

Les textes du mois

Location-gérance – L'article 10 de l'**ordonnance n°2004-274 du 25 mars 2004**, prise en application de la loi n°2003-591 du 2 juillet 2003 habilitant le Gouvernement à simplifier le droit, a **supprimé certaines conditions imposées au loueur pour donner son fonds en location-gérance**.

En particulier, il n'est **plus exigé du loueur qu'il ait été commerçant** (ou immatriculé au répertoire des métiers ou ait exercé les fonctions de gérant ou de directeur commercial ou technique) **pendant 7 ans** à la date de la location-gérance (art. L.144-3 C. Comm.).

Seule subsiste donc désormais, à peine de nullité de la location-gérance, la condition d'**exploitation préalable du fonds par le loueur pendant 2 ans** au moins, exigence qui disparaît toutefois pour le conjoint auquel le fonds aurait été attribué à la suite de la dissolution de son régime matrimonial (séparation, divorce, etc), lorsqu'il a participé à l'exploitation du dit fonds pendant au moins 2 ans.

Enfin, l'interdiction faite aux personnes interdites de gérer de consentir une location-gérance, a également été supprimée par cette ordonnance (art. L.144-3 al.2 C. Comm.).

Ventes en liquidation – L'article 26 de la **même ordonnance** a **supprimé l'obligation d'autorisation** préalable du Préfet pour les ventes en liquidation et l'a remplacée par une **simple obligation de déclaration** préalable auprès de celui-ci.

Ventes en ligne – La loi pour la confiance dans l'économie numérique a été définitivement adoptée. Ce texte, qui transpose la Directive européenne 2000/31 du 8 juin 2000 sur le commerce électronique a un objet très large, dont on retiendra en particulier la fixation des règles applicables au commerce en ligne (formation du contrat, responsabilité du vendeur en ligne, ...) ainsi que de celles s'appliquant à la publicité effectuée par voie électronique.

En bref

Loyer d'un bail commercial renouvelé – **L'augmentation du loyer** d'un bail commercial venant en renouvellement est **en principe plafonnée** à l'augmentation de l'indice INSEE du coût de la construction depuis la date de fixation du loyer initial. Toutefois, le loyer peut être déplafonné en cas de modification notable de l'un des éléments suivants : caractéristiques du local, destination des lieux, **obligations respectives des parties**, facteurs locaux de commercialité (art. L. 145-33 C. Comm.).

Dans une espèce où les parties avaient **décidé en cours de bail de réduire** le loyer afin de tenir compte du « *contexte économique général* », cette diminution conventionnelle du loyer a été considérée comme constituant une **modification des obligations respectives des parties** (souverainement qualifiée de notable par la Cour d'Appel), **justifiant de ce fait le déplafonnement** réclamé par le bailleur. Cette solution, conforme à la position déjà admise par la Cour de Cassation, doit cependant inciter les locataires à la plus grande **prudence**. Notamment, ils seront bien avisés, avant d'accepter une modification du loyer en cours de bail, d'évaluer les risques d'un déplafonnement à l'expiration dudit bail. *Cass. com., 24 mars 2004.*

Ventes par Internet et exclusivité territoriale – Devant le développement des ventes par Internet, les franchiseurs disposant d'une logistique adaptée peuvent souhaiter ouvrir une boutique en ligne pour la commercialisation de leurs produits. Bien évidemment, ces ventes peuvent porter atteinte aux exclusivités territoriales accordées aux franchisés.

Un franchisé, titulaire d'une exclusivité territoriale, s'était ainsi plaint de la concurrence que lui faisait son franchiseur en vendant ses produits par Internet auprès de consommateurs demeurant dans sa zone d'exclusivité. La Cour a fait droit à sa demande et a **résilié le contrat de franchise au tort du franchiseur**, après avoir relevé que l'exclusivité territoriale était un **élément déterminant** de la volonté du franchisé de s'affilier au réseau. La Cour a jugé en conséquence que le développement des ventes en ligne du franchiseur, qui avait empêché le franchisé de jouir paisiblement de sa zone d'exclusivité, constituait une faute dès lors que ce développement était intervenu **sans l'accord exprès des franchisés et sans qu'une contrepartie financière ait été préalablement définie de manière contractuelle**, et donc **acceptée** par l'ensemble des franchisés. (*CA Bordeaux – 26 février 2003*).

