

Les Associations sportives et LE DROIT À L'IMAGE

Autorisation type

« Je soussigné(e) nom et prénom, demeurant à ... autorise gracieusement pour le monde entier et sans limite de durée (ou à défaut préciser la durée de validité de l'autorisation), conformément aux dispositions relatives au droit à l'image, l'association (nom de l'association) à reproduire sur son site web et sur tout support les photographies réalisées dans le cadre de ses activités et de son objet pour une exploitation non commerciale de son image. Je renonce expressément à tout action à l'encontre de l'association qui trouverait son origine dans l'exploitation de mon image dans le cadre précité ».

Signature (pour les mineurs faire aussi signer le représentant légal)

Que ce soit sur leur site internet, leur page Facebook, ou plus traditionnellement sur une affiche ou un bulletin de club, les associations publient régulièrement des photographies.

Si une telle pratique s'avère nécessaire à des fins communicatives, les associations doivent être vigilantes au respect du droit à l'image des sujets photographiés, ainsi qu'au respect du droit d'auteur du photographe.

Droit à l'image et vie privée

Le fondement du droit à l'image se trouve dans l'article 9 du code civil : «Chacun a le droit au respect de sa vie privée (...)». Pour caractériser l'atteinte au droit à l'image, la personne photographiée doit être identifiable et sa vie privée concernée. Autrement dit, les juges prendront en considération le lieu où la photographie a été prise et son contexte pour déterminer si oui ou non la vie privée de la personne est concernée.

Avant toute publication, il est obligatoire de recueillir une autorisation des personnes dont l'image figure sur le document visuel. Ce principe est encore plus fort si la scène se déroule dans un lieu privé.

S'agissant d'une photographie prise dans un lieu public, sa publication nécessite seulement l'autorisation des personnes isolées et reconnaissables. La publication de photographies représentant des sportifs au sein d'une foule (ex : course sur la voie publique) ne nécessite pas d'autorisation préalable.

Autorisation préalable

L'autorisation doit répondre à certaines conditions obligatoires. Elle doit être formelle, écrite et elle doit préciser dans quel cadre l'image sera utilisée (lieu, durée, modalités de diffusion, sur quel support etc.).

L'autorisation peut être générale. Si l'association utilise régulièrement des images de manifestation sportive sur lesquelles figurent ses membres, elle a tout intérêt à demander à chacun d'eux une autorisation générale de diffusion au moment de leur adhésion. Il en est de même pour les salariés de l'association.

Si les membres ou les salarié-e-s refusent de souscrire à l'autorisation, ou si l'association ne parvient pas à obtenir leur autorisation, elle ne devra pas publier leur image, ou devra flouter

leur visage dans les clichés où ils/elles sont reconnaissables. Lorsqu'une photographie fait apparaître un mineur, l'autorisation doit être signée par un représentant légal de l'enfant.

Une exception au principe : sous réserve que le traitement de l'image soit respectueux de leur personne, la diffusion des images des personnages publics et des célébrités dans le cadre de leur activité ne nécessite pas d'autorisation individuelle.

L'association, qui contreviendrait au respect du droit à l'image, engage sa responsabilité civile. Elle peut être condamnée à verser des dommages et intérêts pour réparer le dommage subi par la victime. L'article 9 du code civil déjà mentionné prévoit, en outre, la possibilité pour les juges d'ordonner en référé (procédure d'urgence) toutes mesures pour empêcher ou faire cesser l'atteinte à la vie privée (séquestre, saisie et autre).

Droit d'information et d'exploitation des images d'une manifestation sportive

Toutefois, deux notions viennent «alléger» ces devoirs. La première est celle du «droit à l'information» : De manière générale, sont licites et exemptes d'autorisation, les images qui répondent aux besoins de l'information du public. Encore faut-il que les photos aient un rapport direct avec l'information véhiculée lors de leur publication. Autrement dit, le droit à l'information permet la reproduction d'image d'une manifestation sportive lorsque celle-ci illustre une information sur une manifestation en direction du public (organe de presse, bulletin associatif, site internet...).

La seconde, est que «l'organisateur d'une manifestation sportive est propriétaire des droits d'exploitation de l'image de cette manifestation, notamment par diffusion de clichés photographiques réalisés à cette occasion» (Cour de Cassation, dans un arrêt du 17 mars 2004). Par conséquent, il confère audit organisateur le droit d'exploitation des manifestations sportives, et donc corrélativement des images des participants (article L333-1 du Code du sport).

Droit d'auteur

Enfin, attention à qui à pris la photo, en effet, toute représentation ou reproduction d'une œuvre faite sans l'accord de l'auteur ou de ses ayants droit est illicite. Autrement dit, dès lors que l'association n'est pas l'auteur des photographies qu'elle souhaite publier, elle doit préalablement obtenir l'autorisation de son auteur ou de ses ayants droits, d'autant plus s'il s'agit d'un-e photographe professionnel. Ce dernier peut demander de l'argent contre le droit de diffuser ses photographies. Dans ces cas, il est nécessaire de signer un contrat qui mentionnera toutes les conditions de diffusion. Selon l'article L335-3 du Code de la propriété intellectuelle, le non respect du droit d'auteur peut entraîner notamment 300 000 euros d'amende. #

NEWSLETTER

et la procédure «opt in actif»

Pour informer ses adhérents, de plus en plus d'associations utilisent une lettre d'information électronique (ou newsletter). Deux éléments obligatoires pour mettre en œuvre la newsletter :

- Utiliser la procédure «opt in actif» qui consiste à solliciter l'autorisation préalable du particulier pour pouvoir ensuite lui adresser un message électronique (obligatoire pour les newsletter commerciales, elle est fortement conseillée pour les associations). Le consentement peut être effectué par voie écrite ou électronique.
- Chaque newsletter doit prévoir la possibilité de se désabonner de façon simple et sans frais. Le plus efficace est de prévoir un lien conduisant à un formulaire de désabonnement. # TF