

**Guide pratique**  
du **droit** du  
**design**



le lieu  
du design

 île de France

Isabelle

**Marcus Mandel**

Tamara

**Bootherstone**

Pierre

**Massot**

# Guide pratique du droit du design

Entreprises et designers,  
comment protéger,  
exploiter  
et défendre  
vos créations

**2<sup>ème</sup> édition**

Avec la collaboration  
du Lieu du design :  
Stéphane **Simon**,  
Directeur Général  
et

Laëtitia **Benedetti Malraison**,  
Directrice Stratégies Innovation Design

DUNOD

Graphisme de couverture : Jean-Christophe Courte  
Schémas 0.1, 0.2, 3.1, 4.1, 4.9, 5.4, 7.3, 11.1, 11.2, 13.2  
et cartes 5.1, 5.3, 10.1 : Rachid Maraï  
Maquette intérieure : Maud Warg

Crédits des pictogrammes :  
Pages 86 et 134 © Aleksandr Bedrin – Fotolia.com  
Page 91 © mr green – Fotolia.com  
Page 146 © dkimages – Fotolia.com  
Page 157 © Mimi Potter – Fotolia.com  
Page 166 © Pixel Embargo – Fotolia.com  
Page 178 © raven – Fotolia.com

<p>Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.</p> <p>Le Code de la propriété intellectuelle du 1<sup>er</sup> juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements</p>	 <p><b>DANGER</b> LE PHOTOCOPIAGE TUE LE LIVRE</p>	<p>d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée.</p> <p>Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).</p>
--	---	--

© Dunod, 2015  
5 rue Laromiguière, 75005 Paris  
www.dunod.com  
ISBN 978-2-10-072653-0

Malgré tout le soin apporté à la rédaction du présent ouvrage, il se peut que les informations juridiques y figurant présentent certaines inexactitudes ou ne soient pas ou plus à jour lors de la lecture de l'ouvrage. L'éditeur ne peut être tenu responsable de ce fait et invite donc ses lecteurs :

– à requérir le cas échéant le conseil d'un professionnel du droit dûment qualifié ;  
– à consulter, pour les textes à jour, les bases de données officielles [www.journal-officiel.gouv.fr](http://www.journal-officiel.gouv.fr) et [www.legifrance.gouv.fr](http://www.legifrance.gouv.fr)

Par ailleurs, les modèles de clauses contractuelles ne sont donnés qu'à titre indicatif et doivent être adaptés au besoin avec l'aide d'un professionnel du droit à laquelle ils n'entendent pas se substituer.



Destinés à être lus par un smartphone ou une tablette, les QR codes que vous pourrez trouver au fil de cet ouvrage donnent directement accès aux sites Internet qui leur sont liés. Vous pourrez alors consulter le site sur votre appareil mobile ou envoyer cette adresse sur votre ordinateur.

*Les QR codes et liens hypertextes, permettant d'accéder aux sites Internet proposés dans cet ouvrage, n'engagent pas la responsabilité de DUNOD ÉDITEUR, notamment quant au contenu de ces sites, à leur éventuel dysfonctionnement ou à leur indisponibilité d'accès. DUNOD ÉDITEUR ne gère ni ne contrôle en aucune façon les informations, produits ou services contenus dans ces sites tiers.*

# Innover par le design

Les chiffres publiés en 2014 par l'Office européen des brevets démontrent que la France se classe parmi les pays les plus dynamiques au niveau du nombre de dépôts. Il a été démontré par l'Institut national de la propriété intellectuelle que ce nombre croissait dès lors qu'un designer est associé et sollicité en amont d'un projet d'innovation. Le design rend effectivement possible le progrès. Il aide à produire de manière plus rationnelle, raisonnée et responsable. Il interroge les modes de production et doit être intégré par les entreprises comme un outil au service de la conquête des marchés leur permettant de se différencier de leurs concurrents et d'être plus performantes.

La propriété intellectuelle fait partie intégrante du process de conception design. Elle est au centre des préoccupations du Lieu du design. Dès sa création en 2009, le Lieu a souhaité instaurer un partenariat avec l'INPI pour permettre aux entreprises comme aux designers de bénéficier d'un accompagnement spécifique et d'obtenir des réponses concrètes à leurs questions à travers la mise en place de permanences juridiques mensuelles, l'établissement de prédiagnostics en propriété intellectuelle et la mise en œuvre de formations gratuites accessibles à tous. Mais le Lieu a souhaité aller encore plus loin en initiant la publication d'un ouvrage de référence sur les questions qui préoccupent tout chef d'entreprise, tout créatif, tout concepteur, dès lors qu'une collaboration s'engage. Publié en 2012, la première édition de cet ouvrage a connu un très vif succès qui conduit aujourd'hui à sa réédition. Les entreprises comme les designers ont conscience que les titres de propriété intellectuelle ont une valeur, peuvent se négocier, être vendus et qu'il y a donc un enjeu stratégique à engager les démarches nécessaires pour assurer la protection, la négociation mais aussi la défense de ces titres. Ces innovations dites « immatérielles » font l'objet de convoitises et de pillages réguliers. C'est également pour lutter contre ce phénomène récurrent et qui s'étend au plan mondial que le Lieu du design a souhaité donner les meilleurs outils et l'information la plus récente à celles et ceux qui innovent par leurs idées, leur talent, leur ambition et leur prise de risques.

