

TRIBUNAL DE COMMERCE DE BRUXELLES

Jugement du **28-06-2012** EXTRAORDINAIRE

R.G. A/10/06313
R.G. A/11/06630

En cause de : La **SPRL FEEL FREE COMMUNICATION** (ci-après « FEEL FREE »),
BCE 0897.755.685, ayant son siège social à 1180 Bruxelles, avenue
des Chalets, 27, en faillite, représentée par son curateur, Me Jean-
Louis JASPAR, avocat à 1180 Bruxelles, avenue De Fré, 229,

Demanderesse au principal,
Défenderesse sur reconvention,

Ayant pour conseil Me Daniel ANTONIOU, avocat à 1050 Bruxelles,
rue du Prince Royal, 19,

Plaidant : Me D. ANTONIOU ;

Contre : La **SA RENAULT BELGIQUE LUXEMBOURG** (ci-après « RBL »),
BCE 0403.463.679, ayant son siège social à 1050 Bruxelles, boulevard
de la Plaine, 21,

Défenderesse au principal,
Demanderesse sur reconvention,
Demanderesse en intervention forcée,

Ayant pour conseil Me Laurent du JARDIN, avocat à 1170 Bruxelles,
chaussée de la Hulpe, 187,

Plaidant : Me L. du JARDIN ;

Et : La **SNC AUDITOIRE**, société de droit français, RCS n° B 342.133.345,
ayant son siège social à 75009 Paris (France), rue du Heider, 9,

Défenderesse en intervention forcée,

Ayant pour conseil Me Frédéric DECHAMPS, avocat à 1030 Bruxelles,
rue des Palais, 44,

Plaidant : Me F. DECHAMPS ;

Vu les dispositions de la loi du 15 juin 1935 sur l'emploi des langues en matière judiciaire ;
Vu la citation introductive d'instance signifiée le 5 août 2010 ;
Vu l'ordonnance de mise en état du 14 octobre 2010 ;
Vu la citation en intervention et garantie signifiée le 28 avril 2011 ;
Vu les conclusions et les dossiers de pièces des parties ;

Entendu les conseils des parties en leurs plaidoiries à l'audience publique du 12 mars 2012 où les débats ont été déclarés clos et la cause mise en délibéré ;

I. OBJET DES DEMANDES

1. Attendu que la demande principale de FEEL FREE tend à entendre :
- Condamner RBL à lui payer un montant de 240.000 EUR à titre de dommages et intérêts suite à l'usurpation de son concept publicitaire ;
 - Autoriser FEEL FREE à procéder, aux frais de RBL, à la publication du jugement à intervenir dans quatre journaux au choix de FEEL FREE ;
 - Condamner RBL aux frais et dépens de la procédure, liquidés à 276,45 EUR de frais de citation et 5.500 EUR d'indemnité de procédure ;
 - Ordonner l'exécution provisoire du jugement à intervenir, nonobstant opposition ou appel, sans caution ni cantonnement ;

Que RBL demande de déclarer cette demande non fondée ;

2. Attendu que la demande reconventionnelle de RBL tend à entendre condamner FEEL FREE à lui payer la somme de 10.000 EUR pour procédure abusive, montant à majorer des intérêts judiciaires à dater du jugement à intervenir ainsi que des frais et dépens de l'instance, liquidés à 5.500 EUR d'indemnité de procédure ;

Que FEEL FREE demande de déclarer cette demande non fondée ;

3. Attendu que RLB a introduit une demande en intervention forcée à l'encontre de AUDITOIRE ; que les parties n'ont cependant pas plaidé sur cette demande à l'audience du 12 mars 2012 et ont demandé au tribunal de céans de renvoyer cette demande au rôle particulier ;

II. EN FAITS

4. Attendu que RBL est la filiale belge de la SAS Renault, société de droit français, constructeur automobile ; qu'elle est également l'importateur officiel en Belgique et au Luxembourg des véhicules construits par cette dernière ;

Que FEEL FREE est une agence de communication spécialisée dans la promotion commerciale ; qu'elle a rencontré RBL le 25 mai 2009 afin de lui présenter une action publicitaire destinée à promouvoir un véhicule ;

Que, suite à cette réunion, FEEL FREE a adressé à RBL, par un email du même jour, un dossier confidentiel pour l'action été 2009 intitulée « Le Dacia Tourist Challenge » ; que le budget prévu pour réaliser cette action était de 40.805 EUR, à augmenter de 12% de frais d'agence (4.896,60 EUR), soit un total de 45.701,60 EUR HTVA ;

