

MINUTE N°:

TRIBUNAL
... GRANDE
INSTANCE
... PARIS



3e chambre 3e section
N° RG : 16/06846

République française
Au nom du Peuple français

MP

JUGEMENT
rendu le 16 février 2018

Assignation du :
22 mars 2016

DEMANDEURS

Monsieur M. X

Représenté par Maître Pierre-Yves MICHEL, avocat au barreau de PARIS,
vestiaire #G0341

DÉFENDERESSE

PARIS SAINT-GERMAIN FOOTBALL SA

Représentée par Maître Claire BERTHEUX SCOTTE de l'AARPI
ASTINE, avocats au barreau de PARIS, vestiaire #B0350

COMPOSITION DU TRIBUNAL

..., Vice-Président
..., Vice-Président
..., Juge

Assisté de Marie-Aline PIGNOLET, Greffier,

DÉBATS

A l'audience du 8 janvier 2018 , tenue publiquement, devant ... et ... , juges rapporteurs qui sans opposition des avocats ont tenu seules l'audience et après avoir entendu les conseils des parties, en ont rendu compte au tribunal, conformément aux dispositions de l'article 786 du code de procédure civile

JUGEMENT

Prononcé publiquement par mise à disposition au greffe

Contradictoire

en premier ressort

EXPOSE DU LITIGE

M. X se présente comme un photographe professionnel tirant l'ensemble de ses revenus de cette activité artistique. En 2009, il a réalisé sur commande de la société THE CRM COMPANY -qui était alors l'agence de communication de la société PARIS SAINT-GERMAIN FOOTBALL (ci-après « PSG »)- la photographie d'un homme montrant son maillot du club PSG sous une veste de costume, apparaissant au premier plan sur un fond de tribune flouté :

Découvrant en 2015 que la société PSG avait utilisé sa photographie comme visuel-clé de son opération « #JourDuMaillot » à l'occasion du match PSG/Réal Madrid du 21 octobre 2015, dans le cadre d'une campagne d'affichage dans les rues de Paris mais également au moyen du site internet www.psg.fr et sur Facebook, DailyMotion, YouTube ainsi que sur les réseaux sociaux du club, et estimant que ces exploitations étaient intervenues en violation de ses droits en ce qu'elles excédaient le périmètre de la cession intervenue suivant facture du 7 août 2009 ainsi que celui d'une autorisation postérieure également limitée pour l'habillage de l'entrée principale du Parc des Princes durant 3 mois, M. X a le 12 novembre 2015 J établir un constat d'huissier sur le site www.psg.fr puis a adressé le 24 novembre 2015 à la société PSG une mise en demeure de cesser ces reproductions et de lui transmettre une offre aux fins de réparation de son préjudice.

La société PSG y a répondu le 10 décembre 2015 en indiquant admettre le caractère limité de l'autorisation d'utilisation à des fins promotionnelles de la photographie en cause, et a offert de régler à M. X une somme de 3.000 euros en contrepartie des usages reprochés en précisant qu'elle prendrait des mesures destinées à la F disparaître de son site ainsi que des réseaux sociaux dont elle pouvait avoir la maîtrise.

Estimant les propositions indemnitaires formulées et dispositions précitées insuffisantes, M. X a ensuite par acte du 21 mars 2016, J assigner la société PARIS SAINT GERMAIN FOOTBALL devant ce tribunal en contrefaçon de droits d'auteur, sollicitant la production des éléments relatifs à la campagne de communication précitée et le versement de dommages et intérêts provisionnels.

Par ordonnance du 24 février 2017, le juge de la mise en état a partiellement J droit à une demande d'information présentée par M. X sur le fondement de l'article L331-1-2 du code de la propriété intellectuelle a ordonné à la société PARIS SAINT GERMAIN FOOTBALL de communiquer à celui-ci dans un délai de 15 jours à compter de la signification de la présente ordonnance tout document comportant les informations suivantes :

— la durée de diffusion de la photographie objet du litige sur les différents supports susvisés ;

— le nombre de flyers imprimés dans le cadre de la campagne « #JourDuMaillot » ;

— le nombre d'affiches imprimées dans le cadre de la campagne « #JourDuMaillot » et leurs formats.

Aux termes de ses dernières conclusions notifiées par voie électronique le 28 avril 2017, M. X présente les demandes suivantes:

K M. X en son action,

L'EN DÉCLARER bien fondé.

