

La cour d'appel de Bruxelles, 9^{ème} chambre,

après en avoir délibéré, prononce l'arrêt suivant :

R.G. : 2010/AR/537

R. n° : 2012/ 2869

N° : 1077

Arrêt définitif
Réformation partielle

✓ Droit d'auteur – art
appliqué – originalité –
conditions

✓ Pratiques du marché –
actes contraires aux
pratiques honnêtes -
copie – conditions.

Pratiques du marché –
publicité trompeuse –
offre d'un produit non
disponible.

EN CAUSE DE :

1.- **MEDIA ADVERTISING**, société anonyme en faillite, dont le siège est établi à 1400 Nivelles, rue du Commerce, 13, inscrite à la banque carrefour des entreprises sous le numéro 0470.115.448, représentée par son curateur, Me Bernard Vanham,

2.- **EUROMOBILE INTERNATIONAL Ltd**, société de droit britannique dont le siège social est établi à Londres, (Royaume-Uni), Station Road New Barnet, Herts, EN5 1NZ,

3.- [REDACTED], domicilié à Pétange (Grand-Duché de Luxembourg), rue de la Piscine, 41 B,

Appelants,
Intimés sur incident,

✓ représentés par Maître Claude Katz, avocat à 1050 Bruxelles, avenue Général de Gaulle, 51,

CONTRE :

1.- **VISIBUZZ**, société privée à responsabilité limitée dont le siège social est établi à 5190 Jemeppe-sur-Sambre (Onoz), rue de Montolivet, 14, inscrite à la banque carrefour des entreprises sous le numéro 0478.084.888,

Intimée,
Appelante sur incident,

✓ représentée par Maître Pascal Leduc, avocat à 1050 Bruxelles, avenue Louise, 50,

2.- **GLU4**, société anonyme dont le siège social est établi à 1800 Vilvoorde, Schaarbeeklei, 647, inscrite à la banque carrefour des

19-04-2012

entreprises sous le numéro 0875.999.080,

Intimée,
Appelante sur incident,

✓ représentée par Maître Philippe Forton, avocat à 1060 Bruxelles,
chaussée de Charleroi, 138/5,

plaideurs : Maîtres Philippe Forton et Valérie Vandiest.

I.- DECISION ENTREPRISE

Les appels sont dirigés contre le jugement prononcé contradictoirement le 9 novembre 2009 par le président du tribunal de commerce de Bruxelles siégeant en cessation, signifié le 25 janvier 2010.

II.- PROCEDURE DEVANT LA COUR

L'appel principal est formé par requête, déposée par Media Advertising, Euromobile et [REDACTED] au greffe de la cour, le 26 février 2010.

L'appel incident est formé par conclusions, déposées par Glu4 au greffe de la cour, le 28 juin 2010 et par Visibuzz le 29 novembre 2010.

L'appel principal est recevable eu égard à l'établissement au Royaume-Uni d'une des parties appelantes.

La procédure est contradictoire, ayant été mise en état sur la base de l'article 747 du Code judiciaire.

Il est fait application de l'article 24 de la loi du 15 juin 1935 sur l'emploi des langues en matière judiciaire.

III.- FAITS ET ANTECEDENTS DE LA PROCEDURE

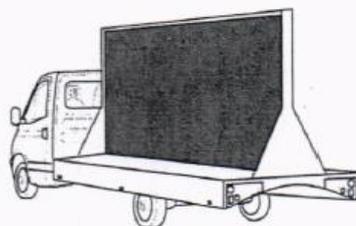
1. [REDACTED] expose qu'il est actif depuis 1976 dans le domaine de

19 -04- 2012

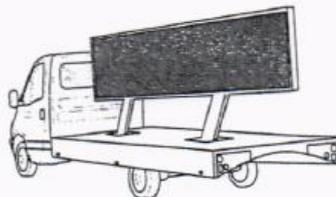
l'affichage publicitaire et plus particulièrement de l'affichage mobile qui consiste à poser une affiche publicitaire sur un véhicule qui parcourt les artères des grandes villes afin que ce dispositif puisse être vu par les passants et les automobilistes. Il soutient avoir « créé et conçu » de nombreux véhicules de ce genre.

Il revendique la propriété intellectuelle des « œuvres » suivantes, étant entendu que la création ne porte que sur le dispositif d'affichage qui se trouve sur les plates-formes des camions, mais pas sur le camion pris dans son ensemble :

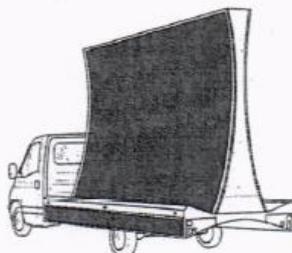
Version : *Panoramique* :



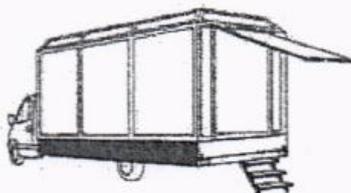
Version : *Panoramique Light* :



Version : *Concave* :



Version : *Show Room* :



19-04-2012

Le modèle *Panoramic Light* fait l'objet d'un dépôt par [REDACTED], le 28 février 2006, à l'OHMI à Alicante, comme dessin ou modèle pour les produits des classes 12.08 et 12.13 de la classification de Locarno.

[REDACTED] expose qu'il a cédé ses droits intellectuels aux sociétés qu'il contrôle, à savoir, d'une part, la société de droit britannique Euromobile qui octroie des licences d'exploitation de sa marque *Euromobile* et de son nom de domaine *Euromobile.com*, et transfère au licencié son *know-how* et organise à son intention des séances de formation, et, d'autre part, à la société belge Media Advertising - actuellement en faillite - qui exploitait en Belgique une flotte de camions publicitaires, sous la marque *Euromobile*.

2. Le 4 mars 2009, le conseil de Media Advertising, Euromobile et M. Huleux adresse à Visibuzz et à la société Mobile Interactive Advertising (en abrégé MIA, qui adoptera ultérieurement la dénomination Glu4) une mise en demeure dans laquelle il constate qu'elles offrent sur leur site Internet des campagnes publicitaires sur des véhicules qu'elles se proposent de faire circuler sur la voie publique qui sont des copies serviles et, partant, des contrefaçons des véhicules de ses clients. Par ailleurs, il met en exergue le fait qu'un collaborateur récemment engagé par MIA, [REDACTED] a signé deux accords de confidentialité et de non concurrence avec Euromobile quant à l'exploitation d'écrans *LED*, les 8 juin 2005 et 24 juillet 2007, qu'il n'a pas respectés, avec la conséquence qu'outre une violation des droits intellectuels, MIA se rend coupable d'« *accapuration illégale de clientèle* » et de « *piratage* ».