Que les parties se sont à nouveau rencontrées le 27 mai 2009 afin de discuter du dossier transmis ;

Que, suite à cette seconde réunion, FEEL FREE a adressé à RBL, par email du lendemain, le dossier confidentiel modifié pour l'action été 2009 intitulée cette fois « Le Twingo Tourist Challenge » ; que le budget prévu pour réaliser cette action était de 48.851 EUR, à augmenter de 12% de frais d'agence (5.862,12 EUR), soit un total de 54.713,12 EUR HTVA ; que FEEL FREE précisait que vu la proximité de l'action, elle avait déjà pris des options auprès de ses partenaires et demandait à RBL de lui verser un montant de 33.383 EUR HTVA pour pouvoir les confirmer ;

Que lors d'un entretien téléphonique du 5 juin 2009, RBL a indiqué à FEEL FREE que son projet ne l'intéressait pas car il n'avait rien d'original et avait déjà été réalisé chez d'autres sociétés ;

Que, par email du même jour, FEEL FREE s'étonnait de cette remarque dans la mesure où elle avait créé ce projet de toute pièce sans aucune inspiration d'un quelconque événement existant et qu'après recherche, elle n'avait trouvé aucune action semblable ; qu'elle demandait dès lors à RBL de lui préciser le nom des actions auxquelles elle se référait ;

Qu'il semble qu'aucune suite n'ait été réservée à cet email ;

5. Attendu qu'en septembre 2009, la SAS Renault, société mère du groupe Renault, a demandé à diverses sociétés de communication de lui proposer un projet d'action pour la promotion de deux nouveaux cabriolets en Europe et leur a transmis un cahier des charges contenant les éléments nécessaires pour leur permettre d'élaborer leur offre ;

Que le 29 octobre 2009, AUDITOIRE a transmis un dossier pour une action intitulée « Le Very Good Trip » ;

6. Attendu que, par email du 16 novembre 2009, FEEL FREE relançait RBL et lui écrivait qu'elle s'était prise trop tard pour la commercialisation de son projet en 2009 mais souhaitait le commercialiser pour 2010 ; que vu l'intérêt que RBL avait

témoigné en juin 2009 pour ce projet, FEEL FREE lui demandait si elle n'était pas intéressée par acheter les droits de ce projet pour l'année 2010 au prix de 9.600 EUR HTVA, ce qui permettrait à RBL d'être propriétaire du concept et de pouvoir l'adapter avec Publicis (agence de publicité du groupe Renault) ;

Que, par email du 17 novembre 2009, RBL répondait à FEEL FREE qu'elle pouvait prendre contact avec Publicis ;

Que, par email du même jour, FEEL FREE transmettait son projet à Publicis et lui demandait de prendre rapidement position afin de lui permettre, si la réponse était négative, de commercialiser cette action chez un autre constructeur ; qu'elle adressa des rappels par emails des 4 décembre 2009, 7 décembre 2009 et 14 janvier 2010 ;

Que, par email du 18 janvier 2010, Publicis indiquait à RBL qu'après analyse du projet de FEEL FREE, elle conseillait de ne pas y donner suite ; qu'elle demandait à RBL sa position afin qu'elle puisse en informer FEEL FREE ;

Qu'aucune réponse aux emails de FEEL FREE n'est cependant produite ;

7. Attendu qu'entre-temps, la SAS Renault, société mère du groupe Renault, a décidé de retenir le projet d'action présenté par AUDITOIRE et les parties ont collaboré à la réalisation de cette action (rédaction d'un cahier de charges spécifique, d'un document concernant la mécanique du jeu, des conditions générales d'utilisation du site, du règlement du jeu internet, etc.) ; que le Very Good Trip s'est déroulé du 14 juin au 12 juillet 2010 ;

Que le 15 juin 2010, la SAS Renault, société mère du groupe Renault, et AUDITOIRE ont signé un contrat de prestations ayant pour objet de déterminer les conditions et modalités de l'organisation et de la promotion du Very Good trip ; que ce contrat prenait effet rétroactivement au 15 octobre 2009 et prenait fin le 15 septembre 2010 ;