Y faisant droit :

DIRE ET JUGER qu'en reproduisant et représentant, sous forme de photographies et de vidéos, sur son site internet, sur les réseaux sociaux et en affichage dans les rues de Paris, la photographie originale de M. X représentant « un homme montrant son maillot PSG sous son costume » sans y être autorisée, la société PARIS SAINT-GERMAIN commet des actes de contrefaçon de droit d'auteur ;

En conséquence,

INTERDIRE à la société PARIS SAINT-GERMAIN FOOTBALL, à compter de la signification du jugement à intervenir, et sous astreinte de 500 euros par infraction constatée et par jour de retard, de reproduire ou représenter la photographie de M. X représentant « un homme montrant son

maillot PSG sous son costume », sous quelque forme et sur quelque support que ce soit ;

ENJOINDRE à la société PARIS SAINT-GERMAIN FOOTBALL de prendre toute mesure aux fins d'obtenir le retrait de la photographie de M. X représentant « un homme montrant son maillot PSG sous son costume » auprès des sites internet de tiers, sous astreinte de 500 euros par infraction constatée et par jour de retard à compter de la décision à intervenir ;

SE RÉSERVER la liquidation des astreintes susvisées ;

CONDAMNER la société PARIS SAINT-GERMAIN FOOTBALL à payer à M. X:

— la somme de 30.000 euros, sauf à parfaire, pour réparation au titre des atteintes portées aux droits patrimoniaux d'auteur de M. X, constitutives de contrefaçon ;

— la somme de 10.000 euros pour réparation au titre des atteintes portées au droit moral d'auteur de M. X, constitutives de contrefaçon ;

— la somme de 10.000 euros en application de l'article 700 du code de procédure civile, et la condamner aux entiers dépens, incluant les frais de constat d'huissier ;

DIRE que dans l'hypothèse où, à défaut de règlement spontané des condamnations prononcées dans le jugement à intervenir, l'exécution forcée devrait être réalisée par l'office d'un huissier de justice, le montant des sommes retenues par l'huissier en application de l'article 10 du Décret du 8 mars 2001 portant modification du Décret 96/1080 du 12 décembre 1996 (tarif des Huissiers) devra être supporté par le débiteur en sus des frais irrépétibles prévus à l'article 700 du code de procédure civile ;

ORDONNER l'exécution provisoire du jugement à intervenir.

M. X expose pour l'essentiel que:

— suivant une facture du 7 août 2009, il a cédé à la société THE CRM COMPANY les droits de reproduction sur le visuel en cause, pour des modes d'exploitation et une durée déterminés,

— l'originalité de l'œuvre est incontestable,

— la photographie litigieuse était un visuel clé de la campagne en cause et a été utilisée massivement sur différents supports, l'impact de l'opération a été considérable,

— les mesures de suppression annoncées n'ont pas été prises,

— les éléments communiqués ne permettent toujours pas d'évaluer avec certitude l'étendue du préjudice patrimonial, qui ne peut être calculé par référence à une exploitation qui aurait été autorisée,

— il existe également une atteinte à l'intégrité de l'œuvre qui a été recadrée et retouchée.

La société PARIS SAINT-GERMAIN FOOTBALL présente, aux termes de ses dernières conclusions notifiées par voie électronique le 1er juin 2017, les demandes suivantes:

DONNER ACTE à la société PARIS SAINT-GERMAIN FOOTBALL de ce qu'elle offre de verser la somme de 4.000 euros à M. X à titre d'indemnité pour l'utilisation en octobre 2015 de la photographie réalisée pour son compte en 2009 ;

DEBOUTER M. X de toutes ses demandes et en conséquence :

DEBOUTER M. X de sa demande devenue sans objet ainsi que de sa demande mal fondée et devenue sans objet de communication d'informations relatives à la campagne « #jourdumaillet » ;

CONSTATER l'absence d'atteinte au droit moral de M. X et de l'ensemble de ses demandes à ce titre et à titre subsidiaire constater qu'une atteinte audit droit moral si elle était reconnue serait couverte par l'indemnité réparatrice de 4.000 euros proposée par la société PARIS SAINT-GERMAIN FOOTBALL ;

CONSTATER que le quantum des dommages et intérêts sollicités par M. X est excessif et non justifié, et de l'ensemble de ses demandes indemnitaires ;

DEBOUTER M. X de sa demande de remboursement des frais irrépétibles sur le fondement de l'article 700 du code de procédure civile et des dépens ;

CONDAMNER M. X aux dépens ;

A titre subsidiaire, si le tribunal devait faire droit à la demande formée par M. X au titre de l'article 700 du code de procédure civile, fixer cette indemnité à une somme raisonnable.

