

## Droit à l'image des sportifs

Le droit à l'image est un droit de la personnalité qui permet à toute personne, quelle que soit sa notoriété, de s'opposer à l'utilisation de son image sans son autorisation préalable. N'étant expressément consacré par aucune disposition législative, il est naturellement revenu à la jurisprudence d'en développer le régime juridique et d'y associer un fondement légal. Si la responsabilité civile de droit commun (article 1240 du Code civil) et le droit de propriété (article 544 du même code) sont parfois invoqués, la très grande majorité des décisions rendues en la matière prend assise sur les dispositions de l'article 9 du Code civil relative au droit au respect de la vie privée.

*Thibault Lachacinski et Fabienne Fajgenbaum, avocats à la Cour*

Le fondement du droit à l'image a progressivement acquis sa propre autonomie, la Cour de cassation lui ayant reconnu une portée patrimoniale c'est-à-dire la possibilité pour son titulaire d'en rechercher la valorisation commerciale. Cette faculté intéresse bien évidemment les sportifs professionnels au premier chef, les entreprises étant particulièrement désireuses d'associer leur image aux valeurs d'abnégation, de succès, de dépassement de soi ou encore

de solidarité qu'ils symbolisent. La question est d'ailleurs loin d'être neutre pour des athlètes qui, faut-il le rappeler, n'ont parfois plus que cet "actif" à exploiter une fois venu le temps de la retraite sportive.

En pratique, la mise en place d'une "stratégie globale" autour de l'image du sportif requiert de prendre en considération et composer avec un certain nombre de contraintes contractuelles inhérentes à son activité. Car

le statut de l'athlète diffère notamment de celui des chanteurs, acteurs et autres artistes en ce qu'il tire une partie non négligeable de sa renommée d'éléments extrinsèques à sa seule prestation sportive. Or, en tant que membre d'un collectif, le sportif ne s'appartient plus tout à fait ; son droit à l'image va à l'unisson si bien que le sportif n'est en définitive - et paradoxalement - titulaire que de droits résiduels sur son image.

Lorsqu'il participe à des compétitions sportives, l'athlète doit s'assurer que ses sponsors personnels ne prendront pas prétexte de leur partenariat pour parasiter ces événements ; la règle 40 représente à cet égard l'exemple le plus abouti d'un bloc réglementaire spécifique et dérogatoire aux droits à l'image des sportifs,

réglementant de façon somme toute très pragmatique l'exploitation de son image en association avec celle des Jeux Olympiques. Par ailleurs, le sportif est tenu par des accords collectifs en sa qualité de membre d'une fédération (voire d'un syndicat) et se trouve, le cas échéant, engagé à titre individuel par le contrat de travail qui le lie à un club sportif, autant de dispositions qui réglementent l'exploitation par ces tiers de son image en association avec les signes distinctifs de ces entités sportives. La convention collective nationale du sport (article 12.11.2) subordonne ainsi l'exploitation individuelle de l'image du sportif au "respect des intérêts légitimes de l'employeur".



Thibault Lachacinski



Fabienne Fajgenbaum

Suite page 6

### Sommaire

#### Tribune

- Agents de joueurs : Dans l'affaire « Rogon », un tribunal néerlandais écarte une clause d'exclusivité en appliquant le code social allemand .....2

#### Chronique judiciaire

- Procès MON : de la prison avec sursis requise.....5

#### Législation

- Statut spécial pour les fédérations internationale ? Le coup de pression de la FIA sur la France .....7

#### Jurisprudence

- Nullité d'un contrat de formation professionnelle d'une fédération sportive.....8

### L'Officiel juridique du sport

GROUPE SPORT.FR SA  
BP 40077  
66050 PERPIGNAN CEDEX  
E-mail : sport@sport.fr

Service abonnements  
pro.sport.fr  
Tél. 09 70 40 65 15  
E-mail : commercial@sport.fr