Que, par courrier de son conseil du 15 juin 2010, FEEL FREE s'étonnait auprès de RBL de cette nouvelle campagne publicitaire dans la mesure où elle était en tous points identique à son projet proposé en mai 2009 ; qu'elle évaluait le préjudice subi suite à l'appropriation illicite et l'exploitation de son projet au montant de 80.000 EUR et mettait RBL en demeure de lui payer ce montant ;

Que, par courriers de son conseil des 18 juin et 7 juillet 2010, RBL contestait les revendications de FEEL FREE et précisait qu'elle n'était de toute façon pas l'organisatrice de la campagne publicitaire critiquée ;

Que, par courrier de son conseil du 12 juillet 2010, FEEL FREE maintenait sa position et augmentait sa réclamation de 80.000 EUR à 240.000 EUR (12% du budget estimé à 2.000.000 EUR) au motif que la campagne litigieuse portait sur 8 pays et non plus sur un ;

Que le 5 août 2010, FEEL FREE a lancé citation ;

Que, par jugement du 13 août 2010, le tribunal de commerce de Bruxelles a prononcé la faillite de FEEL FREE ;

III. DISCUSSION

A. QUANT À LA DEMANDE PRINCIPALE

1. Le droit d'auteur

8. Attendu que RBL affirme que la campagne publicitaire créée par FEEL FREE ne peut être considérée comme une œuvre protégée par la loi relative au droit d'auteur et aux droits voisins du 30 juin 1994 ;

Que la protection du droit d'auteur suppose que l'œuvre soit originale et suffisamment matérialisée ; que le droit d'auteur ne protège en effet pas une idée mais la mise en forme de cette idée ;

Qu'en l'espèce, FEEL FREE a transmis à RBL deux dossiers confidentiels d'environ 20 pages chacun pour l'action été 2009 intitulée dans l'un « Le Dacia Tourist Challenge » et dans l'autre le « Le Twingo Tourist Challenge » ;

Qu'il résulte de ces dossiers que la campagne publicitaire créée par FEEL FREE était la suivante :

- Mise en scène de véhicules à promouvoir dans le cadre d'un jeu-concours sur internet ;
- Les véhicules étaient confiés à des équipes qui devaient effectuer un voyage au cours duquel elles devaient relever des défis ;
- Les différentes étapes du voyage et les défis étaient mis en ligne en temps réel permettant une interaction des internautes ;
- Les adresses internet des internautes participants étaient collectées afin de constituer une base de données utile pour les futures campagnes de publicité

Que l'on peut difficilement prétendre que FEEL FREE n'aurait émis qu'une idée générale non susceptible de protection ; que les dossiers transmis par cette dernière à RBL constituent manifestement une matérialisation suffisante de l'œuvre et ce même s'il ne s'agit que de projets en voie d'élaboration ;

Que, comme le relève à juste titre FEEL FREE, l'originalité de sa campagne publicitaire ressortait d'un ensemble d'éléments mis ensemble ; qu'il n'est dès lors pas pertinent de disséquer cette campagne afin de rechercher des similitudes entre chacun de ses composants et d'autres actions publicitaires ;

Que l'œuvre de FEEL FREE était ainsi originale et suffisamment matérialisée par ces dossiers et était par conséquent protégée par le droit d'auteur ;

Qu'il est intéressant de relever à ce sujet que le contrat de prestations du 15 juin 2010 prévoit la cession par AUDITOIRE à la SAS Renault du droit d'exploiter le format de l'œuvre audiovisuelle étant entendu que le format dont question n'est pas plus abouti que les dossiers de FEEL FREE, au contraire, vu qu'il s'agit d'un document de 4 pages décrivant brièvement la sélection des candidats, le principe du jeu et le rôle des internautes par rapports aux candidats ;

9. Attendu que RBL prétend ensuite que le Very Good Trip et la campagne publicitaire créée par FEEL FREE présenteraient plus de différences que de similitudes de sorte qu'il ne peut être considéré que les droits d'auteur de cette dernière auraient été violés ;

Que les concepts du Very Good Trip et de la campagne publicitaire créée par FEEL FREE sont cependant tout à fait similaires : que la plupart des différences relevées par RBL concernent des éléments qui n'affectent pas le caractère original de l'œuvre ; qu'ainsi, par exemple, toute une série de différences proviennent du fait que le Very Good Trip était réalisé à une plus grande échelle (étendue géographique, nombre d'équipes, nombre de modèles à promouvoir, durée de l'action, budget alloué) ;

