

DROIT A L'IMAGE :

QUELS PRINCIPES ?

QUELS PROCESS ?

Synthèse juridique

SOMMAIRE

	<u>Pages</u>
Principe d'autorisation	4
► Prise de vue et publication de l'image d'une personne : un principe d'autorisation	4
► Forme et contenu de l'autorisation	5
► Une autorisation qui peut être accordée à titre gratuit	7
 Un enjeu à prendre en considération : la qualification de contrat de travail	 8
► Au-delà de l'autorisation : l'hypothèse de qualification de contrat de travail	8
 Des process à adapter aux différentes situations	 10
► Reproduction et utilisation de l'image d'un professionnel (prestataire, fournisseur, KOL,...)	11
► Reproduction et utilisation de l'image d'un salarié	11
► Reproduction et utilisation de l'image d'un consommateur	13
► Cas particulier : les influenceurs	14
► Reproduction et utilisation de l'image d'un mannequin	15
► Reproduction et utilisation de l'image d'un artiste	18

L'autorisation écrite pour l'utilisation de l'image d'une personne est-elle toujours indispensable ?

Qu'y inscrire ?

Une rémunération est-elle obligatoire ?

Est-il possible d'utiliser par exemple l'image d'un salarié ?

Sous quelles conditions ?

Nous vous proposons une synthèse sur le droit à l'image afin de vous guider sur la mise en œuvre dans vos entreprises de process pour déterminer la forme et le libellé des autorisations pour l'utilisation de l'image d'une personne ainsi que les écueils à éviter.

N'hésitez pas à nous contacter pour approfondir les différents points soulevés.



Un principe d'autorisation

Prise de vue et publication de l'image d'une personne : un principe d'autorisation

- Un principe d'autorisation qui découle de l'article 9 du code civil sur le droit au respect de la vie privée

NB: un risque pénal à mentionner

Article 226-1 du code pénal

Est puni d'un an d'emprisonnement et de 45 000 euros d'amende le fait, au moyen d'un procédé quelconque, volontairement de porter atteinte à l'intimité de la vie privée d'autrui :

1° En captant, enregistrant ou transmettant, sans le consentement de leur auteur, des paroles prononcées à titre privé ou confidentiel ;

2° En fixant, enregistrant ou transmettant, sans le consentement de celle-ci, l'image d'une personne se trouvant dans un lieu privé.

Lorsque les actes mentionnés au présent article ont été accomplis au vu et au su des intéressés sans qu'ils s'y soient opposés, alors qu'ils étaient en mesure de le faire, le consentement de ceux-ci est présumé.

- Un principe d'autorisation qui s'applique à toute personne, y compris en dehors du cercle privé / dans un lieu public :

- | | | |
|------------------|-----------------|----------------|
| - Salariés | - KOL | - Mannequins |
| - Professionnels | - Consommateurs | - Influenceurs |

Prise de vue et publication de l'image d'une personne : un principe d'autorisation

• Des exceptions au principe d'autorisation :

- La personne n'est pas reconnaissable ;
- Le droit à l'information prévaut sur le droit au respect de la vie privée (interprétation stricte, absence d'application aux utilisations commerciales)
- La liberté de création artistique peut prévaloir dans certaines hypothèses mais toujours hors utilisations commerciales

• Dans les autres cas, les conditions de la prise de vue et la nature ou l'étendue de l'utilisation sont prises en compte dans l'évaluation d'un éventuel préjudice

➡ appréciation du risque

Forme et contenu de l'autorisation

• Principe : une formalisation libre de l'autorisation

- Pas de règles précises de forme ou de libellé
- Une liberté de preuve : l'autorisation peut ressortir du contexte, elle y sera limitée

• En pratique, sont indiqués avec plus ou moins de précision :

- Les supports d'exploitation ;
- La zone d'exploitation géographique
- La durée d'exploitation
 - Si la durée est expressément sans limitation, l'autorisation peut être retirée à tout moment – absence d'engagement perpétuel en droit français)
 - Si la durée n'est pas précisée, elle ressort des usages ou du contexte (1 an ?)
- La nature de l'exploitation (usage commercial, publicitaire, à des fins d'illustration, ...)
- Le cas échéant l'exclusion de certains contextes

Forme et contenu de l'autorisation

Conservation de l'image d'une personne : des enjeux de protection des données personnelles

- La notion de donnée personnelle est large et couvre l'image d'une personne : *toute information se rapportant à une personne physique identifiée ou identifiable*
- Conséquence : des informations à délivrer
 - La base légale du traitement
 - La durée de conservation des données
 - L'existence de droits et les moyens de les exercer
 - ...

