



Doit-on octroyer un droit d'auteur à un selfie ?

Fiche pratique publié le 22/11/2023, vu 411 fois, Auteur : [Murielle Cahen](#)

En général, les selfies sont considérés comme des œuvres créées par la personne qui les prend. En tant que créateur, vous détenez les droits d'auteur sur vos selfies.

Cela signifie que vous avez le droit de contrôler comment ils sont utilisés et distribués.

Cependant, il est important de noter que si vous prenez un selfie dans un lieu privé ou avec des personnes identifiables, il peut y avoir des restrictions supplémentaires en matière de droit à l'image. Il est toujours conseillé de respecter les droits d'autrui et de demander la permission avant de partager des selfies impliquant d'autres personnes.

Aujourd'hui, c'est toute une économie qui se développe autour du seul » selfie « . Beaucoup de » start-up » californiennes en font l'élément central de leur succès. On connaît l'exemple de l'application » Instagram « , réseau social promouvant le » selfie « , qui a été acheté au prix d'un milliard de dollars par le site Facebook

La notion d'originalité dans le contexte des selfies peut varier en fonction de différents critères et perspectives. Sur le plan technique, un selfie peut être considéré comme original s'il est pris d'une manière unique ou créative, en utilisant des angles, des filtres ou des poses originales. Cependant, d'un point de vue plus artistique ou créatif, l'originalité d'un selfie peut être évaluée en fonction de la façon dont il exprime la personnalité, les émotions ou les expériences uniques de la personne qui le prend. Cela peut inclure des éléments tels que le contexte, le message transmis ou l'histoire racontée à travers l'image. En fin de compte, l'originalité d'un selfie est subjective et peut être appréciée différemment par chaque spectateur.

Le litige oppose une influenceuse qui publie régulièrement articles et photos sur un blog et la société de prêt-à-porter Maje. L'influenceuse reproche à la société d'avoir, dans le cadre d'une campagne publicitaire, diffusé sans son accord des photographies similaires à l'une de celles qui était diffusée sur son propre blog. Elle l'assigne devant le Tribunal judiciaire de Paris en estimant avoir été victime d'actes de contrefaçon de droit d'auteur ainsi que sur le fondement du parasitisme économique.

Les juges la déboutent de ses demandes fondées sur l'atteinte au droit d'auteur. Elle obtient cependant réparation du fait du préjudice subi au titre de la concurrence déloyale parasitaire. La société Maje interjette appel afin d'obtenir la confirmation du jugement relatif au droit d'auteur, et son infirmation sur les points relatifs à la concurrence déloyale. Quant à la partie adverse, elle demande que soit infirmé le jugement qui déclare irrecevable sa demande d'action fondée sur la contrefaçon de droit d'auteur à titre principal, et que soit retenue l'action en concurrence déloyale à titre subsidiaire. La photographie litigieuse consistait en un selfie de l'influenceuse réalisé par le biais du miroir qui était placé dans un ascenseur.

Il convient de porter l'attention, d'une part, sur l'action en contrefaçon de droit d'auteur, et d'autre part, sur l'action en concurrence déloyale fondée sur des agissements parasitaires ou susceptibles de causer un risque de confusion dans l'esprit du public

I. Sur la contrefaçon de droit d'auteur

Il résulte des dispositions des articles L. 111-1, L.112-1 et L. 112-2 9° du code de la propriété intellectuelle que 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, que ce droit est conféré à l'auteur de toute œuvre de l'esprit, quels qu'en soient le genre, la forme d'expression, le mérite ou la destination et que sont considérées comme des œuvres de l'esprit, les œuvres photographiques et celles réalisées à l'aide de techniques analogues à la photographie.

A. Sur l'identification de l'œuvre

Mme [N]-[L] reproche à la société Maje d'avoir à l'occasion d'une campagne publicitaire «'My dog and I'» pour la collection automne/hiver 2019, diffusé sans son autorisation et en l'absence de toute rémunération, une photographie reproduisant selon elle les caractéristiques essentielles de ses clichés et plus particulièrement d'une photographie postée en «'story'» le 27 juillet 2018.

