

# Profession photographe: l'essentiel du droit d'auteur en 20 conseils

À l'heure du tout numérique, le droit d'auteur et la création sont devenus des enjeux de société: plus que jamais les photographes doivent réaffirmer leurs droits.

La Commission Photographie de l'ADAGP a souhaité mettre à disposition de tous les photographes et notamment à l'attention des plus jeunes, une boîte à outils pour leur permettre d'évoluer plus sereinement dans la partie administrative et juridique de leurs activités: photographier et défendre vos droits; autoriser ou non l'exploitation de vos œuvres; exposer vos photos; travailler avec une agence, une galerie; budgéter; facturer; etc. Autant de questions auxquelles cette publication – également consultable sur le [site de l'ADAGP](#) – se propose de répondre.

## Qu'est-ce que le droit d'auteur ?

Ces conseils ont été rédigés en juillet 2020 dans le but d'informer les photographes sur leurs droits conformément à la législation en vigueur. Ces dispositions légales sont susceptibles d'évolution.

## Le droit moral

Le droit moral protège les intérêts non économiques de l'auteur et permet de sanctionner les atteintes à l'œuvre.

La loi française reconnaît plusieurs prérogatives de droit moral :

### Le droit à la paternité

Chaque utilisation d'une œuvre doit mentionner le nom de son auteur.

### Le droit au respect de l'intégrité de l'œuvre

L'auteur peut s'opposer aux atteintes portées à son œuvre : modifications, destruction, utilisation dans un contexte dégradant ou trahissant l'esprit de l'œuvre, etc.

### Le droit de divulgation

Seul l'auteur peut décider du moment où il rendra publique son œuvre pour la première fois.

### Le droit de repentir ou de retrait

Ce droit permet à l'auteur, mais à des conditions très strictes, de retirer une œuvre de la circulation s'il regrette de l'avoir rendue publique.

En France, le droit moral est perpétuel : il ne tombe pas dans le domaine public. À la mort de l'auteur, il est exercé par ses ayants droit.

Le droit moral est par ailleurs inaliénable et imprescriptible : l'auteur ne peut ni y renoncer ni le céder. Il ne peut pas non plus le confier à une société d'auteurs. Si l'ADAGP ne gère pas le droit moral de ses adhérents, elle peut toutefois les conseiller dans l'exercice de ce droit.

## Les droits patrimoniaux

Les droits patrimoniaux permettent à l'auteur d'autoriser ou d'interdire les utilisations de ses œuvres et d'en tirer une rémunération si celles-ci sont utilisées par des tiers.

L'auteur dispose de plusieurs droits patrimoniaux :

### Le droit de reproduction

Ce droit permet à l'auteur d'autoriser ou d'interdire la fixation matérielle d'une œuvre sur un support.

Le droit de reproduction est sollicité lorsque l'œuvre est reproduite dans un livre, dans un journal ou sur des cartes postales, par exemple.

### Le droit de représentation

Ce droit permet à l'auteur d'autoriser ou d'interdire la communication de l'œuvre au public, de manière directe ou indirecte. C'est ce droit qui est sollicité, par exemple, lorsque l'œuvre est exposée, apparaît dans un programme télédiffusé ou sur un site web.

### Le droit de suite

Ce droit permet à l'auteur de percevoir un pourcentage sur le prix de revente de ses œuvres lorsqu'intervient un professionnel du marché de l'art.

En France, la durée des droits patrimoniaux s'étend pendant toute la vie de l'auteur et persiste pendant les 70 années qui suivent son décès. Les droits de reproduction et de représentation peuvent être cédés dans le cadre d'un contrat de cession de droits. Le droit de suite ne peut pas être cédé par l'auteur mais il peut être légué à certaines conditions.

L'ADAGP assure la perception et la répartition des droits patrimoniaux de ses adhérents.

# Photographier et défendre vos droits et ceux des autres

## (1) Vous identifier comme auteur dès la prise de vue

Quelques précautions simples vous permettront d'indiquer dans vos fichiers, dès la prise de vue, que vous êtes l'auteur de la photographie et vous permettront de vous assurer de sa traçabilité. Il vous suffit de compléter les champs IPTC de votre photo. Les informations IPTC sont constituées de multiples champs de métadonnées à remplir pour un référencement complet de votre photo. Tous ces champs ne sont pas indispensables mais il est recommandé de compléter au minimum les données suivantes: votre nom et vos coordonnées, la date de création, le titre, éventuellement les mots-clés, la description de l'image et le nom de l'ADAGP si vous en êtes membre.

Ces champs peuvent être remplis directement en paramétrant votre appareil photo ou être mis à jour à l'aide d'un logiciel de catalogage.

