

**TRIBUNAL  
DE GRANDE  
INSTANCE  
DE PARIS**



3ème chambre 2ème  
section

N° RG :  
**13/00341**

N° MINUTE : *no*

Assignation du :  
20 Décembre 2012

**JUGEMENT  
rendu le 17 Avril 2015**

**DEMANDERESSE**

**Société AGENCE CAMAIEU, représentée par sa présidente Mme  
Brigitte FLORENZ.**  
5 avenue de la République  
75011 PARIS

représentée par Me Caroline HILTGEN LEBOUVIER, avocat au  
barreau de PARIS, vestiaire #C1001

**DÉFENDERESSES**

**Société AMV**  
Rue Miguel Cervantès  
33700 MERIGNAC

représentée par Me Caroll GOSSIN, avocat au barreau de PARIS,  
vestiaire #D1057

**NO GOOD INDUSTRY,**  
4 Place de l'Opéra  
75001 PARIS

représentée par Me Patrice D'HERBOMEZ, avocat au barreau de  
PARIS, vestiaire #C0517

Expéditions  
exécutoires  
délivrées le :

*17/4/2015*

### **COMPOSITION DU TRIBUNAL**

Eric HALPHEN, Vice-Président, *signataire de la décision*  
Arnaud DESGRANGES, Vice-Président  
Françoise BARUTEL, Vice-Présidente

assistés de Jeanine ROSTAL, FF Greffier, *signataire de la décision*

### **DEBATS**

A l'audience du 08 Janvier 2015  
tenue en audience publique

### **JUGEMENT**

Prononcé publiquement par mise à disposition au greffe  
Contradictoire  
en premier ressort

---

### **FAITS, PROCÉDURE ET PRÉTENTIONS DES PARTIES**

La société AGENCE CAMAÏEU exerçant l'activité de conseil en publicité indique qu'elle a répondu en 2008 à un appel d'offre de la société d'assurances spécialisée notamment dans l'assurance des deux-roues AMV, qui cherchait un nouveau concept pour ses campagnes publicitaires, en lui proposant le 17 octobre 2008, deux axes créatifs, dont l'un reposait sur un jeu de mots fondé sur l'homonymie entre les mots "deux roues" et "deux roux" et faisait appel à deux hommes aux cheveux roux pour incarner le jeu de mots.

Le dossier créatif remis comportait des premières amorces de trois story boards "LES DEUX ROUX" intitulés "Peau de banane", "L'ours moto cross" et "Panne bulles moto", tous marqués du slogan "AMV, l'Assurance préférée des 2 roux", et de deux affiches revêtues du slogan "L'assurance préférée des deux roux" pour l'un et "Les deux roux ne plaisaient pas avec leur assurance" pour l'autre qui montraient des jumeaux roux vêtus de manière identique ou similaire avec des accessoires de moto, casque et rétroviseur dans un cas, blouson de moto et casque dans l'autre.

Il était en outre précisé au sujet de ce projet que « *Cette campagne n'est pas une simple campagne, c'est une saga. Elle installe la marque AMV comme référent des deux roues. On ne pensera plus jamais deux roues sans penser AMV. Elle crée un système de communication décalé, un esprit humoristique, théâtral, épuré, moderne qui favorise un très fort taux de mémorisation. Cette campagne permet de décliner des annonces ou des films viraux avec des thèmes différents ...* ».

Selon la société AGENCE CAMAÏEU, ce projet bénéficie de la protection au titre du droit d'auteur.

La proposition de la société AGENCE CAMAÏEU n'a pas été retenue par la société AMV.

Ayant constaté en mars 2012 qu'était diffusée dans divers médias (presse, télévision, web) une nouvelle campagne de publicité pour la société AMV, conçue par la société NO GOOD INDUSTRY, s'appuyant sur le jeu de mots deux roues/deux roux et mettant en scène sur un ton humoristique décalé des visuels et des spots publicitaires de deux hommes roux, dans diverses aventures loufoques, qui selon elle constituait, par l'emprunt de tous ses éléments caractéristiques, une adaptation du projet publicitaire qu'elle avait présenté en 2008, la société AGENCE CAMAÏEU a adressé le 31 mai 2012 une mise en demeure à la société AMV de cesser l'exploitation de ce concept publicitaire et de proposer une réparation du préjudice subi.

Par lettre du 4 juillet 2012, la société AMV a rejeté la mise en demeure en faisant valoir en substance que le projet de la société AGENCE CAMAÏEU n'était pas protégeable et que la campagne de la société NO GOOD INDUSTRY différait fondamentalement du projet par son traitement, son ton créatif et ses messages, que le projet soumis était très sommaire et que le fait que les deux concepts reposent sur le même jeu de mots était fortuit. Dans un nouvel échange de courriers les 17 septembre 2012 et 12 octobre 2012, les deux sociétés maintenaient leurs positions.

La campagne publicitaire litigieuse a fait l'objet du 2 au 23 septembre 2012 d'une seconde vague de diffusion sur plusieurs chaînes de télévision.

Après avoir fait procéder le 12 octobre 2012 à un constat d'huissier sur le site internet [www.amv.fr](http://www.amv.fr), la société AGENCE CAMAÏEU a par acte du 20 décembre 2013 fait assigner la société AMV en contrefaçon de droits d'auteur et concurrence déloyale afin d'obtenir outre des mesures d'interdiction, l'indemnisation de son préjudice.

