

Titre d'une émission, ni droit d'auteur ni droit de marque

[MARQUE]

TGI Paris, 3^{ème} Ch. 3^{ème} sect., 24 mars 2017 et TGI Paris, 3^{ème} Ch. 3^{ème} sect., 21 avril 2017

Dans deux affaires distinctes, la 3^{ème} section de la 3^{ème} Chambre du Tribunal de grande instance de Paris a rejeté la protection du titre d'une émission tant sur le fondement du droit d'auteur que sur celui du droit des marques.

Dans la première affaire, une société de production revendiquait la protection du droit d'auteur sur un nouveau format d'émission intitulé « Drôle d'endroit pour une rencontre ». Le synopsis de ce programme avait été adressé à France télévision qui l'avait refusé. Constatant ultérieurement la diffusion sur la chaîne France 3 d'un programme intitulé « Drôle d'endroit pour une rencontre », la société de production a alors assigné la chaîne et la société productrice de l'émission en contrefaçon de droit d'auteur en raison de la reprise à l'identique du titre de l'émission et du concept.

Le Tribunal rejette l'action en contrefaçon en l'absence d'originalité. Les juges du fond relèvent que la proposition d'émission qui avait été transmise à la chaîne n'était qu'à l'état de projet et d'idée non formalisés. Concernant le titre, les juges du fond relèvent qu'il a déjà été utilisé tout comme le concept général de l'émission consistant dans la rencontre d'une personnalité et d'un lieu.

Dans la seconde affaire, la protection revendiquée était celle du droit des marques. Le titre d'une série d'épisodes documentaires « Une minute pour comprendre » avait été déposé à titre de marque notamment en classe 38 pour les services d'information en matière de télécommunication et les émissions radiophoniques ou télévisées. Ce titre avait été repris ultérieurement pour intituler une rubrique au sein du journal télévisé de TF1. Le titulaire de la marque a alors assigné TF1 en contrefaçon de marque.

Les juges du fond rejettent l'action en contrefaçon au motif de l'absence de caractère distinctif de la marque qui est annulée pour les services de la classe 38. La marque constituée d'un slogan est jugée comme étant une expression banale, immédiatement compréhensible par le public concerné qui recherche une réponse simple et rapide à une question. Les juges du fond relèvent en outre que cette expression est régulièrement utilisée par différents acteurs économiques pour proposer une information sous la forme d'explications à visée pédagogique. Rappelant que le droit des marques ne peut avoir pour effet de priver toute personne du droit d'utiliser une expression courante, le Tribunal annule la marque pour défaut de caractère distinctif.

La protection d'un titre par le droit d'auteur est bien entendu soumise à l'exigence d'originalité qui est dans une certaine mesure l'un des critères retenus par la jurisprudence pour apprécier la distinctivité d'un titre déposé en tant que marque sous forme de slogan. En effet, pour constituer une marque valable, un slogan doit être apte à remplir sa fonction d'indication d'origine mais également présenter une certaine originalité et nécessiter un certain effort d'interprétation. Un titre banal sera exclu de la protection par le droit d'auteur mais risque également de ne pas bénéficier de la protection du droit des marques malgré un dépôt.

Dans les deux affaires, l'action en concurrence déloyale est également rejetée, le demandeur échouant à démontrer une faute imputable au défendeur. Dans les deux cas, le tribunal relève qu'il n'était pas établi que le défendeur ait agi volontairement en connaissance de cause.

Florence DAUVERGNE