

DROIT A L'IMAGE¹

DEFINITION :

Le droit pour toute personne de s'opposer à la reproduction de son image et à sa diffusion, sans son autorisation expresse et spéciale.

→ L'image du sportif ne peut pas être exploitée sans son consentement.

LES DIFFERENTS DROIT A L'IMAGE :

Il existe 3 types de droit à l'image dans le sport :

- **Le droit d'image individuel** en dehors du contexte du club.
- **Le droit d'image individuel dans le cadre du club** (joueur portant le maillot du club ou mis en scène dans le contexte du club) dit droit d'image individuelle associée.
- **Le droit d'image collective des joueurs** dans l'équipe qui appartient au club.

➤ Droit d'image purement individuel :

Le sportif garde la maîtrise de son image qu'il gère et commercialise à sa guise. Néanmoins il ne dispose pas d'un monopole sur son image, dans certains cas, le consentement du sportif n'est pas nécessaire.

Parmi ces restrictions nous retiendrons notamment : le droit d'information du public et la licéité de la caricature.

Toutefois, le consentement du sportif l'emporte sur le droit à l'information, quand des journaux, magazines ou sociétés, publient ces photos à des fins purement commerciales.

- **2 modes de commercialisation possibles de ce droit à l'image :**

- directement par le sportif lui-même ;
- via une société tierce à laquelle il concède le droit d'exploiter son image moyennant une rémunération versée directement par le partenaire commercial au joueur, sans passer par le club, à charge de l'en avvertir.

➤ Droit d'image individuel associé à l'image du club :

Le club peut utiliser l'image à son profit pour :

- assurer sa promotion ou celles des compétitions auxquelles il participe ;
- commercialiser sous forme de « produits dérivés » des équipements sportifs portés à l'occasion d'un match (= maillot, culotte, casque, etc.). Chaque saison, un avenant au contrat de travail précise les modalités d'application.

En dehors de ces cas précis, le club doit obtenir l'accord du joueur concerné pour l'exploitation de son image associée individuelle.

¹ Le terme « image » dans cette fiche entend seulement les images figées et non animées.

➤ Droit d'image collective :

Le nombre minimum de sportifs dont l'image reproduite sur un même support d'une manière identique ou similaire, **constituant une image associée collective**, est fixé à **50 % de l'effectif** présent sur le terrain dans la discipline considérée. En deçà de cette limite, l'image est considérée comme individuelle.

La limite maximale de la rémunération du droit à l'image collective = **30 %**.


- Cette fraction de la rémunération est indépendante des revenus tirés de l'exploitation de **l'image individuelle** du sportif.
- La commercialisation du droit d'image collective concerne « *les recettes de parrainage, de publicité et de merchandising, ainsi que celle provenant des droits de retransmission audiovisuelle des compétitions* ».

Avantages :

- Le club employeur n'est soumis aux charges patronales (sociales + taxes sur salaires) que dans une fourchette allant de 100 à 70 % selon les accords sectoriels conclus ;
- Le club réalisant des économies par le biais de l'exonération de cotisations sociales sur la fraction du revenu, rémunérant le droit à l'image collective des sportifs professionnels qu'il emploie, peut leur offrir une rémunération plus importante.

➔ Les clubs sportifs bénéficient d'un droit exclusif sur l'image collective de leur équipe professionnelle.

✚ **CONTRAT D'EXPLOITATION DU DROIT A L'IMAGE :**

 Pour éviter tout conflit, une stricte répartition entre le sportif et son club concernant l'exploitation de ladite image doit être faite dans un contrat spécifique :

Le contrat est nécessaire et même si la loi ne l'impose pas, il est préférable qu'il soit écrit pour servir de preuve.

Le contrat doit avoir une durée déterminée, il est impossible de céder son image sans limitation de durée.

Cet écrit doit prévoir **l'autorisation de fixation de l'image et l'autorisation d'exploitation de l'image**.

Il faut prévoir toutes les modalités de l'exploitation. **Tout ce qui est écrit est autorisé.**

Il faut également prévoir les **limites de l'utilisation** :

- type de support,
- type de média,
- taille de la photographie, de l'affiche,
- nombre de reproduction (dans la mesure du possible),
- durée de l'autorisation,
- lieu, situation de la prise de la photographie (lors de divers événements, entraînements, compétitions, lors d'interviews, lors de la remise des prix, en studio, etc.),
- territoires d'exploitation (même via Internet).

L'autorisation doit être préalable, écrite, la plus complète possible et surtout signée par l'intéressé.

La présentation ci-dessus, à vocation uniquement d'information, ne se substitue en aucun cas aux textes législatifs ou réglementaires en vigueur.