

**TRIBUNAL  
D E GRANDE  
INSTANCE  
DE PARIS**

3ème chambre 4<sup>ème</sup> section  
N° RG : 09/09815

JUGEMENT rendu le 24 Juin 2010

**DEMANDEURS**

Monsieur Jean KLUGER  
9 rue de Versailles  
92430 MARNES LA COQUETTE

Monsieur Daniel VANGARDE  
17 rue Norvins  
75018 PARIS

S.A.S. EDITIONS BLEU BLANC ROUGE  
9 rue de Versailles  
92430 MARNES LA COQUETTE

S.A.S. EDITIONS ET PRODUCTIONS ZAGORA  
18 rue Guynemer  
92380 GARCHES  
représentés par Me André SCHMIDT-SCP SCHMIDT GOLDGRAB,  
avocat au barreau de PARIS, vestiaire P391  
DÉFENDERESSES

S.A. BUSINESS  
40 rue du Cherche Midi  
75006 PARIS  
représentée par Me Jean ENNOCHI, avocat au barreau de PARIS,  
vestiaire #E0330

Société LA COLLECTIVE DE L'EMMENTAL, SYNDICAT  
INTERPROFESSIONNEL DU GRUYERE FRANÇAIS  
42 rue de Châteaudun  
75314 PARIS CEDEX 09  
représentée par Me Christophe FRANÇOISE, avocat au barreau de  
PARIS, vestiaire A715 et plaidant par Me Pierre LACROIX- SELAFA FIDAL avocat au  
barreau de CLERMONT FERRAND

## COMPOSITION DU TRIBUNAL

Marie-Claude HERVE, Vice-Présidente

Agnès MARCADE, Juge

Rémy MONCORGE, Juge assistée de Katia CARDINALE, Greffier

## DÉBATS

A l'audience du 26 Mai 2010 tenue publiquement

## JUGEMENT

Rendu par mise à disposition au greffe, contradictoirement en premier ressort

## FAITS ET PROCÉDURE

Jean Kluger et Daniel Vangarde sont les auteurs-compositeurs de la chanson intitulée « C'est bon pour le moral » inscrite au répertoire de la SACEM par bulletin de déclaration du 9 février 1983 avant de faire l'objet d'un dépôt légal le 28 mars 1983. La société Editions Bleu blanc rouge (ci-après les Editions Bleu-blanc-rouge) et la société Editions et Productions Zagora (ci-après les Editions Zagora) y sont mentionnées comme éditeurs de la chanson. Par courriel du 30 août 2007 adressé à Jean Kluger, la société Madison studio a indiqué souhaiter utiliser la musique intitulée « C'est bon pour le moral » pour la réorchestrer en y adaptant le texte « Emmental c'est bon pour le moral » dans le cadre d'une campagne télévisée de la Collective de l'Emmental, syndicat interprofessionnel du gruyère français (ci-après la Collective de l'Emmental). Elle a ensuite indiqué par courriel du 5 septembre 2007 sa volonté de ne pas poursuivre sa demande d'utilisation compte tenu du montant exigé.

Indiquant avoir constaté la diffusion d'une campagne publicitaire de la Collective de l'Emmental sur France 2 au cours des fêtes de fin d'année 2007 où apparaissait le slogan « L'Emmental, c'est bon pour le moral », les Editions Bleu blanc rouge et Zagora en leur qualité d'éditeurs cessionnaires des droits patrimoniaux sur la chanson intitulée « C'est bon pour le moral » ont contacté l'agence publicitaire de l'annonceur à savoir la société Business pour tenter de trouver une solution amiable par lettre du 11 février 2008.

A la suite de l'échec de cette tentative, Jean Kluger, Daniel Vangarde et les Editions Bleu blanc rouge et Zagora ont assigné devant le Tribunal de Grande Instance de Paris la société Business et la Collective de l'Emmental en contrefaçon de droit d'auteur et subsidiairement en parasitisme par actes d'huissier en date des 29 et 30 avril 2008.

