

La télé-réalité : beaucoup de contrefaçons - 1/5

Contrefaçon, mensonge, et détournement de propriété intellectuelle, tel était le comportement de TF1 et Endemol France pour réaliser leur première émission de télé-réalité au printemps 2003, NICE PEOPLE.

Le dossier secret de Nice People de TF1 et Endemol France a comme titre : "European Lovers (Ils ne sont pas sortis de l'auberge) ", ce qui était le nom de code pour l'émission.

Néanmoins, 1 an après l'action intentée contre elles, TF1 et Endemol France (à travers sa filiale So Nice Productions) ont transmis aux juges du Tribunal de Commerce de Paris un document ayant pour titre "L'Auberge espagnole", et les deux sociétés soutiennent que ce document constitue leur preuve de scénario pour l'émission Nice People qui était diffusée sur la première chaîne du 26 avril au 5 juillet 2003.

Mais après une comparaison de ce document "L'Auberge espagnole" à l'émission Nice People on comprend très rapidement qu'il s'agit de deux projets distincts, car ni les candidats retenus pour les deux projets, ni les principes du concept, ou ni les thèmes sont les mêmes. Et pendant cinq ans de procès judiciaire, le dossier "European Lovers (Ils ne sont pas sortis de l'auberge) " n'a été ni produit ou ni mentionné aux juges par les deux sociétés, comme si le document n'existait pas.

Le projet "L'Auberge espagnole" de Endemol France était une tentative de plagiat du film "L'Auberge espagnole"

Endemol France propose à TF1 en janvier 2003 de faire un remake du film "L'Auberge Espagnole" de Cédric Klapisch, sous forme de télé-réalité.

Elle développe un scénario sous le même titre et dépose le 16 janvier 2003, à l'insu de Cédric Klapisch, la marque "L'Auberge espagnole" auprès de l'INPI (Institut National De Propriété Intellectuelle).

Thème du projet : "faire découvrir la France aux jeunes étudiants ressortissants de la Communauté européenne". "12 jeunes européens amoureux de la France. Lequel y restera ? C'est vous qui décidez !" est-il écrit sur la première page du scénario, dont l'auteur est Stéphane Courbit, ancien patron de Endemol France; "Pendant près de trois mois, ces jeunes vont vivre une aventure exceptionnelle au sein de l'Auberge espagnole, où ils seront filmés 24 heures sur 24. Les jeunes européens qui remporteront les challenges pour tester leur connaissance de la France seront récompensés en sortant de l'auberge, et ainsi partir à la rencontre de la France et des Français, à travers des excursions, tour à bicyclette, ..." et comme prix pour le vainqueur à la fin de l'émission : "un séjour en France d'un an tout frais payé."

Un an avant, en 2002, le film "L'Auberge espagnole" de Cédric Klapisch avait pour thème : "Les aventures de Xavier, jeune étudiant français parti effectuer son DEA en Espagne à Barcelone grâce au programme d'échange universitaire européen Erasmus. Il vit pendant un an dans un appartement qu'il partage avec sept autres étudiants européens de nationalités différentes. Ils iront à la découverte de l'Espagne et du peuple espagnol, à travers des excursions, tour à bicyclette, et ainsi ils partagent tous leur amour commun pour l'Espagne."

D'après le scénario "L'Auberge espagnole", **"L'auberge sera un lieu qui restera ouvert. Chaque semaine, les deux candidats dispensés de l'épreuve des nominations auront droit à une excursion de 24 heures à la découverte de la France et des français. Exemples d'excursions: Visite du Mont St Michel, La Cité de Carcassonne, Le Carnaval de Nice, Le Futuroscope de Poitiers, Le téléphérique de l'aiguille du Midi, Les falaises d'Etretat, Les 24h du Mans, Les Châteaux de la Loire, Une partie de pelote basque à Biarritz, Les caves de Reims, Une après midi à Roland Garros, Relais Châteaux à Sarlat en Périgord,**

La télé-réalité : beaucoup de contrefaçons - 2/5

Une Soirée cabaret au Lido, Une balade en bateaux mouches, La finale de la Coupe de France, Cheval en Camargue, Shopping rue du Faubourg Saint Honoré, Descente des gorges de l'Ardèche en Canoe, Les grottes de Lascaux, La feria de Béziers, Le festival de Cannes..."