► un renvoi à la lecture de certaines informations dans la politique de données personnelles peut être envisagé.

Forme et contenu de l'autorisation

► informations à délivrer en matière de données personnelles

En cas de collecte directe (CD) / En cas de collecte indirecte (CI)

Identité et coordonnées du responsable de traitement (CD/CI)

Identité et coordonnées du représentant du responsable du traitement (le cas échéant) (CD/CI)

Coordonnées du délégué à la protection des données (le cas échéant) (CD/CI)

Finalités du traitement + finalités et infos pertinentes si finalités ultérieures (CD/CI)

Base juridique du traitement + intérêts légitimes poursuivis si intérêt légitime (CD/CI)

Destinataires ou catégories de destinataires des données (CD/CI)

Existence d'un transfert de données vers un pays tiers + le fondement juridique permettant le transfert (CD/CI)

Durée de conservation des données ou, en cas d'impossibilité, les critères permettant de la calculer (CD/CI)

Existence d'une prise de décision automatisée, y compris un profilage de l'article 22 + logique sous-jacente, importance et conséquences prévues pour la personne (CD/CI)

Existence des droits d'accès, de rectification, d'effacement, de limitation, d'opposition et de portabilité (CD/CI)

Existence du droit de retrait du consentement lorsque le traitement est fondé sur le consentement (CD/CI)

Droit d'introduire une réclamation auprès d'une autorité de contrôle (CD/CI)

Catégories de données concernées (CI)

Source des données + mention indiquant qu'elles sont issues ou non de sources accessibles au public (CI)

Caractère obligatoire, réglementaire, contractuel ou conditionnel de la fourniture des données et conséquences de la non-fourniture (CD)

NB : le plus souvent, il s'agit d'une collecte directe

Forme et contenu de l'autorisation

- **Exemple de mention dans le document d'autorisation pour le traitement des données personnelles :**

L'autorisation que vous nous avez accordée nous conduit à conserver votre image et à procéder ainsi à un traitement de vos données personnelles [XXX] afin de [XXX].

Nous mettons bien entendu en œuvre les différents droits dont vous disposez (droit d'opposition au traitement, droit d'accès et de rectification, droit de suppression, droit à la limitation du traitement, ...).

Pour retrouver l'intégralité de notre politique de protection des données sur notre site internet et exercer vos droits : [LIEN]

Une autorisation qui peut être accordée à titre gratuit

- **Le droit à l'image est un droit « extra-patrimonial »**
- **Si une rémunération est versée ou une contrepartie accordée, attention à sa qualification, à ses éventuelles conséquences sur une qualification de contrat de travail et le régime social des sommes versées (cf. infra)**

NB: en cas d'appel à une personne qualifiable de mannequin ou d'artiste, les prises de vues doivent être rémunérées (absence de mannequin « bénévole », cf. définitions infra).



Un enjeu à prendre en considération : la qualification de contrat de travail

Au-delà de l'autorisation : l'hypothèse de qualification de contrat de travail

- **Les activités de mannequins et d'artistes sont présumées être des activités salariées**

- **Définition de l'activité de mannequin à l'article L7123-1 du code du travail et présomption (art. L7123-3) :**

« Est considérée comme exerçant une activité de mannequin, même si cette activité n'est exercée qu'à titre occasionnel, toute personne qui est chargée :

1° Soit de **présenter au public**, directement ou indirectement par reproduction de son image sur tout support visuel ou audiovisuel, **un produit, un service ou un message publicitaire** ;

2° Soit de **poser comme modèle**, avec ou sans utilisation ultérieure de son image. »

« Tout contrat par lequel une personne s'assure, moyennant rémunération, le concours d'un mannequin est présumé être un contrat de travail. »

- **Contrat avec un artiste faisant l'objet d'une présomption de contrat de travail (article L7121-3 du code du travail)**

Tout contrat par lequel une personne s'assure, moyennant rémunération, le concours d'un artiste du spectacle en vue de sa production, est présumé être un contrat de travail dès lors que cet artiste n'exerce pas l'activité qui fait l'objet de ce contrat dans des conditions impliquant son inscription au registre du commerce.

