

La protection des éléments d'identification de l'entreprise

Les éléments d'identification	2
La Dénomination sociale	3
Le principe de libre choix	3
Les réserves à la liberté de choix.....	4
Le Nom commercial	4
L'Enseigne	4
Le Nom de domaine	5
La Marque	5
La protection générale des signes distinctifs	7
L'action en concurrence déloyale et parasitaire.....	7
Le régime de la responsabilité civile extracontractuelle.....	8
L'appréciation des juges.....	8
L'originalité	8
La branche d'activité	9
Le rayonnement territorial.....	9
L'exception : La marque notoire.....	9
La protection par le droit de la marque.....	10
L'enregistrement de la marque	10

La protection des éléments d'identification de l'entreprise

La protection des éléments d'identification de l'entreprise est une composante essentielle du droit du marketing, au même titre que la réglementation de la publicité et des promotions de vente.

Définition du droit du marketing

« Ensemble de la **réglementation applicable aux actions de communication et de promotion** ».

➤ Règles protectrices de l'entreprise et du consommateur.

Les professionnels du marketing doivent donc le maîtriser pour sécuriser et valoriser leurs actions de promotion et de communication,

➤ *Maîtriser sa communication*



Les sources

Elles découlent du droit civil commun, du droit de la propriété intellectuelle et du droit de la consommation.

Il faut **commencer par identifier les éléments protégeables** au sein d'une action de communication **avant d'envisager leur protection en droit commun**, droit civil.

Les éléments d'identification

Il¹ y a un ensemble de signes distinctifs définis par le Code de la propriété intellectuelle:

- ✓ **Dénomination sociale**
- ✓ **Nom commercial**
- ✓ **Enseigne**
- ✓ **Nom de domaine**
- ✓ **Marque**

¹ CPI



PROPRIETE INTELLECTUELLE

Propriété Littéraire et Artistique	Propriété industrielle
Droits d'auteur Droits voisins des droits d'auteur : - Droits des artistes-interprètes - Droits des producteurs de phonogrammes et de vidéogrammes - Droits des entreprises de communication audiovisuelle Droits d'auteur sur les logiciels Droit sui generis sur les bases de données	Créations de forme - Dessins et modèles Créations techniques - Brevet - Certificat d'obtention végétale - Topographie de semi-conducteurs Signes distinctifs - Marque - Dénomination sociale, nom commercial et enseigne - Nom de domaine - Appellation d'origine - Indications de provenance - Indications géographiques industrielles

- **La propriété des signes distinctifs est acquise par l'usage et bénéficie d'une protection de droit commun**
- **Ils représentent l'actif incorporel de l'entreprise (enjeu financier parfois considérable)**
- **Ils permettent à la clientèle d'identifier l'entreprise**

La Dénomination sociale

Elle identifie la société en tant que personne juridique et doit figurer sur les statuts.

Ex.: SASU SFAPI

Le principe de libre choix

Choisie librement, elle peut-être:

- ✓ **un nom inventé**
- ✓ **un sigle**
- ✓ **le nom de l'un des associés**





Les réserves à la liberté de choix

- ✓ Respect de l'ordre public et des bonnes mœurs,
- ✓ La dénomination ne doit pas être déjà utilisée, ni utiliser une marque déjà déposée²,

Le Nom commercial

C'est la dénomination sous laquelle est connu et exploité l'établissement commercial.

- Il doit figurer sur tous documents commerciaux
- Il est publié au RCS

Exemple :

Une société fabriquant et commercialisant du matériel informatique dont la dénomination sociale serait « LOGIPLUS » et qui exercerait son activité sous le nom commercial « L'INFORMATIQUE POUR TOUS ».



L'Enseigne

« Inscription, forme, emblème ou image apposée sur un immeuble et se rapportant à l'activité qui y est exercée de façon à l'identifier aux regards des passants ».