**Stéphane Simon**

**Directeur général du Lieu du design**



# Entreprises et designers, protégez vos investissements !

Intervenant dès la conception d'un produit ou d'un service, le design est la part de création qui assure l'articulation harmonieuse entre l'aspect, la fonction, les usages, les besoins du marché et les contraintes industrielles, tout en respectant les exigences liées à la sécurité et à l'environnement. Révélateur de son temps, il rend compte de l'évolution des mentalités, des tendances et des modes de consommation en même temps qu'il prend appui sur elle. Porteur d'innovation technologique et d'innovation non technologique (artistique, commerciale, etc.), il part de besoins identifiés du marché.

Qu'en est-il de la protection du design ?

Lorsque, pour une entreprise, le design est une préoccupation permanente ou même un élément clé de sa stratégie, elle en a une pratique structurée. La démarche du design peut conduire à poser des problèmes techniques et à y répondre en développant des solutions techniques qui, éventuellement, s'avéreront brevetables. Lorsque le design n'est utilisé que ponctuellement par l'entreprise, le rôle du designer peut n'être que l'habillage esthétique d'une solution déjà figée.

De fait, le design représente un investissement qu'il convient, pour le rentabiliser, de protéger. Si le dessin ou le modèle permettent de protéger ce qui relève du design, le brevet est le bon instrument pour les innovations techniques, et la marque, pour la protection d'un logo par exemple.

Dans la pratique, s'il est sans doute peu fréquent que le designer lui-même devienne un inventeur, il n'est pas rare que son questionnement sollicite la Recherche & Développement ou le marketing et oriente ses travaux.

C'est pourquoi l'INPI a souhaité s'associer à l'initiative prise par le Lieu du design de concevoir et d'éditer cet ouvrage sur le droit du design, utile aux industriels et aux designers. Il est en effet essentiel que les entreprises et les agences de design s'approprient l'ensemble des outils de propriété industrielle et les utilisent à bon escient que ce soit dans une démarche de protection, mais surtout d'innovation, de compétitivité, de croissance ou de développement à l'international.

**Yves Lapierre**

**Directeur général de l'Institut national  
de la propriété industrielle**



# Table des matières

<i>Le droit du design, pourquoi ?</i>	5
<i>Entreprises et designers, protégez vos investissements !</i>	6
<i>Introduction générale</i>	11

## **A** LA PROTECTION DES CRÉATIONS DESIGN **17**

<b>1. La protection par le droit d'auteur</b>	<b>19</b>
<i>Qu'est-ce que le droit d'auteur ?</i>	20
<i>Les œuvres protégées par le droit d'auteur</i>	22
<i>Quels sont les droits de l'auteur ?</i>	32
<i>Qui détient les droits ?</i>	36
<i>Preuve du droit d'auteur</i>	39
<b>2. La protection par le droit des dessins et modèles</b>	<b>41</b>
<i>Qu'est-ce que le droit des dessins et modèles ?</i>	42
<i>Comment obtenir la protection ?</i>	43
<b>3. La protection par le droit des marques</b>	<b>53</b>
<i>La marque permet de distinguer des produits et des services</i>	54
<i>La marque porte sur un signe</i>	58
<i>La marque est un titre de propriété industrielle</i>	69
<i>La marque donne un droit d'exploitation exclusif</i>	76
<i>Qui détient les droits sur la marque ?</i>	79
<b>4. La protection par le droit des brevets</b>	<b>81</b>
<i>De l'importance du brevet</i>	82
<i>Le brevet protège les inventions techniques</i>	83
<i>Le brevet est un titre de propriété industrielle</i>	94
<i>Le brevet donne un droit d'exploitation exclusif</i>	103
<i>Qui détient les droits sur le brevet ?</i>	105
<i>Le certificat d'utilité</i>	111
<b>5. La protection des droits à l'étranger</b>	<b>113</b>
<i>Le droit d'auteur</i>	114
<i>Les dessins et modèles</i>	114
<i>Les marques</i>	119
<i>Les brevets</i>	119
<i>Tableaux de droits comparés</i>	122

## **/B** L'EXPLOITATION DES CRÉATIONS DESIGN : LES CONTRATS 129

Introduction	131
<b>6. La période précontractuelle</b>	<b>133</b>
<i>La présentation des projets</i>	134
<i>La négociation</i>	142
<i>Le non-aboutissement du projet</i>	157
<b>7. Les contrats</b>	<b>161</b>
<i>Les clauses générales</i>	163
<i>Les types de contrats</i>	180

## **/C** LA DÉFENSE DU DESIGN 199

<b>8. La prévention</b>	<b>201</b>
<i>L'anticipation</i>	202
<i>La traçabilité</i>	203
<i>La veille juridique et commerciale</i>	203
<i>Les douanes : un rôle devenu très important depuis 2014</i>	204
<b>9. L'action en contrefaçon : qui peut agir</b>	<b>207</b>
<i>Agir en contrefaçon de marque</i>	208
<i>Agir en contrefaçon de droit d'auteur</i>	209
<i>Agir en contrefaçon de dessins et modèles</i>	211
<i>Agir en contrefaçon de brevet</i>	212
<b>10. Où agir en contrefaçon ?</b>	<b>213</b>
<i>L'action contre une société étrangère</i>	216
<i>Le cas particulier de la procédure pénale</i>	218
<b>11. Comment agir en contrefaçon ?</b>	<b>221</b>
<i>Les critères de la contrefaçon</i>	222
<i>Comment prouver la contrefaçon</i>	226
<b>12. L'action en contrefaçon en cas de dépôt de dessin ou modèle ou de marque communautaire</b>	<b>239</b>
<i>L'action en contrefaçon en cas de dessin ou modèle communautaire</i>	240
<i>L'action en contrefaçon en cas de marque communautaire</i>	241