Au-delà de l'autorisation : l'hypothèse de qualification de contrat de travail

Deux exemples jurisprudentiels

• Affaire Legal

Cass. Civ 2^{ème}, 25 avril 2013 n°11-2623

A été qualifiée de contrat de travail de mannequin, la remise par un célèbre chanteur d'une photographie destinée à illustrer des paquets de café, à l'occasion d'un contentieux URSSAF sur la qualification des sommes perçues en contrepartie (redevances ou salaire).

• Affaire NG Lifestyle

Cass. Soc. 13 juin 2018, n°16-29.076

A été requalifié en contrat de travail (CDI) le d'un contrat de prise de vue et de cession de droits à l'image avec un jeune homme rémunéré en nature par des produits d'une valeur de 1.000€ pour un shooting sur un week-end.

La marque a été condamnée à près de 90.000€ de dommages et intérêts.

Le travail dissimulé a cependant été écarté faute d'élément intentionnel.

Au-delà de l'autorisation : l'hypothèse de qualification de contrat de travail

• En dehors de ces situations une relation peut être qualifiée de contrat de travail lorsque les critères suivants sont identifiés

- Une prestation de travail : à titre principal ou accessoire, à titre régulier ou occasionnel...
- Une rémunération : fixe ou variable, en espèces ou en avantages en nature...
- Un lien de subordination : il est « caractérisé par l'exécution d'un travail sous l'autorité d'un employeur qui a le pouvoir de donner des **ordres** et des **directives**, d'en **contrôler l'exécution** et de **sanctionner** les manquements de son subordonné » (Cass. soc., 13 nov. 1996, n° 94-13.187).

Il s'agit du critère décisif du contrat de travail (Soc. 3 juin 2009, n°08-40981).



Des process à adapter aux différentes situations

- L'autorisation écrite est préférable mais n'est pas toujours possible en pratique

■ Rappel : l'autorisation induite par le contexte y sera limitée ...

Elle peut être envisagée dans un lieu public/événement par exemple, lors d'une prise de parole ou non, s'agissant d'une photo de face/posée, pour un usage anecdotique et qui est prévisible pour la personne.

- L'autorisation doit en tous les cas être formalisée en cas d'exploitation large ou publicitaire.

■ Elle l'est de fait pour les mannequins et les artistes,

■ Elle peut l'être dans les contrats avec certains interlocuteurs (ex. KOL) ou via des documents ad hoc

➔ L'appréciation du meilleur moyen de formalisation et des enjeux associés doit se faire selon la typologie des personnes concernées, des situations de prises de vue et des utilisations envisagées. Ci-après une proposition de typologie pour guider les réflexions.

Reproduction et utilisation de l'image d'un professionnel (prestataire, fournisseur, KOL, ...)

Contexte de la prise de vue

- Lors d'un salon professionnel
- Lors d'une visite sur site
- Lors d'un évènement
- Lors d'une prise de parole
- Lors d'un shooting, tournage

Utilisations envisagées

- Réseaux sociaux professionnels
- Site institutionnel
- Réseaux sociaux grand public
- Site grand public
- Plaque
- Campagne publicitaire

► Ces situations sont relativement simples à appréhender en présence d'une utilisation prévisible pour le professionnel et limitée au contexte de la prise de vue. Pour une utilisation plus large, une autorisation est préférable voire indispensable (campagne publicitaire par exemple).

Reproduction et utilisation de l'image d'un salarié

Contexte de la prise de vue

- Dans le cadre de ses fonctions et sur son lieu de travail
- En dehors du cadre de ses fonctions ou de son lieu de travail

Utilisations envisagées

- Réseaux sociaux professionnels
- Site institutionnel
- Réseaux sociaux grand public
- Site grand public
- Plaque
- Campagne publicitaire

Points d'attention : la durée et le contexte d'utilisation

► L'utilisation de l'image peut être prévue dans le contrat de travail; dans ce cas la durée de l'autorisation est limitée à la durée du contrat.