## (2) Protéger vos photos

Pour qu'une œuvre soit protégée par le droit d'auteur, il n'y a aucune formalité préalable à accomplir: la protection d'une photo naît du seul fait de sa création.

Bien que cela ne soit pas nécessaire pour que vos œuvres soient protégées, il est possible dans certains cas de constituer des preuves sur leur date de création ou sur leur paternité. Vous pouvez constituer une preuve sous forme d'un dépôt: soit chez un huissier ou un notaire; soit auprès de l'INPI par le biais d'une enveloppe Soleau ou e-Soleau; ou encore par un envoi à vous-même d'un pli recommandé avec accusé de réception contenant le document permettant d'identifier l'œuvre, conservé cacheté et qui pourra être ouvert par le juge en cas de litige.

Il est également conseillé de conserver les fichiers sources de vos photographies car en cas de contestation de votre paternité sur une photographie, la présentation des fichiers en haute définition ou d'autres photographies de la même série constituera des éléments de preuve.

### (3) Faire respecter votre droit moral

Parmi les prérogatives du droit moral, vous devez en particulier être vigilants sur :

Le **droit à la paternité** ou «droit au nom», qui rend obligatoire la mention du nom du photographe à chaque utilisation de ses photos, sur internet, les réseaux sociaux et la télévision.

**N.B.** Les mentions «DR» ou «droits réservés» n'ont aucune valeur juridique. Le recours à ces mentions, qui contribue à l'anonymisation des photographes, ne permet pas de remplacer votre nom et constitue une atteinte à votre droit à la paternité. Dans vos contrats, vous pouvez rappeler cette obligation légale en indiquant la mention précise que vous souhaitez voir indiquée. Vous pouvez également demander à ce que votre nom figure «à côté/en dessous» de chaque photo et de manière **lisible**, pour éviter les mentions en petit caractère en fin d'ouvrage, par exemple.

Le **droit au respect de l'œuvre** permet aux photographes de s'opposer aux atteintes portées à l'intégrité de leurs œuvres : modification, colorisation, recadrage, montage, etc.

### (4) Le droit à l'image des personnes photographiées

Le droit au respect de la vie privée permet à toute personne de s'opposer à la diffusion de son image. Si vous souhaitez publier des photographies sur lesquelles des personnes sont identifiables, vous devez obtenir de leur part une **autorisation écrite et précise** de diffusion. Si les personnes photographiées sont mineures, vous devez avoir l'autorisation des personnes exerçant l'autorité parentale. Si vous vendez ou si vous cédez vos droits sur une telle photo, il est important d'indiquer à votre interlocuteur qu'il devra obtenir l'autorisation de la personne photographiée pour toute exploitation de la photo.

À l'inverse, le fait qu'une personne figure sur vos photos, même si elle en est le sujet principal, ne lui donne aucun droit d'exploiter cette photo sans votre autorisation.

La nécessité d'obtenir une autorisation peut être nuancée dans certains cas, par exemple, lorsque votre photo est nécessaire à la diffusion d'une information : photos d'actualité, reportage sur une manifestation, etc.

## (5) La propriété intellectuelle des objets et des oeuvres photographiés

Si vous photographiez des œuvres d'autres artistes : des œuvres architecturales, des produits de marques, des objets de design, etc., vous devez savoir que ces œuvres ou objets peuvent être protégés par des droits de propriété intellectuelle : droit d'auteur, droit des marques... Pour les photographies d'œuvres protégées par le droit d'auteur, vous devrez vous assurer de respecter les droits patrimoniaux, si ces œuvres ne sont pas entrées dans le domaine public, mais aussi à certains égards le droit moral (paternité, respect de l'œuvre...) de l'auteur initial.

Cela signifie que vous ne pouvez pas exploiter commercialement vos photos sans l'autorisation écrite des artistes et architectes (ou de leurs ayants droits) dont vous avez photographié les œuvres, si celles-ci ne sont pas entrées dans le domaine public.

Dans ce cas, si vous vendez ou si vous cédez vos droits, il est important d'indiquer à votre interlocuteur que vous n'êtes pas responsable des droits des tiers.

# Autoriser ou non l'exploitation de vos œuvres: la cession de droits

## (6) Vendre une photographie et conserver vos droits d'auteur

Si vous vendez un tirage ou un négatif, l'acheteur n'acquiert pas du seul fait de la vente les droits sur l'œuvre elle-même car la propriété matérielle est indépendante de la propriété intellectuelle.