Protection des modèles contre l'imitation des tiers

Dans tous les domaines de la création artistique, et en particulier dans les domaines de la mode et de la communication, il est fréquent que les créateurs s'inspirent les uns les autres, la frontière entre inspiration et contrefaçon étant souvent ténue. La protection des dessins et modèles contre l'imitation des tiers peut relever d'enjeux économiques considérables, enjeux que le droit français permet de préserver de diverses manières.

1. Le créateur d'un modèle bénéficie automatiquement, **sans avoir à respecter aucun formalisme** particulier de dépôt, d'enregistrement ou autre (Article L 112-2 du CPI) d'un **droit d'auteur**, et ceci du seul fait de la création du modèle (c'est à dire indépendamment de sa divulgation ou de son exploitation). De jurisprudence constante, le modèle doit, pour bénéficier de cette protection, être « **original** » (au moins partiellement), c'est-à-dire refléter la personnalité de son auteur, cette notion étant souverainement appréciée par les juges du fond. L'originalité doit en principe être distinguée de la « nouveauté », même si ces deux notions sont souvent confondues par la jurisprudence.

Le droit d'auteur est un « **droit de monopole** » qui confère notamment à l'auteur le droit exclusif d'exploiter son œuvre et d'en tirer un profit pécuniaire pendant une durée de **70 années** à compter du décès de l'auteur du modèle.

Fort de ce monopole d'exploitation, l'auteur d'un modèle peut agir en contrefaçon contre tout tiers qui le reproduirait sans son autorisation, sous réserve qu'il établisse l'antériorité de la date de sa création. En effet, en présence de deux créations identiques, c'est le premier créateur qui bénéficiera seul du monopole d'exploitation. La preuve de l'antériorité, si elle peut être rapportée par tous moyens, n'est néanmoins pas aisée à rapporter, en particulier en l'absence de divulgation.

2. Pour conférer une **date certaine** à sa création et renforcer ainsi sa protection au titre du droit d'auteur, le créateur d'un modèle peut notamment procéder à son dépôt à l'INPI dans une **enveloppe dite « Soleau »**. Le dépôt de cette enveloppe est simple et peu coûteux (10 euros). L'enveloppe n'est toutefois conservée par l'INPI que pendant un délai de **5 ans**, renouvelable pour une seule période identique. Certaines industries particulières de la mode, telles que les fourreurs et les dentelliers, peuvent déposer leurs modèles sur un « **registre estampillé** », ce dépôt produisant les mêmes effets que l'enveloppe Soleau.

3. En vertu de la théorie dite « de l'unité de l'art », l'auteur d'un modèle peut cumuler la protection du droit d'auteur avec une protection au titre de la propriété industrielle, ce qui suppose qu'il accomplisse des formalités positives de dépôt auprès de l'INPI.

L'auteur peut ainsi déposer sa création au titre des **dessins et modèles**, sous réserve que sa création remplisse la condition de « **nouveauté** » attachée à cette protection. De jurisprudence constante, la nouveauté s'apprécie par rapport aux détails d'apparence secondaire qui, bien que connus en soi, sont combinés d'une façon nouvelle.

Le déposant bénéficiera alors d'un monopole d'exploitation pour une durée initiale de **25 ans**, pouvant être prorogée pour une durée équivalente. Fort de ce monopole, il pourra agir en contrefaçon contre tout tiers qui imiterait son modèle sans autorisation.

Le champ géographique de la protection est limité au territoire national, étant précisé qu'un dépôt français peut faire l'objet d'une extension internationale dans les pays signataires de l'Arrangement de La Haye.

4. Certains créateurs de modèles ont enfin imaginé déposer leurs créations à titre de **marque figurative** pour bénéficier d'un monopole d'exploitation qui, par le jeu de renouvellements successifs, pourra avoir une **durée potentiellement illimitée**. En effet, les textes et la jurisprudence française autorisent actuellement l'enregistrement d'une forme à titre de marque, sous réserve qu'elle soit disponible (non déposée préalablement par un tiers) et distinctive (c'est-à-dire arbitraire par rapport à la forme qu'elle désigne et évocatrice de la marque nominative à laquelle elle est associée).

Ont ainsi pu être valablement enregistrés à titre de marque figurative, les trois bandes parallèles identifiant la marque Adidas ou la poche arrière du jean Levi's sur laquelle est apposée une double surpiqûre en forme d'aile de mouette.

Ce mode de protection est toutefois contesté par une partie de la doctrine française comme par la jurisprudence communautaire – jurisprudence dont on peut soupçonner qu'elle sera bientôt reprise en droit interne – en ce qu'il pourrait constituer un détournement abusif du droit des marques.