Des castings sont réalisés en janvier 2003 pendant lesquels Endemol et TF1 retiennent les candidats suivants pour participer à l'émission "L'Auberge espagnole" :

(Source: Dépôt de scénario "L'Auberge espagnole" du 16 janvier 2003. Endemol France)

Luigi, 23 ans, Italien. Sinead, 23 ans, Irlandaise. Bjorn, 22 ans, Norvégien. Nana, 24 ans, Grecque. Gerarhdt, 20 ans, Allemand. Jane, 22 ans, Anglaise. Manuel, 21 ans, Portugais. Yumi, 21 ans, Danoise. Carlos, 22, ans, Espagnole. Elen, 20 ans, Polonaise. Stefan, 23 ans, Suédois, Marushka, 22 ans, Tchèque.

Suite aux menaces de procès judiciaire par l'avocat de Cédric Klapisch, Endemol France et TF1 rennoncent à leur scénario et à la marque "L'Auberge espagnole", et le projet "L'Auberge espagnole" ne serait donc plus réalisable.

Nice people est une contrefacon et un détournement du format "State of The Union"

Ainsi, le 10 et 26 février 2003, la société danoise Bump-productions propose à TF1 son nouveau format sur un projet démission de télé-réalité européenne intitulée "State of the Union", L'Etat de l'Union (Euorpéenne).

Le scénario de ce format est transmis à TF1 à travers un e-mail adressé à Franck Firmin Guion (ffg@tf1. Fr), à l'époque directeur de jeux et divertissement de TF1, et le même e-mail était également transmis le 26 février 2003 à Ara Aprikian (aaprikian@tf1. Fr), ancien chef de télé-réalité de Tf1.

Le fondateur de Bump-productions a travaillé sur ce projet depuis 2001, où il écrit le premier brouillon du synopsis qu'il a ensuite développé en 2002 pour créer la première version plus détaillée qu'il a transmise ensuite en 2003 à des chaînes de télévision à travers l'Europe : Channal4 à Londres, ZDF en Allemagne, ainsi qu'au Danemark, Island, Suède, etc.

TF1 est la seule chaîne qui n'a jamais officiellement fait suite à la proposition de la société Bump-productions, sauf, pour répondre aux relancements téléphoniques du responsable de la société, la secrétaire de Franck Firmin Guion lui adresse un message très bref en anglais : "It's ok, Franck Firmin Guion !", utilisant l'adresse e-mail de son patron ffg@tf1. Fr.

Le scénario de State of the Union met l'accent sur les coutûmes et traditions européennes et propose d'enfermer des candidats européens dans une grande maison ou dans un château dont la pièce principale est décorée avec des couleurs des drapeaux européens.

Thème du projet : "Les mythes entre les Européens influencent-ils la façon dont les Européens se communiquent entre eux et se considèrent les uns les autres ? Les Européens peuvent-ils vivre selon l'idéal d'une Union européenne, passer outre les barrières qui existent entre eux et fonctionner socialement ensemble en tant qu'une seule et même entité ? Les Européens se comprennent-ils vraiment les uns les autres ?"

Parmis les détails du scénario on retrouve des points suivants et des tâches suivantes que devraient réaliser les candidats : "Chaque candidat fait aux autres la cuisine traditionnelle de son pays. Les gens célèbres et connus rendront visite aux candidats dans la maison. Il y aurait des questions de quiz sur chaque pays. Chanson et danse traditionnelle de chaque pays. Enregistrement des vidéos clips lors du premier prime pour présenter chaque candidat européen. Les candidats seront emmenés par les airs à l'endroit où l'émission a lieu. Le nom de code ou la phrase code du présentateur : "Bruxelles appelle..." , et un projet final culturel sera réalisé par les

La télé-réalité : beaucoup de contrefaçons - 3/5

candidats à la fin de l'émission."

European lovers (ils ne sont pas sortis de l'auberge)

TF1 et Endemol déposent en mars 2003 une nouvelle marque, "European Lovers -Ils ne sont pas sortis de l'auberge".