Si la cession de vos droits est sollicitée par le commanditaire ou l'acquéreur de votre photo, celle-ci sera expressément mentionnée dans un écrit et sera soumise à de strictes conditions de validité

. Par exemple, si vous vendez une photographie à un collectionneur privé ou à un musée et que vous ne cédez pas vos droits d'auteur, vous pouvez indiquer sur votre facture la mention suivante:

«Ce contrat de vente n'entraîne pas la cession des droits d'auteur du photographe. Toute utilisation des photographies devra faire l'objet d'une autorisation et d'une facturation distincte.»

Si vous êtes membre d'un organisme de gestion collective pour la gestion de vos droits tel que l'ADAGP, vos factures peuvent renvoyer à cette société pour les autorisations de droits d'auteur à obtenir.

## (7) Faire une photographie de commande

Comme pour la vente d'une photographie, la réalisation d'une commande pour une prise de vue n'entraîne pas la cession automatique de vos droits d'auteur. Si votre client souhaite utiliser vos photographies pour sa communication ou de la publicité, un contrat de cession de droits doit être établi et prévoir très précisément les conditions auxquelles vous autorisez l'utilisation de vos œuvres

## (8) Délimiter l'exploitation de l'œuvre : le contrat de cession de droits

Si vous n'êtes pas membre d'un organisme de gestion collective des droits d'auteur et que vous devez céder vos droits pour autoriser un tiers à utiliser l'une de vos photographies, vous devez être attentif à bien délimiter cette cession de droits. La loi prévoit que, pour être valable, une cession de droits d'auteur doit être matérialisée par un contrat écrit identifiant les œuvres concernées et spécifiant l'étendue des droits cédés, les conditions d'exploitation, la durée, le territoire d'exploitation et les conditions financières de cette cession.

↳ Quels sont les points essentiels à préciser dans votre contrat ?

### ÉTABLIR LA LISTE DES DROITS CÉDÉS

Il s'agit donc ici de vos **droits patrimoniaux**, et les deux droits qui peuvent être cédés sont le **droit de reproduction** et le **droit de représentation**.

Le droit de reproduction permet à l'auteur d'autoriser ou d'interdire la fixation matérielle de son œuvre sur un support : reproduction sur une affiche, un livre, dans un magazine papier, etc.

Le droit de représentation permet d'autoriser ou d'interdire la communication de son œuvre au public, de manière directe ou indirecte : exposition, diffusion sur internet ou à la télévision, etc. Dans votre contrat, vous devez spécifier si vous cédez votre droit de reproduction, votre droit de représentation, ou les deux.

**Exemple** Si un éditeur de presse souhaite exploiter l'une de vos photos pour illustrer un article dans un journal papier, seul le droit de reproduction entre en jeu. Pour pouvoir utiliser la même photo dans la version numérique de son journal, il faudra que votre contrat prévoit également la cession de votre droit de représentation.

**N.B.** Des mentions telles que «tous droits cédés», «droits compris», etc. sans plus de précisions n'ont aucune valeur juridique.

### ÉTABLIR LA LISTE DES SUPPORTS AUTORISÉS ET DÉFINIR LES TYPES D'EXPLOITATION PERMIS

Écrire que vous consentez à céder votre droit de reproduction ou de représentation est indispensable mais ne suffit pas. Vous devez ensuite **énumérer les différents supports** sur lesquels votre client pourra reproduire et représenter vos photos et indiquer **à quelles fins** ces supports pourront être exploités : communication, promotion d'un produit, exploitation commerciale.

Il est important d'identifier les différents modes d'exploitation possibles : autorisez-vous l'utilisation de votre photo pour une illustration dans un ouvrage, en couverture de livre, pour un article de presse papier et/ou numérique, une affiche, un catalogue, des cartes de visites, pour les réseaux sociaux, internet, l'intranet d'une société, etc. ? Par exemple, pour une cession de droit limitée à des exploitations non-commerciales, vous pouvez utiliser la formulation suivante :

« La présente autorisation de reproduction et de représentation sur les supports précités est accordée exclusivement dans le cadre d'une diffusion gratuite au public, à l'exclusion de toute exploitation commerciale. »

### DÉTERMINER SI LA CESSION EST EXCLUSIVE OU PAS

Si cette précision n'est pas rendue obligatoire par la loi, elle est fondamentale pour le photographe. En effet, si vous cédez vos droits « à **titre exclusif** », cela signifie que seul votre client aura le droit de diffuser votre photo pendant la période, sur les supports et territoires déterminés ; personne d'autre, pas même vous, ne pourra utiliser cette photo. Dans une cession « à **titre non exclusif** », vous autorisez votre client à utiliser votre photographie dans les conditions déterminées mais vous conservez le droit de la diffuser vous-même et d'autoriser d'autres personnes à utiliser la même photo.

Pour une cession de droits non exclusive, il est recommandé d'utiliser le terme « autoriser » plutôt que « céder ».