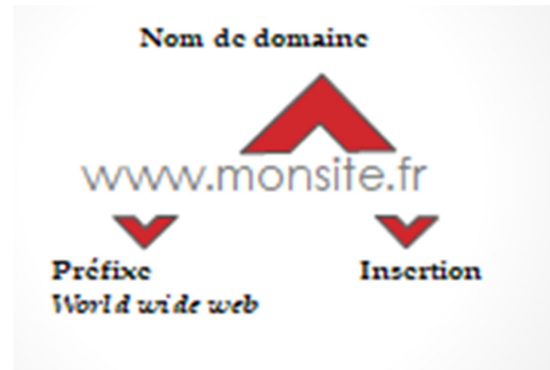
Elle peut être différente de la dénomination et du nom commercial.

² Il faut avant tout faire une recherche d'antériorité par l'INPI

Le Nom de domaine

Une entreprise ou société peut **utiliser un nom de domaine pour le site Internet** qu'elle a créé pour se faire connaître ou vendre ses produits.

Exemples: <http://www.oui.sncf.fr>



5

La Marque

Signe distinctif qui permet au consommateur de distinguer le produit ou service d'une entreprise de ceux proposés par les entreprises concurrentes (repère/garantie).

Elle peut revêtir différentes spécialités:

- ✓ de fabrique,
- ✓ de commerce
- ✓ de service

Article L711-1 CPI

« Signe susceptible de représentation graphique servant à distinguer les produits ou services d'une personne physique ou morale.

a) Les dénominations: mots, noms patronymiques et géographiques, pseudonymes, lettres, chiffres, sigles

b) Les signes sonores : sons, phrases musicales

c) Les signes figuratifs : dessins, étiquettes, cachets, lisières, reliefs, hologrammes, logos, images de synthèse, les formes (du produit, conditionnement ou service), les dispositions, combinaisons ou nuances de couleurs. »

En principe, tous les signes distinctifs sont susceptibles d'être considérés comme une marque:

- ✓ Nom commercial,
- ✓ Enseigne,
- ✓ Nom de domaine...

Exemples :

- ✓ Un nom propre,
- ✓ Un mot,
- ✓ Une expression,

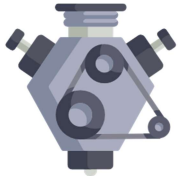
- ✓ Un symbole visuel
- ✓ Un signe sonore

Encore faut-il **qu'ils**

- ✓ **Soient susceptibles de représentation graphique**
- ✓ **Aient un caractère suffisamment distinctif**
- ✓ **Ne soient pas exclus**

Exemple :

Le bruit d'un moteur ne peut pas constituer une marque



Les signes sans caractère distinctif³

- ✓ qui représentent dans le langage courant, la désignation nécessaire du bien/service,
 - ✓ qui décrivent les caractéristiques du bien/service,
 - ✓ qui sont constitués exclusivement par la forme imposée par la nature ou la fonction du produit
- **Ne sont pas constitutifs d'une marque**

Le caractère distinctif peut, sauf pour les signes constitués exclusivement par la forme imposée par la nature ou la fonction du produit, **être acquis par l'usage.**

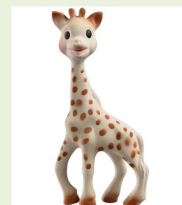
Exemples :

Pas de signes distinctifs :



vente-privee 

Sophie la Girafe, un signe distinctif :



³ Art. L711-2 CPI

Les exclusions

- ✓ Les emblèmes nationaux ou d'organisations publiques
- ✓ Les signes contraires à l'ordre public, à la loi ou aux bonnes mœurs
- ✓ Les signes de nature à tromper le public
- ✓ Les signes portant atteinte à des droits antérieurs



Exemple :

Un signe qui reprend des enseignes commerciales préexistantes, qui viole des droits d'auteur ou autres droits des tiers.

La marque et sa constitution recouvre des enjeux importants:

- ✓ **Financiers**
- ✓ **Juridiques**

Déposée, elle procure à son propriétaire **un droit de propriété incorporel privatif** qui bénéficie d'une protection spécifique au titre du droit de la marque.

