

**REPUBLIQUE FRANCAISE
AU NOM DU PEUPLE FRANÇAIS**

COUR D'APPEL DE PARIS
Pôle 5 – Chambre 2
ARRÊT DU 19 JUIN 2020

Numéro d'inscription au répertoire général : n° RG 18/00305 – n° Portalis 35L7-V-B7C-B4XF2

Décision déferée à la Cour : jugement du 7 décembre 2017 – Tribunal de Grande Instance de PARIS - 3e chambre 4e section – RG n°16/11723

APPELANTS

M. Z X

Né le [...] à [...]

De nationalité française

Exerçant les professions de styliste et de photographe

[...]

Société ANALYTIC PROJECT Inc. – société de droit californien, agissant en la personne de son représentant légal, M. Z X – ayant son siège social situé

[...]

[...]

CA 90210

ETATS-UNIS D'AMERIQUE

Représentés par Me Jacques BELLICHACH, avocat au barreau de PARIS, toque G 0334

Assistés de Me Léon DEL FORNO plaidant pour l'association TEMIME et substituant Me Hervé TEMIME, avocat au barreau de PARIS, toque C 1537

INTIMEE

S.A.S. B C D, prise en la personne de son représentant légal domicilié en cette qualité au siège social situé

[...]

[...]

Immatriculée au RCS de Paris sous le numéro 342 547 361

Représentée par Me Luca DE MARIA de la SELARL PELLERIN – DE MARIA – GUERRE, avocat au barreau de PARIS, toque L 0018

Assistée de Me Josée-Anne BENAZERAF plaidant pour l'AARPI ARTLAW , avocate au barreau de PARIS, toque P 327, Me Olivier LAUDE, avocat au barreau de PARIS, toque R 144

COMPOSITION DE LA COUR :

L'affaire a été débattue le 5 février 2020, en audience publique, devant la Cour composée de :

Mme Anne-Marie GABER, Présidente de chambre

Mme Laurence LEHMANN, Conseillère

Mme Françoise BARUTEL, Conseillère

qui en ont délibéré

Un rapport a été présenté à l'audience dans les conditions prévues par l'article 804 du code de procédure civile.

Greffière lors des débats : Mme Carole TREJAUT

ARRET :

Contradictoire

Par mise à disposition de l'arrêt au greffe de la Cour, les parties en ayant été préalablement avisées dans les conditions prévues au troisième alinéa de l'article 450 du code de procédure civile

Signé par Mme Anne-Marie GABER, Présidente, et par Mme Carole TREJAUT, Greffière, présente lors de la mise à disposition.

Vu le jugement contradictoire du 7 décembre 2017 rendu par le tribunal de grande instance de Paris,

Vu l'appel interjeté le 21 décembre 2017 par la société de droit californien Analytic Project (Analytic) et M. Z X,

Vu l'ordonnance sur incident devant le magistrat chargé de la mise en état du 29 novembre 2018 qui a déclaré recevables les conclusions et pièces de la société B C D (YSL) intimée,

Vu l'arrêt de cette cour du 19 avril 2019 qui a confirmé ladite ordonnance,

Vu les dernières conclusions (conclusions récapitulatives n°2) remises au greffe, et notifiées, par voie électronique, le 13 décembre 2019 de la société Analytic et de M. X, appelants,

Vu les dernières conclusions (conclusions d'appel n°3) remises au greffe, et notifiées, par voie électronique, le 18 décembre 2019 de la société YSL, intimée,

Vu l'ordonnance de clôture du 16 janvier 2020,

SUR CE, LA COUR,

Il est expressément renvoyé, pour un exposé complet des faits de la cause et de la procédure, à la décision entreprise et aux écritures précédemment visées des parties.

Il sera simplement rappelé que M. X, styliste et photographe, a assuré le conseil et la direction 'de la création et de l'image' de la société YSL à compter du 1er avril 2012, selon contrats des 10 janvier 2012 (contrat initial) à effet du 1er avril 2012, amendé le 28 juin 2012, auquel s'est substitué rétroactivement au 30 juin 2013 un contrat du 19 décembre 2013 (contrat de 2013) lesquels prévoyaient des dispositions spécifiques quant à sa production photographique.