Elle relève que la photographie qu'elle critique est le visuel principal de la campagne Maje, a été le premier à être communiqué au public et utilisé tout au long de la campagne publicitaire en France comme à l'international, dans la presse, par voie d'affichage et sur [les réseaux sociaux](#). Elle fait valoir que le mannequin choisi pour ce cliché lui ressemble, certains de ses abonnés ayant cru que c'était elle, et que les choix de mise en scène, de cadrage, de posture et de décor sont proches de celui qu'elle a elle-même réalisé et posté sur Instagram.

La société Maje soutient que Mme [N]-[L] échoue à identifier et dater la photographie sur laquelle elle revendique les droits et ne démontre pas [l'originalité](#) de celle-ci, ni la contrefaçon alléguée. Elle sollicite en conséquence la confirmation du jugement entrepris qui a débouté Mme [N] [L] de ses demandes au titre de la contrefaçon du droit d'auteur.

Mme [N]-[L] précise désormais se fonder sur une unique photographie ci-dessus représentée à droite du visuel estampillé «'Maje'». Il apparaît en outre du procès-verbal de constat dressé par huissier de justice le 12 janvier 2021 sur le compte Instagram à la demande de Mme [N]-[L] que la photographie en cause a été publiée le 27 juillet 2018, étant relevé que l'huissier instrumentaire constate que cette photographie est présente dans la mémoire du compte WhatsApp et du compte Instagram de Mme [N]-[L] mais n'établit pas que ce cliché a fait l'objet d'une diffusion.

La cour relève néanmoins que le procès-verbal de constat dressé par huissier de justice le 17 septembre 2020 à la demande de la société Maje montre que cette photographie invoquée par Mme [N]-[L] au titre de la contrefaçon de droit d'auteur n'est pas présente sur son profil public. Ce cliché faisant partie d'une «'story'» ainsi que le reconnaît l'intimée n'était donc accessible que temporairement (24 heures), aucun élément ne venant établir combien de personnes a eu accès à cette «'story'» et particulièrement à ce cliché contrairement aux affirmations de l'intimée selon lesquelles cette photographie aurait été largement diffusée et accessible, les attestations de certains de ses abonnés (pièces 80 et 90 [N]-[L]) confirmant que ce cliché publié sur sa «'story'» Instagram n'était visible que 24 heures.

B. Sur l'originalité

Il revient à celui qui se prévaut d'un droit d'auteur dont l'existence est contestée de définir et d'explicitier les contours de l'originalité qu'il allègue. Seul l'auteur est en mesure d'identifier les éléments traduisant sa personnalité et qui justifient son monopole, et le défendeur doit pouvoir, en application du principe de la contradiction, connaître précisément les caractéristiques qui fondent l'atteinte qui lui est imputée et apporter la preuve qui lui incombe de l'absence d'originalité.

L'originalité d'une œuvre doit s'apprécier de manière globale de sorte que la combinaison des éléments qui la caractérise du fait de leur agencement particulier lui confère une physionomie propre qui démontre l'effort créatif et le parti pris esthétique portant l'empreinte de la personnalité de l'auteur. Il appartient donc à Mme [N]-[L] qui revendique une protection au titre du droit d'auteur sur la photographie dont l'originalité est contestée de préciser en quoi l'œuvre revendiquée porte l'empreinte de la personnalité de son auteur.

A cet égard, elle soutient qu'elle a été à l'initiative des choix artistiques suivants :

- le choix du décor, une cage d'ascenseur au revêtement argent éclairée par une lumière artificielle et non un lieu à l'extérieur avec une lumière naturelle ;
- le choix du sujet c'est-à-dire de se photographier elle-même avec un téléphone au lieu de faire appel à un photographe professionnel ;
- le choix d'une posture particulière, la laisse de son chien dans une main, son téléphone portable dans l'autre main et le regard vers le bas ;
- le choix de mettre en scène son chien ;
- le choix du cadrage c'est-à-dire en optant pour un format vertical, permettant une photographie en pied et la mise en valeur de sa tenue.

Elle ajoute que la combinaison de l'ensemble de ces éléments est le fondement de l'originalité de la photographie qu'elle a réalisée.

