

ÉCONOMIE FRANÇAISE • DROIT D'AUTEUR

Intelligence artificielle : la délicate question des droits de propriété intellectuelle dans la publicité

Alors que les publicitaires guettent avec impatience l'issue du procès de Getty Images contre une start-up créatrice d'une IA, les avocats sont assaillis de questions.

Par Véronique Richebois

Publié le 11 juin 2023 à 20h30 · Lecture 2 min.

Article réservé aux abonnés

Une œuvre d'art générée uniquement à partir d'intelligence artificielle ? Relevant hier de la science-fiction, c'est désormais chose faite avec *Unsupervised*, réalisé par l'artiste Reflix Anadol et accueilli au MoMA de New York du 19 novembre 2022 au 4 janvier 2023. Pour concevoir son œuvre, Anadol, réputé pour ses créations immersives disruptives et ses installations publiques, a utilisé l'intelligence artificielle (IA) pour « interpréter » les données artistiques accessibles au public de la collection du MoMA et proposer une installation d'arts numériques se déroulant en temps réel... et générant continuellement des formes nouvelles.

Avec cet adoubement par le MoMA, c'est un pas décisif qui vient d'être franchi dans un univers où l'irruption massive des IA embrouille les tribunaux de tous pays. « *C'est le Far West !* », s'agacent en France de nombreux publicitaires. « *Il est clair que le cadre juridique n'est pas posé* », confirme l'avocat Pascal Wilhelm, spécialiste de la propriété intellectuelle, notamment dans le domaine de la publicité.

Alors que l'Europe entre dans la dernière ligne droite de l'« IA Act », la régulation pionnière de l'IA menée par le commissaire européen Thierry Breton... chacun guette la conclusion du procès Getty. « *Cette affaire, par son retentissement et par la notoriété des entreprises en cause, servira de référence* », estime Pascal Wilhelm.

« Violation du droit des marques »

Le 3 février, Getty Images a entamé une procédure judiciaire contre Stability AI, créatrice de Stability Diffusion, une IA génératrice d'images. La banque d'images accuse la start-up d'avoir copié plus de 12 millions de clichés et estime que la violation de ses contenus à grande échelle a été déterminante dans le succès de Stable Diffusion AI.

De façon encore plus concrète, Getty Images accuse Stable Diffusion d'avoir incorporé des photos protégées dans une œuvre, alors que la start-up se défend en faisant valoir que ces photos, moulées par l'intelligence artificielle, n'étaient plus reconnaissables. Getty a porté l'affaire en justice invoquant « *la violation du droit des marques, d'atteinte à la marque* », le tout assorti d'une demande de dommages et intérêts.

C'est l'interprétation qui sera faite du concept de *fair use* – qui délimite le droit d'auteur et autorise certains écarts dans des conditions spécifiques (comme les travaux créatifs) – qui risque alors de retenir toute l'attention. Généralisé aux Etats-Unis, il existe aussi en France – d'où l'intérêt actuel –, le concept de « contrefaçon » y dominant toutefois largement la jurisprudence autour des droits intellectuels.

La tenue d'un procès risquant de coûter plusieurs dizaines de millions, il est pourtant plausible pour beaucoup que l'on parvienne à un accord financier, comme c'est déjà le cas pour les contentieux qui se multiplient actuellement entre les banques d'images et les start-up. Mais lorsqu'on ne sort pas les chéquiers, de quoi discute-t-on alors dans les cabinets spécialisés dans la propriété intellectuelle ? « *J'ai beaucoup d'agences, de créateurs de contenus et de producteurs de spots publicitaires qui viennent me voir pour savoir comment protéger juridiquement du contenu publicitaire alimenté par l'intelligence artificielle et les instructions des équipes de création* », explique l'avocate [Isabelle Wekstein](#), associée du cabinet WAN, spécialiste de la protection de la propriété intellectuelle.

Newsletter

« Les débats éco »

Les débats économiques de la semaine décryptés par « Le Monde »

[S'inscrire](#)

En parallèle, elle confie rencontrer beaucoup de réalisateurs de pub, voulant éviter que leur œuvre soit détournée de son objectif initial pour nourrir une intelligence artificielle générative. « *A ce jeu des IA, les grands gagnants seront les avocats !* », dit en souriant un publicitaire.

Véronique Richebois

Partenaires

Codes promo avec Savings United

[Codes Promo Autodoc](#)

[Codes Promo Aliexpress](#)

[Codes Promo Nike](#)

[Codes Promo ASOS](#)

[Codes Promo Uber Eats](#)

[Codes Promo Samsung](#)

[Codes Promo Boohoo](#)

[Tous les codes promo](#)

Formations de langues Avec Gynglish

[Cours d'anglais](#)

[Cours d'espagnol](#)

[Cours d'italien](#)

[Cours d'allemand](#)

[Cours d'orthographe](#)

[Découvrez nos offres](#)

[Offrez un cours de langue](#)

[Tous nos cours de langues](#)

Formation pro

[Formation en i](#)

[Formation en r](#)

[Formation en s](#)

[Formation de c](#)

[Formation de s](#)

[Formation en f](#)

[Formation en t](#)

[Toutes nos f](#)