➤ **Action en contrefaçon**

Sinon les signes distinctifs sont protégés par le régime général de droit commun,

➤ *Action en concurrence déloyale et parasitaire.*



La protection générale des signes distinctifs

La propriété des signes acquise par le simple usage peut-être protégée par l'**action en concurrence déloyale et parasitaire**.

A l'exception, **la notoriété** d'un signe peut bénéficier d'une protection spécifique.

Ex.: marque notoire

L'action en concurrence déloyale et parasitaire

Il n'y a pas de réglementation spécifique, c'est le **régime de droit commun** qui est appliqué :

➤ **Régime de la responsabilité civile extracontractuelle entraînant l'octroi de dommages et intérêts.**

Le régime de la responsabilité civile extracontractuelle

8



Tout fait quelconque de l'homme, qui cause à autrui un dommage, oblige celui par la faute duquel il est arrivé à le réparer.

Chacun est responsable du dommage qu'il a causé non seulement par son fait, mais encore par sa négligence ou par son imprudence⁴.

Compétence du **Tribunal de commerce** (action entre commerçants).

Prescription : **5 ans**.

Les conditions

- ✓ **Un préjudice**
- ✓ **Une faute**
- ✓ **Un lien de causalité entre le préjudice et la faute**

Ex.: détournement de clientèle par le biais d'une la confusion créée par la reproduction d'un logo d'un concurrent.



Pour établir qu'il y a **risque de confusion**, les juges prennent en considération un certain nombre d'éléments de fait,

- **Peu importe qu'il y ait un droit privatif sur le signe distinctif.**

L'appréciation des juges

Les éléments de fait pris en compte par le juge dans le cadre d'une action en concurrence déloyale et parasitaire sont :

- ✓ **l'originalité des signes distinctifs**
- ✓ **le rayonnement territorial des entreprises**
- ✓ **la branche d'activité des entreprises** (spécialisation), etc...

L'originalité

Le signe distinctif doit être original:

- Il n'y a pas de concurrence déloyale s'il a un **caractère générique**, comme « la désignation nécessaire d'un produit ou d'un service ».

Ex. : les termes « pizza », « minute », « Garden Center »... ne sont pas originaux!

⁴ Art. 1240 et 1241 du Code civil



La branche d'activité

Les entreprises doivent avoir la même spécialité:

- **des branches d'activités similaires**, des produits ou services analogues ou substituables.
- Il y a un **lien de concurrence**

Ex. : une agence immobilière peut adopter l'enseigne « Le Moulin Rouge ».



Le rayonnement territorial

La protection du signe distinctif d'une entreprise **est limitée au territoire de cette entreprise.**

- Les entreprises doivent être en concurrence

Ex. : le magasin de l'un se trouve à la limite de la commune de l'autre et "draine une part notable de la clientèle de cette commune".

L'étendue de la protection territoriale est donc liée à la notoriété du nom ou de l'enseigne.

Exemples de risque de confusion

- ✓ « Galeries Lafayette » et « Galeries Layette »
- ✓ « Madam Old England » et « Old England »
- ✓ « Valda » et « Valgorge » (produits pour la gorge)
- ✓ « Entrecôte » pour 2 restaurants immédiatement voisins



Pas de confusion

- ✓ "Belle Jardinière" et "Bonne Jardinière"
- ✓ "Nouvelles Galeries" et "Galeries Nouvelles"
- ✓ "Phone Expansion" et "Phone Intervention"



L'exception : La marque notoire

Marque dont la notoriété est telle qu'elle lui permet de bénéficier d'une **protection spécifique** dans le domaine de la propriété industrielle et du droit des marques, **en l'absence de toute concurrence.**



- **Exception au principe de territorialité:** protégée même si elle n'a pas été déposée sur un territoire donné.

- **Exception au principe de spécialité:** protégée quel que soit le domaine d'activité.

