© DR

Fabienne Fajgenbaum
Avocate au cabinet Nataf Fajgenbaum et associés

Si l'exploitation des archives peut être un levier de communication et de revenus supplémentaires pour les clubs et les fédérations, des règles existent. Qui peut exploiter ces droits ? Quelles sont les conditions ? Maître Fabienne Fajgenbaum, avocate au cabinet Nataf Fajgenbaum et associés, apporte son éclairage juridique.

« L'exploitation des archives : une superposition de droits »

Quel est le cadre juridique pour les fédérations, les clubs ou les marques qui souhaitent utiliser des archives vidéo ?

Fabienne Fajgenbaum : Le point de départ est la compétition sportive à laquelle se rattache juridiquement l'article L.333-1 du Code du sport. Les organisateurs (privés ou fédéraux) sont propriétaires du droit d'exploitation des manifestations ou compétitions qu'ils organisent. Les organisateurs de manifestations sportives sont donc notamment également titulaires des droits d'exploitation audiovisuelle, ce que confirme expressément le second alinéa de l'article L.333-1. La difficulté vient du fait que la captation des compétitions sportives peut, le cas échéant, donner prise à des droits d'auteur distincts de la manifestation elle-même ; le droit à l'image des athlètes ayant pris part à la manifestation peut également être concerné. En pratique, cette superposition de droits peut s'avérer délicate à gérer dans le cadre des archives vidéo, à plus forte raison lorsque leur exploitation aura une vocation promotionnelle, voire commerciale. Il règne donc une forte casuistique.

Les archives sont-elles susceptibles d'être sous la coupe du droit d'auteur ?

FF : L'arrêt Murphy rendu le 4 octobre 2011 par la Cour de Justice (Affaires C-40308 et C-42908) rappelle qu'une compétition sportive n'est pas en tant que telle éligible à la protection du droit d'auteur, en l'absence d'une création intellectuelle qualifiable d'œuvre. Ainsi que nous l'avons vu, il existe en revanche des droits d'exploitation audiovisuelle, cédés par un détenteur à un diffuseur qui est donc autorisé à capter les images. La captation de l'événement sportif peut, elle, donner prise au droit d'auteur, pour autant qu'elle révèle l'empreinte de la personnalité de son auteur (par le biais du montage, l'usage de ralentis, la sélection de plans et d'angles originaux, etc.). Dans cette hypothèse, l'exploitation des images d'archive n'est en principe possible qu'avec l'accord préalable du titulaire de ces droits d'auteur. En pratique, la titularité des droits est organisée dans le cadre des accords passés entre les organisateurs et diffuseurs. Naturellement, la situation est beaucoup plus simple lorsque l'organisateur, à l'instar de certaines fédérations, prend également en charge la captation de l'événement.

Les marques peuvent-elles utiliser d'anciennes images pour communiquer ?

FF : Le droit d'auteur est naturellement en cause, pour peu que les images d'archives soient éligibles à cette protection. Plus délicate est en revanche la question du droit à l'image individuelle du sportif. Par exemple, si une marque souhaitait utiliser commercialement l'image de Yannick Noah quarante ans après son succès à Roland Garros, il lui appartiendrait de solliciter préalablement son accord ; à moins que ce cas de figure ait été prévu dans le règlement de la manifestation et que le sportif ait concédé ce droit à l'organisateur. C'est d'ailleurs bien souvent le cas, lorsqu'un sportif participe à une manifestation. En définitive, toutes les options restent ouvertes, pour autant qu'un accord soit intervenu en amont entre les parties.

Un ancien sponsor ou un nouveau sponsor d'une compétition peut-il s'opposer à la diffusion d'images d'archives le mettant en scène ou montrant un sponsor concurrent ?

FF : Je pense qu'il le pourrait. Nous ne sommes plus dans une problématique de droit d'auteur, mais plutôt au niveau de la loyauté dans la communication. Le nouveau sponsor peut en effet légitimement attendre de l'organisateur de la manifestation sportive qu'il s'abstienne de promouvoir un ancien partenaire, à plus forte raison s'ils se trouvent en situation de concurrence. Tout dépendra finalement de la nature de l'usage qui sera fait des images d'archives, à savoir un usage à titre simplement documentaire de rétrospective ou au contraire à vocation commerciale. Quoi qu'il en soit, il est intéressant de relever que l'article R.333-2 du Code du sport prévoit que « *la fédération et la ligue professionnelle conservent la possibilité d'utiliser librement toute image* » pour « *l'organisation et le déroulement des compétitions, la formation des arbitres, la promotion de la discipline, l'éducation des jeunes sportifs.* » C'est tout de même assez large. Si une fédération ou sa ligue veut promouvoir sa discipline par le biais d'archives, elle le peut donc parfaitement.

Peut-on monétiser ces archives ?

FF : Oui, on le peut, archive ne signifiant pas « domaine public ». En l'absence de grille tarifaire, cette question relève de la négociation contractuelle et sera réglée par un accord entre celui qui possède les droits et celui qui souhaite les exploiter. Rien ne s'oppose donc à ce que le titulaire des droits bénéficie de retombées, par le biais de licences. En juin 2005, la Cour d'appel de Paris a d'ailleurs condamné la Fédération française de ski nautique à la demande du champion Patrice Martin. Des photos de ce dernier avaient en effet été prises, avec son accord, pour illustrer les plaquettes promotionnelles d'un spectacle qu'il organisait. Or, la Fédération a utilisé ces photos, sans son autorisation, pour promouvoir son propre Master de France. Le champion et le photographe ont été indemnisés. Un raisonnement par analogie avec l'usage d'archives est envisageable.

Florent Barraco

Si une fédération ou sa ligue veut promouvoir sa discipline par le biais d'archives, selon Fabienne Fajgenbaum, elle le peut.

© Philippe Millereau - Dppi

Toute copie, reproduction ou représentation intégrale ou partielle sans l'autorisation écrite de la société Sport Strategies S.A.S est illicite et constitue une contrefaçon