La société Analytic, partie au contrat de 2013 en qualité de 'Consultant', s'est substituée à compter du 28 juin 2012 à une précédente société (Eleven Ninety Nine) afin notamment de mettre à la disposition de la société YSL l'activité de M. X de direction 'de la création et de l'image'.

M. X se prévaut de droits d'auteur sur les photographies et vidéos composant les campagnes publicitaires de la société YSL, par lui réalisées dans le cadre contractuel, étant précisé qu'il a entendu, selon courrier du 2 décembre 2014, mettre fin au contrat à échéance du 1er avril 2016 puis mentionné le terme 'démission' en objet d'un mail du 17 avril 2015 et que les relations contractuelles ont effectivement pris fin le 31 mars 2016.

Estimant que le site internet ysl.com de la société YSL lancé en 2012 reproduisait des clichés de M. X sans renouvellement des droits consentis pour un usage de 2 ans, la société Analytic a émis le 3 juillet 2015 une facturation pour un renouvellement d'usage d'une année (facture 41) sur la base de 50 000 euros par campagne. Le directeur juridique du groupe Kering auquel appartient la société YSL a répondu le 20 juillet 2015 qu'il ne voyait pas 'comment tenir' cette facture 'autrement que comme [...] une proposition faite [...] pour un usage défini pour l'avenir'.

Le conseil de M. X a ensuite demandé le paiement de l'ensemble des usages sur le site internet le 21 janvier 2016 puis leur retrait à défaut de paiement le 16 février 2016, et la facture 41 précitée a été mise à jour le 24 mars 2016 pour prendre en compte les campagnes venues à expiration depuis 1er juillet 2015. Le conseil adverse s'est étonné le 31 mars 2016 de

ces factures estimant que M. X s'était engagé à permettre une utilisation à titre gracieux 'au-delà des périodes facturées' mais a précisé transmettre 'néanmoins' la dernière facture reçue aux 'services comptables afin qu'ils y donnent toutes les suites appropriées'.

Faute de règlement, la société Analytic a mis en demeure le 13 avril 2016 la société YSL précisant que d'autres droits d'usage arrivaient prochainement à expiration et qu'il lui incomberait à défaut de renouvellement de procéder à leur retrait. Elle a réitéré sa mise en demeure de paiement le 13 mai 2016 et demandé la cessation de toute utilisation non autorisée des campagnes. La société YSL a indiqué les 16 mai et 9 juin 2016 qu'ensuite des vérifications menées elle contestait la facturation arguant d'une commune intention des parties sur le droit d'usage, formellement déniée par le conseil des appelants le 18 mai 2016, et précisé vouloir poursuivre un usage limité des campagnes photographiques en cause à des fins d'archives et dans la partie institutionnelle de son site, rappelant que le total des droits photographiques payés s'établissait à près de 7 millions d'euros.

La société Analytic a fait établir plusieurs constats sur le site internet ysl.com, suivant procès-verbaux d'huissier de justice, les 9 mars, 26 avril, 16 et 17 juin 2016 et d'autres constats ont été dressés sur ce site à la requête de M. X et de la société Analytic les 4 et 5, 13 et 20 juillet 2016.

M. X et la société Analytic, se prévalant ainsi de la reproduction, de la diffusion et de la représentation sans autorisation de photographies et vidéos au-delà de la période de 2 ans selon eux contractuellement convenue, ont fait assigner la société YSL le 27 juillet 2016 devant le tribunal de grande instance de Paris en contrefaçon de droits d'auteur et, à défaut, en responsabilité contractuelle.

