

# **Politique de diffusion des images du Site et Musée romains d'Avenches (SMRA)**

**Travail de master réalisé par :  
Monika Bolliger**

**Sous la direction de :  
Patrick Ruch, professeur HES et responsable de la filière  
Information documentaire**

**Genève, 15 août 2018**

**Filière Information Documentaire  
Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE)**

## Déclaration

Ce travail de Master est réalisé dans le cadre du Master en Sciences de l'information de la Haute école de gestion de Genève. L'étudiant accepte, le cas échéant, la clause de confidentialité. L'utilisation des conclusions et recommandations formulées dans ce travail, sans préjuger de leur valeur, n'engage ni la responsabilité de l'auteur/des auteurs, ni celle de l'encadrant.

«J'atteste/Nous attestons avoir réalisé le présent travail sans avoir utilisé des sources autres que celles citées dans la bibliographie. »

Fait à Genève, le 15 août 2018

Monika Bolliger

## Remerciements

Je tiens à remercier chaleureusement les personnes qui ont contribué à la réalisation de ce travail.

Patrick Ruch pour ses conseils et sa disponibilité.

Cécile Matthey, archiviste-bibliothécaire du SMRA, pour ses conseils et remarques avisées, la relecture d'une partie des textes, sa disponibilité et son soutien.

Sophie Bärtschi Delbarre, conservatrice des collections du SMRA, pour ses précieuses informations concernant les inventaires et photos des collections de même que pour la relecture d'une partie des textes.

Nathalie Kummer, ma belle-sœur web designer, pour ses précieux conseils « web », la relecture et correction d'une partie des textes.

Peter Ling, avocat spécialiste de la propriété intellectuelle et professeur de droit à la HEG, qui a accepté de relire les parties juridiques du travail.

Pascal Rossé, un ami de longue date, pour la relecture des parties plus techniques.

Pierre-André Vullioud de l'agence web INETIS pour ses conseils liés à la mise en ligne des collections.

Denis Rohrer, conservateur du musée du Jeu de la Tour-de-Peilz, pour m'avoir transmis ses connaissances du monde muséal et pour la relecture du questionnaire en ligne.

Les responsables des photothèques du MAH, MEG, MCAH, Laténium, Musées cantonaux de Sion et Elysée qui ont accepté de participer à mes entrevues ou répondre à mes questions.

Les responsables des photothèques des musées qui ont répondu au questionnaire en ligne.

## Résumé

Ce mémoire est réalisé sur mandat du Site et Musée romain d'Avenches (SMRA). L'adoption des technologies du web par le grand public invite cette institution à revoir sa politique de diffusion des images pour répondre aux demandes croissantes d'images en lien avec des publications en open access. L'objectif est de lui offrir des pistes de réflexion pour qu'il puisse en définir une qui soit adaptée aux usages actuels d'internet d'autant plus que ce projet s'inscrit dans une démarche plus vaste qui est de mettre en ligne les photos de ses collections. Des solutions sont aussi proposées à cette fin.

La première étape était de situer le sujet dans son contexte muséal, puis légal. L'utilisation des photos prend de l'importance avec le web, mais les photos sont souvent protégées par le droit d'auteur et ne peuvent être utilisées librement. Le grand public prend conscience que le web est soumis aux règles juridiques ; il est peu à peu sensibilisé au droit d'auteur, mais l'information sur les sites reste insuffisante. Les photos ne contiennent souvent aucune notice de propriété. Des documents juridiques essentiellement liés aux droits d'auteur et à l'utilisation des photos aux musées sont fournis en annexe (annexes 16-17).

Le sujet est traité selon les trois axes suivants : politique d'acquisition et gestion des photos, politique de mise en ligne des collections et politique liée à l'utilisation des photos. Il s'agissait de savoir comment les photos devaient être acquises et gérées pour qu'elles puissent être exploitées licitement, de quelle façon on pouvait mettre en ligne des collections, ce qu'apportait leur mise en ligne, quelle utilisation était faite des photos et finalement quelles étaient les conditions d'utilisation à rédiger pour réglementer l'utilisation des photos. L'accent a été mis sur l'utilisation des photos pour les publications en open access, l'utilisation des photos sur internet, les réseaux sociaux et sous licences Creative Commons.

La revue de la littérature a été complétée par la comparaison de sites internet et par des interviews et questionnaires en ligne auprès des musées romands. Pour le SMRA, il était intéressant de savoir comment les autres musées présentaient leurs collections sur le web, comment ils géraient et contrôlaient l'utilisation des photos alors qu'internet facilite le copier-coller des contenus.