La bible de la nouvelle émission est directement inspirée du format de "State of The Union".

Le 5 mars 2003 Endemol France crée la nouvelle filiale, So Nice Productions, pour produire l'émission en cours.

Le 2 avril 2003 Etienne Mougeotte, ancien vice-président de TF1, déclare à l'occasion d'un colloque sur la télé-réalité à l'université de Paris Dauphine : "Nous allons réunir six garçons et six filles de douzes pays d'Europe pour essayer de reconstituer un microcosme européen. Nous allons regarder comment ces jeunes peuvent vivre entre eux, ce qu'ils ont de commun."

Le 4 avril 2003 Endemol France et TF1 déposent la marque Nice People auprès de l'INPI, à l'insu de la société Technofi, qui est propriétaire de cette marque depuis 1999. Comme pour la marque "L'Auberge espagnole" qu'elles ont réalisée à l'insu de Cédric Klapisch. Il s'agit du dépôt de marque n° 03/3219062.

Des nouveaux castings sont réalisés rapidement en mars et avril 2003, la majorité des candidats européens qui sont retenus pour participer à l'émission vivent déjà en France depuis au minimum 2 ans.

Aucun de ces candidats n'est parmi ceux qui étaient retenus pour le projet d'émission L'Auberge espagnol que Endemol France a proposé à TF1 en janvier 2003, car bien évidemment, les deux projets sont distincts de l'un et l'autre, malgré leur seul point commun sur l'Europe : Karolina, 24 ans, Pologne, vit en France depuis 8 ans. Prosper, 21 ans, France. Elena, 27 ans, Russe, en France depuis 5 ans. Helder, 23 ans, Portugal. Katrin, 21 ans, Allemande. Nalle, 27 ans, Suède, né en France et a grandi à Nice. Eleanor, 22 ans, Angleterre, vit en France depuis 2 ans. Michael, 22 ans Belgique. Raquel, 24 ans, Espagne, 2 ans à Paris. Antti, 27 ans, Finlande. Serena, 29 ans, Italie, vit à Paris depuis 2002. Remondo, 29 ans, Italie, habite à Boulogne Billancourt.

Le 26 avril 2003 TF1 et Endemol France diffusent l'émission "Nice People" (Les gens sympas).

Tous les détails de "state of the union" sont repris dans Nice People

STATE OF THE UNION

Met l'accent sur les différences culturelles entre les Européens, leurs coutumes et traditions, et propose d'enfermer des candidats européens dans une grande maison ou dans un château.

NICE PEOPLE

Extrait du texte de la vidéo promo pour l'émission :

"Ils sont douzes. Ils viennent de quatre coins de l'Europe. Malgré leur différence, ils vont vivre ensemble sous vos yeux 24h sur 24..."

Une villa de 950 m2

STATE OF THE UNION

Les candidats sont emmenés par les airs à l'endroit où l'émission a lieu

La télé-réalité : beaucoup de contrefaçons - 4/5

NICE PEOPLE

Les candidats sont emmenés dans la villa par hélicoptère

STATE OF THE UNION

La pièce principale est décorée avec des couleurs des drapeaux européens.

NICE PEOPLE

Les murs du plateau sont décorés avec des couleurs des drapeaux européens.

STATE OF THE UNION

Les gens célèbres viennent rendre visite aux candidats à la maison ou au château.

NICE PEOPLE

Ophélie Winther est la première célébrité à rendre visite aux participants de Nice People dans la villa à Nice

STATE OF THE UNION

Les mots clés ou le nom de code du présentateur : "BRUXELLES APPELLE !"

Par exemple, Présentateur : "Bruxelles appelle l'Italie !"

NICE PEOPLE

Le nom du présentateur : "MISTER NICE".

Exemple : 13h15 - "Mister Nice annonce par courrier une journée au rythme espagnole"

STATE OF THE UNION

Les participants doivent répondre à des QUIZ pendant toute l'émission, utilisant leurs connaissances de la culture, de l'histoire, des traditions, des coutûmes, de la politique de leurs pays respectifs, etc.