<b>13. Les sanctions de la contrefaçon</b>	<b>243</b>
<i>Mesures réparatrices</i>	244
<i>Mesures tendant à faire cesser la contrefaçon</i>	245
<b>14. La concurrence déloyale et le parasitisme</b>	<b>249</b>
<i>Qu'est-ce que la concurrence déloyale ?</i>	250
<i>Quels sont les critères de la concurrence déloyale ?</i>	251
<i>Le parasitisme</i>	258
<i>Le préjudice en cas de concurrence déloyale et de parasitisme</i>	261
<i>L'articulation de l'action en contrefaçon et de l'action en concurrence déloyale et/ou en parasitisme</i>	262

## **ANNEXES**

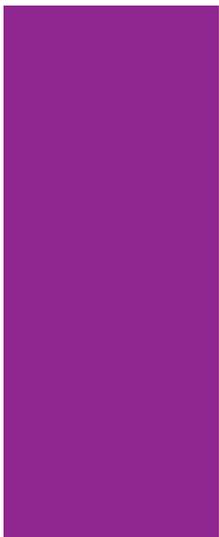
**265**

<b>Glossaire</b>	<b>267</b>
<b>Adresses utiles</b>	<b>273</b>
<i>Institut national de la propriété industrielle (INPI)</i>	275
<i>Acteurs internationaux de la propriété intellectuelle</i>	275
<i>Où trouver un avocat ?</i>	276
<i>Où trouver un Conseil en propriété industrielle ?</i>	276
<i>Structures nationales et régionales de promotion du design</i>	276
<i>Autres adresses utiles</i>	281
<b>Index</b>	<b>283</b>





# Introduction générale



## La protection du design par le droit

Que l'on soit du côté de l'entreprise investissant dans le design ou de celui du designer répondant à une commande, anticiper pour pouvoir se défendre contre toute atteinte, se protéger par des contrats adaptés, ou pouvoir agir en contrefaçon lorsque cela est possible est devenu incontournable.

Le droit offre diverses formes de protection, qui répondent aux préoccupations des créateurs et concepteurs, et des industriels.

- Il s'agit d'abord du droit de la propriété intellectuelle, particulièrement soucieux, notamment en droit français, de protéger et de mettre en valeur les créations.
- Il s'agit ensuite du droit des contrats conclus entre entreprises et designers, avec certaines particularités liées à l'exploitation des œuvres intellectuelles protégées.
- Il s'agit enfin des règles de prévention, de règlement amiable des litiges et, quand cela s'impose, de procédures contentieuses, qui, là encore, présentent des spécificités propres à la propriété intellectuelle.

L'objectif du présent ouvrage est d'exposer de façon didactique et illustrée ces règles afin de constituer un outil pratique pour que les entreprises et les designers puissent :

- choisir efficacement entre les différents modes de protection du design (partie A) ;
- sécuriser et rentabiliser leurs investissements créatifs en organisant contractuellement l'exploitation des créations du design (partie B) ;
- agir et maîtriser les coûts de leur action en cas de copie ou de pillage du design (partie C).

Les règles exposées dans le présent ouvrage sont, sauf mention contraire expresse, applicables en France. Cependant, il serait tout à fait incomplet de s'en tenir là, compte tenu de l'internationalisation des échanges et du marché mondial rendu parfaitement accessible par Internet. Aussi, le lecteur trouvera quelques paragraphes consacrés à certaines situations fréquentes faisant intervenir la législation communautaire ou les règles de droit international, afin d'assurer une protection efficace même au-delà des frontières nationales.

## La protection des créations design par la propriété intellectuelle

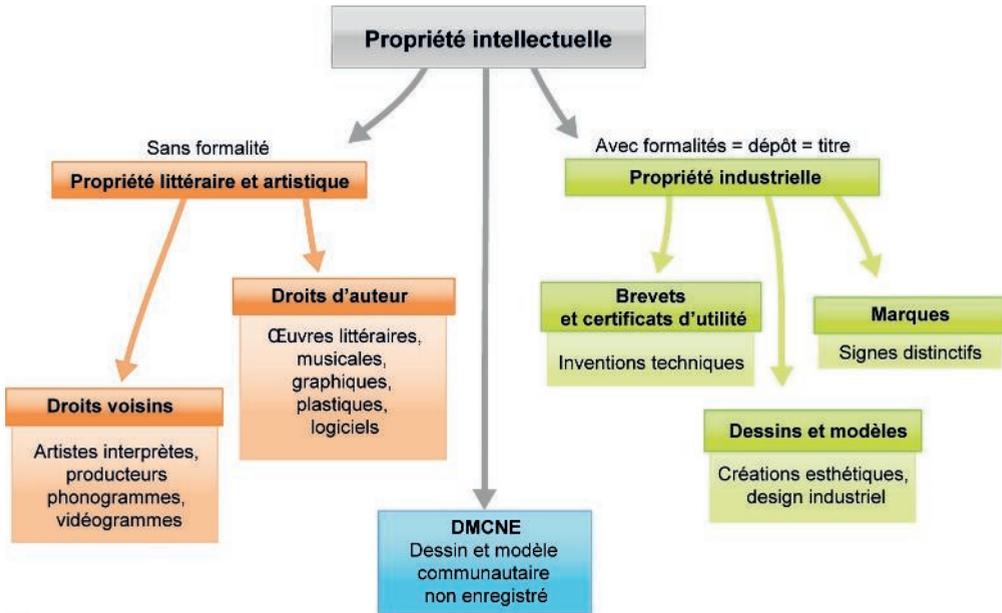
Nous l'avons dit, le droit offre diverses solutions pour protéger les créations. Ces solutions sont regroupées sous le vocable de propriété intellectuelle. Elles répondent à des règles différentes, tant en ce qui concerne les éléments qu'elles protègent que les conditions que ces éléments doivent présenter pour être protégés.