Il les invite à cesser l'usage des modèles de véhicules publicitaires dont ses clients détiennent les droits intellectuels et de mettre hors ligne les sites Internet *viamia.be* et *visibuzz.com*.

Par courrier du 18 mars 2009, le conseil de MIA et de Visibuzz conteste le caractère original des véhicules publicitaires dont la création est invoquée par [REDACTED] ainsi que leurs caractères nouveau et individuel si on se place dans le cadre de la protection liée aux dessins ou modèles. Il conteste par ailleurs que [REDACTED] se soit rendu coupable d'une quelconque infraction.

3. Par exploit du 31 mars 2009, Media Advertising, Euromobile et [REDACTED] font citer Visibuzz et Glu4 devant le président du tribunal de commerce, siégeant comme en référé, en matière de cessation. Ils lui demandent de:

« A titre principal,

19-04-2012

1. constater la violation par [Glu4 et Visibuzz de leurs] droits patrimoniaux et moraux en ce qu'elles ont copié et communiqué au public, sous leur propre nom, les œuvres, dessins ou modèles suivants :

- SKYLINE SMALL FISH (contrefaçon de PANORAMIQUE LIGHT)
- SKYLINE BIG FISH (contrefaçon de PANORAMIQUE)
- CONCAVE (contrefaçon de CONCAVE)
- BOXHOUSE (contrefaçon de SHOWROOM) ;

2. ordonner [à Glu4 et Visibuzz] de cesser toute reproduction et toute communication au public, sous tout support, qu'il soit graphique ou physique, de tout ou partie de ces œuvres, dessins ou modèles précités;

3. constater la violation par [Glu4 et Visibuzz] de l'accord de non concurrence relatif aux écrans LED, et leur ordonner de cesser toute reproduction et toute communication au public, sous tout support, qu'il soit graphique ou physique, de tout ou partie des œuvres dénommées :

- LED SMALL FISH
- LED BIG FISH ;

4. ordonner [à Glu4 et Visibuzz] de procéder au démantèlement des véhicules contrefaisants ainsi que des véhicules LED SMALL FISH et LED BIG FISH et d'en apporter la preuve (« avant » - « après ») par exploit d'Huissier de justice dans le mois du jugement à intervenir ;

5. condamner Glu4 et Visibuzz solidairement ou in solidum à payer une astreinte de 2.500 € pour tout acte de reproduction, de communication au public ou d'usage de chacun des œuvres, dessins ou modèles précités ;

6. ordonner [à Glu4 et Visibuzz] de supprimer tous les dessins, photos et illustrations généralement quelconques des œuvres, dessins ou modèles contrefaisants sur leur site Internet notamment sous l'adresse suivante : www.viamia.be et www.visibuzz.com, leur brochure, ou n'importe quel autre support de diffusion au public ;

7. constater que les agissements [de Glu4 et Visibuzz] constituent en outre des pratiques de concurrence déloyales, parasitaires et induisant une confusion dans l'esprit du public ;

8. constater que les agissements [de Glu4 et Visibuzz], en ce qui concerne les modèles LED SMALL FISH, LED BIG FISH et SKYLINE SMALL FISH constituent des publicités trompeuses induisant le public en erreur et provoquant une confusion dans leur esprit ;

9. ordonner la cessation de ces pratiques sous peine d'astreinte de 2.500 € par jour ;

10. ordonner la publication de la décision à intervenir sur la page d'accueil des sites internet [de Glu4 et Visibuzz], www.viamia.be, www.donkeyshotmedia.be et www.visibuzz.com, ainsi que dans deux

19-04-2012

journaux nationaux, au choix [de Media Advertising, Euromobile et [REDACTED]], aux frais des [de Glu4 et Visibuzz];

A titre subsidiaire,

1. constater les pratiques de concurrence déloyale et parasitaire réalisées par Glu4 et Visibuzz en ce qu'elles reproduisent :

- les noms des œuvres et modèles [de Media Advertising, Euromobile et [REDACTED]],*
- les dessins et photos des copies serviles des véhicules [de Media Advertising, Euromobile et [REDACTED]],*
- les approches clientèles (lieux sillonnés par les véhicules en fonction du public cible,...)*
- la structure de leur site internet ;*

2. constater que les agissements [de Glu4 et Visibuzz], en ce qui concerne les modèles LED SMALL FISH, LED BIG FISH et SKYLINE SMALL FISH constituent des publicités trompeuses induisant le public en erreur et provoquant une confusion.

3. ordonner [à Glu4 et Visibuzz], de cesser toute reproduction et toute communication au public, sous tout support, de tout ou partie des créations [de Media Advertising, Euromobile et [REDACTED]], (œuvres, modèle, site internet, noms, approches clientèle,...)

4. ordonner [à Glu4 et Visibuzz] de procéder au démantèlement des véhicules contrefaisants et d'en apporter la preuve (« avant » - « après ») par exploit d'Huissier de justice dans le mois du jugement à intervenir ;

5. ordonner [à Glu4 et Visibuzz] de supprimer tous les dessins, photos et illustrations générales quelconques des créations [de Media Advertising, Euromobile et [REDACTED]], sur leur site internet, brochure, ou n'importe quel autre moyen de diffusion au public ;

6. condamner Glu4 et Visibuzz solidairement ou in solidum à payer une astreinte de 2.500 € pour tout acte de reproduction, de communication au public ou d'usage des créations ou modèle précités, en violation du jugement à intervenir et pour tout acte constituant une publicité trompeuse ;

7. ordonner la publication de la décision à intervenir sur la page d'accueil des sites internet [de Glu4 et Visibuzz], www.viamia.be, www.donkeyshotmedia.be et www.visibuzz.com, ainsi que dans deux journaux nationaux, au choix des requérants, aux frais [de Glu4 et Visibuzz];

En tout état de cause,

1. Condamner Glu4 et Visibuzz in solidum aux dépens fixés, compte tenu de l'importance de l'affaire et du temps y consacré, à 10.000 € ;

2. Dire le jugement à intervenir exécutoire par provision nonobstant tout recours sans caution ni faculté de cantonnement. »

19-04-2012

Glu4 introduit une demande reconventionnelle tendant à prononcer la nullité du modèle n° 000486790 déposé par [REDACTED] à l'OHMI et d'interdire aux demandeurs d'utiliser des véhicules immatriculés au Luxembourg pour des actions promotionnelles qui ont lieu en Belgique et ce sous peine d'une astreinte de 2.500, 00 € par infraction constatée.