La société PARIS SAINT-GERMAIN FOOTBALL expose pour l'essentiel que:

— elle a tenté de résoudre amiablement le litige en présentant une offre indemnitaire par référence au montant facturé pour la cession initiale des droits,

— le préjudice est évalué sur une base de calcul erronée, la campagne était essentiellement digitale, certaines diffusions sont prises en compte plusieurs fois et les retombées invoquées ne sont pas établies par la partie défenderesse,

— la demande indemnitaire présentée par M. X est excessive, il ne justifie pas du tarif habituel de ses prestations ni du travail de création tel qu'allégué,

— il y a lieu de distinguer les reproductions du visuel de M. X et les éléments de la campagne réalisée (thématique, gestuelle, slogan, argumentaire),

— les atteintes au droit moral invoquées sont inexistantes.

L'ordonnance de clôture a été rendue le 3 octobre 2017 et l'affaire a été plaidée le 8 janvier 2018.

Pour un exposé complet de l'argumentation des parties il est, conformément à l'article 455 du code de procédure civile, renvoyé à leurs dernières conclusions précitées.

MOTIFS DE LA DECISION:

1-Les actes de contrefaçon invoqués:

Ni l'originalité de l'œuvre ni la titularité des droits invoqués ne sont discutés. De même, la société PSG ne conteste pas que l'autorisation d'exploitation du visuel en cause, définie aux termes d'une note de droits d'auteur datée du 7 août 2009, précisait la durée des utilisations et la nature des supports par référence au plan média décrit dans un courriel de la société THE CRM COMPANY à M. X du 2 juillet 2009 (pièces PYM 3 et 4) à savoir :

H I :

>¼ page L'Equipe + 1/8e Le Parisien les 29 juillet et 5 août

>¼ Metro 29 juillet

>Pleine page Onze (100.000 ex) + Pleine page Max PSG (30.000 ex) n°août

AFFICHAGE :

>Decaux (2m2 en 3.000 faces) : 1 semaine du 3 au 9 août

>Insert (120 x180 en 1.000 faces) : 2 semaines entre le 29 juillet et le 12 août

>réseau Parc (60x80 en 3.000 faces : mise en place pour le match du 15 août

WEB BANNERS

>Sport365, Foot365, Sports.fr, Football.fr, L'Equipe.fr, Francefootball.fr, et JDD.fr => principalement des formats de 728x90 et 300x250.

La conception de l'image et les usages ainsi répertoriés ont été facturés 4.500 euros HT soit 4.747,50 euros TTC.

L'exploitation du même visuel en habillage de l'entrée principale du Parc des Princes pendant une durée de 3 mois (format 16mx12m) à compter du 19 septembre 2009 a J l'objet d'une autorisation postérieure en contrepartie d'un règlement de 2.400 euros HT, soit 2.532,00 euros TTC.

L'exploitation du visuel pour la campagne de communication intitulée «#jour du maillot » lancée à l'occasion du match PSG/REAL Madrid du 21 octobre 2015, décrite comme consistant à inviter les supporters du club parisien indépendamment de leur activité et du moment de la journée à porter à cette date le maillot du PSG, se situe hors du champ contractuel tel qu'indiqué plus haut -ce que la défenderesses ne conteste pas- et constitue des actes de contrefaçon en application des dispositions de l'article L.122-4 du code de la propriété intellectuelle, disposant que toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants-droit ou ayants cause est illicite.

Les parties s'opposent en revanche sur l'ampleur de l'opération dite « #JourDuMaillot » et l'évaluation du préjudice en résultant.

M. X souligne que la photographie était un visuel-clé, que la campagne n'était pas seulement digitale et que la liste des supports concernés -dont la version initialement transmise n'était pas exhaustive- comportait en réalité des affiches collées dans toute la capitale française à titre de visuel et présentes sur le site internet www.psg.fr notamment dans le cadre d'un clip vidéo, sur la page Facebook du PSG, sur ses pages Youtube et Dailymotion dans le cadre de plusieurs clips, sur ses comptes Twitter et Instagram à titre de visuel, dans le journal l'Equipe du 18 octobre 2015 et enfin, sur des flyers distribués dans Paris. Il J valoir que la campagne a été très largement relayée, citant pour exemple la vidéo mise en ligne sur Facebook partagée plus de 1.850 fois et le tweet de lancement de l'opération retweeté 865 fois le jour de sa diffusion.

