COUR D'APPEL DE PARIS, PÔLE 5, CHAMBRE 1, 28 JANVIER 2026, N° 24/06647, M. [C], DIT « ZEUS » C/ SOCIÉTÉ [H]

MOTS-CLÉS : droit d'auteur – street art – œuvre originale – idée de libre parcours – contrefaçon – droit moral – société de gestion collective – ADAGP – recevabilité – parasitisme – concurrence deployable – mode

Entre inspiration et appropriation, la frontière est fine lorsque la mode s'empare du street art. Par un arrêt du 28 janvier 2026, la cour d'appel de Paris rappelle que le droit d'auteur protège la forme originale d'une œuvre et non les idées, qui demeurent de libre parcours. Elle écarte ainsi la contrefaçon, le parasitisme et la concurrence déloyale invoqués par un artiste à l'encontre d'une maison de couture. La solution invite à s'interroger sur l'effectivité de la protection des artistes urbains face à la reprise de leur efforts par l'industrie de la mode.

FAITS: En juillet 2020, un artiste plasticien appartenant au mouvement street art constate qu'une maison de couture propose à la vente, sur son site internet, un tee-shirt représentant sa spécificité, dont les lettres qui se prolongent par des coulures brodées. Il estime que ce visuel reprend les caractéristiques originales de son œuvre « Liquidated Google Black », commencée en 2009 et finalisée en 2010, dans laquelle les lettres du logo Google semblent fondre et dégouliner. Mise en demeure le 27 août 2020 de retirer le produit, la société refuse le 18 septembre 2020, au motif que l'artiste revendiquerait un monopole sur une idée non protégeable.

PROCÉDURE : Par acte du 11 mars 2021, l'artiste assigne la société devant le tribunal judiciaire de Paris en contrefaçon de droits d'auteur à titre principal, et en concurrence déloyale et parasitaire à titre subsidiaire. Le juge de la mise en état renvoie au tribunal, par mesure d'administration judiciaire du 3 juin 2022, l'examen des fins de non-recevoir soulevées par la société, tirées du défaut de démonstration de la qualité d'auteur et de l'apport des droits patrimoniaux à l'ADAGP. Par jugement du 27 mars 2024 (*TJ Paris, 3e ch., 3e sect., n° 21/04132),* le tribunal déclare l'artiste irrecevable à agir en contrefaçon de ses droits patrimoniaux, le déboute de ses demandes complémentaires, mais condamne la société à lui verser 30 000 euros pour parasitisme et concurrence déloyale et lui interdit, sous astreinte, de vendre les produits litigieux. La société interjette appel le 3 avril 2024 ; l'artiste forme un appel incident.

PROBLÈME DE DROIT : La reprise, sur un vêtement, de l'effet de coulure appliqué aux lettres du nom d'une marque porte-t-elle atteinte aux droits d'auteur sur une œuvre de street art et, à défaut, constitue-t-elle un acte de parasitisme ou de concurrence déloyale ?

SOLUTION : La cour d'appel de Paris infirme partiellement le jugement. Elle confirme la qualité d'auteur de l'artiste sur le fondement de l'article L. 113-1 du code de la propriété intellectuelle (CPI) et l'irrecevabilité de son action en contrefaçon de ses droits patrimoniaux, faute de démonstration de la carence de la société de gestion collective, tout en lui reconnaissant l'exercice de son droit moral inaliénable. Au fond, elle reconnaît l'originalité de l'œuvre mais énonce qu'« *il est acquis que la contrefaçon de droits d'auteur est constituée par la reprise des caractéristiques qui fondent l'originalité de l'œuvre revendiquée et s'apprécie selon les ressemblances et non d'après les différences »*. Elle juge que la seule ressemblance, le prolongement vertical des lettres, relève d'une idée non protégeable, et rejette l'atteinte au droit moral. Elle écarte ensuite le parasitisme, puisque *« les idées étant de libre*

parcours, le seul fait de reprendre, en le déclinant, un concept mis en œuvre par un concurrent ne constitue pas, en soi, un acte de parasitisme », ainsi que la concurrence déloyale, faute de risque de confusion démontré. L'artiste est débouté de l'ensemble de ses demandes et condamné à payer 15 000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile.