Par le jugement entrepris, le président du tribunal de commerce de Bruxelles a :

- déclaré la demande principale recevable sauf en ce qui concerne la cessation de la violation par les défenderesses de l'accord de non concurrence relatif aux écrans LED et le démantèlement des véhicules Led Small Fish et Led Big Fish ;
- déclaré la demande principale fondée en ce qui concerne ses points 1, 2, 5, 6, 8 et 9 mais uniquement pour le modèle Panoramique Light, dans la mesure ci-après précisée ;
- constaté la violation par les défenderesses des droits patrimoniaux et moraux des demandeurs en ce qu'ils ont copié et communiqué au public, sous leur propre nom, l'œuvre, dessin ou modèle suivants : Skyline Small Fish (contrefaçon de Panoramique Light) ;
- ordonné aux défenderesses de cesser toute reproduction et toute communication au public, sous tout support, qu'il soit graphique ou physique, de tout ou partie de cette œuvre, dessin ou modèle sous peine d'une astreinte de 2.500,00 € par acte interdit, astreinte à laquelle les défenderesses seront tenues solidairement ou in solidum ;
- ordonné aux défenderesses de supprimer tous les dessins, photos et illustrations généralement quelconques de cette œuvre, dessin ou modèle contrefaisants sur leur site internet notamment sous l'adresse suivante : www.viamia.be et www.visibuzz.com, leur brochure, ou n'importe quel autre support de diffusion au public sous la même astreinte ;
- constaté que les agissements des défenderesses, en ce qui concerne le modèle Skyline Small Fish, constituent des publicités trompeuses induisant le public en erreur et provoquant une confusion dans son esprit ;
- ordonné la cessation de ces pratiques sous peine d'astreinte de 2.500,00 € par jour ;
- condamné les défenderesses aux dépens dont une indemnité de procédure fixée à 10.000,00 € ;
- déclaré la demande reconventionnelle non fondée en son premier point et irrecevable en son deuxième point.

19-04-2012

4. Media Advertising, Euromobile et [REDACTED] interjettent appel de cette décision. Ils demandent à la cour de :

« A titre principal,

1. constater la violation par les intimées des droits patrimoniaux et moraux des appelants en ce qu'elles ont copié et communiqué au public, sous leur propre nom, les œuvres, dessins ou modèles suivants:

- SKYLINE SMALL FISH (contrefaçon de PANORAMIQUE

LIGHT

- *SKYLINE BIG FISH* (contrefaçon de *PANORAMIQUE*)
- *CONCAVE* (contrefaçon de *CONCAVE*)
- *BOXHOUSE* (contrefaçon de *SHOWROOM*) ;

2. ordonner aux intimées de cesser toute reproduction et toute communication au public, sous tout support, qu'il soit graphique ou physique, en deux ou en trois dimensions, de tout ou partie de ces œuvres dessins ou modèles précités ;

3. ordonner aux intimées de procéder au démantèlement des véhicules « *SKYLINE BIG FISH* », « *SKYLINE SMALL FISH* », « *CONCAVE* », « *BOXHOUSE* », et d'en apporter la preuve (« avant » - « après ») par exploit d'Huissier de justice dans le mois de la signification de l'arrêt à intervenir sous peine d'astreinte de 2.500 € par jour de retard ;

4. de condamner les intimées solidairement ou in solidum à payer une astreinte de 2.500 € pour tout acte de reproduction, de communication au public ou d'usage de chacun des œuvres, dessins ou modèles précités et ce, à compter du lendemain de la signification de l'arrêt à intervenir ;

5. ordonner aux intimées de supprimer tous les dessins, photos et illustrations généralement quelconques des œuvres, dessins ou modèles contrefaisants sur leurs sites internet et notamment sous l'adresse suivante : www.mobileinteractiveadvertising.be et www.visibuzz.com, leurs brochures, ou n'importe quel autre support de diffusion au public ;

6. constater et faire cesser les agissements des intimées qui constituent des pratiques de concurrence parasitaires induisant une confusion dans l'esprit du public en ce que celles-ci reproduisent :

- les noms des œuvres et modèles des appelants,
- les dessins et photos des copies serviles des œuvres et modèles des appelants,
- les approches clientèles (lieux sillonnés par les véhicules en fonction du public cible,...),
- la structure du site internet et
- les slogans promotionnels ;

7. constater que les agissements des intimées constituent des publicités mensongères et leur ordonner de cesser ces publicités mensongères, en leur interdisant toute forme de publicité trompeuse, et notamment la communication, par le biais de leurs sites internet, des dessins ne représentant pas matériellement les véhicules à vocation publicitaire qu'elles utilisent (*LED*) ou des dessins représentant des véhicules qui n'existent pas (*SKYLINE SMALL FISH*) ; ordonner la cessation de ces pratiques sous peine d'astreinte de 2.500 € par jour à compter du lendemain de la signification de l'arrêt à intervenir ;

8. ordonner la publication de la décision à intervenir sur la page d'accueil des sites internet des intimées, www.mobileinteractiveadvertising.be et www.visibuzz.com, ainsi que dans deux journaux nationaux, au choix des appelants, aux frais des

19-04-2012

intimées ;

A titre subsidiaire, si par impossible la Cour de céans estime que les quatre véhicules litigieux ne sont pas tous des oeuvres protégeables :

1. constater et faire cesser les agissements des intimées qui constituent des pratiques de concurrence parasitaires induisant une confusion dans l'esprit du public en ce que celles-ci reproduisent :

- les quatre véhicules à vocation publicitaire suivants : PANORAMIQUE, PANORAMIQUE LIGHT, CONCAVE, SHOWROOM,
- les noms, dessins et photos des véhicules des appelants,
- les approches clientèles (lieux sillonnés par les véhicules en fonction du public cible, ...),
- la structure du site internet et
- les slogans promotionnels ;

2. ordonner aux intimées de procéder au démantèlement des véhicules PANORAMIQUE, PANORAMIQUE LIGHT, CONCAVE et SHOWROOM et d'en apporter la preuve (« avant » - « après) par exploit d'Huissier de justice dans le mois de la signification de l'arrêt à intervenir, sous peine d'astreinte de 2.500 € par jour de retard ;

3. ordonner aux intimées de supprimer tous les dessins, photos et illustrations générales quelconques des véhicules des appelants sur leurs sites internet, et notamment sous les adresses suivantes : www.mobileinteractiveadvertising.be et www.visibuzz.com, leurs brochures, ou n'importe quel autre moyen de diffusion au public ;