► En l'absence de durée prévue, l'autorisation peut être retirée à tout moment, ça peut également être le cas en jurisprudence lorsque le salarié a quitté l'entreprise même en présence d'une durée si cela crée un décalage (prévisibilité/contexte des utilisations)

Reproduction et utilisation de l'image d'un salarié

► Quelques exemples de situations

■ Publication de l'image du salarié sur les sites internet de l'employeur

- Par précaution formaliser l'autorisation et prévoir que l'autorisation vaut pour la prise de vue ET pour la publication de la prise de vue
- Toutefois parfois l'autorisation peut avoir été donnée tacitement → CA Montpellier 28 novembre 2018 : la salariée avait eu un « comportement positif d'adhésion »
- Retirer l'image du salarié du site internet après son départ ou à 1^{ère} demande :
 - Lorsque le salarié avait donné son autorisation mais avait demandé le retrait (CA Amiens, 6 février 2019)
 - Lorsque le salarié a donné son autorisation de manière implicite (TGI Paris, 10 janvier 2018)
 - Lorsque l'autorisation donnée par le salarié était illimitée dans le temps (TGI Paris, 21 janvier 2013)
- Prendre en compte le cadre de la diffusion de l'image → CA Douai, 31 janvier 2012 : la salariée avait accepté que son image illustre le métier de téléconseiller qui était le sien mais n'avait pas consenti à de nouvelles diffusions relatives à un objet distinct – le handicap – ou dans un cadre plus large comme la page d'accueil du site.

Reproduction et utilisation de l'image d'un salarié

► Quelques exemples de situations

■ La communication corporate

- Par précaution, prévoir l'autorisation du salarié pour la prise de vue ET l'utilisation de la prise de vue sur un type de support précisé/dans le cadre d'une publication précise et la possibilité de continuer à utiliser l'image du salarié après son départ → CA Paris, 7 mars 2019, concernant la publication d'un livret de présentation du groupe : condamnation de l'employeur car le salarié avait donné son accord pour être photographié mais pas pour figurer dans le livret. De plus, pas d'autorisation pour l'exploitation des photographies après le départ du salarié.
- Toutefois, la jurisprudence a pu reconnaître dans certains cas que le salarié avait pu tacitement donner son autorisation à la prise de vue et à son utilisation → CA Bordeaux, 2 novembre 2017 concernant la publication de l'image d'un salarié dans le magazine de l'entreprise, trois mois après son licenciement : « *en prenant ainsi la pose au milieu d'autres intervenants dans le cadre des activités [il] a donné son assentiment à cette publication limitée au journal interne de l'entreprise* ».

Reproduction et utilisation de l'image d'un salarié

► Quelques exemples de situations

▪ Campagne publicitaire

- **Nécessité d'une autorisation du salarié prévoyant son accord à l'utilisation des prises de vue à des fins publicitaires**

- **L'autorisation doit être expresse** : « L'existence d'un contrat de travail ne permet pas à l'employeur d'exploiter l'image de son salarié à des fins publicitaires s'il ne justifie pas d'une clause spécifique contractuelle l'y autorisant » (TGI Nanterre, 15 septembre 2004)

- **L'autorisation doit préciser qu'elle est donnée à des fins publicitaires** → CA Grenoble du 13 mars 2018 : dans cette espèce, la demanderesse avait bien consenti à la prise de vue mais n'avait pas accepté que son image soit reproduite sur un support publicitaire => condamnation pour atteinte à son droit à l'image. **L'autorisation doit également préciser le support** → TGI Nanterre, 24 novembre 2011.

A défaut, les juridictions peuvent condamner l'annonceur sur le fondement de l'atteinte au droit à l'image du salarié (CA Aix-en-Provence, 10 mars 2017 pour des catalogues publicitaires ; CA Toulouse, 19 décembre 2014)

- **Par précaution, envisager l'application du régime des mannequins ou des artistes-interprètes dans certaines hypothèses** : si le salarié est une figure centrale de la publicité ou si cette publicité est intervenue hors du cadre de l'activité du salarié.