Disponible uniquement sur abonnement

Directeur de la publication et de la rédaction : David Tomaszek

Dépôt légal à parution  
Commission paritaire T88715

Imprimerie Domenica Media / Espagne

**PRO.SPORT.FR**

## Droit à l'image des sportifs

Suite de la page 1

Etudier le droit à l'image du sportif revient donc notamment à interroger ses rapports avec l'environnement contractuel au sein duquel il s'insère et l'ordonnement complexe des droits que chacun des acteurs du monde sportif peut revendiquer sur l'image de l'athlète. Dans un monde idéal, il existerait une sorte de symbiose entre les différentes parties, en ce sens que chacune nourrirait à part égale son image et sa renommée de celle de l'autre ; la situation est toutefois beaucoup plus nuancée en pratique. Si les rapports de force à l'œuvre ont permis de parvenir à des équilibres a priori globalement satisfaisants,

ceux-ci restent précaires et sont susceptibles d'évolution. Certains athlètes plus particulièrement médiatiques, se faisant les porteurs de leurs congénères, parviennent parfois à faire bouger les lignes, à l'instar d'un Kylian Mbappé ayant refusé de participer à une opération avec les partenaires de la Fédération française de football en 2022.

Si, par différents tweets de 2020, Zlatan Ibrahimovic s'était insurgé de l'exploitation de son image par la FIFA au sein du jeu vidéo EA Sports, l'actualité récente confirme la persistance de frictions quant au périmètre des droits de chacun. La célèbre société PANINI, qui a

négoié auprès de l'UNFP le droit d'exploiter l'image des footballeurs de Ligue 1 et Ligue 2, a en effet été attaquée devant la 17ème chambre du Tribunal judiciaire de Paris par d'anciens sportifs contestant cette gestion collective du droit à l'image. A n'en pas douter, cette affaire est scrutée avec attention par SORARE dont le modèle économique n'est pas si éloigné de son aîné de papier.

La lutte contre les deepfakes (dont s'est emparé le législateur français dans le projet de loi visant à sécuriser et réguler l'espace numérique), l'intelligence artificielle et son impact sur l'exploitation de l'image du sportif ou en-

core les nouveaux modes d'exploitation de la performance sportive (notamment l'analyse des data.) sont autant de problématiques nouvelles dont se saisissent les juristes.

Après négociations en vue... Décidément, le droit à l'image n'en finit pas de se réinventer !

*NEALAW AVOCATS*  
**Thibault LACHACINSKI**  
**Fabienne FAJGENBAUM**  
*Avocats à la Cour*

**nfalaw**

### ABONNEMENT

A retourner à : Groupe Sport.fr - BP 40077 - 66050 PERPIGNAN CEDEX

Etablissement : .....  
Service : .....  
Nom : ..... Prénom : .....  
Adresse : .....  
CP : ..... Ville : .....  
Tél : ..... Fax : .....  
E-mail : .....

#### Mode de règlement

- Chèque bancaire** à l'ordre de Groupe Sport.fr
- Virement**
- Bon de commande** (réservé aux administrations)

Formules d'abonnement (1 an)	100% Digital	Print + Digital
La Lettre du Sport (LDS)	<input type="checkbox"/> 199 € TTC	<input type="checkbox"/> 299 € TTC
La Lettre de l'économie du Sport (LES)	<input type="checkbox"/> 199 € TTC	<input type="checkbox"/> 299 € TTC
La Lettre de l'Officiel juridique du Sport (LOJS)	<input type="checkbox"/> 169 € TTC	<input type="checkbox"/> 249 € TTC
LDS + LES	<input type="checkbox"/> 329 € TTC	<input type="checkbox"/> 449 € TTC
LDS + LES + LOJS	<input type="checkbox"/> 399 € TTC	<input type="checkbox"/> 549 € TTC

**Votre abonnement inclut un accès illimité aux archives en ligne et le téléchargement de votre (vos) revue(s) en pdf.**

Les informations relatives à votre abonnement ne seront pas communiquées à des tiers. En application de la loi informatique et liberté du 6 janvier 1978, art L.27, vous disposez d'un droit d'accès et de rectification de ces données. Abonnements groupés et renseignements complémentaires : tél. 09 70 40 65 15 / [abonnement@sport.fr](mailto:abonnement@sport.fr)

Signature et cachet de votre établissement