

**CA Paris, P. 5, 2ème Ch., 12 mai 2023, RG n° 21/16270**

**MOTS CLEFS : contrefaçon - concurrence déloyale et parasitaire - selfie - droit d'auteur-originalité -**

*La Cour d'appel de Paris a rejeté les revendications de l'influenceuse, qui invoquait la contrefaçon, la concurrence déloyale et le parasitisme, malgré les similitudes entre le selfie publié par la demanderesse et la photographie publicitaire critiquée diffusée ultérieurement par la société défenderesse*

**FAITS :** En l'espèce, une influenceuse qui avait pour habitude de publier sur son blog des selfies réalisés dans un ascenseur à la société de prêt-à-porter Maje, à laquelle l'influenceuse reprochait d'avoir diffusé dans le cadre d'une campagne publicitaire des photographies fortement similaires aux siennes et ce, sans son autorisation.

**PROCÉDURE :** L'influenceuse a assigné la société de prêt à porter en contrefaçon de droit d'auteur ainsi qu'en concurrence déloyale et parasitaire. En première instance, le tribunal a rejeté les demandes sur le droit d'auteur mais avait retenu le parasitisme. Déboutée ses demandes en premières instance, l'influenceuse fait alors appel devant la Cour d'appel de Paris afin d'obtenir des réparations sur le fondement de la contrefaçon de droit d'auteur et de la concurrence déloyale et parasitaire.

**PROBLÈME DE DROIT :** La Cour d'appel répond dans cet arrêt à la question suivante: la réutilisation des visuels d'une influenceuse par une entreprise de prêt-à-porter à des fins publicitaires enfreint-elle les droits d'auteur de l'influenceuse et constitue-t-elle un acte de concurrence déloyale ?

**SOLUTION :** La Cour conclut que la société Maje n'a pas commis d'acte de contrefaçon, car le selfie pris par l'influenceuse ne présente aucune forme d'originalité et, par conséquent, ne bénéficie d'aucune protection au titre du droit d'auteur. En ce qui concerne la concurrence déloyale et parasitaire, ces arguments ne peuvent être retenus, car il n'y a aucune possibilité de confusion dans l'esprit du consommateur, notamment en raison de la qualité de micro-influenceur de l'intéressée.

**SOURCES :**

Code de la propriété intellectuelle 2022, Annoté et commenté  
Campagne publicitaire « Maje My dog and I »



**NOTE :*****L'action de contrefaçon de droit d'auteur impossible en raison du manque d'originalité du selfie de l'influenceuse***

L'auteur d'une oeuvre de l'esprit, jouit sur celles-ci du seul fait de sa création, d'un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous. Toutefois, pour être protégeable par le droit d'auteur, l'oeuvre se doit d'être original.

L'influenceuse allègue que la société Maje a reproduit une photographie étroitement semblable à l'une de ses propres images dans le cadre d'une campagne publicitaire, visant à promouvoir leur nouvelle collection. Elle soutient que cette photographie reprenait les éléments clés de ses clichés, notamment le décor dans un ascenseur, le mannequin, sa pose, la présence d'un chien, ainsi que le format vertical de l'image.

Afin d'établir l'originalité de sa photographie, l'influenceuse a décrit l'image sans fournir d'explications détaillées sur les motivations sous-jacentes à ses choix créatifs. La Cour d'appel a néanmoins conclu qu'aucune originalité ne transparaissait dans la photographie en question.

La Cour retient effectivement que les choix affirmés par l'influenceuse comme étant de sa propre initiative sont des choix déjà adoptés par d'autres influenceurs avant elle. Ces choix, par ailleurs, sont influencés par la technique du "selfie" ou par la mise en valeur de la tenue portée. Le simple fait que l'influenceuse ait fréquemment recours à cette combinaison de paramètres ne permet pas de caractériser l'originalité de la photographie en question.

Ainsi, l'oeuvre, se conformant aux choix fréquemment adoptés par les influenceurs en matière de selfie, ne porte pas l'empreinte distinctive de la personnalité de son auteur. Dépourvue d'originalité, elle ne peut prétendre à une protection au titre du droit d'auteur.

