne porterait que sur les livres imprimés, on exclurait donc les livres numériques. Cette exclusion est logique, en effet la CJUE dans un arrêt du 19 décembre 2019 soumettait la revente de Ebook à l'autorisation du titulaire des droits.

Dans la suite de cette proposition de loi, il est expressément dit que l'auteur jouit d'un droit de suite. On consacre donc ce nouveau droit comme un droit faisant partie du monopole d'exploitation mais qu'on ne considère pas être un droit d'exploitation.

Par la suite, l'article nous donne le fait générateur de ce droit de suite, il s'agit de la revente du livre après sa première commercialisation licite. Néanmoins il ne s'agit pas de toute revente, en effet il s'agit d'une revente dans laquelle l'une des parties est un professionnel, qu'il intervienne en tant que vendeur, acheteur ou intermédiaire. On exclut donc les reventes de livres d'occasion entre particuliers à titre non habituel.

Cette proposition de loi dispose de plus que « le droit de suite est à la charge du vendeur. La responsabilité de son paiement incombe au professionnel intervenant dans la vente et, si la cession s'opère entre deux professionnels, au vendeur ».

Les sénateurs voulant éviter les débats jurisprudentiels, ils mettent à la charge du vendeur ce droit de suite. Mais on fait aussi supporter la responsabilité du paiement sur le professionnel intervenant dans la vente.

De plus, il est prévu une obligation d'information à la charge du professionnel afin de faciliter la liquidation des sommes dues au titre de ce droit de suite.

L'article 2 précise que l'obligation d'information permet-

tant la liquidation des sommes dues est délivrée à l'auteur ou à un organisme de gestion collective. Dans l'éventualité d'une consécration législative de cette proposition de loi, il est plus probable que le législateur opte pour un système de gestion collective afin de faciliter la perception et la répartition de ce droit de suite.

Cet article 2 illustre le vieux débat qui n'est pas nouveau en droit d'auteur. Il consiste à savoir si le droit d'auteur doit appréhender la revente des biens d'occasion, notamment des livres d'occasion (ex : chez les bouquinistes ou sur les plateformes en ligne).

Le problème autour du livre d'occasion est le suivant, la personne qui achète un livre d'occasion n'achètera pas le livre neuf, ce qui occasionne une perte de rémunération proportionnelle pour l'auteur mais aussi une perte pour l'éditeur.

Historiquement, on a longtemps vécu sur ce modèle car le marché du livre d'occasion était un petit marché moins important que de nos jours. Aujourd'hui il l'est beaucoup plus avec les plateformes numériques comme Ebay, Amazon, Fnac ou PriceMinister. Ces plateformes numériques permettent une participation des professionnels mais aussi des particuliers et réalisent plus de 42 % des ventes de livres.

Les auteurs et éditeurs voient un manque à gagner important même si le marché de l'édition se porte très bien si l'on en croit les chiffres record de vente de 2021.

Cependant cette proposition a le mérite de permettre aux auteurs de mieux vivre de leur plume quand on sait que seul un petit nombre vit aisément de celle-ci.

La détermination du taux de ce droit de suite devra être équilibrée. En effet un taux trop important pourrait impacter de manière négative ce marché de la vente de livres d'occasion, ce qui nuirait à l'objectif de diffusion des œuvres et de la culture.

La possibilité d'un tel dispositif n'est prévue par aucun texte européen ou international, ce dispositif serait donc made in France !



Rayane Rahmouni

Films more quickly available from your sofa : the new media chronology

The health crisis had the effect of accelerating the reflection around the chronology of the media. In April 2021, during confinement, the Centre national du cinéma authorized around thirty films to derogate from this mechanism so it could be offered more quickly on video-on-demand platforms (VoD). At the same time, French prime minister Jean Castex underlined during an announcement in support of the cinema the importance of re-discussing the chronology of the media. It is now done.

The fifth version of the French media chronology framework was signed on January 24, 2022 at the Ministry of Culture by 28 film professionals. After months of tense negotiations, it came into force on February 10.