Par acte du 23 mai 2013, la société AMV a fait assigner la société NO GOOD INDUSTRY en intervention forcée pour demander qu'elle la garantisse de toute condamnation qui pourrait être prononcée à son encontre, instance qui a été jointe à la présente le 4 juillet 2013.

Dans ses dernières écritures signifiées le 17 décembre 2014 par voie électronique, la société AGENCE CAMAÏEU, après avoir réfuté les arguments des défenderesses, demande, en ces termes, au Tribunal de :

- dire et juger les sociétés AMV et NOGOOD INDUSTRY mal fondées en leurs prétentions et demandes et en conséquence, les en débouter intégralement,
- dire et juger qu'elle recevable et bien fondée en ses demandes et en conséquence, y faisant droit,
- dire et juger que la nouvelle campagne de la société AMV pour son assurance deux roues, qui constitue l'adaptation de la campagne originale " Les deux roux" créée en 2008 par elle ne pouvait être diffusée sans son autorisation, conformément à l'article L. 113-4 du Code de la propriété intellectuelle,
- dire et juger que la société AMV et son agence de publicité la société NOGOOD INDUSTRY qu'elle a appelée en garantie, ont ainsi commis des actes de contrefaçon des droits d'auteur de l'agence CAMAÏEU sur la campagne " les deux roux" qu'elle a créée antérieurement, à titre subsidiaire,

- dire et juger que la société AMV avec son agence de publicité NOGOOD INDUSTRY ont commis des actes de parasitisme en s'appropriant indûment le thème publicitaire des "deux roux", fruit d'un réel travail intellectuel de sa part, engageant ainsi leur responsabilité sur le fondement de l'article 1382 du Code civil,
- dire et juger que les circonstances dans lesquelles la société AMV a repris pour sa campagne de 2012 l'oeuvre ou le thème publicitaire des "deux roux" qu'elle lui avait présenté en 2008 dans le cadre d'une compétition, sont constitutives d'un comportement déloyal et fautif sur le fondement de l'article 1382 du Code civil, en conséquence,
- interdire à la société AMV de poursuivre la diffusion de la campagne incriminée, sous quelque forme et sur quelque support que ce soient (Presse, TV, affichage, Web (site [www.amv.fr](http://www.amv.fr) , chaîne officielle Youtube), Radio, PLV etc...), sous astreinte de 2.000 € par infraction constatée à compter de la signification du jugement à intervenir,
- interdire, en tant que de besoin, à la société AMV de poursuivre l'exploitation du thème publicitaire "Les deux roux" et la représentation de deux personnages roux, créés par l'Agence CAMAIEU en 2008, sous quelque forme que ce soit, sous astreinte de 2.000 € par infraction à compter de la signification du jugement à intervenir,
- interdire à la société NOGOOD INDUSTRY de poursuivre toute exécution en lien avec "Les deux roux" dans le cadre de la campagne de son annonceur et, plus généralement, d'utiliser les personnages des "deux roux" à quelque titre que ce soit, et sur quel que support que ce soit, sous astreinte de 2.000 € par infraction constatée, à compter de la signification du jugement à intervenir,
- ordonner sous astreinte de 100 € par jour de retard à compter de la signification du jugement à intervenir :
  - aux sociétés AMV et NOGOOD INDUSTRY, la communication des factures relatives au renouvellement des droits sur les visuels (tous supports) et films litigieux de la campagne "2 roux/roues" pour les périodes 2013/2014 et 2014/2015,
  - à la société AMV, la communication des factures relatives a la campagne "2 roux / roues" qui lui ont été adressées par sa nouvelle agence de publicité AKSON depuis 2013,
- se réserver la liquidation des astreintes en application de l'article 35 de la Loi du 9 juillet 1991,
- condamner solidairement les sociétés AMV et NOGOOD INDUSTRY à lui payer la somme de 300.000 €, sauf à parfaire, à titre de dommages et intérêts en réparation du préjudice résultant des actes de contrefaçon,
- condamner solidairement les sociétés AMV et NOGOOD INDUSTRY à lui payer la somme de 20.000 € a titre de dommages et intérêts en réparation du préjudice résultant des atteintes portées au droit à la paternité et au droit au respect de son oeuvre, à titre subsidiaire,
- condamner solidairement les sociétés AMV et NOGOOD INDUSTRY à lui payer la somme de 300.000 €, sauf a parfaire, à titre de dommages et intérêts en réparation du préjudice résultant des actes de parasitisme,
- condamner la société AMV à lui payer la somme de 20.000 €, à titre de dommages et intérêts en réparation du préjudice résultant de son comportement déloyal,

- ordonner la publication du jugement à intervenir par extrait dans quatre journaux ou revues, de son choix et aux frais avancés solidairement par les sociétés AMV et NOGOOD INDUSTRY, dans la limite de 6.000 € hors taxe par insertion,
- ordonner la publication du jugement à intervenir par extrait sur la page d'accueil du site Internet [www.amv.fr](http://www.amv.fr) et sur la page d'accueil du site Internet [www.nogoodindustry.com](http://www.nogoodindustry.com) de façon visible et lisible sous le titre "PUBLICATION JUDICIAIRE", dans un encart à fond blanc situé en haut de ladite page et ce, pendant 30 jours consécutifs à compter de la signification du jugement et ce, sous astreinte de 500 € par jour de retard à compter de la signification du jugement à intervenir,
- ordonner l'exécution provisoire du jugement à intervenir nonobstant appel et sans constitution de garantie,
- condamner solidairement les sociétés AMV et NOGOOD INDUSTRY à lui payer la somme de 25.000 € au titre de l'article 700 du Code de procédure civile, en ce compris les frais de constat réalisé pour les besoins de la cause,
- condamner solidairement les sociétés AMV et NOGOOD INDUSTRY aux entiers dépens de l'instance, dont distraction au profit de Maître Caroline HILTGEN-LEBOUVIER, dans les conditions de l'article 699 du Code de Procédure Civile.