SOURCES :

Textes : CPI, art. L. 113-1, L. 122-4, L. 332-1 et L. 335-3 ; C. civ., art. 1240 ; CPC, art. 31 et 202.
Jurisprudence citée dans l'arrêt : Cass. civ. 1re, 24 février 1998, n° 95-22.282 (invoquée par l'artiste) ; Cass. com., 27 avril 2011, n° 10-15.648 ; Cass. com., 29 janvier 2013, n° 11-27.351.
Doctrine :

- LUCAS (A.) et SIRINELLI (P.), « L'originalité en droit d'auteur », *JCP G* 1993, I, 3681.
- VIVANT (M.) et BRUGUIÈRE (J.-M.), *Droit d'auteur et droits voisins*, Dalloz.

Commentaires de l'affaire :

- DDG, « Street art, “free art” et haute couture : un procédé esthétique peut-il devenir exclusif ? », ddg.fr.
- WAN Avocats, « La protection “indirecte” des biens intellectuels par les actions en concurrence déloyale et en parasitisme ».

NOTE :

Le street art, longtemps cantonné à l'espace public et à l'illégalité, est devenu une source d'inspiration assumée pour l'industrie de la mode, qui multiplie les collaborations avec des artistes urbains. Cette proximité soulève une difficulté classique du droit d'auteur : *comment protéger une œuvre sans conférer à son auteur un monopole sur un procédé ou une technique, qui relèvent des idées de libre parcours ?* La difficulté est accrue lorsque l'œuvre détourne elle-même le signe distinctif d'un tiers.

Dans l'affaire commentée, l'artiste « ZEUS » reprochait à une maison de couture d'avoir commercialisé un tee-shirt, puis un sweat-shirt, sur lesquels sa dénomination apparaît avec des lettres prolongées de coulures brodées, ce qui reprenait selon lui son œuvre « Liquidated Google Black ». Déclaré irrecevable à agir en contrefaçon de ses droits patrimoniaux en première instance, mais indemnisé sur le terrain du parasitisme et de la concurrence déloyale, il voit la cour d'appel de Paris, le 28 janvier 2026, infirmer cette condamnation et rejeter l'ensemble de ses prétentions. La cour fractionne d'abord la recevabilité de l'action selon la nature des droits invoqués, avant de rejeter l'ensemble des demandes au fond en s'appuyant sur la distinction entre l'idée et l'expression.

Une recevabilité de l’action fractionnée selon la nature des droits invoqués

La société contestait la recevabilité de l'action à double titre. À titre principal, elle niait la qualité d'auteur de l'artiste, l'œuvre n'étant pas signée. La cour, adoptant les motifs du tribunal, retient sur le fondement de l'article L. 113-1 du CPI, selon lequel la qualité d'auteur appartient, sauf preuve contraire, à celui sous le nom de qui l'œuvre est divulguée, un faisceau d'éléments concordants : l'attestation du galeriste ayant exposé l'œuvre à Miami en décembre 2010, un article de presse illustré d'une photographie de l'œuvre et un courriel de la galerie sollicitant une facture après la vente. Elle précise que l'attestation demeure probante bien qu'elle ne remplisse pas toutes les conditions de l'article 202 du code de procédure civile, lesquelles ne sont pas

prescrites à peine de nullité. La solution est classique : elle montre que la présomption de l'article L. 113-1 repose sur un faisceau d'indices, dont l'appréciation relève des juges du fond. La jurisprudence rattache toutefois en principe la qualité d'auteur et l'originalité au bien-fondé de l'action plutôt qu'à sa recevabilité (en ce sens, Cass. com., 29 janvier 2013, n° 11-27.351) : en traitant la qualité d'auteur au titre de la recevabilité, la cour retient une présentation différente, sans incidence sur le résultat.