La procédure, figurant initialement au rôle de la 3<sup>ème</sup> chambre, 1<sup>ère</sup> section, a été redistribuée par ordonnance du 17 juin 2009 à la 3<sup>e</sup> m e chambre, 4<sup>e</sup> m e section.

Dans leurs dernières écritures signifiées le 4 février 2010, Jean Kluger, Daniel Vangarde et les Editions Bleu blanc rouge et Zagora demandent à titre principal, outre des mesures d'interdiction, la condamnation in solidum de la société Business et de la Collective de l'Emmental à payer à Jean Kluger et Daniel Vangarde la somme de 100.000 euros chacun au titre de l'atteinte à leur droit moral d'auteurs, à payer aux Editions Bleu blanc rouge et Zagora la somme de 150.000 euros chacune au titre de l'atteinte à leurs droits patrimoniaux d'auteurs. A titre subsidiaire, ils demandent leur condamnation in solidum à payer à Jean Kluger et Daniel Vangarde la somme de 100.000 euros chacun en réparation du préjudice moral subi du fait de l'utilisation dégradante de leur chanson et à payer aux Editions Bleu blanc rouge et Zagora la somme de 150.000 euros chacune. Ils demandent enfin leur condamnation in solidum au paiement de la somme de 10.000 euros au titre de l'article 700 du Code de procédure civile, le tout sous le bénéfice de l'exécution provisoire.

Ils soutiennent que l'expression « c'est bon pour le moral » issue de la chanson du même nom, revêt un caractère personnel de sorte qu'elle est protégée par le droit d'auteur. En effet, si cette expression préexistait, elle était, selon eux, peu connue. Ce serait en réalité leur chanson qui l'aurait mise en valeur et portée à la connaissance du plus grand nombre. En conséquence, Jean Kluger et Daniel Vangarde indiquent avoir la qualité d'auteurs sur la chanson dans son ensemble c'est-à-dire notamment sur l'expression « c'est bon pour le moral » en application de l'article L. 113-1 du Code de la propriété intellectuelle. De même, les éditeurs Bleu blanc rouge et Zagora seraient titulaires des droits patrimoniaux sur cette oeuvre.

L'utilisation non autorisée de l'extrait de la chanson « C'est bon pour le moral » dans le slogan « L'Emmental, c'est bon pour le moral » aurait ainsi contrefait le droit moral d'auteur de Jean Kluger et Daniel Vangarde au motif que leurs noms n'auraient pas été mentionnés et qu'ils n'auraient pas autorisé l'utilisation de l'oeuvre à des fins publicitaires.

Par ailleurs, l'utilisation non autorisée du texte emprunté à la chanson litigieuse porterait également atteinte aux droits patrimoniaux d'auteurs des Editions Bleu blanc rouge et Zagora. A titre subsidiaire, les demandeurs prétendent que la notoriété de la chanson « C'est bon pour le moral » est due à un ensemble d'investissements intellectuels et financiers dont les défenderesses auraient voulu faire l'économie en se plaçant dans le sillage de cette célèbre chanson. De plus, la publicité litigieuse aurait dévalué la chanson sur le plan artistique, en la situant dans le domaine strictement commercial et en la liant à un produit alimentaire alors que sa destination naturelle serait le divertissement. Ces agissements s'analyseraient en des actes de parasitisme.

Par conclusions récapitulatives signifiées le 13 avril 2010, la société Business entend voir débouter Jean Kluger, Daniel Vangarde et les Editions Bleu blanc rouge et Zagora de l'ensemble de leurs demandes. Elle sollicite, à titre reconventionnel, leur condamnation au paiement de la somme de 5.000 euros au titre de l'article 700 du Code de procédure civile ainsi que l'exécution provisoire du jugement à intervenir.