Reproduction et utilisation de l'image d'un consommateur

Contexte de la prise de vue

- Lors d'un salon
- Prise à l'occasion de tests consommateurs
- Sur un lieu de vente
- Prise ou fournie dans le cadre d'une participation à un concours / loterie

Utilisations envisagées

- Réseaux sociaux professionnels
- Site institutionnel
- Réseaux sociaux grand public
- Site grand public
- Plaque
- Campagne publicitaire

Point d'attention : le cas des enfants – une autorisation parentale est indispensable

Cas particulier : les influenceurs

Définition : « Un influenceur (blogueur, vlogueur, etc.) est un individu exprimant un point de vue ou donnant des conseils, dans un domaine spécifique et selon un style ou un traitement qui lui sont propres et que son audience identifie. » (Recommandation ARPP, Communication publicitaire digitale).

L'influenceur poste une photo qu'il a prise

Contexte de la prise de vue

- Dans son salon (test produit/tuto, etc.)
- Lors d'un événement
- Sur un lieu de vente
- ...

Attention à l'identification du caractère commercial le cas échéant ! #sponso
Attention aux droits d'auteurs éventuels → cession particulière

Utilisations par la marque

- Retweet/Partage sur réseaux sociaux grand public
- Site institutionnel
- Site grand public
- Plaque (témoignage par ex.)
- Campagne publicitaire

⚠ Lors d'une réutilisation, la marque endosse le discours de l'influenceur

Cas particulier : les influenceurs

La marque poste une photo

Contexte de la prise de vue

- Prise et fournie par l'influenceur
- Prise par la marque
- Lors d'un événement
- Lors d'un shooting ⚠

Attention à la qualification de mannequin ou se reporter à consommateurs/professionnels selon les cas.

Utilisations par la marque

- réseaux sociaux grand public
- Post sur réseaux sociaux professionnels
- Site institutionnel
- Site grand public
- Plaque (témoignage par ex.)
- Campagne publicitaire

Reproduction et utilisation de l'image d'un mannequin

• Une relation encadrée

- Définition de l'activité de mannequin à l'article L7123-1 du code du travail :

« Est considérée comme exerçant une activité de mannequin, même si cette activité n'est exercée qu'à titre occasionnel, toute personne qui est chargée :

1° Soit de **présenter au public**, directement ou indirectement par reproduction de son image sur tout support visuel ou audiovisuel, **un produit, un service ou un message publicitaire** ;

2° Soit de **poser comme modèle**, avec ou sans utilisation ultérieure de son image. »

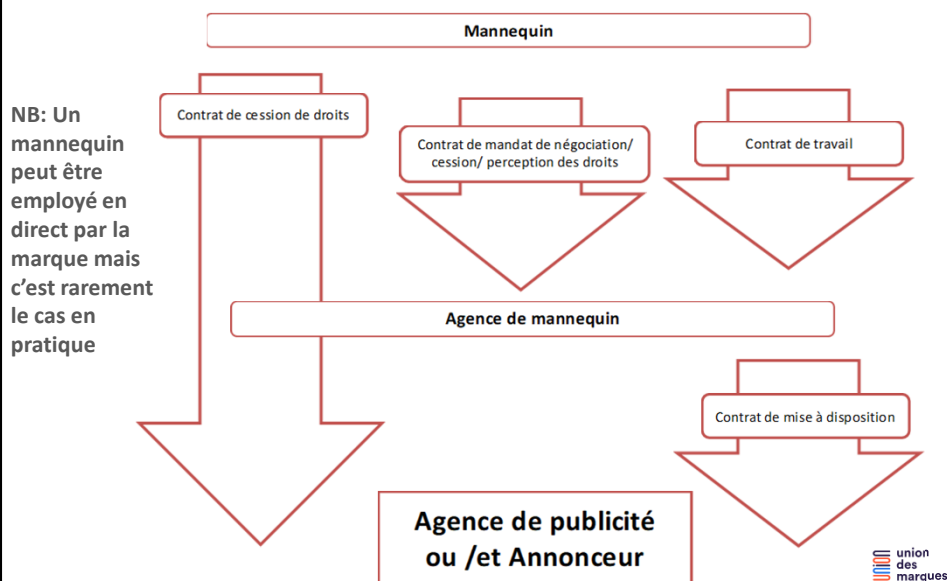
- Une définition large qui s'applique aussi aux mannequins non-professionnels, aux sportifs, à toute personne dont l'image est utilisée pour la promotion d'un produit, d'un service ou d'un message publicitaire

