

Compte rendu

L'exploitation commerciale de l'image des personnes physiques*

Benjamin Augais**

La captation et la diffusion des images sont désormais considérablement facilitées par l'évolution et la maîtrise des nouvelles technologies. Au regard de cette utilisation grandissante et parfois incontrôlée de l'image des personnes physiques, on constate une évolution du caractère juridique du droit à l'image. L'auteure Carole Castaldi, tout au long de son mémoire intitulé *L'exploitation commerciale de l'image des personnes physiques*, nous offre une réflexion particulièrement éclairée sur l'émergence d'un véritable droit patrimonial à l'image.

Carole Castaldi tente de démontrer ce nouvel aspect du droit à l'image qui diffère du carcan habituel dans lequel il s'insère. En effet, ce dernier est normalement considéré comme un droit essentiellement négatif qui permet à toute personne de s'opposer à la réalisation et à la diffusion de son image sans son consentement. L'image est une notion communément considérée comme un attribut, une extension de la personne. Son but est de représenter et de fixer la représentation de cette dernière. En raison de sa proximité avec le sujet, l'image demeure en théorie « hors le commerce ».

© CIPS, 2009.

* Carole CASTELDI, *L'exploitation commerciale de l'image des personnes physiques*, Mémoire de DEA de droit de la communication (Bruxelles, Bruylant, 2008), 122 pages ; ISBN 978-2-8027-2488-9.

** Étudiant français, en stage de formation auprès de LEGER ROBIC RICHARD, S.E.N.C.R.L., un cabinet multidisciplinaire d'avocats, d'agents de brevets et d'agents de marques de commerce.

Cependant, par ce phénomène de plus en plus fréquent de mise dans le commerce de l'image, on assiste à une véritable réification du corps humain et de ses attributs, entraînant une érosion inéluctable du caractère extrapatrimonial du droit à l'image.

C'est notamment par l'intermédiaire des personnes notoirement connues que Carole Castaldi nous propose d'appréhender cette patrimonialisation. Ces dernières n'hésitent pas à revendiquer un préjudice de nature commerciale quand leur image est reproduite sans leur consentement et non un préjudice à caractère moral. Pourtant, en raison de la consubstantialité de l'image avec la personne, seul ce dernier devrait être invoqué en principe. L'auteure nous apporte donc un regard nouveau en traitant de cette double nature du droit à l'image. Elle nous révèle la nécessaire existence d'un versant patrimonial du droit à l'image pour permettre à chacun de monnayer son reflet plutôt que de s'opposer *a posteriori* à son utilisation commerciale.

Il est également mis en avant le paradoxe qui semble exister entre, d'une part, les fondements juridiques qui prônent une protection immuable de la personne en tant que telle et l'interprétation résolument différente qui semble émerger en réalité. En effet, Carole Castaldi démontre une certaine hypocrisie puisqu'à plusieurs reprises, des juges ont refusé de reconnaître l'existence de ce caractère patrimonial de l'image. Ces derniers ont pourtant statué sur des questions de violation d'un droit à l'image sur la base de fondements autres que ceux d'une quelconque atteinte à la vie privée.

À tous ces égards, cet ouvrage est l'occasion pour l'auteure de nous présenter un régime protecteur viable en fondant son raisonnement sur les bases préexistantes du droit de la propriété intellectuelle. Ainsi, elle assimile en premier lieu au droit d'auteur la création d'un tel régime, le droit à l'image portant en lui-même la même structure dualiste que ce dernier. Une seconde approche consiste à promouvoir une intervention législative permettant de donner vie à un véritable contrat d'exploitation de l'image de la personne.

Carole Castaldi effectue en outre un parallèle avec le système américain dont le régime juridique en matière de droit à l'image, résolument différent, repose sur deux fondements et notamment sur l'existence d'un véritable droit patrimonial à l'image. Ce dernier est connu sous le nom de *right of publicity*. Il reconnaît à la personne le droit de disposer des attributs de sa personnalité, plaçant son image

au rang de chose pouvant faire l'objet d'une utilisation commerciale. Ainsi, ce droit lui permet d'agir quand l'exploitation des attributs de sa personnalité lui cause un préjudice économique. Le droit français devrait-il s'inspirer d'un tel système pour reconnaître une valeur marchande de l'image ? C'est une des nombreuses questions auxquelles ce mémoire tente de nous apporter des éléments de réponses.

Enfin, l'auteure nous démontre, à travers la presse à scandales, autrement appelée « presse *people* », avec quelle ironie l'État ignore consciemment son obligation positive de protection du droit à l'image et la nécessaire insertion au Code civil de nouvelles dispositions, indépendantes du droit au respect de la vie privée. Il s'agit notamment de reconnaître à toute personne un droit moral à son image mais également un droit d'exploitation de cette dernière.

En définitive, ce mémoire soulève un point de droit intéressant nous poussant à admettre le fait que l'image peut s'appréhender non plus comme une extension de la personne, la rendant par conséquent inexploitable commercialement, mais bien comme une chose monnayable pouvant se détacher de la personne physique. Cet ouvrage révèle l'existence indéniable d'un droit *sur* l'image et ouvre une porte à la réflexion et au débat. Sa lecture s'apprécie comme un véritable constat permettant à tous de convenir que bien des choses sont encore à construire dans ce domaine. C'est en outre un appel sur le nécessaire établissement de règles précisant les conditions d'utilisation de l'image des personnes physiques lorsque cette dernière s'incorpore dans les sphères commerciales.