

**Séminaire Clic France Open Content – 1<sup>er</sup> avril 2015**

**Contexte juridique de la diffusion numérique des contenus des collections muséales ; Conditions et types de diffusion numérique des contenus photos des collections muséales**

Naïma Alahyane-Rogeon.....	2
Isabelle Reusa et Fleur Allain-Grynsbaum.....	4
Rémy Mathis.....	6
Marie-Anne Ferry-Fail.....	8

## Première partie : échange entre experts sur l'environnement juridique, les usages, les conditions d'utilisations.



***Naïma Alahyane-Rogeon***

*Avocate et directrice du département Design et Création du cabinet Bensoussan*

On constate actuellement dans l'actualité une tendance mondiale à la diffusion massive des ressources, rendue possible et parfois favorisée par le développement des technologies numériques. Mais un problème juridique persiste, celui des droits d'auteurs, notamment ceux des photographes.

### *Problématique*

Pour Naïma Alahyane-Rogeon, *l'open content* peut se définir comme une ouverture des reproductions numériques des œuvres qui sont dans le domaine public, aussi bien sur les sites internet que les réseaux sociaux ou d'autres plateformes de partage. La différence avec *l'open data*, qui lui est intimement lié, est que ce dernier concerne les données (comme les métadonnées qui accompagnent une image par exemple). La question de cette diffusion se pose dans la mesure où elle constitue une ouverture culturelle dans le cadre de l'intérêt général.

***« L'open content peut se définir comme une ouverture des reproductions numériques des œuvres qui sont dans le domaine public »***

### *Régime juridique*

Le régime juridique concernant les droits d'auteur est inscrit à l'article L112 du Code de la propriété intellectuel. Une œuvre est protégeable par le droit d'auteur s'il s'agit d'une œuvre de l'esprit (nécessairement réalisée par un être humain) faisant preuve d'originalité. Par ailleurs, c'est l'expression de l'œuvre qui est protégée, et non pas l'idée de l'auteur. Les œuvres photographiques sont protégeables si elles répondent notamment à la condition de l'originalité : plusieurs cas de jurisprudence ont reconnu la photographie d'une œuvre d'art comme originale lorsque l'empreinte de l'originalité de l'auteur est perceptible (éclairage, cadre, objectif, angle de vue, etc...). Cependant, d'autres cas n'ont pas accordé les droits d'auteur quand la photographie n'est que la représentation fidèle du tableau et qu'il n'y a pas de savoir-faire technique mis en avant.

## **« D'autres cas n'ont pas accordé les droits d'auteur quand la photographie n'est que la représentation fidèle du tableau et qu'il n'y a pas de savoir-faire technique mis en avant »**

C'est celui qui demande les droits qui doit prouver l'originalité de son œuvre.

Dans la loi française, les droits d'auteurs se divisent en deux catégories :

- droits patrimoniaux : ces droits comprennent les droits de représentation, de reproduction et de suite qui ont une durée de 70 ans à partir du décès de l'auteur (sauf cas exceptionnel)
- droits moraux : ces droits sont perpétuels, inaliénables et incessibles

Néanmoins quelques exceptions sont autorisées : la courte citation, la copie ou la reproduction privée, la représentation privée et gratuite dans le cercle de famille...

### *Cadre contractuel*

Pour utiliser les œuvres, les institutions doivent respecter les procédures. Ainsi, le musée doit obtenir la cession des droits auprès du photographe ou de l'auteur de l'œuvre sauf si celle-ci est tombée dans le domaine public. Tous les droits non écrits sur le contrat sont conservés par le créateur, ceux qui sont cédés doivent être clairement indiqués. De plus, il doit être mentionné dans les conditions d'utilisation qu'une licence est accordée au public en précisant ses modalités et ses limites.

### *La collecte des données personnelles*

Dans un dernier temps, Naïma Alahyane-Rogeon rappelle que si un musée décide de collecter des données personnelles par un formulaire de collecte, celui-ci est soumis à la loi Informatiques et libertés.



**Isabelle Reusa et Fleur Allain-Grynbau**

*Respectivement chef de projet et juriste spécialisée à la RMN-GP*

Tout d'abord, Fleur Allain-Grynbau explique comment s'opère la mise en application par la RMN de ces principes.

Cette institution est un EPIC (Établissement public industriel et commercial) formé par la fusion de la Réunion des Musées Nationaux et du Grand Palais et placé aujourd'hui sous la tutelle du Ministère de la Culture et de la Communication.