À titre subsidiaire, la société opposait l'apport par l'artiste de ses droits patrimoniaux à l'ADAGP. L'artiste invoquait l'article 31 du code de procédure civile, soutenant que l'adhésion à une société de gestion collective n'emporte pas renonciation à l'exercice de ses droits (Cass. civ. 1re, 24 février 1998), qu'il n'avait apporté qu'un droit de gestion et que, en tout état de cause, l'ADAGP était défaillante. La cour confirme l'irrecevabilité de l'action en contrefaçon des droits patrimoniaux, faute pour l'artiste de démontrer la carence de la société de gestion. Elle ajoute que cette carence ne saurait se déduire de l'inaction de l'ADAGP, dès lors que l'artiste ne justifie d'aucune démarche pour l'informer de ses difficultés ou de son intention d'agir. En revanche, elle reconnaît qu'il conserve l'exercice de son droit moral inaliénable, ce que prévoient d'ailleurs les statuts de l'ADAGP.

Cette solution appelle deux observations. D'une part, elle subordonne l'action de l'auteur à la démonstration de la carence de la société de gestion, et lui impose une démarche préalable auprès d'elle : l'exigence préserve le rôle de la société dans la défense des droits qui lui ont été apportés, mais peut paraître exigeante pour des artistes qui ignorent parfois l'étendue de cet apport. D'autre part, la cour ne discute pas expressément la distinction avancée entre apport d'un droit de gestion et mandat exclusif, ni la décision de 1998 ; la solution semble ainsi dépendre de l'étendue des droits effectivement apportés, que l'arrêt ne détaille pas. Son intérêt pratique demeure en outre limité en l'espèce, puisque l'artiste conserve son droit moral et que la cour examine néanmoins le fond de la contrefaçon sous cet angle.

Un rejet des pretentions au fond fondé sur la distinction entre l'idée non protégeable et l'expression originale

La cour identifie l'œuvre revendiquée, « Liquidated Google Black », et, adoptant les motifs du tribunal, reconnaît son originalité au regard de choix esthétiques libres et arbitraires traduisant l'empreinte de la personnalité de l'auteur, critère classique de l'originalité. La protection n'est toutefois acquise que pour les caractéristiques originales, et non pour les idées, qui demeurent de libre parcours. Reprenant la description qu'en donne l'artiste lui-même, la cour retient comme « caractéristique essentielle » la présence du logo Google, avec ses couleurs, dont les lettres sont liquéfiées pour dénoncer « la tyrannie publicitaire et la surconsommation ». Les vêtements litigieux portent en revanche la dénomination de la société, dans des couleurs choisies arbitrairement, avec des coulures brodées qui ne partent pas toutes du haut des lettres. Seul le prolongement vertical des lettres est commun, et il relève selon la cour d'une idée inspirée du graffiti et du street art, déjà utilisée par de nombreuses marques. La contrefaçon, et avec elle l'atteinte au droit moral, est donc écartée. Des commentateurs y voient l'illustration du principe selon lequel le droit d'auteur protège une expression originale, et non un effet visuel générique.

Ce raisonnement, conforme à l'exclusion des idées du champ du droit d'auteur, appelle toutefois deux remarques. D'abord, il présente une certaine tension interne : l'originalité est reconnue à l'œuvre, mais la caractéristique jugée essentielle, le logo et ses couleurs, n'est pas de l'artiste, qui les a repris tels quels, alors que ce qui lui appartient, la manière de faire couler chaque lettre (longueur, épaisseur, point de départ des coulures), est rattaché à

l'idée. On peut se demander ce qui, dans une œuvre fondée sur une technique, relève de l'expression protégée. Ensuite, en relevant qu'aucun élément ne permet de penser que la société entendait dénoncer la publicité ou la surconsommation, la cour prend en compte la démarche et le message de l'artiste, alors que la contrefaçon s'apprécie en principe d'après les ressemblances formelles.