La première chose à déterminer, pour les entreprises et les designers, est le type de protection adaptée à l'élément qui doit être protégé. Pour faire ce choix, il faut :

- connaître les différents types de protections qui existent (figure 1) ;

- savoir à quoi ils s'appliquent et sous quelles conditions (tableau ci-après) ;
- savoir qu'ils peuvent se cumuler pour protéger un même objet (figure 2 en fin d'introduction).

Le design couvre plusieurs champs de conception et de création : design produit, design graphique, design de service, design sonore, design d'identité etc. Ces différentes expressions sont protégées par différentes solutions. Pour donner d'emblée une vue d'ensemble des différents types de protection qui existent, on peut d'abord présenter le schéma suivant.



1

## À gauche du schéma : la propriété dite littéraire et artistique

Le principal droit en la matière est le droit d'auteur. Il ne nécessite pas de démarche particulière pour exister (même si nous verrons qu'il est néanmoins prudent et parfois nécessaire d'accomplir certaines démarches pour prouver son existence).

L'article L. 112-1 du Code de la propriété intellectuelle dispose que « toutes les œuvres de l'esprit, quels qu'en soient le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination » sont susceptibles d'être protégées par le droit d'auteur. De fait, nous verrons que le droit d'auteur tient un rôle essentiel dans la protection des créations design (chapitre 1).

Nous ne parlerons pas des droits voisins sauf à en dire tout de même un mot ici : il s'agit des droits des artistes interprètes et des droits des producteurs audiovisuels. Il existe aussi les droits des producteurs de bases de données. Il pourra arriver que le design soit confronté à ces droits lorsque la création sera audiovisuelle ou immatérielle, mais les cas sont peu fréquents.

## À droite du schéma : la propriété industrielle

Il s'agit essentiellement des dessins et modèles, des marques et des brevets. Celui qui souhaite en bénéficier doit accomplir une démarche particulière, à savoir le dépôt d'une demande auprès d'un office de propriété industrielle. Ce dernier va délivrer un titre donnant des droits sur le territoire de l'office qui l'a délivré et pour une durée déterminée.

Il existe des offices nationaux. En France, c'est l'Institut national de la propriété industrielle (INPI). Pour tous les pays membres de la communauté européenne, c'est l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (OHMI), basé à Alicante. Pour certains autres pays qui l'ont accepté, c'est l'Organisation mondiale de la propriété industrielle (OMPI), située à Genève.

Chacun des titres délivrés protège une catégorie bien précise d'éléments. On voit ainsi dans le schéma que, d'un point de vue général :

1 Les différentes formes de propriété intellectuelle

- les dessins et modèles protègent l'apparence d'un produit ou d'une partie d'un produit, caractérisé en particulier par ses lignes, ses contours, ses couleurs, sa forme, sa texture, ou ses matériaux (chapitre 2) ;
- les marques protègent un signe distinctif propre à distinguer une entreprise d'une autre, pour des types de produits ou des services précis. À noter qu'un logo ne sera protégé comme marque que s'il a fait l'objet d'un dépôt. Il devient alors lui-même une marque (chapitre 3) ;
- les brevets et les certificats d'utilité protègent les inventions techniques (chapitre 4).

## Au milieu, un ovni : les DMCNE

Les DMCNE, ou dessins et modèles communautaires non enregistrés, sont des cas particuliers car ils empruntent leur nom à un titre de propriété industrielle (les dessins et modèles) et pourtant ils existent sans formalité de dépôt ! En pratique, ils peuvent être très utiles et nous en dirons donc un mot dans le cadre du chapitre consacré à la protection des droits à l'étranger (chapitre 5).

Le tableau récapitulatif suivant permet d'indiquer, de façon synthétique, à quoi chaque protection s'applique et quelles en sont les conditions principales.