Dans ses dernières conclusions signifiées le 17 décembre 2012, la société AMV demande en ces termes au Tribunal de :

- dire et juger que les demandes, fins et prétentions de la société AGENCE CAMAÏEU sont, en tous points, infondées,
- débouter la société AGENCE CAMAÏEU de toutes ses demandes,
- constater l'absence d'actes de contrefaçon,
- déclarer irrecevable la demande fondée sur le parasitisme et celle fondée sur le comportement déloyal,
- constater l'absence d'actes de parasitisme et de comportement déloyal fautif,
- subsidiairement, constater l'absence de préjudice de la société AGENCE CAMAÏEU,
- plus subsidiairement, dire que la société NO GOOD INDUSTRY sera tenue de la relever indemne et de la garantir de toute condamnation pouvant intervenir à son encontre au bénéfice de la société AGENCE CAMAÏEU,
- rejeter la demande de la société NOGOOD INDUSTRY dirigée contre elle,
- dire et juger qu'elle n'est due à aucune garantie à l'égard de la société NO GOOD INDUSTRY,
- en tout état de cause, condamner la société AGENCE CAMAÏEU à lui verser la somme de 12.000 € au titre de l'article 700 du Code de procédure civile,
- condamner la société CAMAÏEU aux entiers dépens dont distraction au profit de Maître Caroll GOSSIN .

Par ses conclusions récapitulatives signifiées le 15 décembre 2014, la société NO GOOD INDUSTRY présente au Tribunal les demandes suivantes :

- rejeter les demandes de la société AGENCE CAMAÏEU au titre de la contrefaçon et du parasitisme, l'y dire irrecevable et mal fondée, la

débouter de ses demandes dirigées contre elle,  
- la recevoir en sa demande reconventionnelle contre la société AGENCE CAMAÏEU et l'y dire bien fondée, condamner en conséquence la société AGENCE CAMAÏEU à lui payer 50.000 euros de dommages et intérêts,  
- rejeter les demandes de la société AMV dirigées contre elle, juger et dire qu'elle n'est due à aucune garantie,  
- la recevoir en sa demande subsidiaire en garantie contre la société AMV et l'y dire bien fondée, condamner en conséquence la société AMV à la relever et la garantir de toute condamnation qui viendrait à être mise à sa charge ;  
en tout état de cause  
- condamner solidairement les sociétés AGENCE CAMAÏEU et AMV à lui payer chacune la somme de 7.000 € au titre de l'article 700 du Code de procédure civile ainsi qu'aux entiers dépens dont distraction au profit de Maître d'Herbomez qui pourra les recouvrer directement.

L'ordonnance de clôture a été rendue le 18 décembre 2014.

### MOTIFS

#### **Sur la protection au titre du droit d'auteur**

L'article L.111-1 du Code de la propriété intellectuelle dispose que *"l'auteur d'une oeuvre de l'esprit jouit sur cette oeuvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous"*.

Les dispositions de l'article L.112-1 du Code de la propriété intellectuelle protègent par les droits d'auteur toutes les oeuvres de l'esprit, quels qu'en soient le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination, pourvu qu'elles soient des créations originales.

Il est en outre constant que l'originalité de l'oeuvre ressort notamment de partis pris esthétiques et de choix arbitraires qui lui donnent une forme propre de sorte qu'elle porte ainsi l'empreinte de la personnalité de son auteur .

Enfin il appartient à celui qui invoque la protection au titre des droits d'auteur, d'établir et de caractériser l'originalité de l'oeuvre.

La société AGENCE CAMAÏEU soutient que le projet de campagne publicitaire les deux roux/roues qu'elle a soumis à la société AMV serait éligible à la protection au titre du droit d'auteur.

Elle caractérise ainsi ce projet :

*"une communication basée sur un jeu de mots ( deux roux / deux roues ) reposant sur une homonymie entre les mots « roux » et « roue »,  
- la création de deux personnages roux (sympathiques et drôles) qui personnifient le jeu de mots,  
- le choix de confier à ces deux personnages roux, le rôle central à partir duquel se construit le message publicitaire,*

*- une théâtralisation du sujet traité : dans un décor épuré et modeste, une mise en scène décalée et théâtrale des deux personnages principaux (valorisés et non dénigrés), qui apparaissent dans différentes saynètes loufoques,  
- une absence de référence à l'univers type du motard et aux codes publicitaires traditionnels des assurances."*

Selon elle, *"la contribution des roux, à partir desquels se construit le message publicitaire, associée au jeu de mots visuel et auditif deux roux / deux-roues , dans une mise en scène théâtrale et drôle, caractérise un effort créatif, justifiant la protection du droit d'auteur"*.

La société AMV oppose, en rappelant que les idées sont de libre parcours et ne sont pas protégeables, que l'association deux roues/deux roux est une simple idée, qui relève du procédé du jeu de mots ou du calembour, procédé qui serait selon elle au fondement de la publicité, et qui en l'occurrence relèverait de l'évidence et de l'idée banale d'autant plus que l'expression deux roues était déjà utilisée dans ses supports de communication à travers l'indication "leader de l'assurance deux roues" et que *"le rapprochement avec l'expression deux roues a été fréquemment verbalisé"*.