**Exemple de rédaction pour une cession non exclusive** « Le photographe autorise à titre non-exclusif le client à reproduire et à représenter sa photographie sur tous supports de communication physique et numérique (brochures, flyers, intranet, site internet, réseaux sociaux) aux seules fins de la promotion de son activité, pour une durée de cinq ans à compter de la signature du contrat et pour le monde entier. »

## LIMITER LA DURÉE DE VOTRE CONTRAT

Si un client vous demande de céder vos droits pour toute la durée légale des droits d'auteur (toute la vie d'un auteur puis 70 ans après son décès), ce n'est **pas illégal mais certainement excessif**. En échangeant avec votre client, vous pourrez mieux comprendre ses projets pour prévoir une durée d'autorisation limitée à ses besoins réels.

Exemple Si vous travaillez avec une entreprise pour réaliser des photos de ses salariés, de ses locaux ou de ses services pour les besoins de sa communication, une cession de vos droits pour une durée de 5 ou 10 ans maximum peut être un bon compromis.

Pour toute utilisation sur des objets édités, il est également conseillé de limiter le nombre d'exemplaires autorisé.

Exemple Autorisation pour 500 catalogues, 1.000 cartes postales, 20.000 exemplaires d'un magazine, 300 affiches, etc.

## ENCADRER LE TERRITOIRE SUR LEQUEL VOS PHOTOGRAPHIES POURRONT ÊTRE EXPLOITÉES

Vous devez déterminer si vos photographies pourront être diffusées sur le territoire français uniquement, dans plusieurs pays ou dans le monde entier. Pour internet et les réseaux sociaux, ainsi que pour des utilisations entraînant des diffusions à l'international, les autorisations d'exploitation sont accordées pour le monde entier.

Pour les utilisations de vos photographies dans un ouvrage, la cession de vos droits peut également être limitée à une ou plusieurs versions linguistiques de l'ouvrage.

## FIXER LE MONTANT DE LA RÉMUNÉRATION

Vous pouvez céder vos droits de reproduction et de représentation soit à titre gratuit, si cela est expressément prévu, soit à titre onéreux, c'est-à-dire contre rémunération. Dans le cadre d'une cession à titre onéreux, **la rémunération de l'auteur est proportionnelle aux recettes** provenant de la vente ou de l'exploitation de ses œuvres.

Exemple Si vos photographies sont utilisées pour des cartes postales ou une affiche, votre rémunération prendra la forme d'un pourcentage du prix de vente du produit pour chaque exemplaire vendu. Le montant de ce pourcentage sera calculé proportionnellement à votre participation à l'ouvrage.

Par dérogation, votre rémunération peut être forfaitaire si la rémunération proportionnelle est difficilement quantifiable.

Exemple Lorsque l'une de vos photos est reproduite dans un livre ou si votre photo est reproduite sur un support qui est distribué gratuitement (supports de communication, publications gratuites, sites internet en accès gratuit, etc.), vous pouvez être rémunéré par un forfait.

## (9) Lutter contre les utilisations non autorisées de vos photos

Quelqu'un a copié, reproduit, représenté votre photographie sans votre autorisation? La reproduction et la représentation d'une œuvre sous quelque forme que ce soit sans l'autorisation préalable de l'auteur constituent des contrefaçons. En effet, en application de l'article L. 122-4 du Code de la Propriété Intellectuelle :

« Toute reproduction ou représentation d'une œuvre faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit est illicite. »

Vous pouvez vous défendre en écrivant à la personne qui utilise votre photo sans autorisation, pour la mettre en demeure de cesser d'exploiter votre œuvre et exiger le **paiement des droits d'auteur** qui vous sont dus.

Si vous avez adhéré à un organisme de gestion collective tel que l'ADAGP pour la gestion de vos droits de reproduction et de représentation, cette société peut intervenir en votre nom.

## (10) La gestion de vos droits d'exploitation

En adhérant pour la gestion de vos droits de reproduction et de représentation (membre « tous droits » ou « TD » sur votre carte d'adhérent ou sur votre espace adhérent en ligne), vous avez confié à l'ADAGP le soin de délivrer les autorisations dont les lieux d'exposition, les éditeurs, la presse, la télévision, ou tout autre client, ont besoin pour utiliser vos photos.