10

Exemple

Il a été jugé que l'utilisation pour un immeuble, de la dénomination "**La Coupole**" était illicite car elle **"affaiblissait le caractère distinctif et le pouvoir attractif du nom commercial"**.

L713-5 du CPI

La reproduction ou l'imitation d'une marque jouissant d'une renommée pour des produits ou services non similaires à ceux désignés dans l'enregistrement engage la responsabilité civile de son auteur(...)

Ce principe a été développé pour **limiter les pratiques de parasitisme de marque** et apporter une protection plus efficace.



- **Le caractère notoire résulte d'un usage « continu, intense et de longue durée ».**
- **Il est décidé par les différentes autorités en charge de l'application du droit des marques.**

Ex. : La marque « vente-privee.com » a pu être reconnue en tant que marque notoire en 2015, alors que sa non-distinctivité avait un temps empêché sa reconnaissance en tant que marque.

La protection par le droit de la marque

Les signes distinctifs qui ont été enregistrés en tant que marque font l'objet d'une protection particulière par le biais de **l'action en contrefaçon** qui permet une action devant les juridictions civiles et pénales.



L'enregistrement de la marque

« L'enregistrement de la marque confère à son titulaire un droit de propriété sur cette marque pour les produits et services qu'il a désignés.⁵ »

- **Droit de propriété mobilier et incorporel privatif.**

⁵ Art. L.713-1 du CPI



Le propriétaire de la marque peut

- ✓ **interdire la reproduction,**
- ✓ **l'usage ou l'apposition de sa marque sur d'autres biens et services concurrents**

Même avec l'adjonction de mots tels que

- ✓ façon,
- ✓ système,
- ✓ imitation...



La marque peut être cédée à titre de licence.

- Rédaction d'un contrat de cession avec des clauses précises
- Enjeux financiers

La marque n'est protégée que pour le territoire et les produits ou services désignés à l'acte de dépôt

- Principe de spécialité et de territorialité de la marque
- Sauf marque notoire

Principe de spécialité

Il peut y avoir **coexistence de 2 marques identiques** si leurs dépôts couvrent des produits ou services différents.

Exemple de la marque LOTUS



Principe de territorialité

- Une marque uniquement protégée en France peut coexister avec une marque identique ou similaire protégée à l'étranger.

L'enregistrement en France

- ✓ Il se fait auprès de **l'INPI** par voie électronique sur le site inpi.fr
- ✓ Pour **10 ans renouvelable**, à compter de la date de dépôt de la demande.

Le dépôt à l'INPI emporte une protection uniquement **pour la France**.

- **Hors de France**

Pour protéger sa marque au-delà des frontières françaises il existe différents dépôts.

Cartographier les pays dans lesquels la marque devra être protégée et la déposer dans chacun en vérifiant qu'elle n'y préexiste pas.

Sous l'impulsion du droit international et du droit communautaire, la procédure a été simplifiée **et on peut déposer en une seule fois une marque internationale ou une marque communautaire.**

- soit **au niveau européen** auprès de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (**EUIPO**)
- soit **au niveau mondial** auprès de l'**OMPI** (Organisation mondiale de la propriété intellectuelle)

Une fois la marque déposée, il convient de la surveiller,

- *vérifiant que d'autres marques ne sont pas déposées en violation des droits du titulaire de la marque.*

À défaut, le titulaire de la marque pourrait perdre ses droits de protection de la marque, et ce malgré le dépôt.

Les marques sont protégées par le Code de la Propriété Intellectuelle dès lors qu'elles ont fait l'objet d'un enregistrement régulier.

Le droit de propriété sur les marques déposées confère à celui qui en est titulaire **une action civile et une action pénale en contrefaçon.**

L'action en contrefaçon

Elle sanctionne l'atteinte au droit de propriété sur la marque enregistrée

- *Les atteintes peuvent être directes ou indirectes*
- ✓ **L'action peut être engagée devant les juridictions civiles comme devant les juridictions pénales.**
- ✓ Prescription: **5 ans.**

L'action civile en contrefaçon

Elle peut être dirigée à l'encontre de **quiconque ayant porté atteinte à une marque déposée.**

- Compétence du **Tribunal de Grande Instance.**
- Dommages-intérêts.