Elle précise, en premier lieu, que dans le cadre de la campagne publicitaire qu'elle s'est vue confier par la Collective de l'Emmental, elle a choisi le slogan litigieux « L'Emmental, c'est bon pour le moral » et ce avant même que la société MADISON, chargée de la réalisation du film publicitaire et notamment de la bande son, envisage d'adapter l'oeuvre musicale « C'est bon pour le moral » et contacte ses auteurs. Sur le fond, elle soutient que les demandeurs ne rapportent aucun élément justifiant du caractère original de l'expression « c'est bon pour le moral » figurant dans la chanson du même nom. Au contraire, la société Business prétend que cette expression est dénuée d'originalité et n'est donc pas protégeable au titre du droit d'auteur au motif qu'elle serait une simple locution d'usage familial tout à fait commune à laquelle les demandeurs n'auraient fait aucun apport créatif. Elle ajoute que l'expression était utilisée bien avant 1983, date de création de la chanson litigieuse. Compte tenu de l'absence d'originalité de cette expression, la société Business soutient qu'aucun acte de contrefaçon ne peut lui être reproché.

Elle prétend ensuite que Jean Kluger et Daniel Vangarde ne sont pas auteurs de l'expression « c'est bon pour le moral » et ne peuvent donc pas arguer d'une atteinte à leur droit moral d'auteurs.

La société Business conteste également le parasitisme, faute d'agissement fautif en faisant valoir qu'elle n'a pas utilisé l'oeuvre musicale intitulée « C'est bon pour le moral » mais qu'elle a simplement utilisé une expression banale insusceptible de protection par le droit d'auteur.

Elle conteste, enfin, le préjudice allégué.

Par conclusions récapitulatives signifiées le 19 novembre 2009, la Collective de l'Emmental entend voir débouter Jean Kluger, Daniel Vangarde et les Editions Bleu blanc rouge et Zagora de l'ensemble de leurs demandes. A titre subsidiaire, elle demande au Tribunal de condamner la société Business en tant qu'agence de publicité à la garantir de toute condamnation susceptible d'intervenir à son endroit. Elle sollicite également la condamnation solidaire de Jean Kluger, Daniel Vangarde et des Editions Bleu blanc rouge et Zagora à lui payer la somme de 50.000 euros en raison du préjudice qu'elle dit avoir subi du fait de sa décision prise à la suite de l'introduction de la présente instance de ne pas diffuser le spot publicitaire litigieux au cours d'une seconde campagne publicitaire initialement prévue ainsi que la somme de 5.000 euros au titre de l'article 700 du Code de procédure civile. La Collective de l'Emmental conteste l'originalité de l'expression « c'est bon pour le moral » en soutenant qu'elle appartient au langage commun et qu'elle est apparue avant la création de la chanson du même nom en 1983. Elle soutient en conséquence qu'aucun acte de contrefaçon ne peut lui être reproché, le seul élément commun à savoir l'expression « c'est bon pour le moral » n'étant pas protégeable par le droit d'auteur.

Elle conteste ensuite le parasitisme en faisant valoir que la chanson litigieuse n'a pas été reprise, la publicité ne faisant apparaître que l'expression banale « c'est bon pour le moral ». L'ordonnance de clôture a été rendue le 20 mai 2010.

## MOTIFS

-Sur la protection au titre du droit d'auteur de la formule « c'est bon pour le moral »

Les demandeurs font valoir que l'originalité de la chanson résiderait dans l'idée sans précédent d'utiliser la formule « c'est bon pour le moral » comme élément fondamental d'une chanson. Cette adaptation d'une formule existante dans un domaine et un genre déterminés à savoir celui de la chanson constituerait selon eux le caractère personnel de l'apport intellectuel de l'auteur et impliquerait sa protection par le droit d'auteur.

Pour être protégée par le droit d'auteur, une formule, qu'elle soit utilisée en tant que titre ou dans le corps d'un texte, doit être originale c'est-à-dire porter l'empreinte de la personnalité de son auteur. Il convient également de préciser que l'originalité de l'oeuvre musicale « C'est bon pour le moral » n'est pas en cause en l'espèce, seule la formule « c'est bon pour le moral » ayant été utilisée dans le slogan de la publicité de la Collective de l'Emmental.

Le débat ne porte donc que sur l'originalité de cette expression et son appréciation doit être effectuée, comme le soutiennent pertinemment les demandeurs, à la date de sa prétendue création à savoir en 1983.