De nouveaux procès-verbaux de constat de la diffusion reprochée de photographies de diverses campagnes publicitaires ou de clips à partir de la page d'accueil du site ysl.com, ont été établis à la demande de M. X et de la société Analytic les 24 septembre 2016, 17 et 25 mars, 1er août, 11 septembre, 26 octobre et 17 novembre 2017 et de nouvelles factures de renouvellement pour une période de 1 an ont été émises par la société Analytic le 11 septembre 2017.

Les premiers juges, qui ont retenu que le litige portait alors sur les photographies de 24 campagnes publicitaires comportant chacune entre 1 et 64 clichés et sur 3 vidéos ont, selon jugement dont appel, dit que la contrefaçon de droits d'auteur n'est pas constituée, débouté M. X et la société Analytic de toutes leurs demandes, débouté la société YSL de sa demande reconventionnelle pour procédure abusive et condamné in solidum M. X et la société Analytic à payer à la société YSL 60 000 euros en application de l'article 700 du code de procédure civile.

Un nouveau procès-verbal de constat sur le site ysl.com a été établi le 2 août 2019 à la demande de M. X et de la société Analytic, appelants.

Ces derniers demandent à la cour de :

— dire que les photographies et vidéos composant les campagnes telles que listées en leur pièce n°137 (liste arrêtée au 2 août 2019 de 48 campagnes) sont originales et que leur reproduction, diffusion et représentation par la société YSL, au-delà de la période de 2 ans contractuellement convenue, sans l'autorisation de M. X, constituent des actes de contrefaçon de droits d'auteur,

— en conséquence, condamner pour atteinte aux droits patrimoniaux d'auteur la société YSL à leur payer la somme globale, sauf à parfaire, de 5150 000 euros de dommages et intérêts qu'ils se chargeront de répartir entre eux,

— subsidiairement, dire que la société YSL a manqué à ses obligations contractuelles, et la condamner à payer la somme précitée à ce titre,

— en tout état de cause interdire sous astreinte à la société YSL de reproduire, diffuser et/ou représenter de quelque manière et sur quelque support que ce soit les photographies et vidéos de M. X composant les campagnes dont s'agit sans son autorisation,

— ordonner aux frais de la société YSL la publication de l'arrêt à intervenir dans au maximum 5 journaux, périodiques ou magazines, ainsi que sous astreinte celle du dispositif intégral de l'arrêt à intervenir sur la page d'accueil du site ysl.com,

— condamner la société YSL aux dépens y compris les frais des procès-verbaux de constat des 9 mars, 26 avril, 16 et 17 juin, 4 et 5 juillet 13 juillet, 20 juillet et 24 septembre 2016 ainsi que des 17 et 25 mars, 1^{er} août, 11 septembre, 26 octobre et 17 novembre 2017, et 2 août 2019, et à leur payer la somme globale de 150 000 euros sur le fondement des dispositions de l'article 700 du code de procédure civile qu'ils se chargeront de répartir entre eux.

La société YSL, intimée, demande la condamnation solidaire des appelants au paiement de la somme de 150 000 euros au titre de l'article 700 du code de procédure civile. Elle ne réitère pas sa demande de première instance pour procédure abusive et la décision entreprise sera donc confirmée en ce qu'elle a rejeté ce chef de prétention.

La recevabilité des dernières conclusions des appelants n'est pas discutée, pas plus que le bénéfice de la protection du droit d'auteur pour les campagnes litigieuses ni la reproduction des oeuvres en cause sur le site ysl.com, ni l'absence de cession de droits d'auteur au profit de la société YSL pour les campagnes photographiques et vidéographiques en cause, ce que réaffirme très clairement cette société dans ses conclusions (page39).

Pour contester toute atteinte illégitime et disproportionnée aux intérêts des appelants la société YSL fait valoir qu'elle n'invoque aucune cession de droits mais revendique un droit d'usage non exclusif et à titre d'archive sur son site internet ce qui, selon elle, ne constituerait qu'un usage non commercial des oeuvres dont s'agit, lequel aurait été consenti de la commune intention des parties sans limitation de durée et sans complément de rémunération, résultant de l'économie du contrat ainsi que des usages de la profession, et ne relèverait en toute hypothèse que de sa liberté de communication.