4. condamner les intimées solidairement ou in solidum à payer une astreinte de 2.500 € pour tout acte de reproduction, de communication au public ou d'usage des véhicules des appelants, en violation de l'arrêt à intervenir et pour tout acte constituant une publicité trompeuse ;

5. ordonner la publication de la décision à intervenir sur la page d'accueil des sites internet des intimées, www.mobileinteractiveadvertising.be et www.visibuzz.com, ainsi que dans deux journaux nationaux, au choix des appelants, aux frais des intimées;

En tout état de cause,

Condamner les intimées in solidum aux entiers dépens des deux instances, liquidés dans le chef des appelants, compte tenu de l'importance de l'affaire et de sa complexité, à 10.000 € pour la première instance et 10.000 € pour la procédure d'appel ;

Dire l'arrêt à intervenir exécutoire par provision nonobstant tout recours sans caution ni faculté de cantonnement. »

Glu4 et Visibuzz introduisent un appel incident en ce que le premier juge a déclaré fondée la demande principale originaire concernant la

19-04-2012

contrefaçon du modèle *Panoramique Light* et a rejeté leur demande reconventionnelle relative à la nullité de ce modèle, déposé par [REDACTED] à l'OHMI.

Elles demandent à la cour de dire la demande originale des appelants en tous points non fondée et de faire droit à la demande reconventionnelle.

A titre subsidiaire, Visibuzz, quant à elle, demande à la cour de réformer le jugement entrepris en ce qu'il a statué sur l'astreinte, considérant que l'ordre de suppression des dessins et photos sur son site ne peut être sanctionné que par une astreinte unique de 2.500,00 €. Elle demande également de réduire le montant de l'indemnité de procédure à 1.200,00 €.

IV.- DISCUSSION

1.- Sur le modèle *Panoramique*

5. Pour être protégée par la loi du 30 juin 1994 relative au droit d'auteur et aux droits voisins (en abrégé LDA), une œuvre doit être *originale*, en ce sens qu'elle est une création intellectuelle propre à son auteur (C.J.U.E., 16 juillet 2009, C-5/08, *Infopaq*, point 37 ; Cass., 26 janvier 2012, C.11.0108.N).

En revanche, le droit d'auteur n'a pas pour but de protéger une idée ou un concept et est étranger à la protection des intérêts d'une entreprise (Cass., 19 mars 1998, C.97.0002.N; A. Berenboom, *Le nouveau droit d'auteur*, Larcier 2005, p. 90, n° 44).

Par ailleurs, en ce qui concerne le domaine de l'art appliqué, il n'existe pas de protection si la contrainte technique détermine la forme de manière exclusive (Mons, 26 mars 2001, *A & M*, 2001, 367). En d'autres termes, le modèle n'est pas protégeable par le droit d'auteur si l'effet technique ne peut être atteint lorsque la forme est modifiée (F. De Visscher et B. Michaux, *Précis du droit d'auteur et des droits voisins*, Bruylant 2000, 199). En tout état de cause, comme pour toutes les œuvres utilitaires, concrétisées par un dessin ou un modèle, pour bénéficier de la protection de la loi du 30 juin 1994 relative au droit d'auteur et aux droits voisins, il est nécessaire de prouver que l'œuvre est l'expression de l'effort intellectuel de son auteur, condition indispensable pour lui donner le caractère d'individualité nécessaire pour qu'il y ait création; la simple reproduction de thèmes existants sans faire le choix d'une forme déterminée est insuffisant pour justifier cette protection (Cass., 11 mars 2005, *A & M*, 2005, p. 396).

19 -04- 2012

6. [REDACTED] à le supposer auteur du modèle de camion en cause, ne peut revendiquer la protection de l'idée ou du concept de l'affichage mobile qui consiste à placer une affiche publicitaire sur un véhicule.

Afin qu'elle soit largement visible, les publicitaires ont opté pour une affiche grand format et plus généralement pour un modèle de 20 m² qui peut être accroché, par exemple, sur une façade. Lorsqu'il s'est agi de disposer ce genre d'affiche sur un véhicule, il ressort des photographies déposées par les parties (cf. exemple ci-dessous) que, dans un premier temps, ces affiches étaient collées sur deux panneaux disposés sur la plate-forme d'une camionnette, dont les bords inférieurs jouxtaient les bords droit et gauche de la plate-forme tandis que les bords supérieurs se rejoignaient au sommet, pour former un polyèdre triangulaire.



Ce dispositif avait le désavantage de ne pas offrir de vue droite puisque les panneaux étaient inclinés, de ne pouvoir être éclairé et était assez encombrant.

Pour résoudre ces problèmes qui relèvent de l'ordre de la technique, il suffisait d'ancrer le panneau au milieu de la plate-forme et d'assurer sa stabilité par une double équerre plane en forme de triangle.

19-04-2012

Vainement, [REDACTED] revendique-t-il le bénéfice d'une création intellectuelle pour ce système de fixation dont la forme n'est dictée que par les impératifs techniques. Il n'existe en effet pas différentes façons de fixer efficacement un panneau vertical sur une plate-forme de camion en mouvement : soit on pose des haubans soit on solidifie l'ensemble à la base par deux équerres dont l'amplitude doit être la plus grande possible.

C'est donc à bon droit que le premier juge a dit que la demande sur ce point n'était pas fondée.

2.- Sur le modèle *Panoramique Light*

7. En revanche, ce modèle se distingue du précédent en ce que sa forme n'est pas dictée par la technique.

Rien n'imposait en effet d'assurer la fixation du panneau par deux pieds obliques ni de prévoir un espace entre la base du panneau et la plate-forme du camion. De plus, les deux pieds sont inclinés dans le sens de la marche du camion, donnant ainsi à l'ensemble une impression de légèreté, comme si le panneau restait immobile dans l'espace, alors que le camion continue sa route. Cette inclinaison résulte d'un choix propre du créateur puisqu'elle ne lui était pas imposée par la technique dès lors qu'il lui était loisible de se contenter de pieds verticaux. De même, rien n'obligeait de prévoir un espace entre le panneau et la plate-forme du camion.

La forme de ce panneau publicitaire est incontestablement originale et répond à l'exigence de création intellectuelle propre à son auteur.

8. C'est à tort que Glu4 soutient que la forme de ce panneau publicitaire ne pourrait bénéficier de la protection de la LDA au motif qu'elle ne serait pas une œuvre littéraire ou artistique.