Elle fait valoir en outre que la matérialisation du jeu de mots au travers des deux visuels présentés et des trois story-boards serait schématique et grossière en mettant simplement en scène deux personnages identiques aux cheveux roux, sans que des caractéristiques tirées de leurs traits physiques ou de leurs comportements puissent révéler un apport créatif.

Elle considère que les autres caractéristiques mises en avant par la demanderesse, à savoir le choix de confier à deux personnages roux le rôle central à partir duquel se construit et se décline le message publicitaire, la théâtralisation du sujet et l'absence de référence à l'univers du type motard, relèvent également des idées non protégeables. Elle relève que la construction d'un message publicitaire autour d'un personnage récurrent est employée dans d'autres campagnes publicitaires et n'est pas l'apanage de la société AMV, qui ne saurait non plus se réserver le recours à un ton humoristique, lequel a du reste été employé dans ses campagnes antérieures, de même que l'absence des références traditionnelles à l'univers de la moto.

Ainsi selon elle, le projet de campagne publicitaire de la société AGENCE CAMAÏEU ne serait pas protégeable au titre du droit d'auteur.

La société NO GOOD INDUSTRY fait sur ce point sienne l'argumentation de la société AMV.

Cela étant, l'oeuvre revendiquée est constituée par huit pages qui au sein d'un dossier de présentation de projet de campagne publicitaire créative pour la société AMV, expose un axe créatif intitulé "les deux roux".

Outre un texte de présentation, elles comportent deux visuels montrant deux personnages roux jumeaux qui occupent la partie supérieure de l'image, au centre se trouvant un slogan et en bas une phrase explicative puis le logo AMV et les coordonnées de contact. Dans le premier visuel les deux roux sont habillés d'un pull en V de couleur distincte, d'une chemise à rayure et d'une cravate et sont l'un derrière l'autre légèrement décalés regardant chacun d'un côté vers l'extérieur de l'image, l'un riant et l'autre étant sérieux, au dessus du titre "L'ASSURANCE PRÉFÉRÉE DES 2 ROUX" surmonté d'un casque de scooter. Dans le deuxième visuel, ils sont dos à dos vêtus d'un même blouson noir, et regardent vers le spectateur d'un air sévère, au dessus du titre "LES 2 ROUX NE PLAISANTENT PAS AVEC LEUR ASSURANCE" surmonté d'un casque de moto.

Enfin trois story boards de film mettent en scène les personnages des deux roux sur une moto ou un scooter, sur un fond gris sans décor, dans une saynète à ton humoristique dans laquelle ils sont confrontés aux mésaventures (chute, vol, pannes) susceptibles d'être prises en charge par l'assurance mais présentées de manière décalée et absurde, l'action se terminant par une image des deux roux souriant avec le slogan "L'ASSURANCE PRÉFÉRÉE DES 2 ROUX" avant que ne soient égrainés les avantages de l'assurance.

Le projet de campagne de publicité repose ainsi certes sur le jeu de mots deux roues/deux roux lequel au demeurant constitue déjà la mise en forme particulière de l'idée d'utiliser un jeu de mots, et qui contrairement à ce que paraît soutenir la société AMV ne s'infère pas automatiquement de l'emploi des termes "deux-roues", le rapprochement n'apparaissant évident qu'une fois le jeu de mot révélé. Il procède en outre à sa mise en forme visuelle en choisissant de le mettre en image de manière littérale en visualisant deux personnages aux cheveux roux identiques autour desquels est construite la campagne et qui sont destinés à servir pour le public d'identificateurs de l'annonceur.

Par ailleurs, la mise en forme est théâtralisée, non réaliste, par l'utilisation de décor épuré et une économie de couleurs qui fait d'autant mieux ressortir la couleur rousse, le tout étant sur le registre de l'humour décalé rendu non seulement par le jeu de mots mais également par le déroulement des saynètes qui confinent à l'absurde, ou les mimiques des deux roux sur les visuels.

Ce faisant le projet de campagne publicitaire de la société AGENCE CAMAÏEU procède de choix arbitraires et créatifs qui lui confèrent une forme originale. En conséquence, il bénéficie de la protection au titre du droit d'auteur.

### **Sur la contrefaçon**

La société AGENCE CAMAÏEU estime que la campagne publicitaire conçue par la société NO GOOD INDUSTRY pour la société AMV constituerait une adaptation de son oeuvre et serait ainsi une oeuvre composite incorporant son propre projet de campagne publicitaire. Dès





lors la conception et l'exploitation de cette oeuvre sans son aval ni prévoir de rémunération pour elle serait constitutif d'actes de contrefaçon de droit d'auteur.

Elle ne conteste pas l'apport créatif de la société NO GOOD INDUSTRY, ni qu'il y ait une transformation de l'oeuvre première mais fait valoir que les éléments caractéristiques essentiels de celle-ci se retrouvent dans la campagne de publicité de 2012 de la société AMV conçue par la société NO GOOD INDUSTRY.

La société AMV soutient que sa campagne publicitaire produit une impression d'ensemble nettement distincte de celle du projet de la société AGENCE CAMAÏEU du fait de différences marquées.