Il ajoute que les exploitations litigieuses ne se sont pas limitées à la durée de l'opération puisque la photographie est toujours présente sur le site www.psg.fr et sur les réseaux sociaux.

La société PSG répond que les utilisations de la photographie de M. X ont consisté dans 3/4 de page dans le quotidien L'EQUIPE du 18 octobre 2015, 1.500 affiches papier de format 120x160 cm et 4.000 affiches papier de format 70x100 cm collées à Paris représentant le visuel en cause avec la mention « Paris dans la peau » et « #JourDuMaillot », 35.000 flyers distribués sur 2 matinées, un affichage sur le site www.psg.fr et enfin des posts sur les pages officielles du PSG des réseaux sociaux et de partage en ligne Facebook, Twitter, Instagram, Youtube et Dailymotion.

Elle soutient que cette liste complétée à la suite d'omissions involontaires concernant le nombre exact d'affiches et la distribution de flyers est exhaustive, et que les diffusions par des tiers sur d'autres supports ne lui sont pas imputables. Elle ajoute que l'opération s'est pour l'essentiel limitée à 3 jours ce qui au regard de son étendue et des tarifs de référence de l'ADAGP, justifie par référence aux tarifs appliqués par M. X en 2009 que son offre d'indemnisation soit à hauteur de 4.000 euros.

SUR CE

L'article L.331-1-3 du code de la propriété intellectuelle dispose que pour fixer les dommages et intérêts, la juridiction prend en considération distinctement les conséquences économiques négatives de l'atteinte aux droits, dont le manque à gagner et la perte subis par la partie lésée, le préjudice moral causé à cette dernière et enfin les bénéfices réalisés par l'auteur des actes de contrefaçon y compris les économies d'investissements intellectuels, matériels et promotionnels retirées.

La juridiction peut, à titre d'alternative et sur demande de la partie lésée, allouer à titre de dommages et intérêts une somme forfaitaire devant en cas être supérieure au montant des rémunérations qui auraient été dues si l'auteur de l'atteinte avait demandé l'autorisation d'utiliser le droit, cette somme n'étant pas exclusive de l'indemnisation du préjudice moral.

Le fait que la société PSG ait initialement omis de mentionner l'existence de flyers et réduit le nombre d'affiches représentant le visuel en cause ne suffit pas à déduire que d'autres utilisations auraient été dissimulées et justifier la demande d'information formulée dès lors que si aucun plan média n'est communiqué, des factures sont toutefois produites au soutien de ces affirmations (pièces PSG 12 et 13).

Les informations diffusées sur internet au moment du lancement de l'opération montrent que celle-ci a été massive, le site www.leparisien.fr

faisant état d'une communication qui « a envahi la Toile » (pièce PYM 8). Et si les vidéos postées par des internautes reproduisant le geste de montrer leur maillot sous leurs vêtements ne sont évidemment pas à considérer au titre de la contrefaçon, elles témoignent du succès de la campagne publicitaire réalisée et du bénéfice de celle-ci pour la société PSG.

La défenderesse ne peut en revanche être considérée même indirectement comme à l'origine des exploitations du visuel sur des sites exploités par des tiers tels que www.themadavenue.com, www.sportbuzzbusiness.fr, www.leparisien.fr, ou www.sportmarketing.fr, dont elle ne peut maîtriser les diffusions.

Au regard de ces éléments, de l'absence d'autorisation fournie par l'auteur, du public atteint par les exploitations en cause accompagnant un match très médiatisé et de la facturation précédemment émise par M. X pour la même œuvre en 2009, le préjudice patrimonial résultant des actes de contrefaçon doit être évalué à une somme de 10.000 euros.