Elle fait également valoir que' :

- lors de la phase préparatoire, elle a choisi d'utiliser son téléphone pour prendre la photographie, de réaliser la photographie dans sa cage d'ascenseur, avec son chien tenu en laisse et qu'elle a également choisi ses vêtements (robe rose cache-c'ur serrée à la taille avec une jupe plissée) et sa coiffure' ;
- lors de la prise de vue, l'utilisation particulière de son téléphone donne pour résultat un cadrage singulier, mettant en avant sa posture (jambes, hanches, le regard dirigé vers le bas en direction du téléphone, la façon de tenir la laisse), ainsi que le décor et la lumière de la photographie dans le miroir afin de mettre autant en valeur sa personne que le décor singulier,

- le choix de publier cette photographie en «'story'» sur Instagram et sans retouche tirage. 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'» qu'elle oppose apparaît se borner à reproduire l'éclairage artificiel de l'ascenseur dans lequel il est réalisé sans autre intervention.

Ainsi que l'établit le procès-verbal de constat précité du 17 septembre 2020, était déjà connu sur [les réseaux sociaux](#) antérieurement au mois de juillet 2018, notamment chez les influenceurs, tel qu'il résulte des comptes Instagram de [E], [B] ou [Z] qui bénéficient d'une audience beaucoup plus étendue que celle du compte de Mme [N]-[L], le fait de se mettre en scène et de se photographier dans une cage d'ascenseur selon la technique dite du «'selfie'» accompagné d'un chien.

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.

Or, Mme [N] [L] ne peut être suivie lorsqu'elle soutient qu'elle avait mis en place un rituel quotidien sur sa «'story'» Instagram à destination de ses abonnés pour présenter les tenues qu'elle avait choisies de porter. En effet, cette habitude ne caractérise pas l'originalité de la photographie opposée en l'espèce, Mme [N] [L] ne pouvant s'approprier ce «'style'» qu'elle explicite comme une «'démarche [qui] s'inscrit dans une volonté de partager un style de vie moderne et par là également féministe, montrant une jeune femme active et dynamique, se prenant en selfie en se rendant au travail avec son chien'».

Elle ne peut pas plus fonder l'originalité du cliché en cause par le fait que certains de ses abonnés ont cru la reconnaître dans la publicité Maje. Mme [N]-[L] échoue donc à établir les choix arbitraires qu'elle a fait quant à la mise en scène, les jeux de contraste, les effets de lumière, le positionnement des éléments ou le travail de postproduction/retouche et partant l'originalité du cliché qu'elle invoque au titre du droit d'auteur.

Par conséquent, ses demandes fondées sur la contrefaçon du droit d'auteur ne peuvent aboutir.

II. Sur la concurrence déloyale et le parasitisme

A. Sur la concurrence déloyale

Le principe de la liberté du commerce implique qu'un produit qui n'est pas l'objet de droits privatifs peut être librement reproduit et commercialisé à moins que la reproduction ou l'imitation du produit ait pour objet ou pour effet de créer un risque de confusion entre les produits dans l'esprit du public, comportement déloyal constitutif d'une faute au sens de l'article 1240 du code civil.

Le parasitisme consiste, pour un opérateur économique, à se placer dans le sillage d'un autre afin de tirer profit, sans rien dépenser, de ses efforts et de son savoir-faire, de la notoriété acquise ou des investissements consentis.

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.

