

Le B.a. Ba du Droit d'Auteur en matière d'illustration Photographique

Mode d'emploi de l'exploitation des photographies en Droits Gérés.

I – L'Image photographique est une œuvre protégée par le Droit d'Auteur

Le fondement juridique du droit d'auteur se trouve dans le Code de la Propriété Intellectuelle, le fameux C P I.

Toute création intellectuelle matérialisée dans un support devient juridiquement une oeuvre de l'esprit, protégée par le C P I, dès lors qu'elle porte la marque de l'originalité de son auteur. En Photographie, la jurisprudence détermine l'originalité de l'œuvre par les choix du photographe de cadrage, d'angle de prise de vue, de lumière ...,

Deux types de droits sont attachés au droit d'auteur :

- **le droit moral** : incessible, imprescriptible et perpétuel, il est attaché à la personne même de l'auteur. Il implique :
 - o Le respect de l'intégrité de l'œuvre. Ainsi une photographie ne peut être ni modifiée, ni recadrée ni faire l'objet d'un photomontage sans autorisation expresse de l'auteur.
 - o Le respect du nom (droit à la signature). Le nom de l'auteur de la photographie doit apparaître clairement au regard de la publication.
 - o Le droit de divulgation de l'œuvre qui permettrait un "refus de diffusion" si par exemple l'auteur considère que la publication envisagée ne correspond pas à son éthique.
- **les droits patrimoniaux** dits aussi Droits d'Exploitation de l'œuvre. Ils touchent à la rémunération de l'auteur et durent 70 ans après la mort de celui-ci. Au-delà, l'œuvre est dans le "domaine public". Les droits patrimoniaux comprennent ;
 - o Le droit de représentation (communication directe au public, par exemple via une projection).
 - o Le droit de reproduction (communication indirecte de l'œuvre au public, par exemple via une couverture de livre). En photographie, le droit dont il s'agit est majoritairement le droit de reproduction.

L'œuvre photographique, création immatérielle, ne peut être ni « vendue » ni « achetée ». En réalité on « cède » ou l'on « acquiert » des droits d'exploitation proportionnels à l'utilisation de la photographie. C'est pourquoi la détention du **support matériel** d'une photographie (tirage, diapositive ou fichier numérique quel qu'il soit) ne permet pas de la reproduire ou de la représenter sans l'autorisation préalable du photographe ou de l'Agence le représentant et le paiement de la cession de droits correspondant à l'utilisation qui est en est faite.

II - Le rôle de l'Agence photographique dans la diffusion de l'Image

L'agence photographique est l'intermédiaire entre le photographe et le client. Les images diffusées par les Agences sont donc encadrées par deux contrats ; le contrat signé entre le

photographe et l'Agence puis le contrat de cession de droits d'auteur entre l'Agence et le Client.

- **Le contrat Photographe-Agence** : Il détermine les conditions de diffusion de la collection photographique confiée ; la durée de la diffusion, sa zone géographique, son éventuelle exclusivité, l'étendue des droits cédés donc des utilisations possibles et bien évidemment la contrepartie financière des cessions de droits qui seront faites. Enfin, l'Agence s'engage à transmettre au Clients l'obligation du respect du droit moral du photographe.

- **Le contrat entre l'Agence et le Client pour la diffusion de l'Image en Droits Gérés** :
Il autorise la publication de l'image moyennant le paiement d'une cession de droits d'exploitation de la photographie (droit de reproduction) proportionnelle à l'utilisation déterminée qui en est faite. Cette cession doit être précise et clairement définie (type de support, tirage, durée d'exploitation, zone géographique...)

Toute autre utilisation ou réutilisation de l'image doit être soumise à une nouvelle demande d'autorisation et au paiement d'un nouveau droit.
Toute utilisation non autorisée est une contrefaçon.

- **Le contrat entre l'Agence et le Client pour la diffusion de l'Image en Libres de Droits** : il autorise l'utilisation d'une photographie dont les droits ont en principe été cédés de façon plus large par le Photographe. Elle n'est toutefois pas de "libre disposition" même si son utilisation n'est pas limitée quant aux types de support, nombre ou durée d'exploitation. Le montant de la cession des droits à payer est déterminé par la taille du fichier de l'Image. Les droits sont concédés au Client pour ses utilisations et ne peuvent pas être transférés par lui.

En aucun cas la cession de droit facturée par l'agence au client ne peut contrevenir au contrat qui lie l'Agence au Photographe.

III - Le Contenu de l'Image et les droits éventuels de tiers.

Personnages, biens, marques, œuvres d'art, peuvent être représentés dans l'image photographique. Or, des droits particuliers sont attachés à l'image des personnes, des biens, des marques, des logos...