Pour le calcul des dommages et intérêts le juge prend en compte:

- ✓ **Les conséquences économiques négatives,**
- ✓ **Le préjudice moral,**
- ✓ **Les bénéfices réalisés** (économies d'investissements, matériels, intellectuels et promotionnels).

Les atteintes

Art. L716-1 et s. CPI

- ✓ *La reproduction, l'usage ou l'apposition d'une marque pour des produits ou services identiques ou similaires à ceux désignés dans l'enregistrement,*
- ✓ *L'imitation ou l'usage d'une imitation pour des produits ou services identiques ou similaires,*
- ✓ *La suppression ou la modification d'une marque régulièrement apposée.*

D'autres mesures peuvent être prises comme :

- ✓ **L'interdiction sous astreinte d'utiliser la marque**

- ✓ **La radiation auprès de l'INPI**
- ✓ **La publication du jugement** condamnant le contrefacteur

L'action pénale en contrefaçon

- Compétence du **Tribunal correctionnel**.
 - **Condamnation du contrefacteur à des peines d'amende et d'emprisonnement**
- ✓ De 4 ans et de 400 000€ pour la production, vente ou importation de produits,
 - ✓ De 3 ans et de 300 000€ pour la reproduction, imitation, détention illégale,
 - ✓ De 5 ans et de 500 000€ si l'infraction est réalisée en bande organisée.

Le juge peut aussi prononcer des peines complémentaires comme :

- ✓ **La confiscation de la marchandise,**
- ✓ **La fermeture de l'établissement,**
- ✓ **La condamnation des personnes morales.**

Délit douanier de contrebande : confiscation et amende.

La protection des créations de forme

Les créations de forme de l'entreprise, comme les dessins et modèles, bénéficient d'une **protection renforcée**.

Une double protection

- ✓ **Par la protection du droit d'auteur,**
- ✓ **Par la protection des dessins et modèles enregistrés.**
- C'est le principe de l'unité de l'art (empreinte créative).

La marque et les brevets ne profitent pas de la protection du droit d'auteur.

Le Droit d'auteur

« L'auteur d'une œuvre de l'esprit jouit sur cette œuvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous.* »

Le droit d'auteur porte sur les œuvres de l'esprit et confère à l'auteur un droit de propriété exclusif sur sa création,

- ✓ en matière de **droits moraux**
- ✓ en matière de **droits patrimoniaux**

Le bénéficiaire

La personne qui a créé l'œuvre.

La conclusion d'un contrat de travail ou de commande par l'auteur d'une œuvre de l'esprit ne le dépossède pas.

Ex.: les agences de pub

- L'employeur ou le commanditaire n'est pas automatiquement titulaire des droits d'auteur sur l'œuvre réalisée pour son compte.

La conclusion d'un contrat prévoyant explicitement la cession des droits de l'auteur est requise.

Dans le cas où plusieurs auteurs ont collaboré à sa création, **elle est la propriété commune des coauteurs** qui sont donc obligés de s'accorder pour exercer leur droit.

Les œuvres concernées

- **Les œuvres écrites** (littéraires, artistiques et scientifiques...)
- **Les œuvres orales** (conférences, allocutions, plaidoiries, interviews...)
- **Les œuvres dramatiques ou chorégraphiques**, n° de cirque...
- **Les créations sonores** (œuvres musicales, graphiques et plastiques...)
- **Les arts de l'image** (photos, œuvres cinématographiques, audiovisuelles...)
- **Les dessins** (peinture, architecture, sculpture, gravure, lithographie)

- **Les créations d'art appliqué⁶**
- **Les illustrations, cartes géographiques, croquis, ouvrages plastiques...**
- **Les logiciels...**
- **Les droits voisins** sur les artistes-interprètes, **producteurs** de vidéogrammes et de phonogrammes, de base de données et les entreprises de communication audiovisuelle...

