

## DECISIONS AYANT RECONNU L'ORIGINALITE DE PHOTOGRAPHIES

### Photographies publicitaires

<b>ORIGINALITE D'UNE PHOTOGRAPHIE PUBLICITAIRE</b>	
<p>Toutes ces photographies, dont la société intimée conteste l'originalité, sont des photographies de commande destinées à la promotion des produits de consommation courante commercialisés par la société L'OREAL, à savoir des tubes, des pots ou des flacons de soins capillaires. Il s'agit en outre de « packshots », c'est-à-dire de visuels représentant des produits seuls ou groupés, sur fond uni, sans mise en scène particulière, destinés à présenter les produits sur catalogue ou sur un site internet. Il s'en déduit que les choix de Mme [Y] dans la réalisation de ses clichés étaient nécessairement contraints, quand bien même, en qualité de photographe professionnelle, elle a bénéficié d'une réelle latitude, 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.</p> <p>Par ailleurs, les choix dont elle fait état, concernant tant la phase préparatoire, que les prises de vues ou les opérations de post-production, sont des choix techniques (sélection des outils photographiques utilisés, des angles de prises de vue, des éclairages, des contrastes, recherche de la mise en valeur des produits photographiés'), intrinsèquement attachés à la technique photographique, qui traduisent un savoir-faire et une maîtrise de photographe professionnel mis en œuvre, en l'occurrence, afin de valoriser les produits Kerastase de la société L'OREAL et d'en accroître l'attractivité commerciale, alors que les intentions décrites par la photographe montrent son souci de mettre les emballages en valeur, de veiller à l'homogénéité visuelle de la gamme et d'assurer la parfaite lisibilité des mentions apposées sur les packagings, ce qui relève du travail normalement attendu d'un photographe professionnel pour ce type de prestations (« parti pris de lumières symétriques ajusté sur tous les packs sur fond blanc de la gamme pour créer une unité de lecture avec les autres produits de la gamme, une facilité d'identification du produit et rester raccord avec ce qu'évoque le nom de la gamme : architecte, symétrie », « Renforcement des contrastes pour modeler le pack, accentuation de la matière du pack pour rendu granulé satin », « rendre le produit attractif et de valoriser les matériaux choisis pour le pack », « une source de face pour que les « facing » soient lisibles », « le rendre photogénique », « volonté de voir le dessus pour identifier et valoriser sa forme bombée », « mettre en valeur le produit et rester fidèle à ses caractéristiques », « focaliser la lumière sur la 2ème moitié basse du pack là où se situent les écritures », « faire ressortir le nom du produit », « rester dans les qualités décrites sur le pack : la douceur, le soin, lissage », etc.).</p> <p>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.</p>	CA Paris, 22.11.2023 21/15679
<p>Le traitement photographique de produits de maquillage n'exclut pas non plus en soi l'originalité. Aucune loi du genre n'impose un traitement photographique donné de telle sorte que le traitement particulier que lui donne l'auteur peut parfaitement être empreint de sa personnalité. L'impression visuelle procurée par chacune des photographies permet de porter le focus sur un point particulier du visage, yeux, lèvres ou ongles suivant l'angle de prise de vue choisi et le choix de l'éclairage. Pour le visuel n°1, le focus est porté à la fois sur les yeux clos, la bouche légèrement entrouverte grâce à un cadrage très serré du visage qui ne laisse qu'entrevoir la chevelure dans la nuque du mannequin et le</p>	CA Versailles-16.03.2018- RG 15/06029