- o **Le Droit à l'Image des Personnes** : c'est le « Droit A l'Image » créé par les tribunaux sans fondement écrit explicite mais sur la base de l'article 9 du Code Civil : le droit au respect de la vie privée. L'article 16 (et le Code Pénal) assure le respect de la dignité de la personne. Pour faire valoir son droit à l'image, la personne doit être identifiable / reconnaissable.
- o **Le droit à l'Image des biens** (bien mobilier ou immobilier) : prend son origine dans le droit de la propriété. Depuis un Arrêt de la Cour de cassation du 7 mai 2004, pour faire valoir son droit sur l'image de son bien, le propriétaire doit apporter la preuve d'un trouble anormal provoqué par l'exploitation de l'image de la chose.
- o **Marque...** : c'est un monopole d'exploitation issu de la législation sur la Propriété Industrielle.

- **Œuvres d'Art** (peinture, sculpture, architecture,...) : c'est le régime du Droit d'Auteur qui est appliqué ;
 - ✓ L'œuvre photographiée est une œuvre protégée par le droit d'auteur (si son auteur est vivant ou mort depuis moins de 70 ans). Il est nécessaire de demander à l'auteur, à ses ayants droits, ou à la Société de Gestion de droit d'auteur qui gère ses droits (ADAGP, Picasso Administration, Héritiers Matisse ...) une autorisation préalable de publication et d'acquiescer le droit d'exploitation correspondant.
 - ✓ L'œuvre photographiée est dans le "domaine public". La reproduction de l'œuvre est alors libre au regard des droits patrimoniaux.

Attention : **ni le photographe ni l'agence photographique ne sont détenteurs de droits éventuels des tiers**. Cependant, il arrive que lors de prises de vue, le photographe ait obtenu une autorisation de diffusion de la part de la personne photographiée ou du propriétaire du bien.

L'existence de ces autorisations, appelées « **Model Release** » (MR) ou « **Property Release** » (PR) est toujours indiquée clairement sur le site de l'Agence.

Néanmoins ces autorisations ne permettent pas une utilisation à caractère « sensible », préjudiciable, diffamatoire ou pornographique, par exemple. Il appartient toujours à l'utilisateur final, au client, de mesurer si l'Image choisie est compatible avec le contexte de l'insertion que lui seul connaît dans son ensemble. En cas de doute, l'Agence reste disponible afin de lui proposer une autre Image.

Pour s'assurer une utilisation tranquille d'une Image, une communication claire de tous les éléments de la publication du Client vers l'Agence est nécessaire.

IV – Les Dix Règles d'Or de l'Image photographique Droit Géré en Agence

- 1- Respecter les Conditions Générales de Vente, le Bon de Commande et le Devis.
- 2- Le site Internet de l'Agence constitue la présentation des Images qu'elle représente via sa base de données. Cette interface publique est la propriété de l'Agence et il est interdit d'en télécharger ou utiliser une Image sans la contacter avant.
- 3- Les droits d'exploitation *DE* la photographie ne comprennent pas ceux du contenu représenté *SUR / DANS* l'image (droits éventuels des tiers).
- 4- En Droit Géré, l'utilisation d'une photographie est spécifique, précise et définie. L'Image ne peut pas être réutilisée sans une nouvelle demande d'autorisation et le paiement du nouveau droit.
- 5- Toute utilisation non autorisée par le contrat de cession d'une Image Photographique (même créditée) est une Contrefaçon.
- 6- L'oeuvre photographique doit être respectée dans son intégralité au titre du droit moral de l'auteur. Sauf accord spécifique, une photo ne peut être modifiée, recadrée ni incluse dans un photomontage...
- 7- Le droit à la signature (nom du photographe) est une obligation légale (le droit moral de l'auteur). C'est sur des bases contractuelles, en tant que cessionnaire, que l'Agence exerce son droit à la signature aux côtés du nom du photographe. L'usage de la mention D.R. (Droits Réservés) quand on ne connaît pas le nom du

Photographe ne protège pas de poursuite par l'Agence intermédiaire (en cas de cession). La mention équivaut à une absence de signature et la bonne foi de l'utilisateur n'empêche pas une réparation monétaire (souvent un "double droits" en absence de procédure judiciaire).

- 8- Envoyer le justificatif complet de parution et ce dès que possible.
- 9- Régler la facture de la cession de droits dans les délais convenus. Le non paiement des droits entraîne une contrefaçon.
- 10- Retourner à l'Agence tout support analogique (diapositive, tirage ...) et détruire le support numérique après utilisation. La conservation des fichiers numériques et/ou la création de base de données à partir des fichiers communiqués par l'Agence ou téléchargés directement des sites sont strictement interdites.**