Qu'il résulte de ce qui précède que le droit d'auteur de FEEL FREE sur la campagne publicitaire originale qu'elle avait créée et présentée à RBL a été violé ;

2. Le dommage

10. Attendu que FEEL FREE soutient qu'en utilisant sa création, RBL l'a privée de la possibilité de la vendre à un autre acheteur potentiel ; qu'elle estime que son préjudice correspondrait à la perte de la commission d'agence de 12% qu'elle aurait initialement négociée avec RBL et qui aurait été acceptée par celle-ci ; que, dans la mesure où elle évalue le budget publicitaire alloué au Very Good Trip à 2.000.000 EUR, elle chiffre son préjudice à 240.000 EUR ;

Que RBL souligne, à juste titre, qu'il y a lieu de distinguer la commission d'agence qui rémunère des services (organisation, réservation, etc.) et le droit d'auteur qui rémunère l'utilisation de l'œuvre indépendamment de tout service ;

Qu'en l'espèce, la faute reprochée n'est nullement de ne pas avoir fait appel aux services de FEEL FREE pour l'organisation de la campagne publicitaire à grande échelle ; qu'il n'est d'ailleurs nullement établi que FEEL FREE avait la capacité de le faire ; qu'elle ne peut donc réclamer des dommages et intérêts correspondant au bénéfice net qu'elle aurait réalisé pour la prestation de tels services et encore moins à la rémunération brute ;

Que le seul préjudice subi par FEEL FREE suite à la violation de son droit d'auteur consiste dans le fait qu'elle n'a pas été rémunérée pour l'utilisation de son œuvre ; qu'afin d'évaluer ce préjudice, il est intéressant de rappeler les termes de l'email adressé par FEEL FREE à RBL le 16 novembre 2009, in tempore non suspecto, et dans lequel elle évaluait elle-même le prix de vente des droits sur son projet pour l'année 2010 à 9.600 EUR HTVA ;

Que le préjudice subi par FEEL FREE peut dès lors être évalué à ce même montant ;

3. Les parties concernées

11. Attendu que RBL soutient qu'elle ne serait intervenue à aucun moment dans l'organisation ou le suivi du Very Good Trip et que l'action de FEEL FREE aurait dû être dirigée contre les organisateurs de la campagne publicitaire litigieuse, à savoir : sa société mère, la SAS Renault, et/ou AUDITOIRE ;

Que, quand bien même il faudrait considérer que RBL n'est pas intervenue dans l'organisation du Very Good trip, il n'en demeure pas moins que RBL est à tout le moins tiers complice de la violation des droits d'auteur de FEEL FREE ;

Qu'il est en effet improbable que AUDITOIRE ait par le plus grand des hasards imaginé une campagne publicitaire qui soit à ce point similaire à celle proposée quelques mois plutôt par FEEL FREE à RBL ; que RBL a donc inévitablement dû suggérer le concept de la campagne publicitaire à la SAS Renault et/ou à AUDITOIRE et a donc sciemment et activement participé à la violation des droits d'auteur de FEEL FREE ;

Qu'il convient de rappeler ici que l'œuvre originale créée par FEEL FREE a été présentée à RBL au moyen de deux dossiers expressément qualifiés de confidentiels et avec la mention suivante reprise sur chacune des pages : « *Le présent dossier ainsi que tous les éléments, matériels et pièces qu'il contient demeurent la propriété exclusive de Feel Free Communication et ne peuvent en aucun cas être employés ou reproduits sous quelques formes que ce soit sans un accord préalable et écrit.* » ;

Que c'est donc à juste titre que FEEL FREE a dirigé son action contre RBL qui est à tout le moins tiers complice de la violation de son droit d'auteur ;

4. La publication, l'exécution provisoire et les dépens

12. Attendu que FEEL FREE demande à être autorisée à procéder, aux frais de RBL, à la publication du jugement à intervenir dans quatre journaux de son choix ; qu'elle ne justifie cependant nullement cette demande de sorte qu'elle doit en être déboutée ;
13. Attendu qu'il a été exposé ci-dessus qu'il n'était pas sérieusement contestable que RBL ait suggéré le concept de la campagne publicitaire créée par FEEL FREE à la SAS Renault et/ou à AUDITOIRE et qu'elle a ainsi sciemment et activement participé à la violation des droits d'auteur de FEEL FREE ; qu'il y a donc lieu d'autoriser l'exécution provisoire du présent jugement ;
14. Attendu que le montant de la demande de FEEL FREE se situe dans la tranche de 100.000 EUR à 250.000 EUR à laquelle correspond une indemnité de procédure de base de 5.500 EUR avec un minimum de 1.100 EUR et un maximum de 11.000 EUR ;

