



#3

Pourquoi s'acquitter des droits d'auteur ?

Les graphistes et designers sont titulaires du droit d'auteur sur les logos ou identités visuelles qu'ils créent dans le cadre de contrats de commande. Cela implique que le commanditaire/client se fasse céder les droits d'exploitations sur le logo pour pouvoir l'exploiter pleinement et sereinement. En contrepartie le graphiste pourra recevoir une rémunération correspondante.

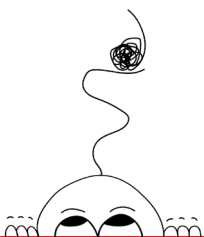


La force du droit d'auteur dans le droit français

Il faut rappeler que les logotypes, comme toutes les œuvres de l'esprit, sont protégées par le droit d'auteur, dès lors qu'ils sont originaux, c'est-à-dire revêtus de l'empreinte de la personnalité de l'auteur. Mais le droit d'auteur c'est quoi exactement ?

C'est une notion de droit capitale car c'est la source de la légitimité du graphiste et de son travail. En d'autres termes, le droit d'auteur est ce qui atteste de l'existence légale du créatif, ce qui le protège et ce qui justifie qu'on lui paie son travail !

Cette protection naît sans aucune formalité. Elle existe à partir du moment où l'on crée. Elle est aussi inaliénable, ce que l'on appelle le droit moral ou la propriété corporelle. En résumé, c'est le droit de l'auteur de faire ce que bon lui semble de son oeuvre. Sans limite dans le temps, sans prescription et impossible à retirer à l'auteur, c'est toute la puissance du droit moral français. Quoi que nous fassions, signions, céditions, vendions, nous restons toujours l'auteur de notre travail, le droit de dire que nous en sommes l'auteur et d'exiger le respect de cette qualité.



Une protection pour tous... auteurs et clients, artistes et commanditaires

Mais alors, pourquoi une telle protection et comment elle protège aussi le client et le commanditaire ?

Il y a donc le droit moral sur l'oeuvre, le logo, la création et celui-ci protège l'auteur. Mais le graphiste en vendant son oeuvre, cède ce que l'on appelle les droits patrimoniaux à l'acheteur. On les appelle aussi les droits d'exploitation, de représentation ou de reproduction en fonction de l'oeuvre et de sa destination. A la différence du droit moral, les droits patrimoniaux sont donc cessibles et le graphiste peut en accorder la propriété et la jouissance contre un paiement proportionnel à leur étendue... Ce que l'on appelle «payer des droits d'auteur».

Et la cession des droits patrimoniaux, elle, protège le client. En «achetant» les droits d'exploitation d'un logo, le client est assuré que celui-ci ne sera pas réutilisé pour un autre client.

Il est donc important de comprendre qu'une cession de droits n'est pas une contrainte imposée au client pour le strict avantage du graphiste. C'est au contraire une protection pour l'un comme pour l'autre. Le graphiste, protégé par le droit moral inaliénable, est assuré que personne ne lui volera la paternité de l'oeuvre et pourra dire «c'est moi qui l'est fait !» à sa place. De son côté, le client est assuré, en payant les droits d'auteur, que le graphiste ne fera pas un autre usage de son logo.

A savoir... J'établis toujours mes devis et facture avec une cession de droits d'exploitation. Le montant peut varier en fonction justement de l'exploitation. Une exploitation à l'internationale sur tous supports est différente de l'exploitation locale sur quelques supports print. Mais, en règle générale, pour un logo, j'applique un forfait simple pour une cession sur tous supports et à vie.