Tableau synthétique des protections

	Droit d'auteur	Dessins et modèles	Marques	Brevets
<b>Objet de la protection</b>	Œuvre de l'esprit, quelle que soit sa forme ou son état d'achèvement	Dessins (2 dimensions) et modèles (3 dimensions)	Signe distinctif pouvant revêtir des formes diverses	Une invention technique, apportant une solution technique à un problème technique
<b>Formalités nécessaires à la mise en œuvre de la protection</b>	Aucune formalité : une œuvre de l'esprit est protégée de plein droit, dès sa création	Dépôt du dessin et modèle à l'INPI	Dépôt de la marque à l'INPI	Dépôt du brevet à l'INPI
<b>Conditions essentielles de protection</b>	Une œuvre originale, résultat d'un travail personnel du ou des auteurs	Une création nouvelle, ayant un caractère propre	Un signe distinctif, disponible, licite	Une invention nouvelle, impliquant une activité inventive, pouvant faire l'objet d'une application industrielle

	Droit d'auteur	Dessins et modèles	Marques	Brevets
Durée de protection	La protection commence de plein droit au jour de la création et dure toute la vie de l'auteur et 70 ans après sa mort	La protection commence au jour du dépôt à l'INPI, elle est de 5 ans, renouvelable jusqu'à 25 ans	La protection commence au jour où la demande d'enregistrement est déposée et pour une durée de 10 ans renouvelable autant de fois que souhaité	La protection commence au jour du dépôt du brevet, pour une durée maximale de 20 ans
Tarifs	Absence de formalités, donc coût nul	Coût du dépôt de la demande d'enregistrement : 38 €, coût de publication des reproductions : 22 € en noir et blanc et 45 € en couleur  Prorogation : 50 € par dépôt	Coût du dépôt : 200 € en format électronique jusqu'à 3 classes de produits et services, puis 40 € par classe supplémentaire  Renouvellement : 240 € jusqu'à 3 classes	Coût du dépôt : environ 600 € jusqu'à 10 revendications, environ 300 € si une réduction de 50 % est accordée*  + paiement des annuités pour maintenir le brevet en vigueur**
Textes législatifs correspondants	Articles L. 121-1 et suivants du CPI	Articles L. 511-1 et suivants du CPI	Articles L. 711-1 et suivants du CPI	Articles L. 611-1 et suivants du CPI

\* Une réduction de 50 % sur les principales redevances de procédure brevet est accordée :

- aux personnes physiques ;
- aux PME de moins de 1 000 salariés, dont le capital n'est pas détenu à plus de 25 % par une entité ne remplissant pas ces premières conditions ;
- aux organismes à but non lucratif (OBNL) du secteur de l'enseignement ou de la recherche.

Les PME et les OBNL doivent en faire la demande dans le délai du paiement de la redevance de dépôt (1 mois au maximum) en joignant une attestation d'appartenance à l'une de ces catégories.

\*\* Paiement des annuités d'un brevet en France :

	La 1 <sup>re</sup> annuité est comprise dans les taxes de dépôt	De la 2 <sup>e</sup> à la 5 <sup>e</sup> année	6 <sup>e</sup>	7 <sup>e</sup>	8 <sup>e</sup>	9 <sup>e</sup>	10 <sup>e</sup> ...	... 20 <sup>e</sup> année
Plein tarif	–	36 €/an	72 €	92 €	130 €	170 €	210 €	760 €
Tarif réduit (50 %)	–	18 €/an	54 €	69 €				

Le schéma suivant illustre bien que différentes protections peuvent se cumuler sur un même objet, et qu'il n'y a donc pas nécessairement un choix entre telle ou telle protection à faire.

La connaissance des différents outils de protection, de leurs conditions, de leurs coûts et de leur fonction tant par les agences de design que par les entreprises, permet la mise en place efficace d'une stratégie de protection qui doit être adaptée à chaque projet.



---

A

# LA PROTECTION DES CRÉATIONS DU DESIGN



# La protection par le droit d'auteur

*Le droit d'auteur protège toutes les créations de forme quels qu'en soient le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination.*

*Cette protection, accordée sans formalité de dépôt, permet de protéger un très grand nombre de créations dans le domaine du design, sous réserve de leur originalité. Le droit de la propriété littéraire et artistique ne permet pas néanmoins de protéger les idées ou les concepts, pas plus que les caractéristiques techniques, qui peuvent éventuellement être protégées par le droit des brevets.*

*Dans son champ spécifique de protection, le droit d'auteur joue un rôle essentiel, en France, dans la défense du design.*

# Qu'est-ce que le droit d'auteur ?

## ////// QUESTIONS FRÉQUENTES

- *Qu'est-ce que le droit d'auteur ?*
- *Faut-il déposer ses œuvres à l'INPI pour bénéficier d'une protection ?*
- *L'acquéreur d'un objet d'art, de design ou d'un immeuble peut-il exploiter l'image de son bien ?*



## Un droit exclusif sur des créations

Le droit d'auteur est un droit exclusif conféré par la loi au créateur d'une œuvre de l'esprit. Il lui confère un monopole d'exploitation sur son œuvre.

Ce droit naît du seul fait de la création, c'est-à-dire sans aucune condition de forme, en vertu des dispositions de l'article L. 111-1 du Code de la propriété intellectuelle. Il en va de même, conformément à l'article L. 111-2 dudit Code, pour les œuvres inachevées, les ébauches, les dessins préparatoires, qui bénéficient également de la protection dès leur réalisation et indépendamment de toute divulgation publique.

Ainsi, même en l'absence de dépôt, une œuvre de l'esprit, achevée ou inachevée, est susceptible d'être protégée par le droit d'auteur (pour un modèle de parapluie non déposé dont les formes témoignaient d'une recherche esthétique : Civ. 1<sup>re</sup>, 16 juillet 1968 ; pour un motif de tissu : Civ. 1<sup>re</sup>, 5 avril 1993 ; ou encore pour des modèles de table et de chaise non déposés : CA Bordeaux, 13 avril 2010 ; ou encore pour des toiles : CA Rennes, 11 mars 2014).