***II- Une risque de confusion inexistant pour le consommateur concernant les services proposés par l'influenceuse et ceux de Maje***

Le principe fondamental de la liberté du commerce prévoit que tout produit dépourvu de droits privatifs peut être reproduit et commercialisé librement, à moins que cette reproduction ou imitation ne génère un risque de confusion entre les produits dans l'esprit du public.

L'influenceuse allègue l'existence d'une conduite déloyale de la part de la société Maje envers elle, créant ainsi un risque de confusion entre ses selfies et les photographies utilisées dans la campagne publicitaire. Cependant, la Cour d'appel soutient que Maje n'a commis aucune faute et n'avait aucune intention de susciter le risque de confusion allégué. La Cour souligne, d'une part, que les éléments repris tels que le décor de la cage d'ascenseur, la présence du chien, et d'autres considérés comme caractéristiques par l'influenceuse, sont couramment utilisés par de nombreux autres influenceurs. Ces éléments sont également dictés par la technique du "selfie" visant simplement à mettre en valeur la tenue portée.

La Cour précise que la reproduction de ces éléments par Maje ne constitue pas une faute et traduit simplement la volonté de la société de suivre une tendance. Par ailleurs, l'influenceuse cherche à démontrer une concurrence déloyale en arguant que certains de ses abonnés pensaient l'avoir reconnue dans cette publicité. Cependant, le risque de confusion évoqué concerne la personne de l'influenceuse plutôt que les services qu'elle propose. Il convient d'ajouter que cette similitude ne révèle pas une intention de Maje de créer un risque de confusion, étant donné que la société a toujours utilisé des mannequins d'origines diverses, y compris métisses, pour ses campagnes publicitaires.



Enfin, Maje démontre que cette influenceuse devrait être considérée comme une micro-influenceuse en raison de son taux d'engagement. Ainsi, la notoriété de cette influenceuse sur Instagram est relative.

### ***III- Une notoriété relative qui exclut les accusations de parasitisme de Maje envers l'influenceuse***

Le parasitisme, concept consistant à bénéficier sans contrepartie des efforts, du savoir-faire, de la notoriété, ou des investissements d'un autre opérateur économique en se positionnant dans son sillage, est rejeté par les juges, à l'instar des fondements précédemment évoqués.

Les juges motivent ce rejet en soulignant que la notoriété de l'influenceuse est relative, se basant sur les éléments fournis par celle-ci. En effet, seule une fraction restreinte de ses abonnés l'identifie comme l'initiatrice d'un rituel consistant à se photographier quotidiennement avec son chien dans son ascenseur pour partager ses tenues vestimentaires.

D'autre part, l'influenceuse ne démontre en aucun cas avoir effectué des investissements spécifiques liés à cette image, conférant à celle-ci une valeur économique individualisée dont la société Maje aurait pu tirer profit.

Cette affaire met en lumière la difficulté à établir l'originalité des photographies d'influence publiées sur internet, notamment les « selfies », surtout lorsque ces mises en scène sont récurrentes sur les plateformes de réseaux sociaux.

Gandrey Luna

Master 2 Droit des médias électroniques AIX-  
MARSEILLE UNIVERSITE, LID2MS-IREDIC 2023



**ARRÊT :**

CA Paris, P. 5, 2<sup>ème</sup> Ch., 12 mai 2023,  
RG n° 21/16270

Mme [N]-[L] se présente comme directrice stratégie au sein d'une agence de communication et influenceuse, activité qu'elle exerce parallèlement dans le cadre d'une entreprise individuelle. Elle édite et exploite un blog à l'adresse [01], sur lequel elle diffuse notamment des selfies réalisés dans un ascenseur lui permettant de montrer ses tenues qui sont « taguées » à destination des internautes pour leur permettre d'identifier et d'acquérir les vêtements qu'elle porte.

La société Maje a pour activité la commercialisation, l'importation et l'exportation d'articles de prêt-à-porter et d'accessoires de mode en France et à l'étranger. Elle exploite des boutiques et corners à l'enseigne éponyme ainsi qu'un site de vente en ligne accessible à l'adresse .