<p>positionnement oblique du visage et les ongles, quatre doigts posés sur le maxillaire. Cette position des doigts, telle une caresse, permet à la fois de mettre en valeur les ongles et les lèvres ainsi que leur maquillage. Pour le visuel n°2, le focus sur les yeux, les lèvres et les ongles est au contraire obtenu par un cadrage plus large sur la chevelure qui constitue ainsi un écrin pour tout le visage. Pour le visuel n°3 le cadrage plus large et horizontal sur la chevelure donne une impression de cascade qui répond à la diagonale du visage et permet ainsi de concentrer l'attention sur les lèvres du mannequin. L'attention est également secondairement portée sur les yeux clos enrichis d'un jeu de lumière qui donne à la paupière un aspect brillant. Pour les trois visuels revendiqués, l'éclairage porté sur le visage, très pâle, permet à celui-ci de constituer la toile de fond qui met en valeur le maquillage des yeux, des lèvres et des ongles. Le focus sur les points particuliers du visage est également renforcé par la saturation des couleurs. Un effet d'émergence des points particuliers du visage ressort de chacun des trois clichés.</p>	
<p>Outre la mise en scène qui relève manifestement de choix purement arbitraires et singuliers s'agissant de présenter une crème de beauté uniquement au travers d'une petite partie de son pot avec un effet de gros plan, le packaging étant à peine apparent et la marque absente, le cadrage serré opéré, l'angle de vue et l'éclairage très spécifiques choisis permettent de caractériser un effort créatif avec la volonté marquée de l'auteur de présenter le produit comme un 'bijou précieux entrevu dans son écrin sombre', en invitant à une lecture dynamique de la photographie le long d'un axe oblique pour attirer l'œil d'abord vers le produit, dont il a fait l'élément central de la composition, en accentuant les reflets dorés l'entourant grâce au travail précis réalisé sur la lumière, avant de l'amener sur la petite partie visible du couvercle, sur laquelle on devine seulement son nom. L'univers et l'atmosphère ainsi créés résultent de choix délibérés et libres du photographe, la seule finalité publicitaire d'une photographie ne permettant pas d'écarter, a priori, le travail de création et l'originalité de l'œuvre.</p>	<p>CA Paris-23.11.2021-RG 19/21998</p>
<p>Le photographe justifie avoir procédé à des choix libres et créatifs relatifs notamment à l'angle de prise de vue en plongée oblique, au cadrage très serré, à l'éclairage latéral très rasant et à la mise en scène composée d'une accumulation serrée des différents bâtons de rouges à lèvres de nuances rouge, rose et pourpre, arbitrairement agencés, suivant des lignes obliques occupant tout le cadre de la photographie, n'offrant à la vue essentiellement que la partie plane et effilée de leur tête, dont les côtés biseautés sont cependant orientés dans des sens différents, créant ainsi un jeu d'ombre, de lumière et de reflets marqués, l'ensemble contribuant à créer un effet de profusion et de désordre, à l'image du détail d'un tableau pointilliste.</p>	<p>CA Paris-23.11.2021-RG 19/21998</p>
<p>S'agissant d'œuvres de commande destinées à la publicité de produits de consommation courante, les choix revendiqués par le photographe quant à la mise en scène des produits, aux sujets photographiés même (les 'model makings' fournis par FERRERO comportant une barre intacte et une barre entamée), à la profondeur de champ, au cadrage ou à l'angle de prise de vue, ont été dictés par la société FERRERO et/ou son agence de publicité, dans le but de valoriser le produit et d'en accroître l'attractivité commerciale. L'originalité alléguée n'est donc pas caractérisée sur tous ces plans. Cependant, les choix effectués par le photographe quant à la lumière lui sont personnels. Sur ce plan, le photographe n'a reçu que des consignes limitées (seulement, pour le Kinder Bueno White, d'opter pour une 'lumière dure, pour faire ressortir la matière') et il a mis le produit en valeur grâce à un éclairage et une lumière spécifiques, selon des choix techniques mais aussi artistiques traduisant un parti pris esthétique et reflétant l'empreinte de sa personnalité.</p>	<p>CA Paris-15.05.2018-RG 16/22483</p>