Sur les demandes subsidiaires, la cour rappelle que le principe est la liberté du commerce et de la concurrence. Elle reconnaît d'abord que l'œuvre constitue une valeur économique individualisée, au regard de la notoriété de l'artiste et de son projet « Liquidated Logos » et de la vente de l'œuvre pour 7 000 dollars. Elle écarte pourtant le parasitisme, qui suppose la volonté de se placer dans le sillage d'autrui. En l'espèce, la société n'a repris que l'idée, non appropriable, de faire couler les lettres d'une marque, idée antérieure à l'artiste et employée par de nombreuses marques, et elle justifie d'une démarche créative propre, dans le prolongement de sa collection de haute couture printemps-été 2019. Elle écarte de même la concurrence déloyale, qui suppose un risque de confusion. Celui-ci n'est pas démontré : une situation de concurrence directe n'est certes pas exigée (Cass. com., 27 avril 2011), mais la fréquence des partenariats entre le luxe et les artistes ne suffit pas, les consommateurs n'étant pas amenés à croire que la maison entendait dénoncer les marques ou la surconsommation.

Si la cour examine ainsi chacune de ces actions selon ses conditions propres (valeur économique, intention, risque de confusion), son raisonnement repose néanmoins sur la même idée que pour la contrefaçon : la société n'a repris qu'une idée, qui est de libre parcours. La liberté des idées limite ainsi également la responsabilité civile, ce qui évite qu'un artiste débouté sur le terrain du droit d'auteur obtienne par ce biais une protection plus large. Le tribunal avait pourtant jugé l'inverse sur les mêmes faits (TJ Paris, 27 mars 2024, n° 21/04132), ce que des commentateurs avaient présenté comme une protection « indirecte ». Cette divergence montre que l'appréciation de la faute dépend largement des circonstances. L'arrêt paraît ainsi relever d'une appréciation des faits de l'espèce, notamment au regard des antériorités produites et de l'attestation relative à la création du visuel de la société, plutôt que d'une remise en cause des principes.

Il laisse en revanche ouverte la question de la protection des artistes urbains face aux reprises par la mode, dont l'issue dépendra des juges du fond dans chaque affaire.

Sarah Abbaci
Master 2 Droit des communications électroniques
AIX-MARSEILLE UNIVERSITE, LID2MS-IREDIC 2011

ARRÊT :

CA Paris, pôle 5, ch. 1, 28 janvier 2026, n° 24/06647

« [...] témoignage probant bien que ne répondant pas à l'intégralité des conditions de l'article 202 du code de procédure civile, lesquelles ne sont pas prescrites à peine de nullité [...], l'ensemble de ces éléments concordants établissant que le tableau a fait l'objet d'une divulgation sous le nom de [G] [C], conformément à l'article L. 113-1 du code de la propriété intellectuelle. »

« [...] le tribunal a jugé que [G] [C] était irrecevable à agir en contrefaçon de ses droits patrimoniaux d'auteur qu'il a apportés à l'ADAGP [...], retenant notamment que [G] [C] ne démontrait pas la carence de la société de gestion collective dans la défense de ses droits patrimoniaux. »

« Il est ajouté que cette carence ne saurait résulter du fait que l'ADAGP n'aurait pris aucune initiative pour assurer la défense des droits patrimoniaux d'auteur de [G] [C], ce dernier ne justifiant d'aucune démarche entreprise auprès de cette instance pour l'informer de ses difficultés rencontrées avec la société [H] ou de son intention d'agir en justice à l'encontre de celle-ci. »

« C'est à juste raison que [G] [C] soutient qu'il conserve l'exercice de son droit moral inaliénable, ce qui est au demeurant précisé à l'article 5 des statuts de l'ADAGP. »