Qu'il n'est cependant fait droit à cette demande que très partiellement de sorte qu'allouer à FEEL FREE l'indemnité de procédure qu'elle réclame, soit 5.500 EUR, créerait une situation manifestement déraisonnable ; qu'il y a dès lors lieu de réduire l'indemnité de procédure au montant de 1.100 EUR ;

B. QUANT À LA DEMANDE RECONVENTIONNELLE

15. Attendu que RBL réclame à FEEL FREE le paiement d'un montant de 10.000 EUR pour procédure abusive au motif que FEEL FREE aurait introduit la présente

procédure à la légère ; qu'il résulte de ce qui précède que ce n'était manifestement pas le cas ; que RBL doit dès lors être déboutée de sa demande ;

C. QUANT À LA DEMANDE EN INTERVENTION

16. Attendu que RLB a introduit une demande en intervention forcée à l'encontre de AUDITOIRE ; que, comme déjà mentionné ci-dessus, les parties n'ont cependant pas plaidé sur cette demande à l'audience du 12 mars 2012 et ont demandé au tribunal de céans de renvoyer cette demande au rôle particulier ;

PAR CES MOTIFS,

Le tribunal,

Statuant contradictoirement,

Ordonne la jonction des causes inscrites au rôle sous les n° R.G. A/10/06313 et R.G. A/11/06630 ;

Déclare la demande principale recevable et fondée dans la mesure indiquée ci-après ;

Condamne RLB à payer à FEEL FREE un montant de 9.600 EUR à titre de dommages et intérêts ;

Déclare la demande reconventionnelle recevable mais non fondée ;

Déboute, par conséquent, RBL de sa demande ;

Condamne RBL à l'ensemble des dépens liquidés comme suit dans le chef de FEEL FREE : 276,45 EUR de frais de citation et 1.100 EUR d'indemnité de procédure ;

Autorise l'exécution provisoire du présent jugement ;

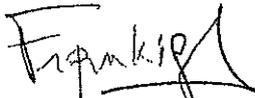
Renvoie au rôle particulier la demande en intervention forcée introduite par RBL à l'encontre de AUDITOIRE ;

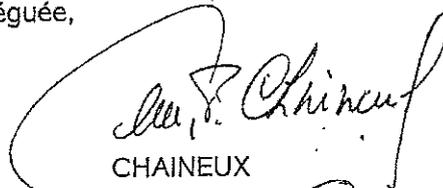
Réserve les dépens.

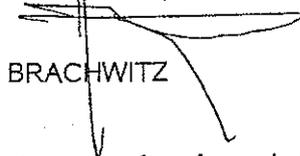
* *
* *

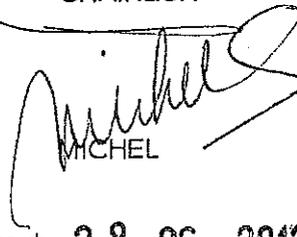
Jugement rendu, après délibéré, par les juges siégeant à la 12^{ème} chambre – salle D - du Tribunal de commerce de Bruxelles et signé par eux et la greffière déléguée, étant :

Mme Sylvie FRANKIGNOUL, Juge, Présidente de la chambre,
M. Jean-Pierre CHAINEUX, Juge consulaire,
M. Richard BRACHWITZ, Juge consulaire,
Mme Stéphanie MICHEL, Greffière déléguée,

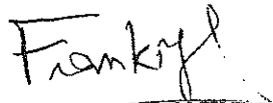

FRANKIGNOUL

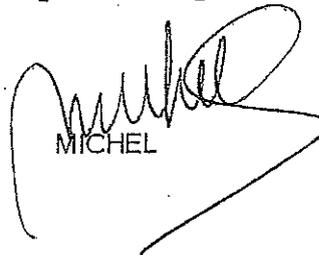

CHAINEUX


BRACHWITZ


MICHEL

et prononcé en français à l'audience publique du **28-06-2012** EXTRAORDINAIREMENT
par la Présidente de la chambre assistée de la greffière déléguée, étant :


FRANKIGNOUL


MICHEL