

DROIT D'AUTEUR

Un photographe peut-il nous céder ses droits «à vie» ?

La durée de la protection du droit d'auteur est, pour ce qui concerne les droits d'exploitation, de 70 ans après la mort de l'auteur. Le droit moral (le droit au nom, le droit d'assurer le respect de l'œuvre, et le droit de la divulguer) est quant à lui incessible et perpétuel.

La question posée porte donc sur les seuls droits patrimoniaux, ceux qui permettent d'exploiter l'œuvre, que ce soit à titre gratuit ou commercial, peu importe.

Quelle que soit la durée de la cession des droits d'auteurs, celle-ci doit être délimitée dans l'acte de cession. Une cession de droit sans

précision de durée est donc illégale. La durée peut être celle des droits d'auteur (donc 70 ans après la mort de l'auteur).

La mention cession à vie pose un problème d'indétermination, car on ne sait pas, par définition, quand l'auteur passera de vie à trépas. En outre, cette indication est ambiguë, car elle ne permet pas de déterminer si l'auteur entendait céder ses droits pour la durée de sa vie ou s'il désirait en réalité céder ses droits pour toute la durée légale des droits d'auteur.

En tout état de cause, on rappellera qu'une cession de droits globale est toujours

contestable quant à sa portée : la Cour de cassation a plusieurs fois annulé les clauses du type «tous droits cédés». Il convient donc de préciser, pour chaque droit cédé (droit de reproduction, droit de représentation, voire droit d'adaptation), les usages prévus (ce que l'on appelle en droit la destination), le type de supports autorisés, mais aussi le territoire. En d'autres termes, il faut toujours anticiper et se rappeler qu'il convient d'éviter de se faire céder des droits que l'on envisage pas d'exploiter, car alors, l'auteur dont le droit est immobilisé pour rien pourrait revenir sur la cession. ■



Maître Agnès Tricoire
Avocate à la cour de Paris

PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Comment protéger non pas une marque mais un slogan ?

Une marque peut être composée d'un mot seul ou d'une représentation graphique, mais aussi d'un assemblage de mots. Un slogan peut ainsi être déposé à titre de marque.

À condition d'être suffisamment original, un slogan peut également être protégé par le droit d'auteur puisque ce dernier ne prend pas en considération le mérite de l'œuvre (qualité, longueur, etc). Les tribunaux ont déjà accepté qu'un slogan soit regardé comme une œuvre protégeable par le droit d'auteur.

Le créateur d'un slogan, dont la création serait reprise par autrui sans son accord, pourrait également défendre sa création sur le terrain de la concurrence déloyale et parasitaire. Dans ce cas, l'action serait fondée soit sur le risque de confusion, soit sur le parasitisme.

JURIDIQUE

Quelle valeur ont les mentions © et ® ?

Ces deux mentions sont purement informatives, et ne sont pas obligatoires.

La mention ©, «Copyright», figure fréquemment en légende de certaines photographies ou représentations d'œuvres. Elle n'est pas imposée par la loi : le droit d'auteur français n'étant soumis à aucune formalité, cette mention ne renvoie à aucun dépôt, et ne conditionne pas l'exercice du droit de l'auteur sur son œuvre.

Le signe ®, «Registered», figure parfois à côté d'une marque suivi du nom du titulaire des droits afin d'indiquer, au contraire, que le signe a été déposé et que la personne mentionnée est titulaire des droits sur cette marque. Son apposition aux côtés de la marque n'est pas une condition de validité : au contraire, le fait de l'inscrire aux côtés d'une marque non déposée est susceptible de constituer une faute. ■