

CELEXANSE A V O C A T S

LE SPORTIF PROFESSIONNEL ET SES DROITS A L'IMAGE



ETENDUE DES DROITS A L'IMAGE DU SPORTIF PROFESSIONNEL

LE SPORTIF PROFESSIONNEL NE
DISPOSE PAS D'UN MAIS DE
PLUSIEURS DROITS SUR SON IMAGE



De quoi parle-t-on ? Le droit à l'image qu'est-ce-que c'est ?

Le droit à l'image est un droit de la personnalité.

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

Transposée au sportif professionnel, cela signifie que son image ne peut pas être exploitée sans son consentement.

Quels sont les différents droits à l'image du sportif professionnel existants ? Il y en a 4

- le droit d'**image individuelle** (en dehors du contexte du club dans lequel il joue ou en dehors du complexe sportif dans lequel l'athlète s'entraîne).

Concernant le droit d'image individuelle, le sportif professionnel garde la totale maîtrise de son image qu'il gère et commercialise à sa guise.

Il a le choix entre 2 modes de commercialisation possibles de ce droit à l'image :
-soit il le commercialise directement (par le joueur lui-même ou son agent le cas échéant);

-soit via une société (créée et détenue par le joueur professionnel ou l'athlète) laquelle il concède le droit d'exploiter son image moyennant une rémunération versée directement par le partenaire commercial au joueur ou à l'athlète, sans passer par le club, donc sans charge.

- le droit d'**image individuelle associée** (intervenant dans le cadre du club dans lequel il joue ou du complexe sportif dans lequel l'athlète s'entraîne).

Classiquement, c'est le cas de l'image du joueur portant le maillot de son club sportif.

Concernant ce droit d'image, cette fois c'est le club qui utilise l'image du joueur ou de l'athlète (en tant que salarié) à son profit. Souvent dans les deux cas suivants:

-tout d'abord, pour assurer sa promotion ou la promotion des compétitions auxquelles il participe;

-mais aussi pour commercialiser sous forme de « produits dérivés » des équipements sportifs.

L'exploitation de ce droit fait l'objet d'un dispositif spécial la plupart du temps en dehors du contrat de travail du joueur ou de l'athlète.

-le droit d'**image collective** (intervenant dans le cadre d'une équipe). Chaque club bénéficie d'un droit exclusif sur l'image collective de leur équipe de joueurs professionnels ou d'athlètes. L'exploitation de ce droit d'image ne fait l'objet d'aucune clause particulière dans le contrat de travail du joueur ou de l'athlète.

- le droit à l'**image du sportif à l'occasion d'une compétition sportive**, (dans cette hypothèse ce droit à l'image et son exploitation appartiennent à l'organisateur en vertu de l'article L. 333-1 du code du sport. L'organisateur d'une manifestation sportive est en effet seul propriétaire des droits d'exploitation de l'image de cette manifestation- compétition).



EXPLOITATION ET REMUNERATION DES DROITS A L'IMAGE DU SPORTIF PROFESSIONNEL

COMMENT ET AVEC QUI LE SPORTIF PEUT-IL EXPLOITER-CÉDER SES DROITS A L'IMAGE ?

- **Avec son CLUB au travers d'un contrat spécifique** (différent du contrat de travail), **appelé contrat d'image**. Dans ce contrat, le sportif cèdera l'utilisation de son droit à l'image individuelle associée et il percevra en contrepartie une redevance (si sa présence physique n'est pas requise pour exploiter commercialement son image et si le montant de la redevance est calculée en fonction des recettes générées par cette exploitation commerciale de son image)

ET

- **Avec une MARQUE/ un ANNONCEUR/ un PROFESSIONNEL au travers d'un contrat de sponsoring, de partenariat**. Dans ce contrat, la marque- l'annonceur- l'entreprise finance l'activité sportive de l'athlète en échange d'une promotion et d'une publicité de sa marque, de son entreprise.

Quelque soit le contrat utilisé pour l'exploitation de l'image du sportif professionnel, le contrat devra:

- prévoir impérativement une durée concernant la cessation et l'exploitation de l'image;

- définir exhaustivement les supports (site internet, réseaux sociaux- facebook et instagram du club) et les médias qui seront utilisés pour l'exploitation de l'image du joueur;

- préciser le ou les lieu(x), la ou les situation(s) de la prise de la photographie (entraînements, déplacements, compétitions, lors d'interviews, lors de la remise de prix...).



ASTUCES ET CONSEILS

D'ORDRE FISCAL:

Le sportif professionnel a tout intérêt à créer le plus rapidement sa société pour gérer les droits sur son image.

Il a également tout intérêt à négocier, dans le cadre de sa rémunération, que la partie de celle-ci prenant la forme d'une redevance au titre du droit à l'image soit aussi importante que l'autre partie de la rémunération versée sous la forme de salaire.

CONCERNANT L'UTILISATION DES RESEAUX SOCIAUX:

Les sportifs ont tous des raisons différentes de développer leur présence en ligne : développer sa notoriété, maîtriser sa réputation, attirer l'attention du public et des médias, mettre en avant son sport, son club, ou encore sa fédération, construire son image de marque, échanger avec ses fans, donner de la visibilité à ses sponsors, mettre en lumière ses engagements caritatifs.

Il n'y a pas de bonnes ou mauvaises raisons d'utiliser les réseaux sociaux pour un sportif professionnel. Il est cependant primordial de savoir pourquoi les utiliser, dans l'objectif de mettre en place une **stratégie de communication** qui permettra d'atteindre les **objectifs fixés**.