

**Compte-rendu**  
**Réunion de travail APRAM/Universités du 23 mars 2012**

Aux Salons de la Maison des Arts & Métiers, 9 bis av d'Iéna, 75016 Paris

Organisée par l'APRAM en collaboration avec l'Université Montpellier 1 et l'Université de  
Versailles Saint Quentin

**"Les droits de propriété intellectuelle à l'épreuve d'internet"**

**Programme**

**Introduction : Bertrand Geoffray**, Président de l'APRAM, Conseil en propriété industrielle,  
Cabinet Beau de Loménie

**La divulgation des dessins et modèles sur internet**

**Agnès Robin**, Maître de conférences, HDR, Université Montpellier 1, Responsable du Master 2  
"Créations immatérielles"

**Le droit des marques et le référencement sur internet**

**Elisabeth Tardieu-Guigues**, Maître de conférences, HDR, Université Montpellier 1, Responsable  
du DU "Innovation, valorisation, partenariats"

**La compétence en matière de contrefaçon sur internet**

**Valérie-Laure Benabou**, Professeur, Université de Versailles Saint Quentin, Responsable du  
master 2 "Droit des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication"

**Les logiciels libres: usages et contrats dans les communautés de développement**

**Mélanie Clément-Fontaine**, Maître de conférences, Université de Versailles Saint Quentin

**Conclusion :**

**Isabelle Leroux**, Présidente de la Commission « Marques et Internet » de l'APRAM, Avocate,  
Cabinet Salans & Associés

**1. La divulgation des dessins et modèles sur internet**

**Notion de divulgation :**

Concernant les créations intellectuelles, la divulgation est assimilée à un acte d'exploitation. Sur internet, ou plutôt via internet, il faut distinguer selon que l'espace de divulgation est public ou privé avec un accès restreint.

Pour la divulgation des dessins et modèles via internet, la jurisprudence a tendance à considérer tout espace comme public. Il semblerait donc qu'en dehors de la correspondance privée, tout espace soit public sur internet.

## Les effets de la divulgation

- La présomption de titularité en droit d'auteur est donnée à la personne qui divulgue car la divulgation assure la publicité de la titularité.
- Tout dessin et modèle divulgué sur le territoire de l'Union Européenne bénéficie de fait d'une certaine protection du droit communautaire en tant que dessin et modèle non enregistré.
- La destruction de la nouveauté

## La divulgation créatrice ou destructrice de droit doit présenter deux caractéristiques:

- Elle doit être **caractérisée** ;
- Elle doit être **pertinente**. Ce caractère s'apprécie sur la base de deux critères :

**Critère économique:** elle doit avoir permis aux milieux spécialisés du secteur concerné d'en avoir connaissance. La jurisprudence considère que la divulgation via internet notamment par la vente en ligne permet d'antérioriser le dessin et modèle et est donc opposable. La notion de membres spécialisés des secteurs concernés est très large.

**Critère géographique:** Il est précisé que les membres des secteurs concernés doivent "opérer dans la communauté". Ce critère est interprété tel que la divulgation soit disponible dans l'Union Européenne, bien qu'opérée à l'étranger.

## La preuve de la divulgation:

La preuve est libre. **La consignation des pages internet** est devenu un moyen de preuve courant de la divulgation. La question de la datation de la divulgation sur internet est problématique car les tribunaux exigent une date certaine. Pour internet, la jurisprudence a développé une présomption de fiabilité de la preuve fournie. Si la preuve est trop fragile, il peut être autorisé un accès aux bases de données permettant à un moteur de recherche de trouver dans la mémoire des serveurs la date de divulgation de documents. La force probante est établie lorsque la consignation des pages internet est faite par un huissier.

## **2. Le droit des marques et le référencement sur internet**

L'enjeu est de trouver comment organiser la concurrence tout en tenant compte des droits du titulaire de marque sur internet.