NICE PEOPLE"

NICE QUIZZ". Du lundi au jeudi, les participants auront pendant 4 jours une épreuve collective. Le candidat désigné par la production reçoit un questionnaire sur le thème de son pays. Il pose les questions aux autres qui doivent y répondre ... Et le vendredi, un des participants devra répondre à 6 questions en salle d'interview...

STATE OF THE UNION

un projet final culturel sera réalisé par les candidats à la fin de l'émission.

NICE PEOPLE

Prix du vainqueur à la fin de l'émission : "un projet culturel de vie que pourra réaliser le gagnant du montant de 300.000 euros"

STATE OF THE UNION

Chaque candidat fait aux autres la cuisine traditionnelle de son pays.

Sont également prévus : Chansons traditionnelles de chaque pays, Danses traditionnelles de chaque, œuvre artistique à réaliser par les candidats, etc.

NICE PEOPLE

Arthur à Ophélie Winther : "Quel est le plat que feriez pour représenter la cuisine française ? "

(Une journée espagnole) Les candidats Raquel et Remondo se chargent de préparer un dîner espagnol avec au menu : Gaspacho, tortillas, crème catalane ...

Danses traditionnelles :

Extrait d'interview du candidat Russe, Elena, dans Entrevue : " (Lors des castings)... On m'a demandé de faire une danse typique russe... "

Œuvre artistique : Pour continuer sur le thème espagnol, Mister Nice annonce que les garçons doivent reproduire sur une toile géante le tableau de Picasso "les demoiselles d'Avignon"

EXTRAIT DE LA BIBLE DE L'ÉMISSION :

Une journée à l'Italienne, avec chanson d'amour célèbre en Italie, les pâtes ...

La télé-réalité : beaucoup de contrefaçons - 5/5

Les candidats doivent réaliser une œuvre artistique : Masques comedia del arte...

STATE OF THE UNION

Un chef de cuisine professionnel expérimenté est envoyé dans la maison pour évaluer le plat de chaque participant

NICE PEOPLE

Maïté, chef de cuisine célèbre en France, rend visite aux participants de Nice People dans la villa à Nice.

Lien du site de son restaurant : <http://www.chezmaite.com>

- Le thème de Nice People n'est pas "l'amour des jeunes européens pour la France" comme dans le scénario de L'Auberge espagnole que Endemol France a proposé à TF1, mais "les différences entre les Européens, leurs traditions et leurs coutumes" (thème de State of the Union)
- L'Auberge n'est pas un simple studio aménagé, comme prévu par le scénario de "L'Auberge espagnole", mais une villa de 950 m2 avec piscine à Nice, dans le sud de la France.
- Les candidats sont amenés dans la villa par hélicoptère, tout comme prévoit le scénario de State of the Union, et les murs du plateau sont peints avec les couleurs des drapeaux européens.
- Ophélie Winther est la première star à rendre visite aux candidats dans la villa.
- Le nom de code du présentateur : "Mr Nice", la phrase code ou le mot de code du présentateur dans State of the Union est "Bruxelles appelle... "
- Les candidats doivent faire aux autres le plat traditionnel de leur pays. Ainsi que le soir du lancement de l'émission on entend Arthur (Animateur et ancien président de Endemol France) poser la question à Ophélie Winther "Quel est le plat que vous feriez pour représenter la cuisine française ?"
- Le prix du vainqueur à la fin de l'émission n'est pas "un an de séjour en France tout frais payé" comme prévu dans le projet "L'Auberge espagnole", mais plutôt "un projet culturel de vie que pourrait réaliser le gagnant du montant de 300.000 euros." State of The Union avait prévu qu'un projet final culturel serait réalisé par les candidats à la fin de l'émission.

Violation de droit de la marque "nice people"

La société technofi a engagé un procès contre TF1 et Endemol France pour violation de droit de propriété intellectuelle concernant la marque Nice People.

Ainsi, dans un arrêt du 7 juin 2006, la cour de cassation a interdit à titre provisoire "tout usage" par TF1 de terme Nice People sur le réseau internet. Endemol France et TF1 ont payé des dommages à la société Technofi.