« [...] le tribunal a jugé que [G] [C] démontrait l'existence de choix esthétiques libres et arbitraires et de ses efforts créatifs, traduisant l'empreinte de sa personnalité, de sorte qu'il peut revendiquer l'originalité de son œuvre « Liquidated Google black » de 2009 et sa protection par le droit d'auteur. »

« Il est acquis que la contrefaçon de droits d'auteur est constituée par la reprise des caractéristiques qui fondent l'originalité de l'œuvre revendiquée et s'apprécie selon les ressemblances et non d'après les différences. »

« Il ressort de cette description que la caractéristique essentielle de l'œuvre est la présence du logo de la société GOOGLE [...] dont l'artiste entend faire couler, fondre, dégouliner, saigner les lettres, afin de révéler ou dénoncer « la tyrannie publicitaire et la surconsommation ». »

« La caractéristique essentielle de l'œuvre n'est donc pas reproduite, aucun élément ne permettant par ailleurs de considérer que le dessein de la société [H] était de dénoncer la publicité ou la surconsommation. »

« [...] la seule ressemblance entre l'œuvre et les vêtements litigieux réside dans le fait que les lettres des mots GOOGLE et [H] se prolongent verticalement, dans un effet de coulure, ce qui relève en soi d'une idée non protégeable par le droit d'auteur, manifestement inspirée par l'univers du graffiti ou du street art [...]. »

« En l'absence de reproduction des caractéristiques originales de l'œuvre invoquée, la contrefaçon n'est pas établie. Aucune atteinte au droit moral de [G] [C] au respect de son œuvre n'est, de ce fait, démontrée. »

« Le parasitisme économique est une forme de déloyauté, constitutive d'une faute au sens de l'article 1240 du code civil, qui consiste, pour une personne physique ou morale, à titre lucratif et de façon injustifiée, à copier une valeur économique d'autrui, individualisée et procurant un avantage concurrentiel, fruit d'un savoir-faire, d'un travail intellectuel et d'investissements, et ainsi à se placer dans son sillage pour profiter de ses efforts ou de sa notoriété. La faute de concurrence parasitaire, qui requiert de caractériser la volonté de s'inscrire dans le sillage d'autrui, est intentionnelle. »

« Les idées étant de libre parcours, le seul fait de reprendre, en le déclinant, un concept mis en œuvre par un concurrent ne constitue pas, en soi, un acte de parasitisme »

« [...] la valeur économique individualisée de l'œuvre « Liquidated Google Black » de 2009, comme résultant d'un savoir-faire, d'un talent et d'investissements humains et financiers, est suffisamment démontrée par sa vente au prix de 7 000 dollars [...]. »

« [...] le tee-shirt et le sweat-shirt litigieux de la société [H] ne reprennent pas les caractéristiques originales de cette œuvre, mais seulement l'idée, sur laquelle elle repose, de faire couler ou dégouliner les lettres d'une marque, idée non appropriable [...]. »

« Il suit de là que ne se trouve pas démontrée la volonté de la société [H] de s'approprier indûment la valeur individualisée que représente l'œuvre « Liquidated Google Black » de [G] [C] en se mettant dans le sillage de ce dernier. »

« L'existence d'une situation de concurrence directe et effective entre les sociétés considérées n'est pas une condition de l'action en concurrence déloyale ou parasitaire qui exige seulement l'existence de faits fautifs générateurs d'un préjudice (Com. 27 avril 2011 n°10-15648). »

« [...] le risque de confusion n'est pas ici démontré, dès lors que le traitement du nom [H] ne reprend pas les caractéristiques de l'œuvre invoquée [...]. »

« Statuant à nouveau, déboute [G] [C] de ses demandes au titre de la concurrence déloyale et du parasitisme ; Confirme le jugement pour le surplus [...]. Condamne [G] [C] à payer à la société [H] la somme de 15 000 € en application de l'article 700 du code de procédure civile. »