Quelles images ou photos devrait-on utiliser sur le Web?

Plusieurs particuliers ou petites entreprises utilisent des images non libres de droits dans leurs articles de blogue ou sur leur site Web. Comment savoir quelles images peuvent être utilisées à des fins commerciales ou pour des articles de blogue? Nous tâchons de faire le tour de la question.

Par exemple :
• Si une personne ou une entreprise veut rédiger un article sur le véganisme, peut-elle partager une recette de Ricardo? Ou peut-elle mettre l'image de la recette dans son article?
• Si elle veut réaliser un livre de recettes, peut-elle mettre la photo d'un livre prise du site Web d'une librairie?
• Si elle veut inclure une image de trois produits, peut-elle prendre une image qu'un blogue concurrent a prise de ces trois produits et la mettre sur son site Web?

La réponse à toutes ces questions est… NON. À moins que Ricardo soit votre ami ou que vous puissiez obtenir l'autorisation écrite du ou des détenteurs des droits d'auteur dans chacun de ces cas. Ou encore si vous payez une redevance à l'auteur, selon les conditions que celui-ci aura déterminées ou celles stipulées par la loi. Dans le cas contraire, vous le faites à vos risques et périls! (Voir plus bas.)

Remarquez que les droits d'auteur ne représentent qu'une forme de propriété intellectuelle. Ces droits diffèrent de ceux régissant les marques commerciales, qui protègent les noms de marques, les slogans, les logos et autres signes distinctifs d'origine contre une utilisation par des tiers à des fins spécifiques.

Donc, est-il possible d'acheter les trois produits cités plus haut et de les prendre en photo?

Oui, il est possible de prendre des photos de produits faisant apparaître des marques. Contrairement aux droits d'auteur, les lois sur les marques ne limitent pas l'utilisation d'une marque dans une photographie. Ce qu'elle interdit, c'est l'utilisation d'une marque d'une manière qui crée une *confusion* du point de vue du rattachement de l'image au propriétaire de la marque. Par exemple, s'il y a une possibilité que les consommateurs croient à tort qu'une photographie a été parrainée par le propriétaire de la marque, alors il peut y avoir atteinte à la marque. Pour plus de renseignements sur cette question, veuillez consulter cette page tirée du site de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI).

***

La prudence avant tout

Plusieurs clients prennent des photos sur Google en tapant simplement le mot-clé de ce qu'ils recherchent, sans savoir que la plupart de ces images ne sont pas libres de droits. Car derrière chaque image, il y a un photographe, un illustrateur, un graphiste, etc., qui est protégé par le droit de la propriété intellectuelle, notamment les droits d'auteur (*copyright*), qui veille à ce que

ces œuvres ne soient pas utilisées sans l'autorisation de l'auteur. Un grand nombre de mythes circulent en ce sens. Ce n'est pas parce qu'il n'y a pas de mention « Copyright » (le signe ©) ou « Tous droits réservés », que le nom du photographe apparaît ou encore qu'elle soit utilisée à des fins non commerciales que la photo est libre de droits – bien au contraire. Il est donc imprudent de reproduire n'importe quelle photo ou illustration trouvée dans Internet, incluant Facebook.

Et une telle imprudence pourrait vous coûter cher! Des sites Internet comme TinEye permettent de retrouver des images partout sur le Web, même celles qui ont été modifiées. Quelqu'un pourrait donc éventuellement retrouver sans trop de difficulté une image que vous auriez utilisée sans le consentement de son propriétaire. Donc, en cas de doute sur une photo ou une illustration, abstenez-vous de la choisir.

Deux solutions possibles

L'une des solutions consiste à rechercher dans Internet des photos tombées dans le domaine public ou publiées sans protection de droits d'auteur, sous licence dite « Copyleft » ou « Creative Common ». De nombreux sites Web offrent ce type d'images : Shutterstock, IStock, Fotolia, 123 RF, Pixabay, Unsplash, Pexels, Deposit Photo, etc. Attention : certains de ces sites proposent aussi du contenu payant. Assurez-vous que les illustrations que vous choisissez sont bel et bien libres de droits.