As a reminder, the media chronology (release window in the United Kingdom) is a rule that defines the order and the deadlines within which the different broadcasters can exploit a film after its theatrical release. It is only after a fixed period that the other forms of film exploitation (video on demand, DVD, television, etc.) are allowed.

Lots of issues justify such a mechanism, whose national character is specific to France. For Richard Patry, president of the Fédération nationale des cinémas français, “ the movie theater is in France the place where an audiovisual work becomes a film”. The idea is above all to ensure that cinemas will be able to show films in theaters, by guaranteeing them an exclusivity of 4 months. Then, the window for video on demand, DVD and Blu-ray opens.

But it is also crucial to allow a relatively quick release on other platforms, especially in case of bad starts in theaters. For this reason, the sales and rental window can open earlier, from 4 weeks, when the film registers less than 100,000 spectators in theater movies. In addition, providing release on other platforms deters consumers from turning to piracy.

The media chronology is updated from time to time, to take into account the evolution of the audiovisual landscape, emerging uses or the arrival of new competitors. Originally in the 80's, the media chronology was conceived to protect the cinema against a new competition: the television channels. The last update took place in 2018.

Today, the new chronology responds to a need for modernization. On one hand, the arrival of subscription video on demand (SVoD). Between 2009 and 2022, the French audiovisual landscape has totally changed. Netflix in 2013, Amazon Prime Video in 2016, Apple TV in 2019, Disney+ in 2020, and more... New streaming platforms are swarming. On the other hand, the health crisis has accelerated the consumption of dematerialized cultural products. It has notably benefited VoD and SVoD platforms. This trend will keep going, and necessarily transform the exploitation of cinematographic works.

Here is the new framework. Canal + keeps the advantage and even improves its position, joined by OCS (Orange). This advance is the counterpart of the promise of an additional funding support for film creation (60 million dollars over the next 3 years for OCS, 600 million for Canal+, in duet with Ciné+). Originally set at 8 months, they will be able to

exploit the films 6 months after their theatrical release. The window is considerably reduced for Netflix, in return for 4% of its annual revenue. It goes from 36 to 15 months. Other SVoD platforms and non-signatories of the agreement must wait 17 months. Finally, the TV channels are left behind with a window that only opens after 22 months (previously 30). In exchange for this long wait they keep the exclusivity until the 36th month. So SVOD platforms will have to remove the films from their catalog during this period.

Several actors in the film industry are concerned about this dreaded timeline. A hundred French authors and directors have signed an article in the newspaper Le Monde. The new reveal window is considered too advantageous compared to obligations of the streaming platforms to invest in film creation, which they consider derisory.

Indeed, the very comfortable position of the streaming giants is actually a reward for their new financial obligations. Only national publishers were originally required to contribute to the creative funding system. Since the French decree of June 22, 2021, transposing the European Audiovisual Media Services Directive of 2018, streaming platforms have to participate in the financing of French and European creation up to 20% of their annual turnover, of which 20% will be dedicated exclusively to the financing of French cinema.

Overall, the agreement is good news. More money should be injected into French cinematographic production, about 250 to 300 million euros per year for films, series, and other fictions. But the objective pursued by platforms is opposed to the interests of cinema. The commercial logic of SVoD platforms is the same as television. It is a logic of flow, as opposed to the cinema where you choose to see a specific production. It is a question of keeping the public in front of the screens by proposing achievements likely to please a maximum of spectators. These platforms are more interested in production as a loss-leader, a product sold to attract customers, than a real artistic creation. In addition, more of these companies are starting to produce films that they want to keep exclusive and that they refuse to show in theaters, under the pretext of the excessive constraints of the media chronology. It is on such a pretext that Disney+ has not ratified the new chronology.

Film professionals were worried that the obligation to finance the cinema would give platforms the power to demand an upheaval of the media chronology, it's done... See you in a year, for an update!



Lucie Dangles

Interview



Isabelle Robin

Responsable de la Propriété intellectuelle et des Contrats

Quel a été votre parcours professionnel ?