En résumé, le droit d'auteur est un monopole d'exploitation qui naît du seul fait de la création d'une œuvre de l'esprit, indépendamment de tout dépôt.

## Un droit sur un bien immatériel

Le droit d'auteur porte sur un bien immatériel, à savoir une œuvre de l'es-

prit qu'il faut bien distinguer du support matériel de l'œuvre.

Il y a d'une part l'œuvre intellectuelle (l'œuvre littéraire, l'œuvre musicale, l'œuvre photographique, l'œuvre des arts appliqués, etc.) et d'autre part le support de l'œuvre (le livre, le CD, les clichés photographiques, l'objet de design, etc.).

Cette distinction est essentielle dans la mesure où l'article L. 111-3 du Code de la propriété intellectuelle prévoit que la propriété incorporelle conférée par le droit d'auteur est indépendante de la propriété de l'objet matériel. Ainsi, la vente du support matériel de l'œuvre (le tableau, le cliché photographique original, etc.) n'emporte pas, sauf preuve contraire, cession des droits d'auteur sur l'œuvre intellectuelle en tant que telle.

Ainsi, le propriétaire d'un objet de design est propriétaire de l'objet matériel mais pas nécessairement des droits d'auteur : il ne peut donc exploiter l'œuvre en cause, cette exploitation relevant du monopole conféré par le droit d'auteur défini et accordé par les Livres I et III du Code de la propriété intellectuelle (Cass., Civ. 1<sup>re</sup>, 20 décembre 1966 ; CA Paris, 13 mars 2002).

En conséquence, le propriétaire de l'objet matériel (d'une chaise aux formes design par exemple) ne peut en principe exploiter cet objet (c'est-à-dire le reproduire ou reproduire son image sur d'autres supports, etc.), sauf en commettant des actes de contrefaçon. C'est ainsi que la cour d'appel de Paris a, dans un arrêt du 24 octobre 2001, condamné pour contrefaçon l'éditeur d'une revue de décoration pour avoir illustré un article consacré à l'agrandissement du

### //// FOCUS Les musées peuvent-ils exiger une rémunération pour la reproduction d'objets d'art ou de design tombés dans le domaine public ?

*La réponse est en principe négative. En effet, dans un arrêt du 7 mai 2004, l'Assemblée plénière de la Cour de cassation a jugé que « le propriétaire d'une chose ne dispose pas d'un droit exclusif sur l'image de celle-ci ; il peut toutefois s'opposer à l'utilisation de cette image lorsqu'elle lui cause un trouble anormal ».*

*Autrement dit, le propriétaire d'un objet d'art ou d'un objet de design tombé dans le domaine public ne jouit pas du droit exclusif d'exploiter son image. Il ne pourra s'opposer à l'exploitation de l'image de son bien que si elle lui cause un trouble anormal.*

*En revanche, si le modèle concerné n'est pas tombé dans le domaine public, les actes d'exploitation du modèle seront susceptibles de constituer des actes de contrefaçon vis-à-vis du titulaire des droits d'auteur, qui n'est pas nécessairement, comme on l'a vu, le propriétaire des objets matériels.*

*En résumé, les musées propriétaires d'objets d'art ou de design tombés dans le domaine public ne peuvent en principe s'opposer à l'exploitation de l'image de ces biens, sous réserve toutefois des règles édictées par lesdits musées pour les prises de vues qui ont généralement pour but de garantir la sécurité des biens conservés.*

musée de la mode et du textile, avec la photographie d'un modèle de manteau créé par l'artiste Sonia Delaunay en 1925. En effet, si ledit manteau avait fait l'objet d'une donation par le fils de l'artiste au musée, cette donation n'établissait pas que le donataire eût été pour autant investi du droit de permettre la reproduction et la diffusion de son image (Civ. 1<sup>re</sup>, 25 janvier 2005).

Plus récemment encore, la Cour de cassation a approuvé la cour d'appel de Douai d'avoir jugé qu'une clause concernant uniquement le transfert de la propriété des plans d'architecte ne pouvait emporter cession des droits d'auteur (Cass., Civ. 1<sup>re</sup>, 1<sup>er</sup> décembre 2011).

Inversement, le corollaire du principe d'indépendance de la propriété incorporelle et de la propriété matérielle est que la cession des droits d'auteur n'emporte pas, sauf preuve contraire, cession

du support matériel. Ainsi, en matière de photographie, la cession des droits sur une photographie n'emporte pas en principe transfert de la propriété des clichés originaux. C'est ce qu'a notamment rappelé la Cour de cassation dans un arrêt du 14 mai 1996 en jugeant que « la réalisation d'une œuvre de commande pour la publicité n'emporte pas, sauf preuve contraire à la charge du producteur en publicité, transfert de la propriété de l'objet matériel lorsque la commande ne porte que sur la cession des droits d'exploitation de l'œuvre » (Civ. 1<sup>re</sup>, 14 mai 1996).

Cette solution est naturellement transposable en matière de design. Ainsi, dans le domaine du design produit, la cession des droits d'auteur sur un modèle de produit n'emportera pas, sauf clause contraire, transfert de la propriété d'un prototype.