- Un contrat de travail (présence physique) et une cession des droits à l'image

- Contrats conclus via une agence de mannequins : contrat de mission (entre l'agence et le mannequin) + contrat de mise à disposition (entre l'agence et l'utilisateur) + contrat de cession du droit à l'image
- Contrats conclus directement entre l'annonceur et le mannequin : contrat de travail (CDI/CDD) + contrat de cession du droit à l'image

Reproduction et utilisation de l'image d'un mannequin

Schémas contractuels : emploi par une agence de mannequins



Reproduction et utilisation de l'image d'un mannequin

Exemple de clause de cession de droit à l'image (contrat-type Union des marques)

Article V – Modes d'exploitation autorisés et droits correspondants

Les modes d'exploitation autorisés par le mannequin sont indiqués ci-après ainsi que le montant des droits correspondants.

« **PRESSE** () ; Date de 1^{ère} utilisation éventuelle [...] ; France y compris DROM-COM au-delà de la première année [...] Monde [...] ; Autres (pays ou zone géographique à préciser) [...] **Rémunération** (pour une année ☐ , autre ☐) [...] € HT. Selon les usages, les droits presse et édition d'imprimés publicitaires, adressés par la poste ou déposés, sont gracieux pendant une année pour la France à compter de la première utilisation [...] »

Les autres modes d'exploitation sont évoqués de la même manière : **Affichage, Affichettes, Edition, Conditionnement, Audiovisuel, Communication par voie électronique, Utilisation d'images extraites du film...**

Article VI – Caractéristiques de l'utilisation

« L'utilisation de l'image du mannequin, objet du présent contrat, est autorisée pour tout support, tout format, pour les besoins de la campagne, tels que précisés à l'article 5.

Cette utilisation comprend :

Dossier presse ☐ Conformément aux usages, les droits d'exploitation du dossier de presse dans des articles rédactionnels pour la France et l'étranger sont compris dans les droits versés au titre de l'article 5 ci-dessus pour les exploitations publicitaires.

Maquette ☐ Conformément aux usages, la fabrication d'une (des) maquette(s) pour un projet de campagne est comprise dans les droits versés au titre de l'article 5 ci-dessus pour les exploitations publicitaires.

P.L.V. – s'il n'y a pas d'utilisation presse, les droits sont gracieux lorsque l'image est reproduite des **petits tirages : quantité (à préciser)** ☐

Utilisation non publicitaire de photos, d'images tirées du film publicitaire, du film lui-même ou de son tournage ☐

Le mannequin accepte, en contrepartie des droits versés pour les exploitations publicitaires de son image (article 5), pendant la durée des droits acquis, les utilisations suivantes : publicité professionnelle, communication interne, y compris forces de vente et réseau de distribution, communication BtoB dans presse professionnelle et salons professionnels, information journalistique (presse écrite et audiovisuelle).

Lorsqu'il s'agit d'une utilisation de nature culturelle ou à fin de rétrospective, l'autorisation de diffusion est sans limitation de durée et sans paiement des droits. Sont notamment concernées les émissions de télévision sur la publicité, les prix, les rétrospectives publicitaires (ex. rubrique dédiée sur le site internet de l'annonceur, ex. Semaine de publicité) les conférences, séminaire ou exposition ayant pour but de présenter au public la publicité dans ses différents modes d'expression, les portfolios des agences, des réalisateurs ou sociétés de production. »

Reproduction et utilisation de l'image d'un mannequin

• Une rémunération encadrée

- Les sommes versées pour le shooting, les prises de vues, etc. sont **nécessairement des salaires** (+ pas de mannequin bénévole – une exception au principe de contrat de travail, le mannequin exerçant une activité à son compte dans un autre pays de l'EEE)
- La rémunération due au titre de l'exploitation du droit à l'image peut être soit un salaire soit des redevances (art. L7123-6 du code du travail) :

« La rémunération due au mannequin à l'occasion de la vente ou de l'exploitation de l'enregistrement de sa présentation par l'employeur ou tout autre utilisateur n'est pas considérée comme salaire dès que la présence physique du mannequin n'est plus requise pour exploiter cet enregistrement et que cette rémunération n'est pas fonction du salaire reçu pour la production de sa présentation, mais est fonction du produit de la vente ou de l'exploitation de l'enregistrement. »