Or, il apparaît que cette expression était déjà utilisée avant 1983 par plusieurs écrivains, notamment par Romain Gary dans le roman *Adieu Gary Cooper* de 1969, Madeleine Chapsal dans *Grands cris dans la nuit du couple* de 1976 ou par Alain Bosquet dans *Une mère russe* de 1978 de sorte que Jean Kluger et Daniel Vangarde ne sauraient prétendre en être à l'origine.

En outre, la mise en valeur de cette expression dans une chanson ne saurait à elle-seule conférer à la formule une originalité, la condition d'originalité ne s'appréciant pas en tenant compte du domaine où elle est employée. Or, en elle-même, l'expression est d'une grande banalité et n'a pas été détournée de son usage habituel dans le cadre de la chanson de sorte qu'aucune empreinte de personnalité de Jean Kluger et Daniel Vangarde ne peut y être décelée.

De plus, les demandeurs ne sauraient prétendre que l'usage de la locution verbale « c'est » conférerait à l'expression une originalité méritant protection, alors qu'il est d'usage courant d'utiliser la formule « c'est bon pour le moral » dans son entier dans le but de mettre en valeur un élément placé en amont en le qualifiant.

Les demandeurs ne sauraient davantage invoquer la notoriété de l'oeuvre musicale pour tenter d'établir l'originalité revendiquée, alors que le succès de la chanson tient essentiellement au charme de sa mélodie et du texte dans son entier et non à l'originalité de son titre ou de l'usage de cette expression dans son refrain qui ne peut recevoir protection pour lui-même. De plus, comme il l'a été rappelé plus tôt et comme les demandeurs le soulignent eux-mêmes, il convient de se placer à la date de la création revendiquée pour apprécier l'originalité de

l'expression de sorte que le succès réservé à cette chanson interprétée par la Compagnie Créole ne saurait être pris en considération.

Enfin, l'originalité de l'expression ne saurait être déduite de l'abandon par les défenderesses du projet d'une seconde diffusion du slogan litigieux.

Au vu de ce qui précède, l'expression « c'est bon pour le moral » ne présente pas l'originalité requise pour bénéficier de la protection du droit d'auteur.

En conséquence, les demandes formées au titre de la contrefaçon d'une oeuvre de l'esprit sont irrecevables.

-Sur le parasitisme

Les demandeurs mettent en avant la notoriété de la chanson intitulée « C'est bon pour le moral » pour soutenir que la formule qui en constitue le titre, est automatiquement reliée à cette chanson dans l'esprit du public. Sa reprise dans une publicité déclencherait un intérêt soudain du public ce qui expliquerait l'intérêt que porteraient les publicitaires à cette expression. Les demandeurs soulignent d'ailleurs avoir autorisé plusieurs utilisations notamment publicitaires de « C'est bon pour le moral ».

Ils font valoir que la notoriété de la chanson et sa valeur publicitaire sont dues à un ensemble d'investissements intellectuels et financiers et qu'en reprenant les formules les plus réussies des chansons célèbres, les publicitaires peuvent faire l'économie de la recherche d'un thème musical et d'un slogan nouveau et ce avec l'assurance d'un certain succès.

Il convient tout d'abord de rappeler que l'adoption d'une expression banale non protégée par le droit d'auteur telle que « c'est bon pour le moral » ne constitue pas à elle seule une faute, le principe étant qu'une prestation qui ne fait pas l'objet de droits de propriété intellectuelle peut être librement reproduite et ce en vertu du principe de liberté du commerce.

Il appartient donc aux demandeurs qui incriminent un comportement fautif de caractériser une faute, laquelle ne peut simplement constituer en la reprise d'un élément du domaine public. Or, comme le font pertinemment valoir les défenderesses, la publicité litigieuse n'a pas repris l'oeuvre musicale « C'est bon pour le moral » et n'a pas tenté d'y faire référence en reprenant par exemple l'air ou le rythme particulier du refrain. Au contraire, l'intonation finale descendante utilisée lors de la prononciation du slogan « L'Emmental, c'est bon pour le moral » ne présente aucune ressemblance avec la mélodie du refrain de la chanson litigieuse dont la partition révèle qu'elle est légèrement ascendante.