Elle soutient qu'il y aurait lieu à interprétation des stipulations contractuelles et que le périmètre du droit d'usage devrait être recherché comme par les premiers juges dans le cadre des relations entre deux sociétés commerciales.

Le tribunal a effectivement retenu qu'un droit d'archives sans limitation de durée résultait de la commune intention des parties et qu'il ne pouvait être remis unilatéralement en cause après la rupture des relations contractuelles.

Il sera cependant relevé que M. X était partie aux contrats invoqués et y agissait expressément en 2012 'tant par et pour lui-même' que pour toute entité par lui contrôlée et en 2013 'solidairement' avec la société Analytic par lui représentée.

La société YSL se prévaut au demeurant d'un engagement personnel de M. X sur le prix et l'usage de ses prestations phonographiques qui résulterait de l'article 3.5 du contrat initial et il ressort de ses pièces que M. X a personnellement négocié notamment ses honoraires photographiques selon courriel du 3 décembre 2013 et apparaissait comme un interlocuteur à part entière pour la mise en forme du second avenant au contrat initial selon courrier du 2 octobre 2013 de M. Y, dirigeant du groupe Kering.

Il sera ajouté qu'il n'est nullement établi que M. X a cédé ses droits patrimoniaux sur les oeuvres en cause à la société Analytic, qu'il contrôle et auprès de laquelle il agit de concert, même si cette société gère ses droits en recevant les paiements et en émettant les factures correspondant notamment à ses prestations photographiques.

Il ne saurait dès lors être considéré que le litige ne concernerait que les relations contractuelles entre deux sociétés commerciales.

Les contrats conclus entre les parties reconnaissent clairement sans qu'il y ait lieu à interprétation (article 7.2 du contrat initial et article 9 des contrats subséquents) que les droits d'auteur sur les prestations réalisées dans le cadre de la mission de direction de la création et de l'image appartenaient à la société YSL à l'exception des droits relatifs à la création photographique ou cinématographique qui appartiennent à M. X.

Les appelants reprochant à la société YSL d'avoir maintenu sans leur accord au-delà de la durée convenue la reproduction, la diffusion et la représentation des oeuvres photographiques et vidéos composant les campagnes en cause, il s'agit d'examiner si la contrefaçon définie à l'article L 122-4 du code de la propriété intellectuelle, est caractérisée en la cause.

En vertu des articles L.111-1 et L.131-3 du code de la 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 qui comporte notamment des attributs d'ordre patrimonial, et les contrats portant sur les droits d'auteur doivent s'interpréter restrictivement en faveur de l'auteur.

L'article 3.5 précité du contrat initial sur les prestations photographiques de M. X en faveur de la marque, prévoit que si la société YSL 'souhaite des utilisations d'images à fins anthologiques' il conviendra de convenir de conditions particulières avec le consultant, et que

M. X < vigueur des dernières campagnes saisonnières YSL (2011)>>, ces paramètres étant traités chaque saison entre la société YSL et l'agent photographe de M. X, l'article 10.3 précisant que ce dernier conserve les droits de propriété intellectuelle sur l'ensemble de la création et production photographique réalisée <>.

Si la société YSL produit (pièce 30) des factures de l'agence d'un duo de photographes, connus de la mode, visant des images de la saison 'Spring/Summer' 2011, dont une traduction partielle figure dans les conclusions des parties, qui prévoit un usage commercial pour 6 mois et un usage non directement commercial (institutionnel et interne) sans limitation de durée, soit à titre d'archives ou à but d'information, il sera relevé que ces facturations ne sont pas annexées au contrat initial et que leurs mentions n'y sont nullement reproduites.