Rien n'interdit de conférer à un article utilitaire ou à l'art appliqué en général la protection du droit d'auteur en parallèle avec celle du dessin ou modèle (voy. sur cette question Ch.-H. Massa et A. Strowel, *Le cumul du dessin ou modèle et du droit d'auteur*, Larcier, 2008, pp. 21 et sv.) à la condition qu'il réponde au critère d'originalité, ce qui est le cas en l'espèce. L'exigence « *d'un caractère artistique marqué* » dont il était question dans la législation ancienne pour conférer à un dessin ou modèle la protection du droit d'auteur a été abandonnée, il y aura bientôt dix ans (voy. sur cette question et sur la protection de l'art appliqué, A. Berenboom, *Le nouveau droit d'auteur et les droits voisins*, Larcier, 2008, p. 46 et 77).

19-04-2012

9. Il ne résulte d'aucune pièce soumise à la cour que ce modèle de panneau, tel qu'il est décrit au point 1, aurait été mis en circulation par une entreprise concurrente avant Media Advertising. Il n'est même pas commercialisé par Glu4 et Visibuzz, lesquelles se sont contentées d'en insérer un croquis sur leurs sites Internet, ce qui leur a d'ailleurs valu une condamnation du premier juge pour publicité trompeuse, confirmée par la cour (cf. ci-après sur cette question).

L'antériorité de ce modèle est ainsi établie et remonte, à tout le moins, au mois de mars 2005 (cf. pièce 38 du dossier d'Euromobile).

10. Mais, dès lors que [REDACTED] peut bénéficier de la protection du modèle *Panoramique Light* sur la base de la LDA, il est sans utilité d'examiner celle qu'il revendique sur la base du Règlement (CE) n° 6/2002 du Conseil du 12 décembre 2001 sur les dessins ou modèles communautaires puisque l'objet de la demande reste le même, quel que soit le fondement invoqué.

La cour examinera cependant dans un chapitre différent la demande reconventionnelle de Glu4 en nullité de l'enregistrement du dessin ou modèle à l'OHMI.

11. Quant à la paternité dans le chef de [REDACTED] elle ne fait aucun doute dès lors qu'elle résulte de l'enregistrement à son nom du dessin ou modèle à l'OHMI.

12. Il y a contrefaçon.

Il est cependant sans intérêt d'ordonner « le démantèlement du camion » contrefaisant puisque celui-ci n'a pas été construit.

Quant aux mesures ordonnées par le premier juge, elles sont en revanche de nature à prévenir tout acte de contrefaçon et doivent, dès lors, être confirmées. Au demeurant, il convient de rappeler que l'ordre de cessation peut engendrer une obligation de faire ce qui implique que le juge de la cessation a le pouvoir d'ordonner des mesures positives. Il lui appartient en effet d'apprécier concrètement comment mettre fin au comportement prohibé (Cass., 6 décembre 2001, C010094N).

L'appel incident sur ce point n'est pas fondé.

19-04-2012

3.- Sur le modèle *Concave*

13. Le modèle *Concave* se distingue du modèle *Panoramique* en ce que les affiches publicitaires ne sont plus collées sur des panneaux verticaux, mais incurvés. Le système de fixation triangulaire à la base est identique mais épouse toute la hauteur du panneau, ce qui le rend plus solide. Par ailleurs, deux rampes lumineuses sont placées sur les bords de la plate-forme et rejoignent la base du panneau.

Ce modèle n'est qu'une déclinaison technique du modèle de base, dans la mesure où l'incurvation permet d'améliorer la visibilité et la

stabilité du panneau, tout en assurant un système d'éclairage diffusé de bas en haut, tout le long de la ligne courbe de pente, ce qui évite un effet de « *spot* ».

Il résulte par ailleurs des photographies produites par Glu4 que ce type de panneau est largement utilisé par la concurrence, même si l'angle de la courbe est parfois plus prononcé.

Répondant aux impératifs techniques de la publicité mobile, ce modèle, pas plus que le modèle *Panoramique*, ne peut bénéficier de la protection du droit d'auteur, à défaut de preuve d'une création intellectuelle.

14. En tout état de cause, c'est à bon droit que Glu4 et Visibuzz font valoir que les appelants ne prouvent pas qu'ils sont les auteurs de ce modèle.

Contrairement au modèle *Panoramique Light*, il ne résulte d'aucune pièce soumise à la cour que le dessin de ce modèle de panneau serait l'œuvre personnelle de [REDACTED]

Il ne résulte pas davantage des pièces du dossier que Media Advertising et Euromobile seraient les ayants droit de l'auteur qui ne peut être qu'une personne physique. Aucun document n'est produit à cet égard. A cet égard, la cour observe que le contrat de licence qui est produit concerne l'usage d'une marque *Euromobile* et le transfert d'un *know how* commercial relatif à l'exploitation d'une flotte de camions publicitaires, domaines étrangers au droit d'auteur et à celui des dessins ou modèles.

Vainement, Euromobile invoque-t-elle le fait que son logo est apposé sur les camions publicitaires pour soutenir qu'elle peut revendiquer le bénéfice de la présomption de paternité instituée par l'article 6 de la LDA. Le logo d'Euromobile se rapporte à l'activité commerciale d'exploitation de camions publicitaires pour laquelle elle confère des licences d'usage de sa marque et de son *know how*, mais ne concerne pas l'œuvre elle-même constituée par le dessin ou modèle du panneau publicitaire.

Il n'est donc pas prouvé que les appelants aient qualité pour introduire la demande et celle-ci doit donc être déclarée non fondée, pour ce motif également.

4.- Sur le modèle *Showroom*

15. Le modèle *Showroom* ne constitue que la mise en œuvre d'une idée

19-04-2012

ou d'un concept – non protégeable – qui tend à poser sur une plate-forme de camion un parallélépipède rectangle vitré, créant ainsi un espace tridimensionnel, pouvant servir de lieu d'exposition ou de rencontre.

Contrairement à ce que soutient [REDACTÉ] les dimensions de ce que l'on peut appeler communément un « *conteneur vitré* » ne résultent pas d'un choix de l'auteur puisqu'elles dépendent de la longueur de la plate-forme, de la hauteur moyenne d'un être humain ou des objets qui doivent y être exposés et se doit de respecter les prescriptions du Code de la route.

Pour le surplus, les dimensions et la disposition des montants soutenant les vitres sont également conditionnées par les impératifs techniques pour lesquels le concepteur ne disposait d'aucun espace de liberté. A cet égard, les différences d'épaisseur des montants relevées par Media Advertising avec d'autres camions identiques, exploités par des sociétés concurrentes, ne relèvent que du détail insignifiant.

Il ne peut donc être soutenu que ce modèle serait original, car procédant, au niveau de sa forme, d'une création intellectuelle de son auteur.