Elle relève ainsi que sur les visuels les deux personnages roux ne sont pas jumeaux et ne sont pas habillés pareil, que l'organisation de l'espace s'effectue différemment, les deux personnages occupant l'intégralité du visuel avec le slogan au milieu et le nom de l'annonceur relégué en bas et à gauche sous eux, de sorte qu'il n'y pas de division en trois zones comme dans les visuels du projet de la demanderesse. Le graphisme serait également différent.

Surtout le jeu de mots deux roues/deux roux n'est pas cité sur les visuels puisqu'il n'est question que de "deux-roues", le terme roux n'y figurant pas. Elle relève de surcroît que ce jeu de mots n'est pas essentiel dans cette campagne et que d'autres jeux de mots et jeux par associations visuelles sont mis en avant.

S'agissant des spots publicitaires elle relève que leurs scénarios sont différents des story boards du projet de la société AGENCE CAMAÏEU et s'appuient sur les mêmes jeux de mots distincts que les visuels et que les deux personnages roux n'y sont pas un élément essentiel.

La société NO GOOD INDUSTRY fait valoir qu'elle n'a pas eu connaissance du projet de la la société AGENCE CAMAÏEU avant de présenter son propre projet en janvier puis en avril 2011 et que le seul point de ressemblance est l'utilisation des deux personnages roux, tout le reste étant différent, et le projet de la demanderesse étant par ailleurs inabouti.

L'article L.113-2 énonce qu' "*est dite composite l'oeuvre nouvelle à laquelle est incorporée une oeuvre préexistante sans la collaboration de l'auteur de cette dernière*"  
et l'article L.113-4 précise que "*l'oeuvre composite est la propriété de l'auteur qui l'a réalisée, sous réserve des droits de l'auteur de l'oeuvre préexistante*".

Par ailleurs, il résulte de l'article L.122-4 du Code de la propriété intellectuelle que toute adaptation ou transformation de l'oeuvre sans le consentement de l'auteur est illicite.



En outre l'incorporation d'une oeuvre première dans une oeuvre dérivée peut résulter non seulement d'une intégration physique de l'oeuvre première sans modification mais aussi d'une incorporation intellectuelle comme c'est le cas dans une adaptation qui aboutit à une transformation de celle-ci.

En l'espèce, les cinq visuels et les spots correspondants de la campagne de la société AMV présentent certes des différences liées notamment à ce que les personnages ne sont pas jumeaux et à une présentation ainsi qu'à des ressorts scénaristiques différents.

Pour autant, ils sont conçus de manière évidente d'une part autour des personnages des deux roux qui sont récurrents et deviennent un élément d'identification de l'annonceur, et d'autre part autour du jeu de mots deux roues/ deux roux. En effet, même si le terme roux n'apparaît pas systématiquement, il n'en demeure pas moins que le jeu de mots se révèle par l'association du texte et de l'image, la présence des deux personnages roux étant précisément et quasi exclusivement destinée à signifier ce jeu de mots.

En outre la forme visuelle est d'inspiration nettement commune à travers en premier lieu les deux roux, personnages réels photographiés et non dessinés qui contrairement à ce que soutient la société AMV constituent bien l'élément central de la publicité qui attire l'oeil et l'attention, et en second lieu par la mise en scène qui est pareillement dépouillée avec un fond monocolore, un positionnement et un habillement des personnages qui sans être identiques sont au moins similaires, dans une composition théâtrale et non réaliste et éloignée de l'univers de la moto qui n'est pas directement montré.

Il sera du reste observé, à la suite de la société AGENCE CAMAÏEU, que la reprise des caractéristiques visuelles essentielles de son projet de campagne publicitaire se révèle d'autant mieux lorsqu'on compare le projet soumis en janvier et avril 2011 par la société NO GOOD INDUSTRY qui, sur le même thème du jeux de mots deux roux/deux roues, présentait une forme visuelle totalement autre, à base de personnages dessinés qui ne ressortent pas au premier plan et sont incorporés dans un décor beaucoup plus compliqué, alors que le résultat final, c'est-à-dire la campagne diffusée qui intervient selon les termes des défenderesses après un travail de discussion et de conception entre les société AMV et NO GOOD INDUSTRY, s'appuie sur et incorpore manifestement le projet de campagne publicitaire de la société AGENCE CAMAÏEU.

Cette circonstance écarte également l'argument d'une rencontre fortuite d'inspiration puisque la société AMV avait évidemment connaissance du projet qui lui a été soumis par la société AGENCE CAMAÏEU qui à titre d'exemple de son savoir-faire, avait en outre mis en ligne sur son site certains éléments visuels de ce projet, et que l'infléchissement du projet initial de la société NO GOOD INDUSTRY est allé, en liaisons avec sa cliente, vers une forme visuelle plus proche du projet de la demanderesse.

✓

7

Ainsi il apparaît au total que la campagne publicitaire de la société AMV conçue par la société NO GOOD INDUSTRY constitue une adaptation du projet de campagne publicitaire soumis en 2008 par la société AGENCE CAMAÏEU, qui en l'absence d'autorisation de cette dernière et de rémunération prévue pour elle au titre de son exploitation, est contrefaisante de ses droits d'auteur.

La contrefaçon étant retenue, il n'y a pas lieu de statuer sur les demandes au titre du parasitisme formées uniquement subsidiairement.

