

**COUR D'APPEL DE PARIS – POLE 1- 3EME CHAMBRE – 6 NOVEMBRE 2012, MME Y. ET A. C/  
SOCIETE DOLCE & GABBANA**

**MOTS CLEFS : photographie – plagiat – originalité - publicité- autorisation des ayants-droit – agissements parasitaires**

*L'inspiration d'un artiste pour une œuvre déjà existante et très réputée connaît parfois ses limites. Au-delà d'un certain seuil, il pourra engager sa responsabilité civile pour plagiat ou comportement parasitaire. C'est en l'espèce le cas de la société Dolce & Gabbana qui a exploité la célèbre photographie en noir et blanc représentant Yves Saint Laurent nu sans en demander l'autorisation aux ayants-droit du photographe.*

**FAITS :** Jean-Louis Y. a réalisé en 1971 une célèbre photographie en noir et blanc d'Yves-Saint-Laurent posant nu dans la publicité de sa première eau de toilette. En 2011, la société Dolce & Gabbana a lancé une campagne de publicité représentant une photographie en noir et blanc d'un homme nu ne portant qu'une paire de lunettes. Les ayants-droits de Jean-Louis Y. estiment que les différences constatées entre les deux photographies sont mineures et que l'adaptation dénature l'œuvre originale. Ils assignent alors la société Dolce & Gabbana pour agissements parasitaires et exploitation non-autorisées de la photographie sur le fondement des articles L.122-4, L.335-2, L.335-3 et L.331-1-2 du Code de la propriété intellectuelle et 1382 du Code Civil.

**PROCEDURE :** Le juge des référés du Tribunal de Grande Instance de Paris a, par ordonnance du 16 février 2012, débouté la société Dolce & Gabbana de sa demande de mise hors de cause et a rejeté les demandes des ayants-droit de Jean-Louis Y. La société intimée estime que le trouble manifestement illicite n'est pas démontré, la contrefaçon alléguée n'apparaissant nullement évidente. Ces consorts Y. ont alors interjeté appel.

**PROBLEME DE DROIT :** L'exploitation d'une célèbre photographie reproduite de façon quasi identique dans le cadre d'une campagne publicitaire est-elle constitutive d'agissements parasitaires et nécessite-t-elle l'autorisation des ayants-droit ?

**SOLUTION :** Outre les questions relatives à la procédure de cette affaire, la Cour d'appel de Paris a condamné les sociétés Dolce & Gabbana pour contrefaçon des droits patrimoniaux et moraux de Jean-Louis Y. et pour agissements parasitaires en raison de l'exploitation non autorisée d'une photographie. Elle a alors jugé que l'utilisation d'une photographie dans le cadre d'une campagne publicitaire sans l'autorisation préalable des ayants-droit, titulaires des droits sur ladite photographie, constitue un trouble manifestement illicite à leur égard.

**SOURCES :**

- COSTES (L.), « Exploitation non autorisée de la photographie d'Yves Saint Laurent », RLDI n°88, décembre 2012, pp.28-29.
- Cour d'appel de Paris, pôle 1, chambre 3 ARRET No Répertoire général : 12/05076, 6 novembre 2012 : [www.lamyline.fr](http://www.lamyline.fr)



**NOTE :**

La photographie est une œuvre au sens de l'article L.122-2 2° du Code de la propriété intellectuelle. Afin de bénéficier de la protection, l'auteur devra rapporter la preuve que son œuvre est originale. Généralement la jurisprudence retient plusieurs critères pour caractériser l'originalité d'une photographie tels que les choix de la distance, de l'angle de prise de vue, du cadrage, du décor, de la vitesse d'obturation, du filtre, d'une pellicule spécifique, des accessoires, du modèle et des objectifs de la mise en scène de modèles.

En l'espèce, les ayants-droits de Jean-Louis Y. établissent l'originalité de la photographie, révélatrice de l'empreinte de son auteur par les caractéristiques et les techniques particulières employées par le photographe. Selon eux, la combinaison des éléments citée dans l'arrêt est protégeable au titre du droit d'auteur. Par ailleurs, cette œuvre présente une notoriété incontestable dans la mesure où la photographie représente la première campagne de publicité d'Yves Saint Laurent pour son eau de toilette pour homme.

La cour d'appel de Paris considère que les caractéristiques essentielles de la photographie d'Yves Saint Laurent sont reproduites par la société Dolce & Gabbana dans le cadre de sa campagne publicitaire. En effet, elle dresse les similitudes constatées entre les deux photographies : la nudité du modèle, l'homme jeune et beau vêtu d'une paire de lunettes, la pose du modèle assis, l'éclairage et l'expression du modèle. Les seules distinctions retenues (la couleur et la coupe de cheveux, l'allure athlétique du second modèle et un cadrage un peu plus serré) ne sont pas suffisantes pour donner une impression d'ensemble différente. La seconde photographie constitue donc, selon la cour d'appel, « *une reproduction quasi à l'identique* ».