Une situation de concurrence directe ou effective entre l'activité d'influenceuse dans le domaine de la mode exercée par Mme [N]-[L] à titre individuel et celle de vente et de création d'articles de prêt-à-porter exercée par la société Maje n'est pas une condition de l'action en concurrence déloyale qui exige seulement l'existence de faits fautifs générateurs d'un préjudice. De même, Mme [N]-[L] peut intenter une action en concurrence déloyale même en l'absence de droit privatif à condition qu'il y ait une faute, étant toutefois rappelé qu'au regard du principe de liberté du commerce et de l'industrie, qui prévaut en l'absence de droit privatif, le seul fait pour la société Maje d'utiliser une photographie qui présenterait des ressemblances avec le cliché posté antérieurement sur Instagram par Mme [N]-[L] n'est pas fautif. 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. Contrairement à ce que soutient l'intimée, le recours de la société Maje à des mannequins issus d'origines diverses et notamment métisses pour ses campagnes publicitaires n'est pas nouveau et existait antérieurement à la campagne critiquée «'Maje my dog and I'» pour sa collection automne/hiver 2019, campagne à l'occasion de laquelle apparaissent non seulement le mannequin métisse coiffé «'à l'affro'» mais également divers mannequins de style et d'apparence différents. De même, les quelques attestations d'abonnées au compte Instagram de Mme [N]-[L] qui témoignent avoir cru à un partenariat entre cette dernière et la société Maje sont pour la plupart établies en réaction à la publication par Mme [N]-[L] sur Instagram d'une story partageant le cliché de la société Maje et ne sont donc pas à même d'établir un risque de confusion. Enfin, la notoriété dont fait état Mme [N]-[L] en tant qu'influenceuse sur Instagram apparaît relative ainsi que le démontre la société Maje, celle-ci ne justifiant un taux d'engagement qu'à hauteur de 1,02 % ce qui représente une audience de 300 personnes par publication. Il en résulte que Mme [N]-[L] doit être considérée comme une «'microinfluenceuse'» 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, 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. Aucune volonté de créer une confusion dans l'esprit du consommateur de la part de la société Maje n'est ainsi établie. Mme [N]-[L] doit donc être également déboutée de ses demandes au titre de la concurrence déloyale.

B. Sur les agissements parasitaires.

Elle fait valoir à ce titre sa notoriété, le rituel qu'elle a mis en place sur sa «'story'» Instagram pour partager chaque jour ses tenues vestimentaires avec ses abonnés, et les grandes ressemblances que présente [la photographie](#) en cause utilisée par la société Maje dans sa campagne publicitaire et celle qu'elle a posté sur son compte Instagram. Néanmoins, ainsi qu'il a été précédemment relevé, la notoriété invoquée par Mme [N]-[L] ne peut se déduire de sa qualité de micro-influenceuse.

En outre, les pièces qu'elle fournit aux débats n'établissent pas qu'elle est reconnue autrement que par quelques-unes de ses abonnées comme étant à l'origine d'un rituel consistant à se prendre quotidiennement en selfie avec son chien dans son ascenseur pour partager ses tenues vestimentaires, les pièces fournies au débat ne montrant une telle pratique qu'au cours de l'été 2018.

Il sera à cet égard à nouveau constaté que la pratique du selfie pris dans un ascenseur en compagnie d'un chien était déjà connue parmi d'autres influenceurs depuis 2016. En outre, aucune notoriété de Mme [N]-[L] liée à la photographie dont elle reproche à la société Maje de s'être inspirée n'est caractérisée.

De même, Mme [N]-[L] n'établit pas avoir effectué des investissements liés à ce visuel qui ferait que celui-ci présente une valeur économique individualisée dont la société Maje aurait voulu tirer indûment profit. Mme [N]-[L] échoue à démontrer une notoriété ou une valeur économique individualisée dans le sillage de laquelle la société Maje se serait placée afin d'en tirer profit, les actes de parasitismes ne pouvant résulter des seules ressemblances existant entre les photographies en cause. Les agissements parasitaires de la société Maje ne sont en conséquence pas établis par Mme [N]-[L].

Sources :

1. https://www.dalloz.fr/documentation/Document?id=CA_PARIS_2023-05-12_2116270#texte-integral
2. [Tribunal de grande instance de Paris, 13 août 2021, 20/01357 - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)
3. <https://www.dalloz-actualite.fr/flash/pas-de-droit-d-auteur-pour-selfies>
4. [Cour de cassation, civile, Chambre civile 1, 8 février 2023, 21-24.980, Inédit - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)
5. [Cour de Cassation, Chambre civile 1, du 18 octobre 1977, 76-11.535, Publié au bulletin - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)
6. [Cour de cassation, civile, Chambre civile 1, 6 avril 2022, 20-19.034, Inédit - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)
7. [Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 7 décembre 2022, 21-19.860, Publié au bulletin - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)

8. [Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 12 janvier 2022, 20-11.139, Publié au bulletin - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)
9. [Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 4 mars 2020, 18-15.651, Publié au bulletin - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)
10. [Cour de Cassation, Chambre commerciale, du 11 mars 2003, 00-22.722, Publié au bulletin - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)
11. [Cour de Cassation, Chambre commerciale, du 30 janvier 2001, 99-10.654, Publié au bulletin - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)