### **Sur le comportement déloyal de la société AMV**

Selon la société AGENCE CAMAÏEU, la société AMV en reprenant en 2012 le projet de campagne publicitaire centré autour des deux roux que lui avait proposé la société AGENCE CAMAÏEU en 2008 et qu'elle avait refusé, se serait indûment approprié son travail et aurait ainsi bénéficié de l'impact très fort du choix de représenter deux personnages roux pour communiquer sur une assurance deux-roues sans lui verser la moindre rémunération, adoptant ainsi un comportement manifestement déloyal et fautif engageant sa responsabilité civile sur le fondement de l'article 1382 du code civil.

La société AMV fait valoir que si elle avait voulu copier le projet de la société AGENCE CAMAÏEU, elle n'aurait pas pris la peine de faire un nouvel appel d'offre et de rédiger un résumé de ses attentes diffusé aux agences. Elle soutient qu'elle n'a pas agi avec préméditation, et n'a fait que prendre des précautions normales en avisant la société NO GOOD INDUSTRY en mai 2011 de ce qu'elle avait reçu en 2008 le projet de la société AGENCE CAMAÏEU, puis en sollicitant l'avis de cette dernière sur le risque de contrefaçon ce qui a donné lieu à un avis rendu par un avocat spécialisé, à la suite de quoi seulement elle a poursuivi le lancement de la campagne.

La société NO GOOD INDUSTRY qui n'est pas visée par la demande à ce titre, fait toutefois valoir qu'elle a conçu son projet dans l'ignorance de l'existence du projet de la société AGENCE CAMAÏEU et a fortiori de son contenu et que le sien est très différent de celui-ci, et soutient que ni elle ni la société AMV n'ont commis de faute.

Toutefois, la société AMV qui avait refusé la campagne publicitaire de la société AGENCE CAMAÏEU en 2008, a, en retenant un projet de campagne reposant sur un concept équivalent puis en accompagnant la genèse du projet jusqu'à une campagne finalement diffusée qui présente les ressemblances essentielles mentionnées plus haut, et ce sans jamais se mettre en rapport officiellement à ce sujet avec la société AGENCE CAMAÏEU, ni lui faire de proposition financière, et ce alors même que l'éventualité d'une contrefaçon avait été manifestement envisagée au point de faire appel à une consultation d'avocat spécialisé dont l'avis écartant le risque de contrefaçon ne l'exonère nullement, a commis, par ce comportement déloyal une faute qui cause un préjudice à la société AGENCE CAMAÏEU par l'appropriation indue de son travail.

La responsabilité de la société AMV est ainsi engagée sur le fondement de l'article 1382 du code civil.

### **Sur la demande reconventionnelle en dommages et intérêts de la société NO GOOD INDUSTRY**

La société NO GOOD INDUSTRY soutient que la société AGENCE CAMAÏEU s'est inspirée pour concevoir son projet de campagne "les deux roux" présenté en 2008 à la société AMV, de sa propre campagne "Les deux vaches" dont elle se serait approprié indûment le style et les idées en reprenant l'existence d'un jeu de mots, la présence de deux personnages drôles et décalés, la présence du logo de l'annonceur.

Toutefois, outre que le recours à deux personnages décalés et à un jeu de mots, au demeurant peu évident dans les explications de la société NO GOOD INDUSTRY, constituent des idées non protégeables, les rares pièces versées au dossier au sujet de cette campagne de publicité, dont on ne sait quasiment rien, n'établissent pas une quelconque ressemblance avec le projet présenté en 2008 par la demanderesse.

En conséquence la société NO GOOD INDUSTRY sera déboutée de sa demande.

### **Sur la demande en garantie de la société AMV**

La société AMV demande sur le fondement de la garantie d'éviction due à l'acheteur par le vendeur prévue par l'article 1625 du code civil, à être garantie par la société NO GOOD INDUSTRY des condamnations prononcées contre elle, en faisant valoir que par la facture du 15 décembre 2011 celle-ci lui a cédé les droits d'exploitation afférents à l'oeuvre publicitaire et lui doit ainsi jouissance paisible du bien cédé.

Toutefois si la cession des droits de propriété intellectuelle bénéficie en effet de la garantie d'éviction, c'est à la condition que les charges susceptibles de grever le droit n'ont pas été déclarées à la vente. Or la société NO GOOD INDUSTRY fait valoir à juste titre qu'en l'espèce, la société AMV était la mieux placée pour mesurer le risque de contrefaçon qui affectait la campagne en cause pour avoir été destinataire du projet de la société AGENCE CAMAÏEU. En outre, il n'est pas contesté qu'elle a fait état en mai 2011 de l'existence de ce projet antérieur à la société NO GOOD INDUSTRY et qu'en octobre de la même année elle a suscité la consultation juridique par un avocat spécialisé sur cette question. Dès lors, il apparaît qu'elle était parfaitement informée du risque de contrefaçon et a choisi en connaissance de cause d'acheter et de diffuser la campagne de publicité concernée.

Aussi la demande de garantie sera rejetée.



### **Sur la demande de garantie de la société NO GOOD INDUSTRY**

Dans le dispositif de ses conclusions la société NO GOOD INDUSTRY sollicite d'être relevée et garantie par la société AMV de toute condamnation qui pourrait être mise à sa charge.

Toutefois, elle n'explicite pas dans le corps de ses écritures les fondements juridiques et les motifs de sa demande.

De ce fait, elle n'explicite en particulier pas en quoi elle devrait être garantie par la société AMV alors qu'elle-même a été informée avant la diffusion de la campagne de publicité "les deux roux" de l'existence du projet antérieur de la société AGENCE CAMAÏEU, et a du reste demandé un avis juridique à un avocat spécialisé sur l'existence d'un risque de contrefaçon, sans jamais avoir elle-même pris attache avec cette société.