N'ayant pas de concurrence entre les

deux parties au procès, on peut dès lors évoquer le terme d'agissements parasitaires de la société Dolce & Gabbana. Autrement dit, celle-ci a utilisé à son profit la notoriété de la photographie de Jean-Louis Y sans en demander l'autorisation à ses ayants-droit et en y apportant que de légères modifications. En effet, ces agissements parasitaires ont permis à la société intimée de réaliser des économies sur son budget création en reprenant la publicité initiale du parfum et en la détournant en une publicité pour des lunettes. Cette pratique n'est pas conforme aux articles L.121-1 et L.122-4 du Code de la propriété intellectuelle portant sur le droit moral de l'auteur qui dispose que « *l'auteur, jouit au respect de son nom, de sa qualité et de son œuvre* ».

Ainsi, l'inspiration connaît ses limites, il faut donc l'utiliser avec précaution pour ne pas tomber dans le plagiat ou dans le comportement parasitaire. La cour d'appel précise qu'il ne s'agit pas « *d'un hommage en forme de pastiche alors que cette exception suppose un caractère humoristique que n'a absolument pas la campagne publicitaire en question qui était à seule fin commerciale* ». Elle écarte ainsi l'argument éventuel d'une caricature, laquelle aurait alors été autorisée.

Il en résulte qu'en agissant ainsi et sans avoir obtenu l'autorisation préalable des titulaires des droits sur la photographie, la société Dolce & Gabbana a causé un trouble manifestement illicite aux consorts Y. La décision peut paraître excessive pour certains qui considèrent cette image comme un hommage, un clin d'œil. Cette photographie étant tellement connue qu'il est difficile d'évoquer un plagiat.

Marine Gombart

Master 2 Droit des médias et des télécommunications  
AIX-MARSEILLE UNIVERSITE, LID2MS-IREDIC 2013



**ARRET :**

Extrait, CA Paris, 6 novembre 2012  
n°12/05076, Mme Y. et a. c/ Sté Dolce & Gabbana.

[...]Considérant que les consorts Y... établissent que leur auteur a réalisé en 1971 la photographie d'Yves Saint Laurent présentant les caractéristiques suivantes : un modèle nu, un homme jeune vêtu seulement d'une paire de lunettes, la pose du modèle assis, visage droit face au photographe et le corps légèrement de côté qui s'appuie sur son bras droit [...], le bras gauche posé sur les jambes et le genou droit relevé pour masquer l'entre-jambes ; l'éclairage sur fond uni blanc [...], le reste du décor plongé dans l'ombre [...], l'expression du modèle fixant l'objectif, le visage impassible ; Considérant que la combinaison ces éléments crée une composition originale révélatrice de l'empreinte de son auteur, M. Jean-Louis Y., et donc protégeable au titre du droit d'auteur [...]

Considérant que les caractéristiques essentielles de la photographie de M. Y... sont ainsi reproduites par la photographie utilisée par la société DOLCE & GABBANA dans le cadre de sa campagne publicitaire ;

Considérant que les différences entre les deux photos liées à la couleur et à la coupe de cheveux ainsi qu'à l'allure athlétique du second modèle et au cadrage un peu plus serré ne suffisent pas pour donner une impression d'ensemble différente ; que la seconde photographie fait immédiatement penser à la première sans qu'elle puisse apparaître comme se bornant à s'en être inspirée ; qu'elle ne constitue pas une simple réminiscence mais bien une reproduction quasi à l'identique ;

Considérant qu'il ne peut, par ailleurs, en aucun cas, être considéré qu'il s'agissait d'un hommage en forme de pastiche alors que cette exception suppose un caractère humoristique que n'a absolument pas la

campagne publicitaire en question qui était à seule fin commerciale ;

Considérant qu'en agissant ainsi sans avoir obtenu l'autorisation préalable des ayants-droit de M. Y..., titulaires des droits sur la photographie de Yves Saint Laurent, pour la diffusion de cette photographie dans le cadre de la campagne publicitaire, les intimées leur ont causé un trouble manifestement illicite ; laquelle ils détiennent des droits sur le fondement de l'article L.122-4 du code de la propriété intellectuelle et des agissements parasites de leurs adversaires se fondant sur l'article 1382 du code civil [...]

Considérant que le parasitisme ne nécessite pas que les parties soient en situation de concurrence ; qu'il suffit de caractériser que le parasite ait profité gratuitement et sans risque du fruit des efforts et des investissements de toute nature d'autrui ;

Considérant que les sociétés intimées se sont placées dans le sillage de la photographie de M. Y... qui bénéficiait d'une grande notoriété pour leur propre campagne de publicité et faire parler de celle-ci grâce au rapprochement qui pourrait être fait justement avec ladite photographie de M. Y... ; que les appelants le démontrent en versant aux débats divers articles parus dans la presse ou sur le net évoquant cette proximité des photos ;

Considérant que cette utilisation parasite a permis aux sociétés DOLCE & GABBANA de réaliser une campagne publicitaire à moindre frais en limitant donc le budget de création ;

PAR CES MOTIFS [...]

Statuant à nouveau :

Dit que l'exploitation non autorisée de la photographie de la campagne publicitaire DOLCE & GABBANA constitue un trouble manifestement illicite à l'égard des consorts Y. [...]