# Les œuvres protégées par le droit d'auteur

## //// QUESTIONS FRÉQUENTES

- Le design est-il protégeable par le droit d'auteur ?
- À quelles conditions le design est-il protégeable ?
- Les idées et les concepts sont-ils protégeables par le droit d'auteur ?
- Le design de service est-il protégeable ?
- Les formes techniques sont-elles protégeables ?

## Ce qui est protégeable

Le droit d'auteur protège les œuvres de l'esprit, c'est-à-dire toutes les créations de forme réalisées par une personne humaine, et ce quels qu'en soient le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination.

Le droit d'auteur protège ainsi les œuvres littéraires, les œuvres musicales, les œuvres de peinture, les œuvres architecturales, mais aussi les photographies, les cartes géographiques, les plans, les croquis, les dessins conçus manuellement ou même les dessins 2D ou 3D conçus par un designer avec un ordinateur, les logiciels, les bases de données, les sites Internet, etc.

L'article L. 112-2 du Code de la propriété intellectuelle (voir l'encadré *Que disent les textes ?*) dresse à cet égard une liste des œuvres susceptibles d'être protégées. Sont ainsi notamment protégeables les œuvres graphiques et typographiques, les plans et autres œuvres architecturales ainsi que les œuvres des arts appliqués. Cette liste n'est toutefois pas exhaustive et rien ne s'oppose à ce que d'autres œuvres non visées par le Code puissent être protégées si tant est qu'elles constituent des créations de forme. C'est notamment ce qu'a rappelé le tribunal de commerce de Paris dans un jugement du 14 septembre 2010, pour protéger un modèle de porte-serviettes : « l'article L. 112-2 du Code de la propriété intellectuelle ne fournit qu'une liste indicative des objets qui doivent être considérés comme une œuvre de l'esprit, et qu'il incombe à celui qui entend se prévaloir des droits de l'auteur de rapporter la preuve d'une création, à une date certaine ou démontrable, d'une œuvre possédant un carac-

tère d'originalité portant la marque de la personnalité de son auteur » (TCom. Paris, 14 septembre 2010, Decotec/La Redoute, inédit).

Comment le design, qui recouvre de multiples formes de création, entre-t-il dans ces catégories ?

- S'agissant tout d'abord du design produit, celui-ci correspond généralement à la catégorie des œuvres des arts appliqués visées au point 10 de l'article L. 112-2. Sont protégeables à ce titre toutes les créations qui relèvent des arts appliqués telles que les créations réalisées dans le domaine des arts de la table, du meuble et plus généralement toutes les créations qui concernent la forme d'objets industriels (design d'une assiette, d'un égouttoir, d'une cafetière, d'un verre, d'un fauteuil, d'un canapé, d'un porte-serviettes, d'une pince à cheveux, d'un véhicule, etc.).

À titre d'exemple, on peut ainsi relever que le design de la fameuse cafetière Bodum (figure 1.1) a été jugé protégeable par le droit d'auteur, comme celui conçu par



1.1

1.1 Cafetière à piston Chambord de la société BODUM FRANCE jugée protégeable par le droit d'auteur (CA Paris, 8 mars 2000)

### //// FOCUS Que disent les textes ?

#### L'article L. 112-1 du Code de la propriété intellectuelle dispose que :

« Les dispositions du présent code protègent les droits des auteurs sur toutes les œuvres de l'esprit, quels qu'en soient le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination ».

#### L'article L. 112-2 dudit code prévoit quant à lui que :

« Sont considérés notamment comme œuvres de l'esprit au sens du présent code :

- 1° Les livres, brochures et autres écrits littéraires, artistiques et scientifiques ;
- 2° Les conférences, allocutions, sermons, plaidoiries et autres œuvres de même nature ;
- 3° Les œuvres dramatiques ou dramatico-musicales ;
- 4° Les œuvres chorégraphiques, les numéros et tours de cirque, les pantomimes, dont la mise en œuvre est fixée par écrit ou autrement ;
- 5° Les compositions musicales avec ou sans paroles ;
- 6° Les œuvres cinématographiques et autres œuvres consistant dans des séquences animées d'images, sonorisées ou non, dénommées ensemble œuvres audiovisuelles ;
- 7° Les œuvres de dessin, de peinture, d'architecture, de sculpture, de gravure, de lithographie ;
- 8° Les œuvres graphiques et typographiques ;
- 9° Les œuvres photographiques et celles réalisées à l'aide de techniques analogues à la photographie ;
- 10° Les œuvres des arts appliqués ;
- 11° Les illustrations, les cartes géographiques ;
- 12° Les plans, croquis et ouvrages plastiques relatifs à la géographie, à la topographie, à l'architecture et aux sciences ;
- 13° Les logiciels, y compris le matériel de conception préparatoire ;
- 14° Les créations des industries saisonnières de l'habillement et de la parure. Sont réputées industries saisonnières de l'habillement et de la parure les industries qui, en raison des exigences de la mode, renouvellent fréquemment la forme de leurs produits, et notamment la couture, la fourrure, la lingerie, la broderie, la mode, la chaussure, la ganterie, la maroquinerie, la fabrique de tissus de haute nouveauté ou spéciaux à la haute couture, les productions des paruriers et des bottiers et les fabriques de tissus d'ameublement ».