Vous devez donc informer vos interlocuteurs de votre adhésion à l'ADAGP. Au 1<sup>er</sup> juillet 2020, l'ADAGP a conclu des conventions avec 189 musées, centres d'art et fondations, 127 titres de presse et 275 diffuseurs TV en France. Si vous travaillez avec l'un de ces lieux, titres ou diffuseurs, les conditions d'utilisation de vos photos sont donc encadrées par l'ADAGP. Grâce à votre adhésion, vous êtes assuré que vos droits seront respectés. Pour savoir si l'ADAGP a une convention avec le lieu avec lequel vous allez travailler, vous pouvez contacter les services Multimédia ([multimedia@adagp.fr](mailto:multimedia@adagp.fr)) et Édition ([edition@adagp.fr](mailto:edition@adagp.fr)).

Pour vos clients qui n'ont pas signé de convention avec l'ADAGP, il vous suffit de leur signaler que vous en êtes adhérent et les inviter à remplir une demande d'autorisation en ligne sur le site internet. Ses services délivreront à vos interlocuteurs les autorisations nécessaires et percevront les droits qui vous sont dus.

Vous pouvez également communiquer à l'ADAGP les contrats qui vous sont soumis pour vous assurer du respect de vos droits d'auteur.

## (11) Percevoir vos droits collectifs

Les droits collectifs – ou **droits à rémunération** – couvrent certaines utilisations dérivées des œuvres pour lesquelles, pour des raisons pratiques, la gestion individuelle des droits n'est pas envisageable : par exemple, la copie d'une œuvre par un particulier sur un support numérique pour son propre usage (copie privée) ou des photocopies (reprographie).

Vous ne pouvez pas gérer ces droits individuellement mais vous pouvez les percevoir grâce aux sociétés d'auteurs qui les collectent. Vous pouvez **adhérer à l'ADAGP uniquement pour vos droits collectifs** et faire vos déclarations en ligne en recensant toutes vos publications (qu'elles relèvent de l'édition, de la presse ou de la télévision), pour que les droits qui vous sont dus puissent être calculés.

Il est important de déclarer également les publications internationales (livres et presse), puisque l'ADAGP agit dans le monde entier grâce au réseau de plus de 50 sociétés d'auteurs à l'international qui assurent la gestion des droits d'auteur sur leur territoire.

# Exposer vos photos et travailler avec une agence ou une galerie

## (12) Participer à une exposition

Lorsque vous participez à une exposition pour présenter vos photographies, en galerie ou au sein d'un centre d'exposition, plusieurs documents doivent être préparés à l'avance :

- Un **bon de dépôt** (ou une fiche de prêt).
- Un **contrat** avec l'organisateur de l'événement précisant l'ensemble des conditions d'exposition : descriptif des œuvres concernées, conditions de transport, dates de l'exposition et du prêt ou du dépôt, restitution des œuvres, assurances, prise en charge des différents frais et pour une galerie : répartition du prix de vente et reddition de comptes, c'est-à-dire l'état des lieux des ventes réalisées.
- Une **cession de droits**, le cas échéant, pour les exploitations prévues par l'organisateur (catalogue d'exposition, promotion en ligne, etc.) et qui peut être prévue dans le contrat d'exposition. Si vous êtes membre de l'ADAGP pour la gestion de vos droits d'exploitation c'est-à-dire en « tous droits », vous n'avez pas besoin de conclure de cession de droits .

## (13) Travailler avec une agence

La relation avec une agence se doit d'être fondée sur la confiance et le respect d'intérêts mutuels. Elle doit être envisagée dans la perspective d'une collaboration dans la durée. Au moment de signer un contrat avec une agence photo, vous devez vous assurer que votre accord est équilibré.

- ☒ Il est important que vous vous posiez toutes les questions qui suivent avant de signer votre contrat.

### VÉRIFIEZ L'ÉTENDUE DE VOTRE ENGAGEMENT

Dans quels secteurs l'agence vous représentera-t-elle : presse écrite et visuelle, éditions, agences de publicité, galeries, etc. ? Choisissez-vous d'accepter ou de refuser les principes d'abonnement ? L'agence vous représentera-t-elle en exclusivité ? Pour combien de temps ? Sur quels territoires ? La durée de votre contrat est-elle fixe ou renouvelable automatiquement ? Votre contrat vous oblige-t-il à fournir à l'agence de nouvelles photos régulièrement ?

### QUEL MATÉRIEL ALLEZ-VOUS FOURNIR À L'AGENCE ?

Si vous travaillez en numérique, vous livrez à l'agence des copies de fichiers numériques. Vous devez garder vos formats d'origine. Votre contrat doit stipuler sous quel format vous livrez vos fichiers et combien vous en livrez. Si vous travaillez en argentique, vous devez livrer à l'agence des fichiers numériques réalisés à partir de vos négatifs. Ces fichiers sont votre propriété.

### LA PRODUCTION DE PHOTOGRAPHIES

Si votre contrat prévoit la production de photographies à la demande de l'agence, vous devez veiller à ce que les frais de production soient partagés au prorata des bénéfices prévus. Les agences ne sont pas propriétaires des fichiers même s'il s'agit de commande.