<p>Parmi les concepts visuels proposés par l'agence, l'annonceur a choisi celui d'un visage de femme aux yeux et à la peau claire, de trois quart face, cadre serré et coupé au niveau du front et du menton, dont seul l'œil gauche est visible, et traversé par un rayon lumineux en forme triangulaire, venant, de droite à gauche, balayer le regard, la pommette et la joue. Pour réaliser ce cliché, l'agence a fait appel à un photographe. La mannequin a été choisi par le photographe. Le représentant de l'agence n'ayant pas assisté au shooting, son rôle de direction a été limité. Il résulte de la comparaison entre la maquette de l'agence et la photographie finale, que si cette dernière exprime fidèlement le concept défini par le client, tel que grossièrement représenté sur son visuel - soit la représentation d'un visage de femme aux yeux et à la peau claire, de trois quart face, cadre serré et coupé au niveau du front et du menton, dont seul l'œil gauche est visible, et traversé par un rayon lumineux en forme triangulaire, venant, de droite à gauche, balayer le regard, la pommette et la joue -, elle se distingue nettement de ce dernier sous plusieurs aspects tenant à l'inclinaison gracieuse du visage, la profondeur de l'expression et l'intensité du regard, la position de l'iris - déplacé de la gauche à la droite de l'œil donnant l'impression de fixer celui qui regarde la photographie, au lieu de regarder au loin vers la gauche -, au cadrage davantage centré sur l'œil du mannequin, où la bouche plus colorée, souriante et sensuelle a toute sa place, la lumière venant de la tempe et non de l'oreille, créant avec les zones d'ombre une impression plus douce. Le photographe a travaillé avec la lumière et le contraste et a dirigé le mannequin afin d'obtenir une orientation, une profondeur et une densité du regard bien spécifique'. Les retouches effectuées sur instructions précises de l'agence relèvent du 'nettoyage' et ont pour seul effet d'éclaircir les couleurs générales, de jouer sur les contrastes de lumière, d'affiner le grain de peau du mannequin et d'en gommer les irrégularités, d'ajouter du maquillage, ce qui n'affecte pas le travail effectué par le photographe. Le cliché réalisé par le photographe est donc original.</p>	<p>CA Paris-07.04.2015-RG13 /21690</p>
<p>Les clichés, destinés à illustrer des documents publicitaires, ayant pour thème un pot de confiture, une bassine à confiture en cuivre et une bouteille d'huile se caractérisent par une recherche certaine dans la composition, notamment dans le jeu de la lumière et des volumes : la bouteille d'huile d'olive a été placée parmi des branches d'olivier, devant une poterie ornée d'un bas-relief ayant pour motif des grappes d'olives et le pot de confiture et la bassine à confiture, ont été mis en scène parmi des éléments végétaux (fruits et branchages ou feuilles) dans un environnement sombre, correspondent aux seules zones lumineuses.</p>	<p>CA Colmar-04.01.2011-RG 08/04108</p>
<p>Les 74 photographies représentant les mannequins dans les installations de l'hôtel sont manifestement encadrées par des conventions très précises destinées à mettre en valeur les belles installations balnéaires et la relative variété des loisirs offerts sur place, dans une évocation de vacances en tête-à-tête d'un jeune couple. La beauté du site est habilement représentée, notamment par l'exploitation réussie des jeux de reflets dans la piscine, de l'effet de continuité entre la piscine à débordement et la mer, mais ces effets sont commandés par le site et les installations eux-mêmes, aménagés pour les procurer. S'agissant des personnages, leur contribution aux clichés résulte de leur beauté et leur savoir-faire de mannequins professionnels et non d'une quelconque mise en scène, leurs attitudes étant typiques des photographies de tourisme et de mode balnéaire. Enfin, l'inspiration purement publicitaire est aussi conventionnelle que possible. Dès lors, il n'est pas établi que ces clichés portent l'empreinte de la personnalité de leurs auteurs, au-delà de leur indéniable savoir-faire.</p>	<p>TJ Paris, 23 juin 2023, 20/09672</p>

