

Cour d'appel de Paris 22 novembre 2023 RG n°21/15679

MOTS CLEFS : droit d'auteur - contrefaçon - droits de propriété intellectuelle - originalité - droit de représentation - atteinte - droit au respect de l'oeuvre - savoir-faire - choix libres et créatifs.

Plusieurs décisions judiciaires récentes ont restreints la potentialité de certaines photographies d'obtenir la protection du droit d'auteur en raison d'un manque d'originalité. Cette question a suscité un nouvel éclairage suite à l'arrêt de la Cour d'appel de Paris du 22 novembre 2023.

FAITS : En l'espèce, une célèbre société de cosmétiques conclut plusieurs contrats de commande avec une photographe professionnelle afin que celle-ci réalise des photographies de plusieurs produits de sa marque. Pour chaque photographie, une autorisation d'une durée de douze à dix-huit mois est octroyée au profit de l'ensemble des filiales et pour tout support. Par la suite, la photographe constate que les photographies dont elle est auteur sont utilisées et modifiées sans son autorisation. Elle exige une régularisation des paiements pour ces utilisations.

PROCÉDURE : Face au refus, la photographe assigne l'entreprise en contrefaçon de droits d'auteur devant le tribunal judiciaire de Paris. Par un jugement du 6 juillet 2021, celui-ci refuse d'engager la responsabilité contractuelle de l'entreprise. De plus, le tribunal rejette l'action en contrefaçon par reproduction s'agissant de certaines photographies au motif que l'action est prescrite. S'agissant des autres photographies, l'originalité n'est pas établie selon les juges. N'ayant pas obtenu satisfaction, la requérante décide d'interjeter appel de la décision le 17 août 2021.

PROBLÈME DE DROIT : La question posée à la Cour d'appel était celle de savoir si l'originalité des photographies publicitaires peut être reconnue et ainsi permettre une éventuelle action en contrefaçon des droits d'auteur ?

SOLUTION : Dans une décision rendue le 22 novembre 2023, la Cour d'appel de Paris a refusé, à défaut d'originalité, la protection par le droit d'auteur aux photographies car les choix réalisés ne sont pas de nature à révéler une démarche personnelle et créatrice qui porterait l'empreinte de la personnalité de la photographe.

SOURCES :

Article L111-1 - Code de la propriété intellectuelle - Légifrance (legifrance.gouv.fr)

Article L112-1 - Code de la propriété intellectuelle - Légifrance (legifrance.gouv.fr)

Article L122-1 - Code de la propriété intellectuelle - Légifrance (legifrance.gouv.fr)





NOTE :***Les critères d'appréciation du caractère original des photographies par les juges***

En l'espèce, une entreprise a fait appel à une photographe afin qu'elle réalise des photographies de ses produits pour en faire la publicité. Par la suite, celle-ci revendique la protection au titre du droit d'auteur sur ces photographies. Elle doit alors démontrer leur caractère original.

Conformément à l'article L.111-1 du Code de propriété intellectuelle « L'auteur d'une oeuvre de l'esprit jouit sur cette oeuvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous. » Encore faut-il identifier l'oeuvre de l'esprit.

En droit français, la protection des photographies par le droit d'auteur relève du droit commun et les photographies, même publicitaires, ont vocation à être protégées par le droit d'auteur si elles sont originales. En effet, l'article L112-1 du Code de la propriété intellectuelle accorde la protection au titre de droit d'auteur aux oeuvres « quels qu'en soient le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination, pourvu qu'elles soient des créations originales ».

Pour que le caractère original des photographies puisse être reconnu, une appréciation au cas par cas doit être faite et les clichés doivent refléter l'empreinte de la personnalité de l'auteur. Le critère d'empreinte de la personnalité de l'auteur est toutefois difficile à cerner dans la mesure où il laisse aux juridictions du fond une totale liberté d'appréciation teintée parfois d'arbitraire.

Mais, influencés par le droit européen, les juges adoptent une vision plus moderne où le processus créatif prend une place importante. Dans l'arrêt *Painer* la Cour de justice de l'Union européenne a considéré qu'une photographie sera originale si elle constitue une création intellectuelle propre à son auteur.

En effet, selon la Cour de justice de l'union européen une photographie est

susceptible d'être protégée par le droit d'auteur dès lors qu'elle constitue « une création intellectuelle de l'auteur reflétant la personnalité de ce dernier et se manifestant par les choix libres et créatifs de celui-ci lors de la réalisation de cette photographie » (CJUE, 1er déc. 2011, aff. C-145/10).

Les juges s'attachent de manière constante à analyser les choix créatifs du photographe à tous les stades du processus de création c'est-à-dire durant la phase préparatoire, la prise de vue et le tirage du cliché. La preuve de « ces trois temps de l'originalité » (C. Caron, Droit d'auteur de l'Union européenne : des photographies et des exceptions, CCE 2012. Comm. 26) pèse sur celui qui revendique la protection au titre du droit d'auteur.