Il n'est par ailleurs pas discuté que le contrat de 2013 ne se réfère plus aucunement à la base tarifaire de 2011 mais prévoit (article 3.4) que le consultant ou M. X pourra demander de participer aux campagnes d'image de la marque et qu'en cas d'accord de la société YSL la rémunération au titre des prestations photographiques sera négociée et comprendra 'les autorisations d'usage saisonnières habituelles', sauf à convenir de conditions particulières et que ces paramètres seront traités chaque saison entre la société YSL et l'agent photographe de M. X 'En particulier les honoraires photographiques seront ajustés à partir de janvier 2015. La direction artistique des campagnes sera réalisée en direct, sans intervention free-lance extérieure, ni honoraire spécifique'.

Les facturations des prestations en cause émises par la société Analytic et produites aux débats par chacune des parties, mentionnent systématiquement et exclusivement 'Photographer Fees/usage / 2 years', soit pour un usage de deux ans, ce qui ne laisse aucunement supposer que la société YSL disposerait d'un quelconque droit d'usage au-delà de cette durée.

Il sera ajouté que si ces factures ne sont pas plus détaillées sur ce point elle n'indiquent aucunement qu'il s'agirait d'un simple usage publicitaire directement commercial, qu'elles ont en revanche été payées sans réserve par la société YSL, et donc été acceptées, bien que ne correspondant pas aux facturations de 2011 opposées quant aux durées d'usage puisqu'elle ne prévoient ni droit d'usage commercial de 6 mois ni droit d'usage non directement commercial illimité.

Enfin, il ressort des pièces versées au débat, dont les procès-verbaux de constat précités, que la rubrique archive invoquée par la société YSL s'insère dans son site internet ysl.com, lequel est manifestement un site commercial, puisqu'il propose ses produits à la vente. Même si cette rubrique a pu être voulue par M. X et reproduit d'anciennes campagnes publicitaires saisonnières, dont par nature les produits ne sont plus commercialisés, elle s'insère dans un site qui a pour fonction essentielle la vente en ligne des articles proposés. Elle sera dès lors nécessairement perçue par l'internaute acquéreur potentiel de ces produits comme une information valorisant ces articles et la marque commerciale, lui permettant d'appréhender l'univers de l'offre de vente et ayant ainsi une finalité commerciale, même si elle fait l'objet de peu de vues.

Or il n'est pas rapporté la preuve par la société YSL qu'un tel usage a été autorisé sans rémunération au-delà d'une durée de 2 ans.

Il s'infère de l'ensemble de ces éléments qu'il ne peut pas être retenu que l'usage tel que revendiqué à titre d'archive gracieux et sans limitation de durée relèverait d'un usage expressément prévu par les parties aux contrats.

Il ne peut pas plus être considéré que le fait de n'avoir réclamé le paiement du renouvellement du droit d'usage qu'à compter de la démission de M. X le 2 décembre 2014 constituerait une tolérance génératrice de droit pour la société YSL dès lors que la tolérance n'a aucun effet en droit d'auteur, l'auteur pouvant mettre fin à tout instant à l'utilisation qu'il aurait tolérée de ses oeuvres. Au demeurant l'article 12.5 de chacun des contrats ayant lié les parties rappelle explicitement que les tolérances ne peuvent pas être opposées pour établir un droit.

Il n'est pas sans intérêt d'ajouter que M. X a réagi relativement promptement puisque les relations contractuelles ont débuté en 2012 et que la première facturation litigieuse a été émise au mois de juillet 2015, largement avant le terme contractuel du 31 mars 2016, étant observé que la société YSL relève que les premières mises en ligne ne sont venues à expiration que le 1er octobre 2014, soit moins d'un an avant la première facture de renouvellement.

Au surplus, les premiers juges ont pu justement observer que dès le 13 janvier 2015 (date d'un courriel de l'agent de M. X) il avait été rappelé à la société YSL que l'usage consenti 'est de seulement deux ans' et un courriel du 15 janvier 2015 cité par la société YSL dans ses conclusions précisait en outre que pour internet une évaluation des campagnes passées devait être faite une fois par an et qu'il convenait de prendre en considération les 2 années d'utilisation comprises dans les honoraires du photographe.