### - Les titulaires de droit contre les annonceurs qui utilisent leurs marques dans leurs liens commerciaux :

Les annonceurs utilisent des noms de marque en mot-clé pour désigner la provenance de leurs produits ou de produits identiques. Dans ce domaine, l'évolution montre une ouverture à l'utilisation du signe exclusif du titulaire, sous réserve qu'il y ait une concurrence loyale.

La CJUE dans une décision du 23 mars 2010, juge que le titulaire ne peut interdire l'usage de la marque que sous trois conditions:

- Dans la vie des affaires
- Pour des produits identiques
- Pour une atteinte aux fonctions de la marque.

Concernant l'atteinte à la fonction d'identification de la marque, celle-ci dépend de la façon dont l'annonce est rédigée. La fonction d'identification est atteinte uniquement s'il y a confusion entre les produits de la marque et ceux de l'annonceur.

Concernant les autres fonctions de la marque (publicité, marketing), il faut une concurrence loyale. Si l'annonceur propose des produits de moins bonne qualité, le titulaire peut invoquer l'avilissement de la marque, critère de concurrence déloyale.

Cependant, la CJUE n'admet pas une atteinte aux investissements du titulaire sur le simple fait que le titulaire est forcé de surenchérir afin d'apparaître en premier dans le classement des annonces.

- Les titulaires contre les moteurs de recherche qui mettent à la disposition des annonceurs des mots clés pour leurs liens commerciaux :

La responsabilité de l'hébergeur est ici limitée sans pour autant être totalement exclue. L'hébergeur pourra être condamné si, après notification de la présence de contenu illicite, il n'a pas obtempéré (Arrêts L'Oréal c/ Ebay, CJUE 12 juillet 2011 ; Arrêt Google Adwords, CJUE 23 mars 2010).

### **3. La compétence en matière de contrefaçon sur internet**

Dans le cadre de la contrefaçon sur internet, se pose la problématique de la juridiction compétente pour connaître du litige. La Cour de cassation considère que la loi française est applicable dès lors que le site internet est accessible sur le territoire français.

Le demandeur peut attirer le défendeur devant la juridictions du lieu du domicile de ce dernier ou du lieu du délit, c'est-à-dire le lieu où le fait dommageable s'est produit ou risque de se produire. Or, sur internet il faut distinguer le lieu d'origine de commission de l'infraction et le lieu de réalisation du dommage, car il s'agit là d'un délit complexe. Dans ce cas, la CJUE donne au demandeur l'option entre le tribunal du lieu de commission et celui du lieu de réalisation.

Multiplicité des approches possibles pour déterminer le lieu de réalisation du délit:

- La théorie de l'accessibilité à l'offre en ligne par les residents d'un Etat membre, théorie la plus accueillante
- La théorie de l'orientation de l'offre en ligne à destination d'un public spécifique. Elle se déduit d'un faisceau d'indices: langue, monnaie, livraison du contenu.

La Cour de cassation et la CJUE retiennent la seconde théorie prenant en compte l'orientation du contenu.

Les indices pouvant aider à déterminer l'orientation du contenu:

- la nature internationale de l'activité
- le nom de domaine et son extension géographique
- la langue
- la clientèle visée
- la monnaie (pas déterminant en Europe).

#### **4. Les logiciels libres: usages et contrats dans les communautés de développement**

Par **Mélanie Clément-Fontaine**, Maître de conférences, Université de Versailles Saint Quentin

Intervenant : Mélanie Clément-Fontaine, Maître de conférences, Université de Versailles Saint Quentin.

##### Présentation des communautés de développement :

Il existe des communautés dont le but est la production et le partage de connaissances à destination du grand public (logiciels libres, encyclopédies). Une communauté de logiciel libre comprend une composante juridique (association, fondation) et une composante sociale (groupe de personnes).

La communauté repose sur un accord pour la participation à un objectif commun. Le contrat qui unit les membres a pour objet la mise en commun de ressources pour la diffusion de la connaissance. Concernant la propriété intellectuelle, ces communautés optent pour la diffusion de créations libres de droit.

Unifab, 29 mars 2012