16. Enfin, tout comme pour le modèle *Concave*, les appelants ne prouvent pas que [REDACTÉ] serait l'auteur de ce type de camion – à le supposer original – et qu'Euromobile et Media Advertising en seraient les ayants droit.

L'appel sur ce point n'est pas fondé.

19-04-2012

5.- Sur la demande reconventionnelle en nullité du dessin ou modèle

17. L'article 24 du Règlement (CE) n° 6/2002 du Conseil du 12 décembre 2001 sur les dessins ou modèles communautaires dispose que « *le dessin ou modèle communautaire enregistré peut être déclaré nul (...) par un tribunal des dessins ou modèles communautaires à la suite d'une demande reconventionnelle dans le cadre d'une action en contrefaçon* ». L'article 25 prévoit notamment comme cause de nullité le fait de ne pas remplir les conditions fixées aux articles 4 à 9.

Aux termes de l'article 4 du Règlement, la protection n'est assurée que dans la mesure où le dessin ou modèle est nouveau et présente un caractère individuel. L'article 5 dit qu'un dessin ou modèle est considéré comme nouveau si aucun dessin ou modèle identique n'a

été antérieurement divulgué au public, étant entendu que des dessins ou modèles sont considérés comme identiques lorsque les caractéristiques ne diffèrent que par des détails insignifiants. Selon l'article 6, un dessin ou modèle est considéré comme présentant un caractère individuel si l'impression globale qu'il produit sur l'utilisateur averti diffère de celle que produit sur un tel utilisateur tout dessin ou modèle qui a été antérieurement divulgué au public, l'appréciation du caractère individuel devant tenir compte du degré de liberté du créateur dans l'élaboration du dessin ou modèle.

18. Il a été dit au point 9 qu'au moins depuis mars 2005, [REDACTED] pouvait revendiquer une antériorité sur le dessin ou modèle *Panoramique Light*. Le contraire n'est pas prouvé par Glu4, qui, en cette matière, a la charge de la preuve.

De même, il a été dit au point 7 que ce modèle répondait à l'exigence de création intellectuelle propre à son auteur selon la LDA. Par ailleurs, dès lors qu'il n'a pas été démontré qu'il existerait un dessin ou modèle ressemblant avant mars 2005, il ne peut être soutenu que le dessin ou modèle en cause ne serait pas individuel puisque le caractère individuel consiste en la différence d'impression globale avec une antériorité, produite sur l'utilisateur averti et implique que la protection doit être refusée au « *global[ement] déjà vu, sans égard aux détails significativement différents* » (Ch.-H. Massa et A. Strowel, *op. cit.* p. 38), ce qui n'est pas le cas en l'espèce.

Il s'ensuit que l'appel incident relatif à la demande reconventionnelle n'est pas fondé.

6.- Sur la concurrence déloyale

19 -04- 2012

19. La demande des appelants s'appuie également sur l'article 95 de la loi du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur qui prohibe tout acte contraire aux pratiques du marché.

Les appelants font grief à Glu4 :

- d'avoir violé des engagements de confidentialité et de non concurrence souscrits par un certain [REDACTED] ;
- de s'être rendue coupable de parasitisme en copiant servilement ses produits et en pillant systématiquement sa stratégie commerciale ;
- de créer la confusion dans l'esprit du public ;
- d'avoir pu offrir des conditions promotionnelles grâce à ses

- comportements illégaux ;
- de faire de la publicité trompeuse.

A.- SUR LA VIOLATION DES ENGAGEMENTS SOUSCRITS PAR M. DE WIT

20. Media Advertising expose que le 8 juin 2005, [REDACTED] qui projetait d'acquérir éventuellement une participation dans son capital, s'est engagé à considérer comme confidentielles toutes les informations qui lui seraient livrées à cette occasion, à ne les porter qu'à la connaissance de ses conseillers et de ne pas prendre contact avec les banques, fournisseurs, travailleurs et clients de Media Advertising.

Elle expose également que le 24 juillet 2007, [REDACTED] s'est aussi engagé, pour une durée de deux ans, à ne pas faire concurrence à Media Advertising dans le cadre de la diffusion de messages publicitaires sur écrans LED.

Elle affirme que Glu4 a utilisé les informations confidentielles transmises à [REDACTED] après l'avoir engagé.

21. S'il n'est pas contesté que Glu4 a engagé [REDACTED] (à une date non précisée) en qualité de *Business Development Manager*, il ne résulte d'aucune pièce soumise à la cour que, d'une part, elle avait connaissance des engagements personnels souscrits par lui en faveur de Media Advertising et, d'autre part, qu'il aurait transmis à Glu4 des informations sensibles lui permettant de développer une stratégie commerciale concurrente.

Il n'est donc pas établi que Glu4 aurait sciemment et volontairement ou consciemment, en pleine connaissance de cause, concouru à la violation par [REDACTED] des obligations qu'il a souscrites envers Media Advertising.

Une tierce complicité dans le chef de Glu4 ne peut se déduire du seul fait qu'elle a mis sur le marché des véhicules ressemblants à ceux exploités par Media Advertising, d'autant plus qu'il lui suffisait de consulter le site Internet de cette dernière sur lequel étaient diffusés les croquis de ces véhicules et de nombreuses photographies de ceux-ci. Glu4 n'avait donc nul besoin d'engager [REDACTED] pour entreprendre cette activité.

En ce qui concerne l'exploitation d'écrans LED, il ne peut être fait grief à Glu4 de s'être inspirée de cette idée, puisqu'il n'est pas contesté que le modèle exploité par elle ne ressemble en rien à celui

19-04-2012

de Media Advertising. Quant au concept même de la publicité au moyen d'écrans LED, Media Advertising ne peut en revendiquer la paternité, dès lors qu'il résulte des pièces produites par Glu4 que cette technologie est d'utilisation courante sur le marché (cf. pièces 20 et 21).

Le grief n'est pas fondé.