Manifestement la question de l'expiration des droits d'usage de 2 ans a été clairement posée notamment les 14 et 15 mai 2015 dans le cadre d'un échange de mails (selon extraits traduits, pièces 49 et 50 des appelants) et la société YSL savait ainsi qu'il lui incombait de renouveler ou non les campagnes et de garder à l'esprit les échéances de réutilisation des campagnes, ce qui ressort de mails des 8 et 19 juin, 19 et 20 juillet 2015.

Un courriel du 8 juin 2015, et celui précité du 20 juillet 2015 du directeur juridique du groupe Kering montrent respectivement qu'il a été clairement précisé que M. X 'n'a jamais autorisé un usage en ligne' au-delà de 2 ans 'sans un renouvellement' sauf 'pour un usage éditorial approuvé dans la presse uniquement' et si la société YSL considérait alors qu'aucune rétroactivité ne pouvait s'appliquer elle ne contestait pas sérieusement que M. X pouvait pour l'avenir s'en tenir 'à 1 an d'usage pour le digital'.

Si ces échanges sont intervenus dans un contexte où chaque partie pouvait souhaiter maintenir une bonne collaboration jusqu'au terme du contrat, il ne peut pas être retenu que M. X ait ainsi abandonné, en dehors des usages presse qui ne sont pas en cause, la possibilité de solliciter le paiement du renouvellement d'exploitation de ses oeuvres.

Il ne saurait dès lors être admis qu'il a, personnellement ou par l'intermédiaire de son consultant la société Analytic, entendu renoncer aux droits patrimoniaux d'auteur pour

l'usage des oeuvres dont s'agit sur le site ysl.com sans limitation de durée, au-delà des 2 années telles que mentionnées dans les facturations de ses prestations.

Il existe ainsi une atteinte suffisamment caractérisée à un droit privatif, faute d'autorisation ou de renonciation expresse de l'auteur ou de son ayant droit, étant observé que le fait que les rémunérations déjà payées à M. X au titre de ses prestations ont été conséquentes ne saurait exonérer la société YSL de toute condamnation pour contrefaçon de droits patrimoniaux d'auteur.

La société YSL ne peut pas plus justifier la violation de ce droit de l'auteur en invoquant sa liberté d'expression ou de communication, laquelle n'est pas sans limite.

A cet égard les contrats prévoyaient (article 3.5 du contrat initial et 3.4 du contrat de 2013) ainsi que précédemment rappelé que si la société YSL souhaitait des utilisations d'image à des fins anthologiques il conviendrait de se rapprocher de l'agent de syndication de M. X ou de toute entité curatrice concernée, ce qui démontre qu'une utilisation à titre de mémoire d'éléments choisis n'était pas nécessairement exclue et les facturations montrent, comme déjà relevé, qu'un droit d'usage, sans autre distinction, a été consenti quoique limité à 2 ans et qu'un renouvellement a été proposé.

Il ne peut pas être considéré que les droits patrimoniaux invoqués sur les oeuvres photographiques et vidéos des campagnes litigieuses seraient disproportionnés ou illégitimes au regard des droits de la société YSL, qui est un professionnel de l'industrie de la mode et qui ne conteste pas avoir également tiré un profit substantiel (son chiffre d'affaires ayant 'bondi' de 75% entre 2013 et 2015 selon un article de presse par elle produit en pièce 53.3) des prestations de M. X, incluant sa production photographique.

Si la communication sur internet litigieuse sert les intérêts commerciaux de la société YSL il ne saurait être admis qu'elle justifierait une atteinte au droit d'auteur, d'autant qu'il n'est aucunement démontré l'impossibilité d'obtenir une autorisation de M. X de maintenir ses oeuvres sur le site internet ysl.com à titre d'archive puisqu'il a été proposé un renouvellement par année. Il n'est pas illégitime que des droits soient dus pour une prolongation d'utilisation d'oeuvres non cédées à la société YSL, qui a au surplus été alertée pendant l'exécution du contrat de la difficulté quand bien même ne disposerait-elle pas d'autres éléments pour témoigner des campagnes publicitaires réalisées pendant 4 ans par M. X. Il sera ajouté que s'il est usuel de présenter l'univers d'une société notamment dans le secteur du luxe ou de la mode, la société YSL ne démontre pas pour autant l'existence d'un usage qui permettrait une telle utilisation sans rémunération ni limitation de durée ni accord exprès de l'auteur.