Les conditions de la protection

La protection s'applique dès la naissance de l'œuvre, « **du seul fait de sa création** »,

- **il n'y a pas de formalités requises,**
- **Encore faut-il en prouver l'existence.**

Pour être protégées, ces créations doivent:

- ✓ **être originales** (« expression de la créativité de l'auteur »)
- ✓ **être exprimées de façon tangible.**
- Les idées ou concepts sont exclus du droit d'auteur.

Les droits moraux

Ils protègent **la personnalité** de l'auteur exprimée à travers son œuvre.

- ✓ **Ils sont perpétuels** : se poursuivent après le décès de l'auteur, même si l'œuvre est du domaine public*
- ✓ **Ils sont inaliénables** : ne peuvent être cédés
- ✓ **Ils sont imprescriptibles** : s'appliquent tant que l'œuvre existe
- ✓ **Le droit de divulgation** : l'auteur dispose d'un droit de circulation de son œuvre
- ✓ **Le droit de paternité** : exiger la mention de son nom lors de chaque présentation
- ✓ **Le droit au respect de l'œuvre** : l'œuvre doit être communiquée dans son intégralité et détails
- ✓ **Le droit de repentir et de retrait** : possibilité de retirer l'œuvre de la circulation et de la modifier

⁶ Ex. : créations de mode...

Un artiste conserve un droit de propriété immatérielle (droit moral), même s'il peut autoriser un tiers à vendre ou exploiter commercialement son œuvre (droit patrimonial).

- Le cessionnaire des droits sur une œuvre est ainsi propriétaire du droit patrimonial, mais pas titulaire du droit moral.

Droits patrimoniaux

L'auteur dispose du droit exclusif d'exploiter son œuvre sous quelque forme que ce soit et d'en tirer un profit pécuniaire.

- **Certains peuvent être cédés.**

Les droits patrimoniaux s'appliquent tout au long de la vie de l'auteur. À son décès, ils sont transmis à ses ayants droit, qui en bénéficient ensuite pendant 70 ans.

Pour les œuvres de collaboration, il faut se référer à la date du décès du dernier coauteur.

- ✓ **Le droit de représentation** : autoriser la représentation de son œuvre au public.
- ✓ **Le droit de reproduction** : droit exclusif d'exploitation l'œuvre et d'en tirer profit pécuniaire.
- ✓ **Le droit de suite** : L'auteur perçoit 3% du prix de revente de ses œuvres graphiques et plastiques.
- ✓ **Le droit de destination** : l'auteur a le droit d'imposer la destination à son œuvre.

Les droits de représentation et de reproduction peuvent être cédés à un tiers,

- Il est autorisé à vendre ou exploiter commercialement l'œuvre. **La rémunération de l'auteur doit être proportionnelle aux recettes provenant de la vente ou de l'exploitation** (Sauf forfait légal).

Le contrat de cession de droits est écrit et indique :

- ✓ **le type de droit cédé** (Ex.: droit de reproduction)
- ✓ **l'étendue des exploitations couvertes par ces cessions** (sur quels supports)
- ✓ **le lieu d'exploitation** (Europe)

- ✓ la durée de la cession
- ✓ la rémunération de l'auteur

Exceptions

Des œuvres peuvent être utilisées sans autorisation de l'auteur :

- ✓ d'une représentation privée et gratuite et exclusivement dans un cercle familial
- ✓ de reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinée à une utilisation collective
- ✓ de parodie, pastiche ou caricature ;
- ✓ des bibliothèques, musées et services d'archives ;
- ✓ de consultation par des personnes handicapées ;
- ✓ d'analyses, citations, revues de presse, sous réserve que soient indiqués clairement le nom de l'auteur et la source.