B. - SUR LE PARASITISME ET LE RISQUE DE CONFUSION

22. Le principe de la liberté de copier et d'imiter les créations, innovations ou prestations d'autrui est unanimement admis ; il découle des principes de liberté du commerce (Décret d'Allarde) et de la concurrence (traité CE, article 4, §1^{er}). Il se justifie en raison par le fait que toute activité humaine se fonde sur et reprend, au moins pour partie, les prestations antérieures. Le droit de la propriété intellectuelle fait exception à ce principe (les droits intellectuels sont ainsi décrits comme des îlots d'exclusivité dans un océan de libre concurrence) mais non le droit de la concurrence déloyale. Celui-ci permet seulement de sanctionner les abus qui seraient faits de la liberté de copier. (...) Une copie –même servile– ne suffit pas en soi ; il faut un 'pillage systématique et caractérisé de l'élément copié, rendant possible d'éviter de manière permanente tout effort créatif, effort de recherche ou investissement. Admettre que la simple copie servile constituerait un acte de concurrence déloyale reviendrait à accorder une protection similaire à celle que confèrent les droits intellectuels (A. Puttemans, « *Droit intellectuels et concurrence déloyale – copie de rosaces ou de kayaks : Halte à la dérive !* », Ann.prat.com., 2007, p.494).

Le droit à une concurrence loyale a pour objet le bon fonctionnement du marché en tant que tel, et non la protection de prestations créatives (créations de formes et innovations techniques). Dans la vie commerciale, c'est la liberté de copier son concurrent qui est la règle et ce sont les droits intellectuels privatifs, découlant de lois particulières, qui sont l'exception. Il s'ensuit que la simple copie de l'œuvre d'autrui ne constitue pas, en soi, un acte de concurrence déloyale (Liège, 17 février 1998, R.D.C. 1998, 415 ; Liège 13 octobre 1998, R.D.C. 1999, 410).

Ainsi, l'acte par lequel un vendeur copie l'offre des services ou produits d'un autre opérateur économique est en principe autorisé, à moins que le vendeur soit méconnaître un droit protégé par la législation sur la propriété intellectuelle soit fasse cette offre dans des circonstances contraires aux exigences des usages honnêtes en matière commerciale. Le vendeur qui, sans fournir lui-même un effort créatif, retire directement un avantage d'efforts ou

19-04-2012

investissements importants dans une création à valeur économique d'un autre vendeur, ne commet pas pour autant d'acte contraire aux usages honnêtes en matière commerciale. Toutefois, le juge peut considérer ces pratiques de retirer ainsi un avantage comme étant illicites sur une autre base que le simple fait de copier. Cet autre fondement ne consiste pas uniquement en la méconnaissance des droits de propriété intellectuelle ou de publicité créant la confusion mais peut consister en toute forme de comportement illicite (Cass., 29 mai 2009 C.2006.0139.N; G. LONDERS, *Onrechtmatig imiteren, kopiëren en aanhaken*, in X., *Handelspraktijken anno 1996*, Kluwer, 1996, p. 204 et 205).

La charge de la preuve d'un tel comportement illicite repose sur la partie demanderesse.

23. En l'espèce, Glu4 produit des plans du véhicule reprenant le panneau *Concave* qu'elle a fait construire et des photographies du châssis correspondant. Il ne peut donc être soutenu qu'elle n'aurait pas supporté de frais pour l'étude et la construction de ce modèle. Par ailleurs, il n'est pas prouvé que ces plans auraient été obtenus frauduleusement, notamment grâce à l'intervention de [REDACTED]

Pour le surplus, Media Advertising et Euromobile n'établissent pas, à suffisance de preuve, qu'outre le simple fait d'avoir copié leurs produits, Glu4 se serait rendue coupable d'actes déloyaux particuliers qui lui auraient permis de s'inscrire dans le sillage de sa concurrente et ainsi tiré profit soit de sa renommée soit de ses investissements. Le dossier ne fait pas apparaître concrètement un emprunt déloyal d'une stratégie commerciale, des actes de dénigrement, des contacts avec les clients et les fournisseurs grâce à un usage illicite de fichiers, des copies informatiques ou du débauchage de personnel.

Contrairement à ce que soutiennent Media Advertising et Euromobile, les dénominations des modèles exploités par les parties – à l'exception de *Concave* qui n'est qu'un nom générique non susceptible de protection – ne sont pas identiques et ne sont pas susceptibles de créer la confusion dans l'esprit des consommateurs. *Skyline Big Fish* et *Skyline Small Fish* ne sont pas les traductions de *Panoramique* et de *Panoramique Light*. Au demeurant, *Skyline* se traduit par « ligne d'horizon ». Il en est de même de *Boxhouse* qui est différent de *Showroom*.

Certes, Glu4 a utilisé dans un texte promotionnel de 18 lignes une traduction française du slogan publicitaire d'Euromobile « *Right Time Right Place* ». La phrase incriminée est la suivante : « *Mobile Interactive Advertising* [ancienne dénomination de Glu4] vous propose d'atteindre massivement les bons consommateurs au bon moment et au bon endroit. Grâce à un message visuel fort (avec

19-04-2012

affichage interactif mobile) et/ou à la distribution d'échantillons de votre produit, *Mobile Interactive Advertising* vous garantira une stimulation directe du réflexe d'achat tout en vous accordant une prime anti-crise unique sans précédent ». La traduction n'est pas utilisée comme un slogan et n'est pas de nature à créer la confusion dans l'esprit des consommateurs concernés.

Enfin, le fait que la ville de Liège a confondu – une fois – un véhicule de Glu4 avec un d'Euromobile ne constitue pas la preuve que les entreprises susceptibles de commander des campagnes publicitaires ne seraient pas capables de faire la différence entre les deux opérateurs économiques, d'autant plus que le logo d'Euromobile est clairement apposé sur tous ses camions, ce qui, d'après les photographies produites, ne semble pas être le cas pour Glu4 et Visibuzz.

24. Le simple fait que les licenciés de la marque *Euromobile* se plaindraient de l'existence d'une activité concurrente n'est pas pertinent dans la mesure où ni Euromobile ni ses licenciés ne peuvent prétendre à un monopole sur l'activité de la publicité par affichage mobile. Il ne peut donc être reproché à Glu4 et à Visibuzz d'exercer une activité similaire. Par ailleurs, il ne peut être soutenu que leur activité commerciale porterait atteinte aux droits de la marque *Euromobile* concédée aux licenciés, puisqu'elles n'en font pas usage.

Dès lors que Media Advertising et Euromobile ont saisi le tribunal de commerce, le 2 juillet 2010 – soit après l'introduction de la présente instance – d'une demande relative à l'achat auprès de Google de l'Adword « *Euromobile* » - fait non visé dans la citation du 31 mars 2009 - et que cette affaire est toujours pendante, la cour ne peut tenir compte de ce grief, d'autant plus qu'aucune pièce n'a été déposée à l'appui de ce moyen, à l'exception de la seule citation. En tout état de cause, les appelants reconnaissent que cette pratique a cessé le 24 mars 2010, ce qui rend sans objet une action en cessation fondée sur ce motif.