## VOTRE RÉMUNÉRATION

La rémunération prévue est-elle équitable ? Le taux de commission de l'agence varie-t-il selon la nature des projets (archives, corporate, culturel, etc.) ? Les projets apportés directement par le photographe font-ils l'objet d'une commission par l'agence ?

### LES MODALITÉS DE RÈGLEMENT

La périodicité proposée par l'agence pour le paiement de vos droits : mois, trimestre, etc. vous convient-elle ? Le règlement est-il conditionné à un montant minimum de droits à percevoir ?

### LA FRÉQUENCE DES RELEVÉS D'EXPLOITATION DE VOS PHOTOS

Vous seront-ils adressés chaque mois/trimestre/année ?

### LES INFORMATIONS FIGURANT SUR CES RELEVÉS

Vous devez veiller à ce que ces relevés soient complets et indiquent les diffusions TV et les titres des publications. Ces informations vous seront en effet indispensables pour pouvoir faire vos déclarations et percevoir vos droits collectifs auprès des sociétés agréées telles que l'ADAGP.

### LA RELATION AU SITE INTERNET DE L'AGENCE

Avez-vous accès au site de l'agence ? Il est important que vous sachiez lesquelles de vos photos sont en ligne et que vous ayez un aperçu de ce que peuvent consulter les clients de l'agence.

### QUE SE PASSERA-T-IL SI VOUS QUITTEZ L'AGENCE ?

Les modalités de la rupture doivent être prévues dans le contrat : préavis, état des lieux. À votre départ, vous devez vérifier que tous les fichiers sont détruits. Il est donc important que vous connaissiez le nombre de fichiers en ligne. Vous pouvez demander un certificat attestant de la suppression des fichiers.

## (14) Travailler avec une galerie

De même qu'avec une agence, vous avez des intérêts communs avec votre galerie. La mission du galeriste est de vous conseiller ainsi que d'exposer, promouvoir et vendre votre travail. Le Code de déontologie des galeries d'art, émis en 2016 et mis à jour régulièrement par le [Code de déontologie des galeries d'art](#) expose les relations professionnelles entre les artistes et les galeries et rappelle les droits et obligations de chacun.

- ↳ Il est conseillé de prévoir un contrat pour formaliser votre relation afin d'anticiper toutes les situations que vous pourriez rencontrer, en abordant notamment les sujets suivants.

### LES MODALITÉS DE DÉPÔT DE VOS ŒUVRES

Les dates d'enlèvement et de restitution de vos œuvres doivent être précisées et votre contrat doit indiquer qui prend en charge les coûts de transport.

### LES OBLIGATIONS RESPECTIVES DE LA GALERIE ET DE L'ARTISTE

Si une exposition est organisée, si une prise en charge des frais de gestion et de promotion est prévue (accrochage, communication, etc).

### LE CARACTÈRE EXCLUSIF OU NON DE VOTRE CONTRAT

Si vous signez un contrat exclusif, cela signifie que vous ne pouvez vendre vos photographies que par l'intermédiaire de votre galerie : vous ne pourrez pas vendre de photographies directement à un collectionneur, ni en passant par une autre galerie.

### LA DURÉE DE VOTRE CONTRAT

Travaillerez-vous avec cette galerie pour plusieurs années, ou seulement le temps d'une exposition ?

## VOTRE RÉMUNÉRATION

Le contrat doit préciser comment sera déterminé le prix de vente des photographies, quelle sera la répartition du produit de la vente entre la galerie et vous et sous quel délai la galerie s'engage à vous reverser la part qui vous revient. Veillez également à ce que le partage de la rémunération entre la galerie et vous s'effectue après déduction des frais de production convenus, qui sont remboursés à ceux qui les ont engagés.

### LES ASSURANCES

Il est important que la galerie confirme avoir assuré ses locaux, les œuvres, son matériel et son personnel et avoir contracté une assurance en garantie de tous dommages clou à clou et au titre de la responsabilité civile. Vous pouvez demander à votre galerie de préciser le nom de son assureur et le numéro de son contrat d'assurance.

### LES POSSIBILITÉS ET CONDITIONS DE RUPTURE DE CONTRAT

Bien que cela ne soit jamais souhaité, le but du contrat est aussi de vous permettre d'anticiper une rupture en cas de non-respect des obligations. Pensez à prévoir les conditions de récupération de vos œuvres et veillez à ce que la part de rémunération qui vous serait éventuellement due soit immédiatement exigible.

Pour éviter toute discussion future sur les photographies concernées par ce contrat, vous pouvez y annexer une liste de vos œuvres qui peut être mise à jour avec des bons de dépôts.