Le critère des choix libres et créatifs de l'auteur paraît être établi en l'absence de d'impératif technique.

L'absence de choix libres et créatifs faisant échec à la protection par le droit d'auteur

En l'espèce, la photographe a exposé les choix qu'elle a effectués durant la phase préparatoire, la prise de vue, les opérations post-production et la phase préparatoire (couleurs utilisées, lumière, mise en scène, etc) dans le but de faire valoir le caractère original de ces photographies. Cependant, « ces choix et cette démarche, s'agissant de « packshots », ne sont pas de nature à révéler une démarche personnelle et créatrice qui porterait l'empreinte de la personnalité de la photographe. »

Les choix dont elle fait état sont des choix techniques, qui traduisent un savoir-faire et une maîtrise de photographe professionnel mise en oeuvre afin de valoriser les produits de l'entreprise. Ainsi, si les clichés se limitent à une reproduction fidèle de l'objet et « obéissent à des impératifs techniques justifiés par la nécessaire mise en valeur des produits aux fins de vente et de restitution d'une image fidèle », ils ne



sont pas originaux (*TGI Paris, 3e ch., 29 janv. 2016 : RLDI févr. 2016, n° 391*).

En l'espèce, la mission du photographe était contrainte, s'agissant de packshots: "sa mission étant de photographier des produits particuliers définis par la société L'OREAL afin de les présenter sous un jour susceptible de séduire le consommateur tout en veillant à rester fidèle à l'image et à l'univers de la marque ».

Donc, ces éléments ne sont pas suffisants pour reconnaître le caractère original des photographies litigieuses résultant plus d'un savoir-faire technique plus que d'un processus créatif.

Finalement, on voit que l'appréciation de l'originalité en matière de photographie peut être à la fois complexe et subjective. Mais, avec cette décision la Cour opère une objectivisation de la notion d'originalité. On est passé de la notion d'empreinte de la personnalité de l'auteur, notion très subjective à une notion très objective qui est celle de « choix libres et créatifs ».



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

ARRÊT :
Cour d'appel de Paris - du 22 novembre
2023 / n°21/15679

[...]

Sur l'originalité des photographies

Mme [Y] fait valoir qu'elle a procédé, dans sa pièce 57, à une démonstration exhaustive de l'originalité de chacune de ses œuvres photographiques revendiquées. Elle soutient que leur originalité résulte d'une multitude de choix techniques différents et spécifiques pour chaque produit, librement et arbitrairement réalisés par elle-même, sans aucune instruction de L'OREAL qui lui a laissé toute latitude pour diriger l'ensemble du processus artistique à sa convenance, et que ces choix libres et personnels marquent l'empreinte de sa personnalité ; qu'elle a effectué des choix arbitraires et originaux tant techniques (objectif, pellicule, ouverture et vitesse d'obturation) que relatifs à l'angle des prises de vue, à l'éclairage qui fait ressortir les moindres détails, aux contrastes, aux couleurs, au relief, au fond et à la mise en valeur de l'objet photographié par le papier sélectionné ; que plusieurs clichés sont mis en scène, avec des fonds « matières » (billes, mousse, crème), que l'image est composée, que les produits sont en situation, immergés dans la matière et que les fonds sont dynamiques ; que la visée publicitaire n'est pas en soi exclusive du droit d'auteur, l'attractivité des clichés étant précisément l'objectif recherché.

Ceci étant exposé, conformément à l'article L.111-1 du code de la propriété intellectuelle, l'auteur d'une œuvre de l'esprit jouit sur cette œuvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous comportant des attributs d'ordre intellectuel et moral ainsi que des attributs d'ordre patrimonial. En application de l'article L.112-1 du même code, ce droit appartient à l'auteur de toute œuvre de l'esprit, quels qu'en soient le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination. Selon l'article L. 112-2, 9° du même code, sont considérées comme œuvres de l'esprit les œuvres photographiques et celles réalisées à



l'aide de techniques analogues à la photographie.

Il se déduit de ces dispositions le principe de la protection d'une oeuvre sans formalité et du seul fait de la création d'une forme originale en ce sens qu'elle porte l'empreinte de la personnalité de son auteur et n'est pas la banale reprise d'un fonds commun non appropriable.

Néanmoins, lorsque l'originalité d'une oeuvre de l'esprit est contestée, il appartient à celui qui revendique la protection au titre du droit d'auteur de caractériser l'originalité de l'oeuvre revendiquée, c'est à dire de justifier de ce que cette oeuvre présente une physionomie propre traduisant un parti pris esthétique et reflétant l'empreinte de la personnalité de son auteur.

[...]

Ces choix et cette démarche, s'agissant de « packshots », ne sont pas de nature à révéler une démarche personnelle et créatrice qui porterait l'empreinte de la personnalité de la photographe.