La RMN-GP exerce plusieurs activités de services publics mais aussi des activités commerciales dont notamment une agence photographique par laquelle elle diffuse des images d'œuvres d'art. Ces images sont des œuvres artistiques protégeables par les droits d'auteur, issues soit du fonds de la RMN-GP enrichi lors des campagnes photographiques dans les musées soit de fonds extérieurs, comme les institutions qui lui confient la gestion d'images.

**En 2011, un décret lui confie une mission de service public : elle doit constituer une photothèque universelle c'est-à-dire réaliser et distribuer l'ensemble des images des œuvres des musées nationaux.**

Cette mission va être facilitée par deux projets qui vont aboutir très bientôt : un nouveau site internet et une plateforme API pour toucher un public plus large. Les conditions générales d'utilisation précisent que l'accès à ces images est gratuit selon certains usages déterminés mais pas commercial.

Puis Isabelle Reusa prend la parole pour présenter la nouvelle base d'images de la RMN-GP.

Cette photothèque intervient comme un complément à l'activité de vente d'images de l'agence photographique ([photo.rmn.fr](http://photo.rmn.fr)). Ainsi, deux pistes de réflexion ont orienté la conduite du projet afin d'être le efficace possible :

- Comment vont être utilisées ces images ?
- Comment mettre en place la meilleure optimisation d'image ?

**« À l'avenir, la RMN-GP souhaite développer une interconnexion des données avec les musées pour créer des liens utiles vers des sites de références comme ceux des musées »**

## **Ce projet a été réalisé en trois volets.**

. Dans un premier temps a été créé le site internet dédié au grand public. L'accompagnement pour la découverte d'image est un pilier du site car la RMN-GP est consciente que tout le monde ne peut aborder une base de données d'une façon évidente et certains n'ont pas toujours de recherche précise à effectuer. Sur ce site, il est aussi possible de collecter des images dans des albums, de les partager avec son réseau et de télécharger des images pour un usage privé. À l'avenir, la RMN-GP souhaite développer une interconnexion des données avec les musées pour créer des liens utiles vers des sites de références qui seront proposés au public afin qu'ils approfondissent leur recherche. Ces interconnexions par ailleurs permettront à des musées de petite taille d'être plus présent sur internet et d'attirer de cette manière un public plus large.

. Dans un second temps, un module en marque blanche a été imaginé pour être intégré par les autres musées dans leur site et ainsi permettre la consultation des images sans passer par le site de la RMN-GP.

. Enfin, la base de données et l'interface de programmation (API), en train d'être mises en place, auront pour objectif premier la diffusion des images tout en reprenant le système d'interconnexion des données avec une base de références et de liens.

**Ces images proviendront tout d'abord de l'agence photographique, ce qui représente 830 000 images pour 500 000 œuvres, avant que des campagnes de photographies aient lieu.**



**Rémy Mathis**

*Ancien président de Wikimédia France*

Wikipédia est une grande plateforme de partage de savoir utilisée dans le monde entier qui a besoin d'être nourrie par des images et du texte. Elle est une porte d'entrée vers la culture française depuis les quatre coins de la planète et représente une réelle opportunité pour les musées souhaitant montrer leurs collections.

**Wikimédia Commons est la plateforme de mise en ligne de Wikipédia. Elle comprend 25 millions d'images du domaine public ou sous licence libre dont le format est « Creative Commons »,** indiqué par la mention « CC BY SA » (SA pour « *share alike* » soit « partage à l'identique »). Ce format permet de voir les images, d'en faire des remixes, c'est-à-dire de les utiliser dans un autre cadre que celui initialement prévu et d'en faire un usage commercial. En effet, les usages commerciaux ne représentent pas un élément négatif pour Rémy Mathis, au contraire, Wikipédia veut encourager la création de richesse dans le respect de conditions éthiques définies, notamment avec le versement dans la sphère publique des réutilisations.

**En ce qui concerne les droits d'auteurs des photographes, Wikipédia ne les retient pas pour les œuvres en 2D lorsque l'image est neutre (comme un scan), ce qui correspond aussi à la position de la BnF.** Cependant, pour les objets en 3D, la photographie est protégée par les droits d'auteur.