Dans tous les cas **ne remettez jamais vos photographies sans avoir signé un bon de dépôt** incluant un constat d'état de vos œuvres au moment du dépôt et aussi au moment de la reprise de vos photos. Il est également important de prévoir les conditions dans lesquelles vous pourrez récupérer vos œuvres.

## (15) Bénéficiaire du droit de suite

Le droit de suite est la rémunération dont bénéficient les auteurs d'œuvres originales graphiques et plastiques lors des **reventes** de leurs œuvres quand intervient un professionnel du marché de l'art : maison de vente, commissaire-priseur, galeriste. Ce droit est inaliénable, c'est-à-dire que l'artiste ne peut ni le céder, ni le donner, ni y renoncer.

Pour que vous puissiez bénéficier du droit de suite, il faut notamment que vos photographies soient **limitées à 30 exemplaires**, tous formats et supports confondus **et signées**. Le tampon du photographe peut valoir signature. Si la photographie revendue est un tirage unique, il n'y a dans ce cas pas d'obligation de signature.

Vous pouvez percevoir le droit de suite en vous adressant directement au professionnel du marché de l'art en charge de la vente. De telles démarches étant fastidieuses, il est d'usage de donner mandat à une société d'auteurs comme l'ADAGP, qui reçoit directement de la part des maisons de vente et des galeries toutes les informations nécessaires pour la perception du droit de suite.

## (16) Numérotation des photographies : pourquoi, comment ?

La numérotation de vos photos a des conséquences en matière de TVA. Pour être considérées comme des œuvres d'art auxquelles s'appliquent un taux de **TVA réduit à 5,5%**, les photographies doivent être prises par l'artiste, tirées par lui ou sous son contrôle, **signées et numérotées dans la limite de 30 exemplaires**, tous formats et supports confondus.

La numérotation se fait avec un numérateur et un dénominateur pour chaque tirage, quel qu'en soit le format : 5/30, 6/30, etc.

**Exemple** Si vous choisissez de faire des tirages en plusieurs formats, c'est l'ensemble de ces tirages qui ne peut dépasser les trente exemplaires : il n'est pas possible de faire plusieurs fois trente exemplaires d'une même photographie dans des formats différents.

La notion de 30 exemplaires est un **plafond** : vous pouvez prévoir des séries en plus petit nombre. Vous pouvez réaliser une série en plus grand nombre d'exemplaires mais dans ce cas vous ne pourrez pas percevoir de droit de suite et le taux réduit de TVA ne s'appliquera pas en cas de vente. Pour la numérotation de vos photographies, votre choix doit se faire dès le premier tirage et aura ensuite des conséquences sur le marché de l'art : les tirages en nombre limité ont généralement plus de valeur.

La numérotation de vos photographies est d'une manière générale conseillée afin d'assurer une meilleure traçabilité de vos œuvres.

## (17) Établir un certificat d'authenticité

Le Code de déontologie des galeries d'art recommande, bien que cela ne soit pas obligatoire, d'accompagner la vente de vos photographies par un certificat d'authenticité unique par œuvre, écrit et daté, faisant figurer plusieurs mentions.

Les mentions importantes sont : votre nom d'artiste, vos numéros d'identification professionnels (Maison des Artistes, ADAGP, SIREN), le titre et une image de l'œuvre, la technique et les matériaux utilisés, le support, la date de création, l'emplacement de la signature, le numéro d'identification et le nombre d'exemplaires si l'œuvre provient d'une série limitée numérotée, la signature de l'artiste, et la date de délivrance du certificat.

Les organismes de gestion collective ne sont pas compétents pour se prononcer sur l'authenticité des œuvres de leurs membres et ne délivrent pas de certificat d'authenticité ni aucun autre document se rapportant à l'authenticité d'une œuvre. Les certificats relèvent de la compétence des artistes ou des experts.

## (18) Établir un devis clair et précis

Dès vos premiers échanges avec un client, il est important de vous mettre d'accord sur l'étendue de votre travail : ne vous engagez pas sur un prix avant d'avoir très précisément défini à quoi correspond ce prix et ce qu'il ne couvre pas !

**Exemple** Si un client vous sollicite pour réaliser des prises de vues, avez-vous pensé à préciser combien de jours vous prévoyez de travailler pour le prix proposé ? Un travail de post-production est-il envisagé ? Vos frais de déplacements sont-ils pris en charge par le client ? Outre la prestation de travail, le devis inclut-il la cession de vos droits d'auteur ?

Votre devis doit être détaillé poste par poste pour éviter toute ambiguïté : honoraires de création, prises de vues, post-production, frais annexes, vente de l'œuvre, cession des droits, etc.