- Ces sommes ne sont pas considérées comme du salaire à la double condition que :

la présence physique du mannequin ne soit plus requise pour exploiter

l'enregistrement + que la rémunération soit fonction du produit de la vente ou de l'exploitation de l'enregistrement.

union
des
marques

Reproduction et utilisation de l'image d'un mannequin

• Une rémunération encadrée

Une jurisprudence fournie sur la nature des rémunérations versées au titre de l'exploitation de l'image d'un mannequin

Cass. civ 2è, 9 juillet 2009 (n°08-18794) Chanel c/ URSSAF Paris :

Les rémunérations versées à un mannequin en contrepartie de l'exploitation de son image sont qualifiées de salaire dès lors qu'elles ont « un caractère forfaitaire sans que soit précisé l'importance de l'utilisation de l'image du mannequin ». L'annonceur devait donc soumettre ces rémunérations à cotisations sociales.

Pour la Haute juridiction reprenant la Cour d'appel, les rémunérations versées en contrepartie de la cession par le mannequin de son droit à l'image auraient été qualifiées de redevances « *si, notamment, leur montant avait été fonction du seul produit aléatoire de la vente ou de l'exploitation de l'enregistrement de la prestation de l'intéressé* ».

En outre la Cour de Cassation considère que le mécanisme de fixation forfaitaire écarte de facto la qualification de redevances et emporte celle de salaire. La rémunération forfaitaire d'une cession de droit à l'image est donc soumise à cotisations sociales.

 union
des
marques

Reproduction et utilisation de l'image d'un mannequin

• Une rémunération encadrée

CA Paris, 9 février 2017, Dynamite c/ URSSAF Ile de France:

Les contrats ayant fait l'objet d'un redressement URSARFF prévoyaient une rémunération du mannequin versée à la première diffusion de l'image et fixée à l'avance selon un barème forfaitaire ayant notamment pour critère le type de support et la durée de la cession.

Sont qualifiées de redevances les sommes forfaitaires :

- Fixées à l'avance selon un barème forfaitaire (selon type de support + durée cession) ;
- Versées à la première diffusion de l'image pour chaque mode d'exploitation.

L'aléa et le caractère fonction de l'exploitation de l'image sont caractérisés car les sommes n'étaient payables que si le mannequin était reconnaissable et à première diffusion, lorsque la durée et la nature de celle-ci sont définitivement acquis.

Il n'est pas nécessaire d'attendre la fin de l'exploitation pour verser les rémunérations.

Pour la Cour d'appel :

- rien n'exclut a priori une rémunération forfaitaire du droit à l'image dès lors que cette rémunération tient compte de l'exploitation réelle et des résultats perçus par l'employeur en raison de l'utilisation effective des images du mannequin.
- « Le code du travail n'exige pas un « lien parfaitement proportionné entre le nombre d'utilisations de l'image et les sommes versées au mannequin ».

 union
des
marques

Reproduction et utilisation de l'image d'un artiste

Les mêmes principes s'appliquent aux artistes

- La prestation physique de l'artiste doit faire l'objet d'un contrat de travail et sa rémunération est versée en salaire
- L'exploitation de l'image d'un artiste nécessite une autorisation et sa rémunération peut être qualifiée soit de salaire soit de redevances selon ses caractéristiques (+ penser à la quote-part Acoss nécessairement sous forme de salaire)
- En présence d'un artiste-interprète, il faut en outre prévoir la cession des droits voisins avec le formalisme imposé par le code de la propriété intellectuelle et exploiter l'interprétation dans le respect de son droit moral.

Mannequins, artistes, pour aller plus loin

► Une synthèse jurisprudentielle
(mannequins, artistes, sportifs
& salariés) à votre disposition



► Les textes et circulaires applicables

Création et production publicitaire

Droit des artistes interprètes 01-03-19	Droit des mannequins 01-03-19
Droit à l'image des personnes et protection de la vie privée 01-03-19	Droit à l'image des sportifs 01-03-19

► Nos contrats types à commander :

- Contrat de cession des droits d'utilisation de l'image d'un mannequin - [ici](#).
- Contrats avec un artiste interprète pour l'utilisation d'enregistrements publicitaires audiovisuels – [ici](#).



UNION DES MARQUES
251 boulevard Pereire 75852 • PARIS CEDEX 17
Tél : 01 45 00 79 10 • www.uniondesmarques.fr