Studios et concepteurs, êtes-vous sûr de détenir la propriété intellectuelle sur vos jeux vidéo?

15 janvier 2021

Auteurs

Isabelle Jomphe

Associée, Agent de marques de commerce Associée, et Avocate

Gonzalo Lavin

Associé, Agent de brevets

L'année 2020 aura été difficile pour la grande majorité des secteurs d'activité économique, notamment pour le secteur des arts, spectacles et loisirs. Toutefois, l'industrie des jeux vidéo affiche une croissance fulgurante.

À titre d'exemple, les studios Nintendo et PlayStation ont chacun battu des records de ventes pour leurs jeux parus en 2020, notamment « *Animal Crossing : New Horizons* » et « *The Last of Us : Part II* ».

Au cours des dernières décennies, le nombre de joueurs de jeux vidéo n'a cessé d'augmenter. L'année 2020 ne fera sûrement pas exception, en raison notamment de la pandémie de la COVID-19. Jouer à un jeu vidéo est non seulement une manière de se divertir, mais aussi une façon de demeurer en relation avec une communauté qui partage les mêmes intérêts.

L'univers des jeux vidéo est à ce point populaire que le gouvernement du Canada a utilisé cette plateforme pour communiquer des messages de mobilisation et de sensibilisation aux mesures de santé publique avec la campagne #ÉcrasonslaCOVID, lancée en collaboration avec l'Association canadienne du logiciel de divertissement (« **ALD** »).

L'importance économique du secteur du jeu vidéo au Canada est non-négligeable. Selon le dernier rapport de l'ALD, ce secteur a contribué à hauteur d'environ 4,5 milliards de dollars au PIB du Canada en 2019, soit une hausse de 20% depuis 2017[1] et ces chiffres continueront vraisemblablement d'augmenter.

Cette effervescence du jeu vidéo a une incidence certaine sur la valeur des entreprises qui innovent

Copyright (c) Lavery, de Billy, S.E.N.C.R.L. - L.L.P.

dans ce domaine. Plusieurs transactions récentes le démontrent.

À titre d'exemple, le géant Microsoft a acquis en septembre dernier la société Bethesda Softworks, l'un des plus importants éditeurs de jeux vidéo, pour la somme de 7.5 milliards de dollars américains. La compagnie suédoise Mojang Studios, qui a conçu le célèbre jeu Minecraft, a été rachetée par Microsoft pour 2.5 milliards de dollars en 2014. Plus près de nous à Montréal, en 2019, le studio Beat Games a été racheté par Facebook à la suite du lancement de leur jeu de réalité virtuelle Beat Saber, alors que Typhoon Studios a été racheté par Google.

Au-delà des profits découlant de la vente de jeux vidéo, il faut ajouter le potentiel de commercialisation de produits dérivés traditionnels tels que les vêtements et accessoires, jeux et figurines, de même que les séries télévisées inspirées des jeux, avec des géants comme Netflix, Amazon Prime, HBO et Hulu, tous en quête de séries télé à succès.

Pour maximiser la valorisation des jeux vidéo, il est important de protéger ses actifs de propriété intellectuelle (**« PI »**), soit les marques de commerce, droits d'auteur et brevets d'invention, selon le cas.

Cette question est d'autant plus importante dans le contexte où la commercialisation des jeux vidéo ne connaît pas de frontière et qu'un jeu peut ainsi, du jour au lendemain, devenir un succès commercial international.

Bref, toute entreprise devrait se poser les questions suivantes avant de lancer son jeu vidéo, pour bien se positionner face aux éventuels investisseurs, titulaires de licence ou partenaires, de même que face aux concurrents et contrefacteurs:

1. Est-ce que l'entreprise détient tous les droits de PI sur le jeu ?
2. Quelle protection de PI s'applique et où protéger la PI?

Examinons ici la première de ces questions.

Est-ce que l'entreprise détient tous les droits de PI sur le jeu ?

La conception d'un jeu vidéo met généralement en présence une équipe de créateurs, notamment des idéateurs, programmeurs, scripteurs et designers d'effets visuels et sonores. Tous ces acteurs contribuent à la création de l'œuvre qu'est le jeu vidéo et donc à la PI qui y est associée.

À titre d'exemple, Ubisoft a travaillé avec des muralistes et designers graphiques pour son récent jeu « *Watch Dogs Legion* ». Ces derniers ont conçu près de 300 œuvres pour créer l'atmosphère d'un Londres urbain post-Brexit. Cette initiative lui a d'ailleurs valu des éloges avant même la parution du jeu en octobre dernier[2].