L'autre solution, selon votre budget, serait de payer les droits pour les photos ou images sélectionnées ou de carrément les acheter. Et encore, l'achat ne permet pas nécessairement d'en faire n'importe quelle utilisation. Acheter une photo ou une image sur Internet vous confère certains droits d'usage sur cet élément, habituellement conférés en vertu d'une licence, qui s'applique généralement à une utilisation bien précise. Mais attention, chaque licence peut être différente, et il est important de se référer au contrat de chaque site avec lequel on fait affaires afin de bien connaître la portée de nos droits et obligations. Évidemment, cette avenue pourrait s'avérer autrement plus onéreuse.

Types de droits d'usage

- **Libre de droits d'usage, de distribution ou de modification** : autorisation de copier, de modifier ou de redistribuer des contenus, conformément aux modalités spécifiées dans la licence.
- **Libre de droits d'usage ou de distribution :** autorisation de copier ou de redistribuer des contenus, mais pas de les modifier.
- **À des fins commerciales** : si vous recherchez du contenu afin de l'utiliser à des fins commerciales, sélectionnez l'option appropriée comprenant la mention « à des fins commerciales ».

Toutefois, Google n'a aucun moyen de savoir si une licence est légitime ou non, et ne peut donc déterminer la légitimité des licences auxquelles sont soumis les divers contenus.

Veuillez noter que CMG ne peut distribuer ni revendre une photo pour laquelle les droits ne sont pas libérés.

Une troisième voie

Réaliser vous-mêmes vos photos ou illustrations (ou engager un professionnel pour le faire). Là aussi, il existe quelques écueils qu'il faut absolument éviter. À savoir :

• **Décharge** ou **renonciation de droits (*disclaimer, waiver*** ou ***release*****)** : Si vous filmez ou photographiez quelqu'un, par exemple un de vos clients pour illustrer une partie de votre site Web, vous devez obtenir son consentement en lui faisant signer une décharge signifiant que cette personne vous autorise à utiliser son image physique pour tout matériel ou dans tout document produit par votre entreprise **à des fins publicitaires, commerciales ou autres**. Ce document signé vous protège contre une éventuelle poursuite devant les tribunaux (à moins, bien sûr, que l'image de la personne en question soit utilisée de façon à lui causer un préjudice). Un consentement verbal est aussi acceptable, mais en présence d'un témoin ou si ce consentement est enregistré sur un support audio et/ou audiovisuel.

• **Lieu public / lieu privé :** En principe, vous avez le droit de prendre des photos dans un lieu public (un parc, sur le trottoir, dans la rue, dans le métro, etc.). Tout dépend de l'utilisation que vous ferez de ces photos APRÈS (voir plus haut, « décharge », si la prise de photos a été faite pour une utilisation commerciale). Si vous vous trouvez dans un lieu privé (maison d'une autre personne, édifice à bureaux, commerce, terrain privé, etc.), vous devez respecter les dispositions du Code civil du Québec concernant le droit à la vie privée, en plus d'obtenir le consentement du propriétaire de ce lieu avant de prendre une photo ou de tourner une vidéo. Prenez garde aussi si l'image montre un logo, une marque de commerce ou un produit (consulter les lois protégeant la propriété intellectuelle) – là aussi, il faut une autorisation officielle.

• **Droit à l'image d'une personne dans un contexte non commercial :** Il n'est pas interdit de publier dans un cadre dit « éditorial » (ou « artistique ») une photo de quelqu'un, même sans son consentement, si la photo a été prise dans le cadre d'un évènement d'intérêt public (p. ex. une personne impliquée dans un accident de la route ou participant à une manifestation). Mais là encore, la jurisprudence n'étant pas très claire, la prudence est de mise…

En cas de doute…

Pourquoi ne pas faire appel à nos graphistes qui sauront réaliser des visuels inédits, pertinents et uniques, que vous pourrez utiliser à profusion, ou encore à nos services de production de photos (*shooting*) ou de vidéos (prises de vue originales)?

Voir nos réalisations.