Reprochant à la société Maje d'avoir lancé une campagne publicitaire relative à sa collection automne-hiver 2019 intitulée « Maje, my dog and I » qu'elle estimait constituée d'une reprise des visuels publiés sur son blog, Mme [N]-[L] lui a adressé le 16 septembre 2019 une lettre lui demandant de cesser ces agissements et de lui présenter une offre indemnitaire, lequel a été suivi de plusieurs échanges entre les parties ne permettant pas de mettre un terme amiable au litige les opposant.

Par acte délivré le 31 janvier 2020, Mme [N]-[L] a fait assigner la société Maje devant le tribunal judiciaire de Paris sur le fondement de la contrefaçon de droits d'auteur et de la concurrence déloyale et parasitaire.

Sur les moyens:

Mme [N]-[L] se borne à décrire la photographie sans expliciter les raisons ayant motivé les choix qu'elle dit avoir fait, celle-ci se contentant d'affirmer, sans le démontrer, que l'ensemble des réglages de la luminosité et des contrastes ainsi

que des retouches couleur, tout comme le cadrage, sont des paramètres techniques qui lui sont propres alors que le «'selfie'»

Ces clichés montrent que les choix revendiqués par Mme [N]-[L] même pris en combinaison (décor de cage d'ascenseur métallisé, technique du selfie dans le miroir de l'ascenseur, présence d'un chien, posture avec le téléphone d'une main, la laisse du chien dans l'autre, et le regard baissé vers le téléphone, format vertical pour une photographie en pied) sont des choix déjà retenus par des influenceurs avant elle, qui sont par ailleurs dictés par la technique du «'selfie'» ou la mise en valeur de la tenue qu'ils portent.

La demande en concurrence déloyale et parasitaire présente un fondement délictuel et il incombe en conséquence à Mme [N]-[L] de rapporter la preuve d'un agissement fautif de la société Maje commis à son préjudice par la création d'un risque de confusion et / ou la captation des investissements consentis pour développer un produit phare

Ainsi qu'il a été précédemment relevé, le décor de cage d'ascenseur métallisé, la technique du selfie dans le miroir de l'ascenseur, la présence d'un chien, la posture avec le téléphone d'une main, la laisse du chien dans l'autre et le regard baissé vers le téléphone, le format vertical pour une photographie en pied, sont des éléments déjà retenus par des influenceurs avant Mme [N]-[L], qui sont par ailleurs dictés par la technique du «'selfie'» ou la mise en valeur de la tenue qu'ils portent. La reprise de ces éléments dans le cliché critiqué de la publicité «'My dog and I'» ne caractérise pas un comportement déloyal de la part de la société Maje qui ne fait que s'inscrire dans la tendance du moment.

En outre, la circonstance que des abonnés du compte Instagram de Mme [N]-[L] ont cru la reconnaître sur la photographie critiquée de la société Maje, le mannequin apparaissant sur ce cliché qui lui ressemblerait, ne constitue pas un acte de concurrence déloyale, le risque de



confusion invoqué portant alors sur la personne de Mme [N]-[L] et non sur les services qu'elle offre dans le cadre de son activité d'influenceuse.

Enfin, la notoriété dont fait état Mme [N]-[L] en tant qu'influenceuse sur Instagram apparaît relative ainsi que le démontre la société Maje (pièce 9-5 PV de constat du 8 avril 2022), celle-ci ne justifiant un taux d'engagement qu'à hauteur de 1,02 % (pièce 97 [N]-[L]) ce qui représente une audience de 300 personnes par publication. Il en résulte que Mme [N]-[L] doit être considérée comme une «micro-influenceuse» bénéficiant d'une audience limitée dont elle perçoit d'ailleurs peu de revenus. En outre, les deux articles de presse qu'elle fournit au débat (pièces 112 et 113), s'ils citent Mme [N]-[L], pour le premier, parmi d'autres influenceurs, et, pour le second, à titre principal car consacré à son blog, aucun de ces articles ne fait référence au rituel du selfie dans un ascenseur que dit avoir institué Mme [N]-[L] comme signe de reconnaissance.

PAR CES MOTIFS : REJETTE LE POURVOI, Déboute Mme [S] [N]-[L] de l'ensemble de ses demandes.