Selon leur niveau de contribution à la conception du jeu, ces créateurs peuvent se qualifier d'auteur, et à ce titre, ils peuvent être considérés comme **copropriétaires** des droits d'auteur sur le jeu, selon leur statut d'employé ou de consultant.

De façon générale, il faut retenir que les droits d'auteurs développés par des employés – dans le cadre de leur emploi – appartiennent à l'employeur[3] alors que ceux conçus par un consultant lui appartiennent – à moins d'une entente écrite au contraire.

Ainsi, pour l'entreprise qui désire commercialiser un jeu vidéo, il est essentiel de prévoir des contrats clairs avec tout consultant externe, prévoyant la cession des droits de PI pour s'assurer de conserver l'entière propriété des droits d'auteur sur le jeu vidéo.

Copyright (c) Lavery, de Billy, S.E.N.C.R.L. - L.L.P.

Mais que se passe-t-il si un consultant n'a pas cédé ses droits d'auteur à l'entreprise?

Peut-il prétendre être cotitulaire des droits d'auteur sur le jeu dans son intégralité ou ses droits sont-ils plutôt limités à la portion de sa création (ex : des dessins précis, une musique pour une scène particulière) ? Cette question revêt une grande importance, notamment pour la question du partage des profits provenant de la vente du jeu.

Dans la décision *Seggie* c. *Roofdog Games Inc.*[4], la Cour supérieure indique qu'une personne (non-employée) dont la contribution à un jeu est minime ne peut être considérée comme coauteur **du jeu vidéo** en tant que tel, dans la mesure où :

> cette contribution se limite à quelques images;
> ces images peuvent être distinguées du reste de l'œuvre; et
> il n'y a pas d'intention commune des parties de créer une œuvre en collaboration.

Seggie s'est donc vu refuser la compensation réclamée de 25% des ventes sur le jeu vidéo.

La cour a cependant reconnu que Seggie détenait un droit d'auteur sur les œuvres créées et incorporées au jeu et lui a accordé une compensation de 10,000$. L'octroi de cette compensation nous apparait discutable puisque Seggie avait accepté de travailler *pro bono* pour son ami fondateur.

Cette décision rappelle l'importance de faire signer une cession des droits d'auteur à toute personne qui contribue à la conception, peu importe son niveau de participation.

Renonciation au droit moral

En outre de la cession des droits d'auteur, l'entreprise propriétaire d'un jeu vidéo devrait également s'assurer que tous les auteurs du jeu ont renoncé à leur droit moral pour ne pas limiter l'exploitation commerciale du jeu.

Le droit moral appartient à tout auteur d'une œuvre et lui permet de s'opposer à l'utilisation de son œuvre en lien avec un autre produit, une cause, un service ou une institution, d'une manière préjudiciable à son honneur ou sa réputation.

On peut ici penser à l'utilisation de la musique du jeu vidéo ou d'un personnage pour faire la promotion d'une cause ou d'un produit, ou encore une série télévisée dérivée du jeu dont le scénario pourrait donner ouverture à une atteinte à la réputation de l'auteur.

Pour s'assurer de détenir toute la latitude d'exploitation commerciale du jeu et des produits dérivés, une renonciation aux droits moraux devrait être signée par tout employé et consultant qui participe à la création du jeu vidéo.

Conclusion

Le lancement d'un jeu vidéo nécessite des investissements énormes en ressources, en temps et en créativité. Il est donc important de s'assurer d'être propriétaire de tous les droits pour ensuite cibler les protections de PI pertinentes afin de développer une stratégie de protection efficace.

Le prochain article de la présente série abordera l'importance et l'application de ces droits de PI, soit les marques de commerce, les droits d'auteur et les brevets, au secteur du jeu vidéo.

---

1. « Le secteur canadien du jeu vidéo – 2019 » Association canadienne du logiciel de divertissement, novembre 2019, [En ligne].

Copyright (c) Lavery, de Billy, S.E.N.C.R.L. - L.L.P.

2. CLÉMENT, Éric, « Le talent montréalais en vedette dans un nouveau jeu d'Ubisoft », paru dans La Presse+, édition du 21 octobre 2020.
3. *LDA*, article 13(3).
4. *Seggie* c. *Roofdog Games Inc.*, 2015 QCCS 6462.

Copyright (c) Lavery, de Billy, S.E.N.C.R.L. - L.L.P.