Il ne peut dès lors être considéré qu'une utilisation des oeuvres en cause au delà d'une durée de deux ans sans contrepartie sur le site internet commercialisant les collections de la société YSL résulterait nécessairement des relations contractuelles ayant liées les parties ni qu'il générerait une disproportion entre les intérêts en présence.

Il convient donc de retenir à l'encontre de la société YSL une atteinte aux droits patrimoniaux de l'auteur.

Sur les mesures réparatrices, les appelants, qui rappellent les dispositions de l'article L.331-1-3 du code de la propriété intellectuelle quant à la fixation des dommages et intérêts pour contrefaçon, soutiennent que la société YSL aurait au minimum dû verser la somme de 5 150 000 euros pour pouvoir continuer à diffuser sur son site internet ysl.com les campagnes litigieuses comme elle l'a fait. Ils réclament en conséquence le paiement de cette somme qu'ils estiment justifiée au regard du montant habituellement perçu par M. X et de l'ampleur de l'exploitation réalisée par la société YSL pour promouvoir ses activités malgré les alertes et demandes de régularisation effectuées.

Pour justifier ce montant ils produisent en pièce 138 un tableau précisant en particulier pour chacune des 48 campagnes litigieuses (listées en pièce 137) lancées entre le 21 juillet 2012 et le 29 février 2016, outre leur dénomination et date de lancement, leur date d'expiration réelle (lancement + 2ans) et théorique (3 juillet 2015 pour celles antérieurement expirées, soit la date de la facturation 41 précitée, pour 'correspondre' selon les appelants au 'principe posé' par le directeur juridique du groupe Kering de ne pas facturer rétroactivement les usages expirés avant cette date), la date de leur dernier usage constaté sur le site internet ysl.com avec le numéro de la pièce correspondant au procès-verbal de constat établi ainsi que le nombre de renouvellements de un an qui auraient dû être ainsi sollicités, chiffrant le montant de chacun d'eux à 50 000 euros.

Ils font valoir que ce montant forfaitaire correspond à celui convenu et accepté par la société YSL perçu pour chacune des campagnes litigieuses par journée de travail qui comprenait la rémunération des droits d'auteur concédés pour un usage d'une durée de deux années, ce qui n'est pas discuté et résulte des facturations de la société Analytic produites au débat. Les appelants qui n'invoquent aucun préjudice moral demandent ainsi le paiement d'une somme forfaitaire qui correspondrait, selon eux, aux droits qui auraient été dus si la société YSL avait demandé l'autorisation de les utiliser et auxquels il a été porté atteinte.

S'il peut être considéré qu'un usage additionnel sur une base annuelle aurait pu être réclaté pour le maintien de campagnes saisonnières comportant de nombreuses photographies, étant observé qu'il n'est pas discuté que certaines campagnes peuvent comporter jusqu'à 50 voire 60 photographies, il ne saurait être admis qu'un tel usage aurait la même valeur que le droit d'usage initial consenti pour deux années, dès lors qu'il porte sur une durée deux fois moindre (1 an et non plus 2 ans) et ne concerne plus que l'utilisation sur un support, à savoir le site internet ysl.com, alors que le droit d'usage initial ne comportait pas de limitation d'utilisation autre que la durée.

Les facturations pour un usage de deux années à hauteur de 50 000 euros par campagne saisonnière visaient en outre clairement le coût des jours de travail 'shooting', par nature inexistant dans le cadre d'un renouvellement d'usage de prestations déjà effectuées et rémunérées et ne précisait pas quelle fraction de ce tarif relevait de l'usage consenti.