2-Les atteintes au droit moral d'auteur:

M. X fait valoir à ce titre que la photographie a été recadrée et retouchée, en ce qu'ont été ajoutées les mentions « Paris dans la peau » et « #JourDuMaillot » ainsi que les logos des équipes du PSG et du REAL MADRID, et que dans le format critiqué le terme « Fly » apparaît plus lumineux, le terme « Emirates » est moins visible, le macaron du PSG est plus gros et le col du maillot a été modifié. Il est de même indiqué que la photographie a été recadrée au moyen d'un gros plan de sa partie gauche inférieure, un quadrillage blanc épais ayant par ailleurs été ajouté sur certains visuels diffusés, que l'œuvre a été insérée dans des clips vidéos sous forme d'image animée et enfin, que l'auteur n'a pas été crédité. Il estime que ces atteintes représentent une valeur de 10.000 euros.

La société PSG répond qu'aucune atteinte au droit moral de l'auteur n'est constituée dès lors que la destination de l'œuvre -conçue à des fins promotionnelles pour le compte du club de football- est la même, que les retouches apportées pour prendre en compte les changements intervenus sur le modèle de maillot entre 2009 et 2015 sont insignifiantes, que le quadrillage qui est le J de tiers ne peut lui être reproché et enfin, que l'absence de mention du nom du photographe -dont il n'est pas démontré qu'il était indiqué dans le cadre des usages précédemment autorisés de la même oeuvre- résulte de la nature des utilisations en cause à des fins publicitaires.

SUR CE

L'article L.121-1 du code de la propriété intellectuelle dispose que « l'auteur jouit du droit au respect de son nom, de sa qualité et de son œuvre ».

Le respect de l'œuvre vise notamment son intégrité et implique donc que celle-ci ne soit pas modifiée sans le consentement de l'auteur, qui doit cependant démontrer la matérialité de ces modifications et en quoi elles constituent une atteinte à son droit moral.

Les modifications apportées ne sont pas contestées. S'agissant de l'image elle-même, elles consistent dans la partie visible du mot « Emirates » qui a été réduite, dans le volume augmenté du logo du PSG et dans l'aspect du col du maillot qui dans le visuel critiqué, comporte une bande rouge verticale entre deux lignes blanches et non une encolure présentant ce contraste de couleurs :

Pour les besoins de la campagne intitulée « #JourDu maillot », le sujet de la photographie a par ailleurs été déplacé à gauche de l'image dans une version recadrée comportant le slogan « PARIS DANS LA PEAU », l'intitulé de l'opération ainsi que le logo des deux clubs concernés par l'événement.

Ce recadrage et ces insertions ne sont pas non plus contestées et sont visibles dans les procès-verbaux de constat des 12 novembre et 21 décembre 2015, 11 et 19 octobre 2016 (pièce PYM 6, 7 et 20). Le quadrillage blanc apparaissant sur certaines reproductions ne peut en revanche être reproché à la société PSG puisque cet ajout est uniquement constaté sur le site www.sportbuzzbusiness.fr, dont la défenderesse n'a pas le contrôle (pièce PYM 15).

Les modifications précitées portent atteinte au droit moral de l'auteur en ce que M. X démontre d'une part, ses choix de cadrage et de place respectivement réservés aux différents éléments du visuel et d'autre part, les retouches opérées afin de mettre en valeur par contraste le personnage faisant le geste d'ouvrir sa veste, apparaissant de façon très nette devant un arrière-plan flouté (pièce PYM 1).

Il ne peut par ailleurs être soutenu que des exploitations dans le cadre d'une opération publicitaire emportent nécessairement renonciation de l'auteur à ce que son nom soit mentionné, la possibilité d'insérer cette mention dépendant en effet des usages et supports concernés. L'atteinte à la paternité est donc également constituée.

La perception des modifications en cause par le public a cependant été limitée en ce que l'attention est attirée par le mouvement du personnage découvrant le maillot du PSG indépendamment de ses détails. Il n'est en

autre pas porté atteinte à l'esprit et à la destination de l'œuvre qui dès l'origine était conçue pour servir une campagne promotionnelle.

L'ensemble de ces éléments de contexte justifie d'évaluer le préjudice causé par l'atteinte au droit moral résultant des utilisations litigieuses à une somme de 4.000 euros.

3-Les demandes

M. X fait valoir que nonobstant les affirmations de la société PSG selon lesquelles elle aurait pris toutes mesures nécessaires pour faire cesser les exploitations contrefaisantes, le visuel est toujours présent sur le site www.psg.fr, sur son compte Facebook et sur les chaînes Youtube et Dailymotion dont elle a la maîtrise.