Un grand nombre d'institutions apporte des contenus à Wikipédia, dont certaines en France, qui ne sont pas forcément les plus grandes : les petites qui n'ont pas les moyens d'investir sur internet par eux même y trouvent un réel avantage en pouvant tout de même avoir une visibilité sur le net. Par ailleurs, Wikipédia fonctionne en grande partie sur le concept de la « sérendipité » grâce aux hyperliens présents en grande quantité sur chaque page : l'utilisateur clique de liens en liens et va de pages en pages, s'écartant de sa recherche initiale et accédant à des connaissances auquel il ne s'attendait pas. Les institutions présentes sur Wikipédia ont donc plus de chance d'être connues du public même si ce dernier n'en a pas fait la requête.

**« Les descriptions des œuvres doivent absolument suivre la diffusion des images ; l'open data est donc nécessairement lié à l'open content »**

Pour conclure, Rémy Mathis insiste sur le fait que les descriptions des œuvres doivent absolument suivre la diffusion des images ; l'*open data* est donc nécessairement lié à l'*open content*. Wikipédia a mis en place son propre portail d'accueil des données, Wikidata, qui les classe d'un point de vue sémantique.



**Marie-Anne Ferry-Fail**

*Directrice générale de l'ADAGP (Société des auteurs dans les arts graphiques et plastiques)*

L'ADAGP représente les artistes et leurs œuvres qui ne sont pas encore tombées dans le domaine public. Elle s'occupe notamment de la gestion de leurs droits patrimoniaux. Plus de 11 000 artistes sont membres de l'ADAGP, représentant 30 disciplines différentes, et 110 000 autres artistes étrangers y sont présents par le biais des sociétés homologues pour s'assurer de la bonne utilisation de leurs œuvres en France. Les utilisateurs qui s'adressent à l'ADAGP sont les personnes qui veulent reproduire les images des œuvres, comme les éditeurs, la presse, internet, la TV, les maisons de ventes publiques...

Le travail de l'ADAGP est de délivrer une autorisation de reproduction de l'œuvre en contrepartie d'une rémunération qui est ensuite reversée aux artistes. Les modalités et les montants de la rémunération ne sont pas les mêmes selon les cas, par exemple une couverture de livre ou des milliers d'images sur le net... L'ADAGP opère selon deux modes de gestion :

- « œuvre par œuvre » pour un petit nombre d'œuvre. Elle demande l'accord de l'artiste puis facture à l'utilisateur un montant fixé par le barème selon le format, le nombre d'exemplaire de l'ouvrage...
- « contrats généraux ». Il s'agit d'une seule autorisation accordée pour un ensemble d'œuvres puisées dans le répertoire de l'ADAGP d'auteurs différents. Un reporting des œuvres qui vont être diffusées est fait pour calculer ensuite le versement des droits. Cependant si plus de 50 images concernent le même artiste, l'ADAGP demande l'accord de l'artiste, celui-ci ne pouvant avoir l'impression d'une réalisation d'un catalogue raisonné sans son autorisation.

Enfin, depuis le début des années 2000, l'ADAGP a mis en place des accords avec des institutions pour leur permettre de diffuser des images en contexte numérique : sur le site internet, les réseaux sociaux (et les partages de 1<sup>er</sup> niveau), les dossiers de presse, les newsletters, les vidéoguides... En tout, c'est plus de 120 conventions qui ont été signées avec les musées en France mais certains sont encore sous le régime de l'« œuvre par œuvre », ce qui représente 100 000 images d'œuvres protégées par des artistes.

### **« Qui doit payer ? L'internaute qui partage, le musée qui diffuse ? »**

Marie-Anne Ferry-Fail soulève aussi les problèmes posés par le partage : l'utilisateur devient aussi diffuseur. En France, les réseaux sociaux ne sont considérés que comme « hébergeurs », c'est-à-dire qu'ils ne sont pas contraints de contrôler le contenu diffusé et partagé sur leurs plateformes : aucun droits d'auteur ne peut leur être demandé. Qui doit payer ? L'internaute qui partage, le musée qui

diffuse ? Certains musées ont pris la responsabilité d'assumer la diffusion d'images soumises aux droits d'auteur extraites de leurs collections en prenant en charge les frais pour encourager la diffusion. C'est aussi le cas d'autre plateformes comme Youtube et Dailymotion qui ont signé des accords avec l'ADAGP pour que toutes les vidéos vues rémunèrent les auteurs, ou encore WHO ART YOU, un réseau social basé sur l'échange de photos d'œuvres.

*Compte-rendu réalisé par Sophie Reynaud*