La protection du droit d'auteur

Les atteintes aux droits moraux et patrimoniaux sont nombreuses:

- ✓ Diffusion sur Internet sans l'accord de son auteur et sans la mention de son nom.
- ✓ Diffusion sur un support numérique non choisi par l'auteur.
- ✓ Atteintes «matérielles» (mutilation, modification...) ou des atteintes «spirituelles».

L'action en contrefaçon

Atteinte aux droits de reproduction et de représentation d'une œuvre.

- L'usage d'une œuvre sans autorisation de son auteur constitue un délit de contrefaçon.

La violation du droit d'auteur (droit moral ou droit patrimonial) engage la responsabilité du contrefacteur.

En cas de litige, la victime peut saisir le juge civil par le biais d'une assignation devant le TGI afin d'obtenir entre autres mesures :

- ✓ l'allocation de dommages et intérêts à l'auteur en réparation du préjudice subi,
- ✓ la cessation de l'exploitation de l'œuvre contrefaisante.

La victime peut aussi saisir le juge pénal par un dépôt de plainte auprès du Procureur de la République.

- Sanctions pénales (article L. 335-2 CPI) : **3 ans d'emprisonnement, 300 000 €** d'amende et, le cas échéant, confiscation des recettes procurées par l'infraction ou des objets contrefaisants.

- **Sanctions spécifiques**

En cas de contournement de **mesures techniques de protection** (DRMS: Digital Rights Management Systems), les peines encourues vont de **3 750€ à 30 000€ d'amende et jusqu'à 6 mois d'emprisonnement**.

La loi « Hadopi 2 »

Elle a vocation à **empêcher le téléchargement illicite d'œuvres musicales ou cinématographiques** sous peine de sanction.

Cette loi prévoit une procédure qui se déroule en deux phases :

- ✓ **un avertissement,**
- ✓ **éventuellement une action judiciaire.**
- **II La protection renforcée des Dessins et modèles**

Les dessins et modèles constituent une création de forme bénéficiant de la double protection du droit d'auteur et du droit de la propriété industrielle par leur enregistrement.

- **La notion de dessins et modèles**

Peut être protégée

- ✓ **l'apparence d'un produit, ou d'une partie de produit,**
- ✓ **caractérisée par ses lignes, ses contours, ses couleurs, sa forme, sa texture ou ses matériaux.**

Ces caractéristiques peuvent être celles du produit lui-même ou de son ornementation. (L511-1 CPI)

- Le Dessin est une forme à 2 dimensions,
- Le Modèle est une forme à 3 dimensions.

Ils sont des créations de forme à caractère purement ornemental protégées du simple fait de leur création (droit d'auteur) et par enregistrement (droit des dessins et modèles).

- **Les exclusions de la protection**
- ✓ **Les créations contraires à l'ordre public et aux bonnes mœurs;**
- ✓ **Les programmes d'ordinateur;**
- ✓ **Les modèles fonctionnels (Ex.: ailes d'avion, tuile de toiture);**
- ✓ **Les pièces détachées.**

A partir du moment où ils sont apparents et originaux, leur auteur est protégé par le droit de la propriété intellectuelle.

Pour pouvoir bénéficier de la protection particulière au titre des dessins et modèles (Propriété industrielle), ils doivent répondre de certaines conditions et être enregistrés auprès d'un office national (INPI en France).

- **Les conditions de la protection**
- ✓ **La forme est apparente lors de la vente,**
- Seul ce qui est visible est protégeable.

Ex.: Un style/une mode ne peuvent pas être protégés (abstraits).

Ex.: Le mécanisme d'un canapé lit.

- ✓ **La forme est nouvelle**

A la date de son enregistrement, aucun dessin ou modèle identique ou presque n'a été divulgué.

- Elle se distingue par rapport à l'état de l'art antérieur;
- **Quid de l'auteur qui doit exposer son œuvre avant l'enregistrement?**

- ✓ **La forme a un caractère propre**

L'impression visuelle d'ensemble qu'elle suscite chez un observateur diffère de celle produit par tout dessin ou modèle antérieur.