Enfin si l'utilisation incriminée présente toujours un intérêt économique pour la société YSL il n'est pas sérieusement discuté qu'il est nécessairement bien moindre que celui ressortant de la diffusion de photographies et vidéos d'une collection en cours ou de saisons récentes puisqu'il ne permet que de se référer à des collections lancées depuis plus de deux années. Au demeurant il n'est pas contesté que les campagnes litigieuses ne génèrent plus qu'un très

faible pourcentage de vues sur le site internet de la société YSL, représentant moins de 1% de son 'trafic'.

Le renouvellement au delà de deux années, limité à une année pour un site du 'e.commerce' de mode, par nature essentiellement destiné à la vente de collections saisonnières, ne saurait dès lors avoir la même valeur que l'usage initial accordé.

Il sera ajouté que si M. X a consenti à la société YSL pour son travail et un usage de 2 ans un montant forfaitaire par campagne de 50 000 euros, moindre que celui auquel il aurait pu prétendre pour d'autres réalisations photographiques ou vidéographiques, il ne saurait en déduire que le tarif du renouvellement d'usage devrait être majoré, étant observé qu'un nouveau contrat projeté avec la société Gucci France Holding en avril 2015 prévoyant un renouvellement d'usage sur internet de 12 mois pour 90 pour cent d'un tarif jour de 75 000 euros n'a jamais été signé par aucune des parties.

La cour considère, compte tenu de l'ensemble de ces éléments d'appréciation, que les droits qui auraient été dus en la cause par la société YSL ne sauraient excéder 6 000 euros par campagne litigieuse, pour chaque année de ré-usage, soit un montant total de 618 000 euros selon le tableau précité récapitulant les usages incriminés.

L'allocation de cette somme à titre de dommages et intérêts aux appelants réparera l'entier préjudice résultant de la perte subie du fait de l'absence de paiement de droits pour une réutilisation qui a permis à la société YSL de continuer à profiter sans bourse déliée de l'usage des oeuvres de M. X, au delà de la durée d'usage concédée, sur son site commercial internet, à charge pour eux de se la répartir entre eux.

S'il convient de prononcer une mesure d'interdiction dans les conditions prévues au dispositif afin d'éviter la poursuite des agissements illicites retenus sur le site internet de la société YSL, le prononcé d'une mesure d'interdiction plus ample ou d'une astreinte ne s'imposent pas.

Il n'y a pas plus lieu d'ordonner de mesure de publication judiciaire à titre de réparation complémentaire, que ce soit sur des publications papier ou sur le site internet de la société YSL.

Enfin les frais des divers procès-verbaux de constat, non autorisés judiciairement, réalisés à la requête des appelants ne relèvent pas des dépens mais seront pris en compte dans le montant qui leur est accordé au titre de l'article 700 du code de procédure civile aux termes de la présente décision.

PAR CES MOTIFS,

Infirmes la décision entreprise en toutes ses dispositions, sauf en ce qu'elle a débouté la société B C D de sa demande reconventionnelle pour procédure abusive ;

Statuant à nouveau dans cette limite,

Condamne la société B C D à payer à M. X et à la société Analytic Project la somme totale de 618 000 euros à titre de dommages et intérêts pour l'atteinte portée aux droits patrimoniaux d'auteur à raison de l'usage sur le site internet ysl.com au-delà de la durée consentie de photographies et vidéos originales de M. X composant 48 campagnes publicitaires ;

Interdit à la société B C D de reproduire, diffuser ou représenter sur son site ysl.com les photographies et vidéos composant lesdites campagnes publicitaires sans l'autorisation de M. X ;

Rejette toutes autres demandes des parties contraires à la motivation ;

Condamne la société B C D aux dépens de première instance et d'appel qui pourront être recouverts conformément aux dispositions de l'article 699 du code de procédure civile, et vu l'article 700 dudit code, la condamne à verser à ce titre à M. X et à la société Analytic Project la somme totale de 80 000 euros pour les frais irrépétibles de première instance et d'appel.

La Greffière La Présidente