En outre, Jean Kluger et Daniel Vangarde ne sauraient soutenir avoir subi un préjudice moral du fait de l'utilisation dégradante de la chanson dont ils sont les auteurs étant donné qu'il a été démontré que le slogan publicitaire litigieux n'a pas repris d'éléments de la chanson mais a

simplement utilisé l'expression banale « c'est bon pour le moral ». Pour les mêmes raisons, aucune dévaluation de la chanson ne saurait être retenue.

Il résulte de ces éléments qu'il n'est pas démontré que les défenderesses se sont placées dans le sillage des demandeurs en tirant profit de la notoriété acquise par la chanson intitulée « C'est bon pour le moral ». Aucun acte de parasitisme n'a donc été caractérisé de sorte que les demandes sur ce fondement seront rejetées.

-Sur la garantie de la société Business vis-à-vis de la Collective de l'Emmental

Aucune condamnation n'ayant été prononcée à rencontre de la Collective de l'Emmental, sa demande de garantie est sans objet.

-Sur la demande reconventionnelle de dommages-intérêts formée par la Collective de l'Emmental pour « procédure brutale et téméraire »

L'exercice d'une action en justice constitue, en principe, un droit et ne dégénère en abus pouvant donner naissance à une dette de dommages-intérêts que dans le cas de malice, de mauvaise foi ou d'erreur grossière équipollente au dol.

Si la Collective de l'Emmental fait valoir qu'elle a préféré, à la suite de l'introduction de la présente instance et dans un souci de prudence, ne pas reconduire la campagne télévisée où apparaît le slogan litigieux alors que celle-ci avait initialement été prévue et que cela lui a causé un préjudice en ce qu'elle n'a pas pu jouir librement de l'investissement qu'elle avait engagé, elle ne rapporte pas la preuve d'une quelconque intention de nuire ou légèreté blâmable de la part des demandeurs, qui ont pu légitimement se méprendre sur l'étendue de leurs droits. En conséquence, la Collective de l'Emmental sera déboutée de sa demande. - Sur les autres demandes

Il y a lieu de condamner Jean Kluger, Daniel Vangarde ainsi que les Editions Bleu blanc rouge et les Editions et Productions Zagora à payer à chacune des deux défenderesses la somme de 5.000 euros sur le fondement de l'article 700 du Code de procédure civile.

En outre, Jean Kluger, Daniel Vangarde ainsi que les Editions Bleu blanc rouge et les Editions et Productions Zagora doivent être condamnés aux dépens.

Les circonstances de l'espèce ne justifient pas le prononcé de l'exécution provisoire.

PAR CES MOTIFS

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

Dit que l'expression « c'est bon pour le moral » ne peut être protégée au titre du droit d'auteur;

Rejette en conséquence les demandes de Jean Kluger, Daniel Vangarde, des Editions Bleu blanc rouge et des Editions et Productions Zagora formées contre la société Business et la Collective de l'Emmental sur le fondement de l'atteinte à leurs droits d'auteur;

Rejette les demandes de Jean Kluger, Daniel Vangarde, des Editions Bleu blanc rouge et des Editions et Productions Zagora formées à titre subsidiaire contre la société Business et la Collective de l'Emmental sur le fondement du parasitisme ;

Dit que la demande formée par la Collective de l'Emmental tendant à la condamnation de la société Business à la garantir de toute condamnation susceptible d'intervenir à son endroit est sans objet ; Rejette la demande reconventionnelle de dommages-intérêts formée par la Collective de l'Emmental pour « procédure brutale et téméraire » ;

Déboute les parties du surplus de leurs demandes ;

Condamne Jean Kluger, Daniel Vangarde ainsi que les Editions Bleu blanc rouge et les Editions et Productions Zagora à payer 5.000 euros à la société Business et 5.000 euros à la Collective de l'Emmental sur le fondement de l'article 700 du Code de procédure civile;

Condamne Jean Kluger, Daniel Vangarde ainsi que les Editions Bleu blanc rouge et les Editions et Productions Zagora aux dépens;

Dit n'y avoir lieu à l'exécution provisoire de la présente décision.

Fait et jugé à Paris le 24 juin 2010

Le Greffier

Le Président