Si vous ne souhaitez pas céder vos droits d'auteur ou que vous n'avez pas encore trouvé d'accord sur les conditions d'utilisation de vos photos & , vous pouvez néanmoins établir un devis pour la partie «prise de vue» de votre travail et exclure du document la cession de vos droits d'auteur. Dans ce cas, vous pouvez utiliser la formule suivante :

« Ce devis ne comprend pas la rémunération du photographe au titre de ses droits d'auteur. Toute exploitation des photographies devra faire l'objet d'une autorisation distincte. »

Tant que vous n'avez pas trouvé d'accord sur l'exploitation, n'envoyez pas de fichier HD de vos photos. Si vous devez présenter des visuels à vos clients, privilégiez les fichiers basse définition, qui ne pourront pas être exploités.

## (19) Les mentions obligatoires d'une facture

Pour être valable, vous devez impérativement faire apparaître un certain nombre de mentions sur votre facture :

- **Votre identité** : nom ou dénomination sociale, adresse, et le cas échéant numéro de Siren/Siret rattaché à ce nom et code APE
- **L'identité de votre client** : nom, adresse de domiciliation, adresse de facturation
- **La date d'émission de la facture**
- **Le numéro de la facture** en respectant une numérotation continue
- **La date de la vente ou de la prestation de service**
- **Numéro de bon de commande** : si votre client a émis un bon de commande, vous devez en rappeler le numéro sur votre facture
- **Désignation de l'objet de la facture** : vente, prestation (fourniture de matériel, prises de vues, etc.)
- **Décompte détaillé** pour chaque prestation réalisée : à chaque ligne de la facture doit correspondre un prix distinct ; les frais de transport ou d'emballage par exemple, doivent faire l'objet d'une ligne distincte
- **Réductions ou majorations éventuelles de prix**
- **Numéro d'identification à la TVA** (ou mention du régime de franchise de TVA)
- **Taux de TVA légalement applicable** : lorsque les biens et services que vous facturez sont soumis à des taux de TVA différents, vous devez faire figurer sur chaque ligne le taux correspondant
- **Montant à payer hors taxes et toutes taxes comprises**
- **Date à laquelle le règlement doit intervenir**.  
Il est possible de prévoir une pénalité en cas de non-paiement à la date prévue.
- **Si vous êtes soumis au précompte**, indiquez le montant des cotisations sociales à verser par le diffuseur au régime artiste-auteur

## (20) Les taux de TVA applicables

La facturation des cessions de droits d'auteur est soumise à un taux de TVA de 10%. Si vous bénéficiez d'une franchise concernant l'application de la TVA, vous devez indiquer sur vos factures la mention «TVA non applicable en vertu de l'article 293b du Code général des impôts».

La vente de vos photographies en tant qu'œuvres d'art originales, c'est à dire ne dépassant pas le nombre de 30 tirages originaux, signés et numérotés, est soumise à un taux de TVA de 5,5% .  
En revanche, si vous dépassez le nombre de 30 tirages, les ventes de vos photographies ne bénéficieront plus du taux de TVA réduit et seront soumises à un taux de 20 %.

L'ADAGP est la société d'auteurs française pour les arts visuels. Elle perçoit et répartit les droits d'auteur pour plus de 190 000 artistes dans le monde dont 14 500 sur le territoire français. Elle gère notamment les droits collectifs (droits de photocopie, rémunération pour copie privée, retransmission par câble, satellite et ADSL, prêt en bibliothèque, usages pédagogiques, etc.) pour plus de 3 300 photographes membres. Afin de représenter au mieux les 40 disciplines artistiques de son répertoire, l'ADAGP a mis en place des commissions d'artistes.

La Commission Photographie de l'ADAGP est composée des photographes Diane Arquès, Jean-Philippe Baltel, Alain Bizos, Alix Delmas, Pierre-Olivier Deschamps, Brigitte Enguerand, Nicolas Giraud, Valérie Jouve, Romuald Meigneux, Gilles Rolle et Antoine Schneck. Elle est à l'initiative de cette publication.

Direction de la publication Marie-Anne Ferry-Fall

Conception graphique Lauren Budestschu  
Réécriture Martine Michon

Remerciements: Comité Professionnel des Galeries d'Art,  
Véronique Raimond Dit Yvon.

Achévé d'imprimer sur les presses de l'imprimerie STIPA  
à Montreuil en novembre 2020. Dépôt légal novembre 2020



Pour le droit des artistes

ADAGP

11 rue Duguay-Trouin, 75006 Paris

[accueil@adagp.fr](mailto:accueil@adagp.fr)

Société civile à capital variable  
RCS Paris D 339 330 722