J'ai un parcours universitaire généraliste en droit des affaires (Maîtrise Droit des Affaires, DESS Juriste d'Affaires). Après quelques stages et une première expérience dans le monde du luxe, j'ai intégré une société de distribution où j'étais chargée des problématiques de concurrence-distribution et de propriété intellectuelle pendant 8 ans. J'ai rejoint Interparfums en 2009 et renoué avec le domaine du luxe et de la distribution sélective, avec une forte dimension internationale. J'y exerce le métier de juriste en qualité de Responsable de la PI et des Contrats.

En quoi consiste votre profession au regard de la PI ?

Notre société crée des parfums sous licence pour dix Maisons et est propriétaire de deux marques, Lanvin et Rochas. Aussi, notre équipe PI s'assure de la disponibilité et de la protection des noms de nos parfums et du design de nos flacons.

Nous effectuons ainsi des recherches d'antériorités au niveau mondial et déterminons la stratégie de sécurisation des projets, qui peut nécessiter de nous rapprocher de titulaires pour conclure des accords de coexistence, des licences ou des rachats de marque. Puis, nos donneurs de licence ou nous-mêmes organisons le dépôt des marques et modèles dans nos principaux pays d'intérêts et nous veillons à adapter notre portefeuille à l'évolution de notre business.

Nous protégeons nos marques contre les dépôts de tiers sur les registres et contre les usages contrefaisants. Nos marques sont enregistrées auprès des douanes de différents pays, qui opèrent des saisies et des destructions en cas de contrefaçon. A l'appui d'enquêtes menées sur le terrain, nous initions des raids dans des usines et prenons des actions contre les contrefacteurs. Enfin, une part importante de lutte anti-contrefaçon se joue bien entendu en ligne, grâce à une surveillance et à des actions ciblées.

Nous sommes en contact avec des conseils du monde entier, ce qui rend notre métier enrichissant.

Par ailleurs, nous assurons la contractualisation des cessions de droits relatives à nos campagnes publicitaires et nous conseillons les équipes marketing sur les opérations promotionnelles (réservation des noms de domaine, création de sites web et appli, jeux-concours, collaboration avec des influenceurs etc.).

Enfin, nous formons régulièrement les opérationnels sur les problématiques PI et le droit de la publicité.

Aujourd'hui, les fragrances ne sont pas protégées par le droit d'auteur, mais certains juristes plaident en faveur de cette protection. Quelle est votre position sur ce sujet ?

D'un point de vue intellectuel, on pourrait regretter la position de la Cour de cassation qui considère qu'une fragrance n'est que la simple mise en œuvre d'un savoir-faire et plaider en faveur de la reconnaissance de leur qualité d'œuvre de l'esprit. La protection par le dépôt de marques olfactives mérite également d'être explorée mais sa mise en œuvre ne semble pas réalisable.

D'un point de vue pratique, le maintien du statu quo évitant des débats sur l'originalité des fragrances semble satisfaire au fonctionnement de notre industrie. Par ailleurs, dans la majorité des cas, l'imitation de nos fragrances s'accompagne de la reprise de nos marques ou de leur imitation. Nous pouvons donc nous défendre contre ces actes au moyen de l'arsenal juridique actuel.

Vous concluez des licences exclusives d'exploitation avec des marques de luxe. Quels sont les enjeux que celles-ci présentent ?

En tant que licencié, nous nous attachons à retranscrire dans nos parfums l'histoire et l'ADN de la marque et nous devons respecter leur image, depuis la création jusqu'à la distribution des parfums. Les licences prévoient ainsi des obligations de validation ou des critères à respecter à chaque étape : création, fabrication, communication et distribution. Les licences ont naturellement des enjeux financiers car elles prévoient une redevance pour le concédant. Enfin, elles s'inscrivent dans la durée puisqu'elles nécessitent de lourds investissements.

Du côté juridique, nous communiquons régulièrement avec nos homologues chez nos concédants afin de partager le résultat de nos recherches d'antériorité, nos préconisations de sécurisation pour les projets, ainsi que les différents cas de contrefaçons que nous pouvons rencontrer.

Propos recueillis par :



Constance Legraverend



Marion de Beaufort