En conséquence sa demande sera rejetée.

### **Sur les mesures réparatrices**

La société AGENCE CAMAÏEU demande que les sociétés NO GOOD INDUSTRY et AMV soient condamnées solidairement à lui verser :

- une somme de 300.000 euros à titre de dommages et intérêts en réparation du préjudice résultant des actes de contrefaçon,
- une somme de 20.000 euros à titre de dommages et intérêts en réparation du préjudice résultant des atteintes portées au droit à la paternité et au droit au respect de l'oeuvre.

Elle demande en outre que la société AMV soit condamnée à lui verser la somme de 20.000 euros à titre de dommages et intérêts en réparation du préjudice résultant de son comportement déloyal.

Au soutien de ses prétentions, elle fait valoir qu'elle a investi pour concevoir et préparer le projet de campagne publicitaire soumis à la société AMV en 2008, une somme de 16.870 euros calculée à partir des heures consacrées par les différents salariés à ce projet. Elle observe que la société NO GOOD INDUSTRY a perçu une somme de 15.000 H.T. de la société AMV à titre d'acompte après que son projet ait été sélectionné, somme qui correspondrait selon elle à la rémunération du projet et qui montrerait que sa demande est raisonnable.

Son préjudice, au titre du gain manqué et du bénéfice perdu, comporterait selon elle le prix payé par l'annonceur AMV à la société NO GOOD INDUSTRY pour la conception et la mise en forme et le suivi opérationnel de la campagne "les deux roux", qu'elle estime au vu des 20 factures de NO GOOD INDUSTRY versées au débat suite à l'ordonnance du juge de la mise en état du 4 avril 2014, à la somme de 156.344 euros, ainsi qu'à une somme de 90.000 euros H.T. versée au titre de l'idée créative et de la cession de droit pour l'année 2012, à laquelle il faudrait ajouter le montant de la cession de droits à percevoir pour les campagnes diffusées entre mars 2013 et mars 2014 pour

✓

lesquels elle réclame la communication des pièces justificatives.

Elle énonce que pour évaluer le préjudice subi il convient également de tenir compte de l'importance de la diffusion des visuels et des spots dans les différents médias sans toutefois préciser l'impact direct de ceci sur son propre préjudice.

Enfin elle fait valoir qu'elle a été privée des retombées positives de la campagne "les deux roux" vis à vis de sa clientèle et de futurs clients.

La société AMV oppose que les demandes de la société AGENCE CAMAÏEU sont exorbitantes et qu'elles opèrent une confusion entre différents postes et entre chiffre d'affaires et gains. Elle soutient qu'elle a réglé au titre de la création et de la cession de droit d'auteur une somme de 50.000 euros H.T. le reste des sommes facturées par NO GOOD INDUSTRY correspondant à des prestations techniques et au paiement des droits des tiers, qui ne sont pas la rémunération de la création publicitaire. Elle indique que la société CAMAÏEU ne saurait réclamer une rémunération au titre des conditions de diffusion de la campagne et du montant des achats d'espace publicitaires puisqu'elle n'assure pas ce travail. Enfin, elle relève que les agences qui présentent un projet publicitaire non retenu ne sont pas indemnisées de leur investissement.

La société NO GOOD INDUSTRY soutient qu'elle a réalisé au titre de la campagne publicitaire "les deux roux" une marge brute qu'elle estime à 57.962 euros une fois déduites les sommes versées aux prestataires et sous-traitants, et qui correspondrait à une marge nette de 11.600 euros en retenant un taux de frais généraux fixe de 80 %. Elle demande le rejet de toutes les demandes de la société AGENCE CAMAÏEU.

Cela étant il convient en premier lieu d'écarter les préjudices demandés au titre de l'atteinte au droit au respect de l'oeuvre et à la paternité, d'une part parce qu'il s'agit d'une contrefaçon par adaptation non autorisée de l'oeuvre première et que la demanderesse admet elle-même que son oeuvre n'était pas un produit fini et que la société NO GOOD INDUSTRY avait sa part créative dans la campagne finalement diffusée et d'autre part car les droits moraux en cause ne concernent que l'auteur personne physique, ici inconnu, et non la société qui dispose des droits patrimoniaux d'auteur.

En second lieu, il sera retenu que la société AGENCE CAMAÏEU étant titulaire des droits sur une oeuvre première qui a été adaptée, elle n'est pas fondée à réclamer au titre du gain manqué l'intégralité des revenus perçus par la société NO GOOD INDUSTRY pour la conception de la campagne finalement retenue et diffusée puisque cette dernière procède en grande partie d'un travail créatif de mise en forme des salariés de cette société dans le cadre de l'adaptation du projet initial.

En troisième lieu, il résulte des factures de la société NO GOOD INDUSTRY versées au débat, notamment des factures du 15 décembre 2011 et du 27 mars 2012 que celle-ci a perçu au titre de la création et



du développement de la campagne de publicité, hors coût de réalisation, une somme de 58.000 euros.

Il doit également être tenu compte de la perte de chance pour la société AGENCE CAMAÏEU de bénéficier de la notoriété professionnelle induite par la campagne de publicité du fait qu'elle n'est pas mentionnée comme étant l'origine de l'oeuvre première.

Il résulte de ce qui précède qu'il y a lieu de condamner in solidum les sociétés AMC et NO GOOD INDUSTRY à lui verser une somme de 30.000 euros au titre du préjudice résultant de la contrefaçon.