Pour s'opposer aux demandes de M.X et d'injonction de prendre toute disposition appropriée pour faire cesser les diffusions en cause, la société PSG invoque le caractère imprécis et partant inapplicable de la seconde et pour la première, soutient qu'elle est inutile en ce que dès la mise en demeure, elle a fait retirer la photographie de son site et de ceux dont elle pouvait avoir la maîtrise ainsi qu'en témoigne le procès-verbal de constat qu'elle a fait établir le 14 décembre 2016. Elle ajoute que si l'image est encore présente parce qu'encapsulée dans des vidéos diffusées sur Youtube ou Dailymotion, ces usages sont résiduels et n'ont aucune véritable visibilité.

SUR CE

M. X fonde ses demandes sous astreinte et d'injonction sur un constat d'huissier établi les 11 et 19 octobre 2016, faisant ressortir qu'à cette date sur le site www.psg.fr figurait toujours un article relatif à l'opération « #JourDuMaillot » publié le 19 octobre 2015 et montrant les affiches du visuel également repris sous forme de vidéos ou de façon floutée en arrière-plan de portraits de joueurs, et que la photographie était de même encore diffusée au sein de vidéos sur les page du PSG des site Dailymotion et Youtube, ainsi que sur des copies d'écran des mêmes sites et de la page Facebook du PSG (pièces PYM 20 et 24).

Le constat réalisé par la société PSG daté du 14 décembre 2015 -et non 2016 comme indiqué dans ses écritures- est basé sur une recherche de la photographie en tant que telle et non de toutes ses formes de représentation.

Il ressort en tout état de cause des pièces précitées produites par le demandeur que si l'image n'est évidemment plus présentée avec la même visibilité, elle reste accessible sur les sites dont elle contrôle le contenu en tant qu'illustration d'articles ou dans le cadre de vidéos, ce qui justifie la mesure sollicitée.

Le caractère résiduel de ces diffusions n'apparaît en revanche pas imposer qu'il soit fait injonction sous astreinte à la société PSG de mettre fin aux utilisations encore susceptibles d'être relevées.

La société PARIS SAINT GERMAIN FOOTBALL, partie perdante, supportera la charge des dépens -lesquels ne peuvent en application de l'article 695 du code de procédure civile inclure les frais de constat d'huissier- et sera condamnée à régler à M. X, qui a dû exposer des frais irrépétibles pour faire valoir ses droits et obtenir la communication des éléments nécessaires à l'évaluation de son entier préjudice, une indemnité au titre de l'article 700 du code de procédure civile qu'il est équitable de fixer à la somme de 6.000 euros.

L'exécution provisoire étant justifiée au cas d'espèce et compatible avec la nature du litige, elle sera ordonnée.

PAR CES MOTIFS

Le tribunal, statuant publiquement par jugement mis à disposition au greffe, contradictoire et en premier ressort,

DIT qu'en reproduisant et représentant, sous forme de photographies et de vidéos sur son site internet, sur les réseaux sociaux et sous forme d'affiches la photographie de M. X décrite comme représentant « un homme montrant son maillot PSG sous son costume » sans y être autorisé, la société PARIS SAINT-GERMAIN a commis des actes de contrefaçon de droit d'auteur ;

FAIT INJONCTION à la société PARIS SAINT-GERMAIN FOOTBALL, passé un délai d'un mois à compter de la signification du présent jugement, et sous astreinte de 100 euros par infraction constatée et par jour de retard, de reproduire ou représenter la photographie de M. X décrite comme représentant « un homme montrant son maillot PSG sous son costume », sous quelque forme et sur quelque support que ce soit ;

SE RESERVE la liquidation de l'astreinte ;

DEBOUTE M. X de sa demande d'injonction ;

CONDAMNE la société PARIS SAINT-GERMAIN FOOTBALL à payer à M. X:

— la somme de 10.000 euros en réparation du préjudice patrimonial résultant des actes de contrefaçon ;

— la somme de 4.000 euros en réparation des atteintes portées au droit moral d'auteur ;

CONDAMNE la société PARIS SAINT-GERMAIN FOOTBALL aux dépens ;

CONDAMNE la société PARIS SAINT-GERMAIN FOOTBALL à payer à M. X la somme de 6.000 euros en application de l'article 700 du code de procédure civile ;

REJETTE la demande formée par M. X au titre des frais d'exécution forcée susceptibles d'être engagés ;

ORDONNE l'exécution provisoire.

Fait et jugé à Paris le 16 février 2018

Le Greffier Le Président