

Placement ou promotion commerciale?

[DROIT A L'IMAGE]

CA Versailles, Ch 1, Sect 1, 8 novembre 2012

Les décisions relatives au placement de produits et à l'exploitation de l'image d'un artiste sont suffisamment rares pour que l'arrêt de la Cour d'Appel de Versailles retienne l'attention.

En l'espèce, l'artiste avait consenti au producteur du film l'autorisation d'utiliser son nom, les photographies, images et enregistrements pris dans le cadre du tournage, pour la promotion et la publicité du film, en précisant que toute autre utilisation de son nom, de sa voix et de son image, notamment pour des produits dérivés et du merchandising devrait faire l'objet d'une autorisation préalable et écrite.

Le producteur du film avait conclu avec la société Mercedes un contrat de placement de produits, de telle sorte que le comédien conduisait au cours du film l'un des véhicules de la marque.

Aux termes de la convention de placement de produit, le producteur avait autorisé les responsables de la communication de Mercedes à assister au tournage du film et s'était engagé à mettre à disposition des photos du tournage.

La société Mercedes a en fait consacré un reportage, dans le magazine destiné à ses clients, à l'utilisation des voitures dans le film, en illustrant ce reportage par deux photos de l'artiste au volant de la berline.

La Cour retient que cette publication, si elle relate les circonstances du tournage du film ne participe pas à sa promotion ou sa publicité mais a pour finalité de mettre en valeur le véhicule et que les photographies de l'artiste sont donc utilisées à des fins commerciales en vue de promouvoir la marque et le modèle de Mercedes.

La Cour énonce que, en application de l'article 9 du code civil, le comédien disposait sur son image d'un droit exclusif et que la publication de photographies à des fins commerciales constitue une atteinte à ce droit.

La Cour condamne donc Mercedes au paiement de dommages et intérêts mais condamne le producteur en garantie en relevant que celui-ci a autorisé Mercedes à réaliser des photos du tournage du film et a relu l'article sans émettre de réserve quant à l'obtention préalable de l'accord du comédien.

Cet arrêt attire donc l'attention sur l'importance de la rédaction des clauses relatives au placement de produit et à l'exploitation des produits dérivés dans les contrats de production, la frontière entre le placement et la promotion étant souvent difficile à tracer compte tenu de l'intention promotionnelle du placement de produit.