



Droit d'auteur et réseaux sociaux: qui est responsable?

Fiche pratique publié le **01/04/2015**, vu **3428 fois**, Auteur : [Julien ROCHER](#)

Les réseaux sociaux occupent une place de plus importante dans nos vies et dans la société. Que nous dit la législation vis-à-vis du droit d'auteur sur ces réseaux ? Qu'en est-il du droit d'image ?

Le droit d'auteur en France est encadré par les lois du 11 mars 1957 et du 3 juillet 1985 ([loi numéro 85-660](#)) et a posé les premières bases en matière de protection de l'image. **L'avancée rapide des technologies** de communication a rendu ces lois opaques, floues et obsolètes par rapport aux nouvelles technologies.

Avec l'apparition des réseaux sociaux, et notamment ceux liés à la photographie comme Instagram, ou Pinterest, la problématique du droit à l'image et de la propriété intellectuelle est devenu un véritable enjeu pour les entreprises. Qu'ont t'elle droit de diffuser sur les réseaux sociaux et dans quelles conditions ?

Une législation floue

Bien que les lois de 1957 et de 1985 encadrent le droit à l'image, **la législation concernant les réseaux sociaux est opaque** et est surtout tributaire des Conditions Générales d'Utilisation propres à chaque réseau social: Facebook, Twitter en possèdent des différentes. Faisant plusieurs pages de long, elles permettent d'expliquer aux utilisateurs leur politique en terme de droit à l'image.

Par exemple, Twitter précise dans ses CGU qu'en publiant des contenus sur sa plateforme, l'internaute «accorde à Twitter une licence mondiale»avec le droit de «reproduire, traiter, adapter, modifier, publier, transmettre (...) le contenu à tous les médias».

Concrètement, grâce à cette licence, vous permettez à Twitter de rendre vos tweets disponibles au monde entier et de donner la possibilité aux autres utilisateurs de faire pareil. Cependant les utilisateurs restent propriétaires de leurs images, mais en publiant du contenu, les administrateurs du réseau pourront librement utiliser et distribuer le dit contenu. Il reste de l'ordre de **la propriété de l'utilisateur**.

Il apparait que le fait d'utiliser un réseau social et donc d'en accepter les conditions d'utilisation permettra à l'utilisateur d'utiliser l'œuvre uniquement sur le réseau, et ne pourra pas le publier ailleurs que sur celui-ci.

Enfin, **l'originalité se définit selon la cour de cassation comme l'empreinte de la personnalité de son auteur**. Il faut encore souligner que la forme de l'œuvre est prise en compte par les juges, ainsi la cour de cassation a pu estimer que les concepts, les idées, les recettes de cuisines ne sont pas protégeables par le droit d'auteur.



Les lois évoquant le droit à l'image

Les textes de loi stipulent que d'après l'article [L111-1 du code de propriété intellectuelle](#) (CPI) « L'auteur d'une œuvre de l'esprit jouit sur cette œuvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous ». [L'article L112-2 du CPI](#) énonce, lui, que lorsque l'on est en présence d'une photographie originale celle-ci est protégée par le droit d'auteur.

Ainsi, selon **le code de propriété intellectuelle** l'auteur d'une œuvre de l'esprit possède des droits de propriété sur cette œuvre. Il faut entendre œuvre de l'esprit comme étant le produit de l'esprit humain. L'auteur de l'œuvre va alors recevoir un droit subjectif ; un droit de propriété incorporelle dont les attributs sont l'exclusivité et l'opposabilité aux tiers.

Cas de jurisprudence

Il apparaît que **le titulaire du droit d'auteur est présumé être l'auteur ou le titulaire des droits d'une œuvre** celui ou ceux dont les noms figurent sur l'œuvre ou à côté d'elle (les crédits). Le créateur peut décider de céder, de manière exclusive ou non, ses droits patrimoniaux (droit de reproduction et de représentation)

Une affaire a éclaté aux Etats Unis sur cette question le 14 janvier 2011. L'Agence France Presse avait utilisé en 2011, suite aux tremblements de terre à Haïti, sans l'autorisation du photographe les photographies qu'il avait mises sur son compte Twitter. L'agence de presse avait par la suite vendue ces photographies à deux grands groupes de presse américains. L'AFP se défendait alors en affirmant que le photographe avait délibérément partagé ses photographies sur Twitter, et qu'il avait rendu ses photographies accessibles aux autres internautes. En effet, l'agence estimait que le fait de publier sur Twitter ses photographies, le photographe avait donné une autorisation générales d'utilisation de ses clichés.

Les réseaux sociaux de partage de photos ne sont donc pas en reste vis-à-vis de la législation car Il apparaît qu'ils sont logés à la même enseigne que les réseaux communautaires

traditionnels. Il est nécessaire de lire les conditions générales d'utilisation et vérifier l'étendue de la licence qui est accordée au réseau social avant toute inscription. En d'autres termes, le partage est gratuit mais la création est, elle protégée.

De l'importance d'informer les utilisateurs

Beaucoup d'organismes comme le **CNIL** ont fait remarquer qu'il était nécessaire d'éduquer les plus jeunes en matière de droit à l'image sur les réseaux sociaux, ils risquent rapidement de s'exposer sans le savoir à des sanctions pénales.

Des réseaux sociaux de partage de photos comme Flickr propose à ses internautes de protéger leurs photos via un logiciel de protection intellectuel, **créant ainsi une licence unique pour chaque publication**. Cela permet d'éviter d'entretenir un flou juridique comme le font Facebook et Twitter mais également d'éviter à [une entreprise](#) utilisant un contenu qui ne lui appartient pas toute mauvaise surprise.

Il est donc nécessaire pour les réseaux sociaux d'informer au mieux ses utilisateurs afin de les responsabiliser dans la diffusion des contenus publiés, sur leurs plateformes.