De plus, ainsi que cela a été précisé plus haut, il ne peut exister de confusion dans l'esprit des consommateurs concernés puisque les camions des sociétés liées à Euromobile arborent son logo. En tout état de cause, il n'est pas prouvé que le lien promotionnel de Glu4 et son annonce sur Google – qui ne sont d'ailleurs pas produits – ne permettent pas ou permettent difficilement, à l'internaute « *normalement informé et raisonnablement attentif* », de savoir si les produits ou services qu'ils visent proviennent du titulaire de la marque ou d'une entreprise économiquement liée à ce dernier (voy. à cet égard C.J.C.E., 23 mars 2010, aff. C-236/08).

19-04-2012

25. Enfin, le simple fait pour Visibuzz d'avoir modifié son site Internet après avoir reçu la mise en demeure des appelants n'implique aucune reconnaissance de responsabilité.

Au demeurant, son conseil a bien expliqué dans une lettre du 20 mai 2009 que le retrait des offres litigieuses jusqu'à la décision du premier juge n'impliquait aucune reconnaissance de responsabilité.

C.- SUR LES CONDITIONS PROMOTIONNELLES DELOYALES

26. Il ne résulte d'aucune pièce soumise à la cour que la ristourne temporaire de 25% pratiquée par Glu4 n'a été possible que « grâce à [ses] comportement illégaux ».

Les appelants reconnaissent par ailleurs que rien n'interdisait à leur concurrent d'effectuer une telle promotion.

Ce grief n'est pas fondé.

D.- SUR LA PUBLICITE TROMPEUSE

27. L'article 96, 1°, a) de la loi du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur dispose qu'est interdite toute publicité qui induit en erreur ou est susceptible d'induire en erreur la personne à laquelle elle s'adresse ou qu'elle touche, notamment sur les caractéristiques des biens ou services, telle que leur disponibilité.

Il résulte des pièces 7 et 8 du dossier des appelants que les intimées ont proposé sur leurs sites Internet la mise à disposition des véhicules *Led Small Fish*, *Led Big Fish* et *Skyline Small Fish*. Ces offres étaient agrémentées d'un croquis représentant le type de véhicule.

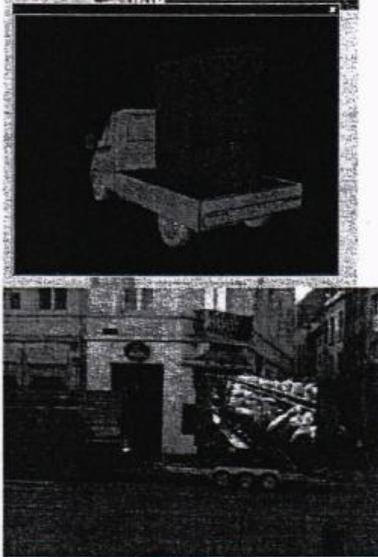
Or, il n'est pas contesté qu'à la date de la mise en ligne de ces pages Internet, les intimées ne disposaient pas de ces véhicules, à défaut de les avoir fait construire.

C'est donc à bon droit que le premier juge a dit pour droit que l'offre concernant le modèle *Skyline Small Fish* (contrefaçon du modèle *Panoramic Light*) constituait une publicité trompeuse.

28. En ce qui concerne plus spécialement les véhicules censés disposer

19-04-2012

sur leur plate-forme un écran *LED*, il convient d'observer que le véhicule exploité par les intimées ne ressemble absolument pas à celui présenté, ainsi qu'en témoignent les illustrations suivantes :



Il y a lieu donc lieu de réformer le jugement entrepris, en ce qu'il n'a pas considéré que l'offre d'écran *LED* par les intimées constituait également une publicité trompeuse.

29. L'astreinte a été adéquatement fixée par le premier juge à la somme de 2.500,00 € par acte interdit et il n'y a pas lieu de la réduire, sous peine de diminuer son effet dissuasif d'une éventuelle inexécution du jugement.

30. Enfin, eu égard à l'ancienneté des faits et au retrait volontaire des offres litigieuses par Visibuzz, il n'y a pas lieu d'ordonner la publication du présent arrêt.

19-04-2012

7.- Sur les dépens

31. Dès lors que les appelants n'obtiennent gain de cause que sur un seul chef de demande et succombent sur les autres, et que les intimées succombent sur leur appel incident, il convient de compenser en partie les dépens d'appel et de réduire le montant de l'indemnité de procédure demandée par les appelants.

Il convient de leur allouer une indemnité de procédure d'appel de

2.500,00 €, supérieure au montant de base, compte tenu de la complexité de la cause.

V.- DISPOSITIF

Pour ces motifs, la cour,

1. Reçoit les appels.
2. Dit l'appel principal fondé dans la mesure précisée ci-après ;

Réforme le jugement entrepris uniquement en ce qu'il a statué sur les publicités relatives aux véhicules *Led Small Fish* et *Led Big Fish* et, statuant à nouveau :

- dit la demande des appelants sur ce point fondée dans la mesure ci-après ;
- constate que les publicités relatives à l'offre de services de ces véhicules contreviennent à l'article 96, 1^o, a) de la loi du 6 avril 2010 relative aux pratiques du marché et à la protection du consommateur ;
- interdit aux intimées toute forme de publicité généralement quelconque sur tout support du modèle de camion publicitaire, tel qu'il est représenté au point 28 du présent arrêt, tant que ce modèle ne sera pas matériellement disponible pour la clientèle, sous peine d'une astreinte de 2.500,00 € par infraction constatée et par jour, à dater du huitième jour suivant la signification du présent arrêt.

Dit l'appel principal non fondé pour le surplus.

3. Dit l'appel incident non fondé.
4. Compense en partie les dépens d'appel et condamne les intimées à payer, *in solidum*, aux appelants les sommes de 186,00 € et 2.500,00 €.

19-04-2012

Cet arrêt a été rendu par la 9^{ème} chambre de la cour d'appel de Bruxelles, composée de :

M. Henry MACKELBERT, conseiller, président f.f. de la chambre,
Mme Marie-Françoise CARLIER, conseiller,
M. Marc VAN DER HAEGEN conseiller suppléant,

qui ont assisté à toutes les audiences et ont délibéré à propos de l'affaire.

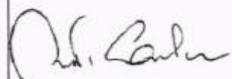
Il a été prononcé en audience publique par M. Henry MACKELBERT, président f.f. de la chambre, assisté de Mme Patricia DELGUSTE, greffier, le 19-04-2012



P. DELGUSTE



M. VAN DER HAEGEN



M.-F. CARLIER



H. MACKELBERT

19-04-2012