1.2 Chaise LC4 créée par Le Corbusier en collaboration avec Charlotte Perriand et Pierre Jeanneret, jugée protégeable par le droit d'auteur au motif que : « par sa forme (ligne brisée à trois branches arrondie à sa partie supérieure) et les matériaux dont il est fabriqué (acier inoxydable, cuir et peausserie de couleurs et de qualités caractéristiques), cette chaise longue est une œuvre de l'esprit qui porte l'empreinte personnelle de ses auteurs » (CA Paris, 7 octobre 1993) (Photo Nicola Zocchi, © FLC/ADAGP, Paris, 2012)

### 1.3 Canapé

Formentera créé par les designers Manzoni et Tapinassi pour la société Roche Bobois International (TCom. Paris, 16 octobre 2009 –) (Photographie M. Gibert – © Roche Bobois Design / R. Tapinassi M. Manzoni)

**1.4** Modèle d'abribus et modèle de banc de la société JCDecaux protégés au titre du droit d'auteur : « l'abribus et le banc divulgués par la société JCDecaux présentent un design relevant d'une évidente recherche esthétique et portent l'empreinte de la personnalité de leur auteur » (TGI Paris, 17 mars 2010, JCDecaux c/ Pisoni Publicité et Cie) (© JCDecaux / Mario et Claudio Bellini)

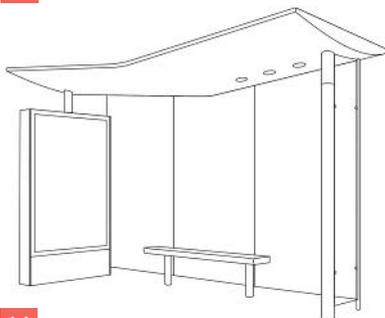
**1.5** Modèle de vasque Rialto créé par la société Decotec et jugé protégeable par le droit d'auteur (TGI Paris, 7 mai 2010) (© Decotec)

**1.6** Modèle de coupe-ongles en acier inox de la marque « Vitry Frères Paris » reconnu protégeable par le droit d'auteur dans la mesure où « l'originalité de ce dernier réside dans le choix de proportions et de formes et la combinaison d'éléments selon un agencement particulier, qui confèrent à l'ensemble sa physionomie propre et traduit un parti pris esthétique reflétant l'empreinte de son auteur » (TGI Paris, 11 février 2011, Vitry Frères, Me Brunet-Stoclet, Av.) (© Vitry Frères)

les designers florentins Manzoni et Tapinassi pour le modèle de canapé Formentera créé pour la marque Roche Bobois (figure 1.3). Un modèle de banc et d'abribus (figure 1.4), un modèle de vasque (figure 1.5) et un modèle de coupe-ongles (figure 1.6) ont également été jugés protégeables par le droit de la propriété littéraire et artistique. En résumé, tous les objets industriels sont susceptibles d'être protégés par le droit d'auteur, dès lors qu'ils constituent des créations de forme.



1.3



1.4



1.5



1.6

• Au-delà des œuvres des arts appliqués, le design, entendu de manière large, tel que le design de communication (design

graphique, publicitaire, design sonore, etc.), est tout autant protégeable par le droit d'auteur, sous réserve de certaines conditions de fond qui seront exposées ci-après. Ainsi, les logos et les chartes graphiques sont susceptibles d'être protégés au titre du droit d'auteur, en tant qu'œuvres graphiques ou typographiques. C'est ce qu'a notamment rappelé la cour d'appel de Lyon dans son arrêt du 19 février 2010 à propos des logos de la société Renault, et notamment du logo créé en 1972 (figure 1.7) par les artistes Yvaral et Vasarely pour moderniser la marque au losange (CA Lyon, 19 février 2010).

De même, la cour d'appel de Paris a récemment jugé que la charte graphique créée pour donner une unité à une collection de disques compacts était également protégeable au titre de la propriété littéraire et artistique, dans la mesure où celle-ci modernisait notamment l'iconographie habituellement utilisée dans le genre musical en cause (CA Paris, 8 octobre 2010, Antoine Leroux Dhuy et SARL Autrement le design c/ Sas Emi Music France).

L'architecture d'un site Internet ainsi que ses différents éléments graphiques sont également susceptibles d'être protégés par le droit d'auteur en tant que créations de forme, comme l'a rappelé la Cour de cassation dans une affaire relative au site de la société Vente.privee.com (Cass. Civ. 1<sup>re</sup>, 12 mai 2011, pourvoi n° 10-17852, accessible sur [www.legifrance.gouv.fr](http://www.legifrance.gouv.fr)).

- Le design dit sonore peut être protégeable en tant qu'œuvre musicale. On pense ici tout particulièrement aux sonneries de téléphone portable qui sont susceptibles de constituer des œuvres sonores protégeables par le Livre I du Code de la propriété intellectuelle (cf. notamment pour la musique créée sur commande pour la société Bouygues Telecom, Civ. 1<sup>re</sup>, 14 juin 2007, bulletin 2007, I, N° 234).

- S'agissant du design packaging, qui concerne le design de la forme de l'emballage tout comme le design de la communication apposée sur l'emballage lui-même, il est tout aussi susceptible d'être protégé, soit au titre des œuvres des arts appliqués (la forme de l'emballage), soit au titre des