

---

● **Visuels publicitaires et théorie de l'accessoire : l'exception écartée, la contrefaçon des meubles "Luxembourg" retenue**

---

Dans cette affaire, le designer Frédéric W. (créateur de la gamme de mobilier de jardin « Luxembourg » éditée par Fermob) reprochait à la société B qui commercialise des peintures sous la marque Syntilor d'avoir utilisé, sans autorisation, des photographies de la chaise, du bridge et de la table de la gamme « Luxembourg » à des fins publicitaires pour la promotion de ses pots de peinture.

Par un jugement du 1<sup>er</sup> avril 2026, le Tribunal judiciaire de Paris fait droit à ses demandes et condamne la société B au versement de dommages et intérêts.

Avant de se prononcer sur la contrefaçon, les juges commencent par reconnaître l'originalité des meubles en cause à savoir la chaise, le bridge et la table « Luxembourg » en constatant que, tout en s'inspirant du mobilier « Sénat » tombé dans le domaine public, le designer avait opéré une véritable réinterprétation par des choix libres et créatifs.

Sur la contrefaçon, le tribunal constate que la société B a utilisé, sans autorisation, des photographies de la chaise, du bridge et de la table « Luxembourg » sur les étiquettes de ses pots de peinture, dans un catalogue, une brochure, une fiche technique et sur divers sites internet.

Pour caractériser la contrefaçon, les juges relèvent d'abord que le caractère seulement partiel de l'apparition des meubles sur les visuels est indifférent et rappellent que par principe toute représentation de l'œuvre sans l'accord de l'auteur, même partielle, est illicite.

Dans un second temps, les juges écartent la théorie de l'accessoire en retenant que la reproduction des meubles sur les visuels joue un rôle attractif central pour illustrer les usages de la peinture et mettre en valeur le produit : « Le caractère fortuit et accessoire de l'usage de ce mobilier photographié, tel qu'allégué par la société [B], n'est pas démontré. **Il apparaît au contraire qu'ils servent d'illustration pour mettre en valeur et faire la promotion du produit proposé à la vente** qui est de la "peinture extérieure multi matériaux" dont le consommateur comprend immédiatement à la vue de la photographie qu'elle peut être utilisée pour peindre le mobilier de jardin, ce qui est confirmé par la fiche technique du produit. Cela est d'autant plus vrai que l'œil est attiré par les couleurs jaune et orange de la chaise et de la table qui contrastent avec le reste de l'étiquette de fond noir ».

La présence des meubles sur ces visuels marketing et packaging n'est donc ni accessoire ni fortuite.

En conséquence, la société B est condamnée à verser au designer la somme de 28.000 € en réparation de son préjudice patrimonial et la somme de 10.000 € en réparation de son préjudice moral, à cesser toute reproduction et utilisation de la chaise, du bridge et de la table « Luxembourg » sur ses supports marketing, à détruire l'ensemble desdits supports litigieux et à supprimer en ligne tous les visuels concernés, le tout sous astreinte de 500 € par jour de retard à l'issue d'un délai de 30 jours.