- Impulsion du droit communautaire.

- **L'enregistrement**

Il s'agit d'un choix stratégique.

- **National** auprès l'INPI (5 ans renouvelable 4 fois),

- **International** auprès du Bureau international de l'organisation mondiale de la propriété intellectuelle,
- **Communautaire** auprès de l'Office d'harmonisation du marché intérieur.
- **L'enregistrement protège le titulaire d'atteintes aux droits d'exploitation de son dessin ou modèle.**
- **Les atteintes à ce droit sont sanctionnées par l'action en contrefaçon.**

Exceptions: Les actes commis à titre privé, à des fins non commerciales ou à des fins expérimentales.

- **Chapitre 4: La protection de la base de donnée**

Une base de données est:

« un recueil d'œuvres, de données et d'autres éléments indépendants, disposés de manière systématique ou méthodique et individuellement accessibles par des moyens électroniques ou par tout autre moyen ».

- ✓ **Pour les entreprises, une base de données est fondamentale,**
Ex.: fichiers clients et action marketing.
- ✓ A l'heure où le marketing ciblé se développe de manière exponentielle, **elle peut représenter un enjeu financier important.**

La base de données est protégée par le droit d'auteur, à la condition qu'elle présente un caractère d'originalité suffisant dans sa structure,

- Condition d'originalité,
- **C'est la récompense de l'apport créatif de son concepteur.**

Le 22 septembre 2011, la Cour de cassation a jugé que **« sont protégeables par le droit d'auteur que les bases de données qui, par le choix ou la disposition des matières, constituent des créations intellectuelles originales ».**

La base de données et son contenu sont protégés par le droit de producteur (Droit sui generis), **pour l'investissement substantiel qu'ils représentent.**

- ✓ Le producteur est toute personne qui prend l'initiative et le risque des investissements.

- **C'est la récompense l'effort de collecte des données réalisé par le producteur de la base de données.**

- ✓ Le producteur d'une base de données a le droit **d'interdire l'extraction et la réutilisation de tout ou partie de la base**, quelle qu'en soit la forme, **pendant 15 ans**.
- ✓ La violation de ces droits entraîne une **sanction pénale** de 3 ans et 300.000€ d'amende.
- ✓ **Action civile en concurrence déloyale est aussi envisageable.**
- **La protection des données personnelles**

Afin de protéger les consommateurs, la récolte de données personnelles pour créer une base de donnée est strictement encadrée par le droit.

- ✓ **Le consommateur doit avoir été informé** de la récolte, de ses finalités, de sa durée et des moyens d'accès à l'information.
- ✓ **Le consommateur doit avoir consenti** à la collecte.
- ✓ **La sécurité et la confidentialité des données doivent être assurées.**

Sous l'impulsion du droit communautaire, sont rentrés en vigueur en France le 25 Mai 2018, les dispositions du **Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD)** qui instaurent de nouvelles obligations pour les entreprises collectrices de données personnelles.

(Ex.: un responsable de la collecte identifié, transparence, proportionnalité..)

- **Les droits des personnes**

Les personnes physiques qui figurent dans un fichier de données à caractère personnel ont plusieurs droits:

- ✓ **Le droit d'accès,**
- ✓ **Le droit d'opposition,**
- ✓ **Le droit de rectification et de radiation,**
- ✓ **Le droit à l'oubli.**

Les personnes peuvent saisir la CNIL si elles rencontrent des difficultés dans l'exercice de ces droits.

- **Les obligations des responsables du traitement**

- ✓ **L'autorisation de la Cnil** (enregistrement)
- ✓ **La sécurité et la confidentialité** des données,
- ✓ **L'information** des personnes,
- ✓ **La finalité des traitements,**
- ✓ **La conservation des informations.**

Le non-respect de ces obligations peut engager la responsabilité civile et pénale du responsable du traitement ou de son employeur.