En outre le comportement déloyal de la société AMV a généré un préjudice par appropriation indue du travail initial de la société AGENCE CAMAÏEU représentant une somme de 10.000 euros.

Il n'y a pas lieu de faire droit à la demande de communication de pièces.

La société AGENCE CAMAÏEU sollicite également des mesures d'interdiction.

L'interdiction de la poursuite, sans l'accord de la société AGENCE CAMAÏEU de la campagne de publicité "les deux roux" conçue par la société NO GOOD INDUSTRY et constituée par les visuels "AMV l'assurance chouchou des deux-roues", "des conseillers aux petits oignons pour les deux-roues", "AMV assure tous les deux-roues à prix serré", "AMV assure tous les deux-roues même les scoots", "AMV dépanne tous les deux-roues", et les cinq spots correspondants aux même thèmes diffusés en premier lieu en mars 2012, sera ordonnée dans les conditions précisées dans le dispositif.

En revanche, il n'y a pas lieu d'interdire de manière générale l'exploitation du thème des deux roux qui peut donner lieu à des formalisations variées et non nécessairement contrefaisantes.

La préjudice étant ainsi suffisamment réparé, il ne sera pas fait droit aux mesures de publication de la décision.

#### **Sur les demandes relatives aux frais du litige et aux conditions d'exécution de la décision**

Les sociétés AMV et NO GOOD INDUSTRY, parties perdantes, seront condamnées aux dépens dont distraction au profit de Maître Caroline HILTGEN-LEBOUVIER en application des dispositions de l'article 699 de Code de procédure civile.

En outre elles doivent être condamnées in solidum à verser à la société AGENCE CAMAÏEU, qui a dû exposer des frais pour faire valoir ses droits, 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.

Les circonstances de l'espèce justifient le prononcé de l'exécution provisoire qui est de plus compatible avec la nature du litige.

### **PAR CES MOTIFS**

Le Tribunal, statuant publiquement, par mise à disposition au greffe, par jugement contradictoire et rendu en premier ressort :

- DIT que le projet de campagne publicitaire "les deux roux" soumis par la société AGENCE CAMAÏEU en 2008 à la société AMV bénéficie de la protection au titre du droit d'auteur,

- DIT que la campagne de publicité "les deux roux" conçue par la société NO GOOD INDUSTRY, achetée et diffusée à partir de mars 2012 par la société AMV constitue une adaptation non autorisée du projet de campagne publicitaire précité de la société AGENCE CAMAÏEU ;

- DIT que les sociétés NO GOOD INDUSTRY et NO GOOD INDUSTRY ont ainsi commis des actes de contrefaçon au préjudice de la société AGENCE CAMAÏEU ;

-DIT qu'en retenant le projet de campagne publicitaire de la société NO GOOD INDUSTRY reposant sur un concept équivalent à celui qu'elle avait antérieurement refusé de la société AGENCE CAMAÏEU puis en accompagnant la genèse ce projet jusqu'à une campagne finalement diffusée qui présente des ressemblances formelles et conceptuelles essentielles avec celui-ci, et ce sans jamais se mettre en rapport officiellement à ce sujet avec la société AGENCE CAMAÏEU ni lui faire de proposition financière, la société AMV a adopté un comportement déloyal constituant une faute au préjudice de la société AGENCE CAMAÏEU ;

- Condamne in solidum les sociétés NO GOOD INDUSTRY et AMV à verser à la société AGENCE CAMAÏEU une somme de 30.000 euros au titre de la réparation du préjudice résultant des actes de contrefaçon ;

- Condamne la société AMV à verser à la société AGENCE CAMAÏEU une somme de 10.000 euros en réparation du préjudice résultant de la faute de comportement déloyal ;

- INTERDIT à la société AMV de poursuivre, sans l'accord de la société AGENCE CAMAÏEU, la diffusion de la campagne de publicité "les deux roux" conçue par la société NO GOOD INDUSTRY constituée par les visuels "AMV l'assurance choucho des deux-roues", "des conseillers aux petits oignons pour les deux-roues", "AMV assure tous les deux roues à prix serré", "AMV assure tous les deux-roues même même les scoots", "AMV dépanne tous les deux-roues", et les cinq spots correspondants aux mêmes thèmes diffusés en premier lieu en mars 2012 et ce sous astreinte de 2.500 euros par infraction constatée à l'expiration d'un délai d'un mois à compter de la signification du présent jugement ;

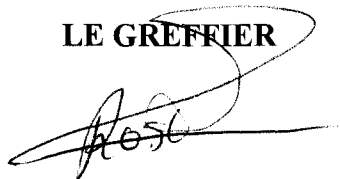




- DIT que le Tribunal reste compétent pour la liquidation des astreintes;
- REJETTE le surplus des demandes, notamment celles tendant à la garantie ;
- CONDAMNE in solidum les sociétés AMV et NO GOOD INDUSTRY aux dépens dont distraction au profit de Maître Caroline HILTGEN-LEBOUVIER en application des dispositions de l'article 699 de Code de procédure civile ;
- CONDAMNE in solidum les sociétés AMV et NO GOOD INDUSTRY à payer une somme de 6.000 euros à la société AGENCE CAMAÏEU au titre de l'article 700 du Code de procédure civile ;
- ORDONNE l'exécution provisoire de la présente décision.

Fait à PARIS le 17 avril 2015

LE GREFFIER



LE PRÉSIDENT

