

Concept publicitaire et droit d'auteur

Référence : Gagné, L. « La Cour du Québec condamne une compagnie d'aviation pour avoir violé un droit d'auteur ». *Les Affaires*, 19 janvier 1991.

Mots clés : protection; droit d'auteur; plagiat.

Contexte :

Un avocat ayant créé un concept publicitaire en vue de le vendre à une compagnie de transport aérien a réussi à démontrer que cette dernière avait violé son droit d'auteur.

Problème identifié :

Cet avocat avait créé un concept publicitaire dans le but de le vendre à un transporteur aérien. L'avocat avait soumis son concept à l'un des directeurs de la compagnie; il avait également fourni un document complémentaire démontrant les différentes applications promotionnelles du concept ainsi que le message véhiculé par celui-ci. L'avocat n'eut aucune nouvelle de la compagnie et il fut très surpris, quelque temps après, de voir dans les journaux que la compagnie aérienne avait utilisé un concept publicitaire très similaire à celui qu'il lui avait présenté.

Causes du problème :

Le concept publicitaire utilisé par la compagnie de transport aérien n'était pas une copie exacte du concept créé par l'avocat puisqu'il était plus stylisé; par contre, tous les éléments du dessin original s'y retrouvaient.

Objectifs à atteindre :

L'avocat voulait obtenir un dédommagement de la part de la compagnie aérienne puisque cette dernière avait utilisé une contrefaçon de son concept original.

Solution envisagée :

L'avocat a alors intenté une poursuite judiciaire contre la compagnie aérienne devant la Cour du Québec.

Mise en œuvre de la solution :

La compagnie prétendait n'avoir jamais pris connaissance du concept publicitaire de l'avocat et que les similitudes des deux concepts n'étaient qu'une simple coïncidence. Bien qu'on puisse s'inspirer d'un concept publicitaire pour en créer un autre, il faut toutefois que suffisamment de changements créatifs soient apportés au concept pour le distinguer de l'œuvre originale, ce que la compagnie aérienne n'a pas réussi à démontrer.

Résultats atteints :

Le juge a finalement statué sur la question : les mêmes éléments avaient été utilisés dans les deux concepts et ils exprimaient le même message visuel. La compagnie a donc dû verser un dédommagement à l'avocat pour l'utilisation de sa propriété intellectuelle sans son consentement.