Les entrevues et questionnaires nous montrent que de nombreuses personnes aux fonctions différentes gèrent les photos, que l'acquisition et la gestion des photos font depuis longtemps partie des pratiques des musées. Ceux-ci doivent toutefois s'efforcer de tenir les fonds de photos avec une certaine rigueur juridique pour faciliter l'utilisation des photos. La mise en ligne des photos des collections en est à ses débuts. Elle permet aux musées de faire connaître et mettre en valeur leurs collections. Leur reproduction doit être réglée par des conditions générales d'utilisations (CGU). Celles-ci sont peu présentes sur les sites alors qu'elles permettent au public d'utiliser les images conformément aux exigences des musées et à la loi en vigueur.

**Mots-clefs** : musée - photos des collections – diffusion ou mise en ligne des images - droit d'auteur – copyright - open access – Creative Commons – réseaux sociaux - conditions générales d'utilisation des images

# Table des matières

<b>Déclaration.....</b>	<b>i</b>
<b>Remerciements .....</b>	<b>ii</b>
<b>Résumé .....</b>	<b>iii</b>
<b>Liste des figures.....</b>	<b>vii</b>
<b>Liste des abréviations .....</b>	<b>viii</b>
<b>1. Introduction.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Mandat .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Présentation du Site et Musée romains d'Avenches (SMRA) .....</b>	<b>1</b>
1.2.1 Statut, autorité de tutelle .....	1
1.2.2 Missions.....	1
<b>1.3 Description du projet du SMRA relatif à la politique de diffusion des images .....</b>	<b>2</b>
<b>1.4 Définitions .....</b>	<b>2</b>
<b>1.5 Objectif général .....</b>	<b>2</b>
1.5.1 Objectifs spécifiques .....	3
<b>1.6 Axes de recherche et questions de recherche.....</b>	<b>3</b>
<b>1.7 Périmètre de la recherche .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Revue de la littérature .....</b>	<b>4</b>
<b>2.1 Contexte muséal, évolution des musées.....</b>	<b>4</b>
<b>2.2 Contexte juridique.....</b>	<b>5</b>
2.2.1 Le droit à l'image, droits de la personnalité (CC) et loi sur la protection des données (LPD).....	5
2.2.2 Le droit des contrats, code des obligations (CO).....	6
2.2.3 Propriété intellectuelle, loi sur le droit d'auteur (LDA).....	6
<b>2.3 Politique d'acquisition, réalisation et gestion des photos .....</b>	<b>10</b>
2.3.1 Les photographes .....	10
2.3.2 Contrat de cession ou contrat de licence.....	11
2.3.3 Les droits d'auteur liés aux photos, le crédit photo, le copyright.....	11
2.3.4 Les droits liés aux objets de la collection et le droit au profit du propriétaire matériel .....	12
2.3.5 Représentation des personnes et des monuments : le droit à l'image et la liberté de panorama .....	13
2.3.6 Les inventaires.....	13
<b>2.4 Politique de mise en ligne et suivi des images .....</b>	<b>16</b>
2.4.1 Présentation des collections sur internet et les réseaux sociaux .....	18
2.4.2 Description de l'objet mis en ligne .....	23
2.4.3 Suivi des images publiées sur le web.....	24
2.4.4 Suivi des images publiées sur les réseaux sociaux .....	26

2.4.5	Les images publiées sous licence Creative Commons (CC) .....	27
<b>2.5</b>	<b>Politique liée à l'utilisation des photos, conditions d'utilisation .....</b>	<b>28</b>
2.5.1	L'utilisation des images .....	28
2.5.2	Conditions générales d'utilisation (CGU) des photos.....	35
2.5.3	Les photos prises au musée et leur utilisation ; droit du maître des lieux.....	38
<b>3.</b>	<b>Analyse de l'existant .....</b>	<b>39</b>
3.1	Collections et fonds du SMRA .....	39
3.2	Politique de réalisation, d'acquisition et gestion des photos .....	40
3.3	Politique de mise en ligne des images .....	41
3.4	Politique liée à l'utilisation des images, conditions générales .....	42
3.4.1	Prise de vues au musée et utilisation de ces photos .....	43
<b>4.</b>	<b>Méthodologie .....</b>	<b>44</b>
4.1	Introduction .....	44
4.2	Revue de la littérature.....	44
4.3	Analyse de l'existant.....	45
4.4	Entretiens semi-dirigés et questionnaire en ligne .....	45
4.4.1	Procédure d'échantillonnage .....	45
4.4.2	Collecte des données.....	46
4.4.3	Méthode d'analyse des données.....	47
4.5	Validité et fiabilité de la recherche.....	47
4.6	Conclusion .....	47
<b>5.</b>	<b>Résultats des entrevues et du questionnaire en ligne .....</b>	<b>48</b>
5.1	Politique d'acquisition, réalisation et gestion des photos .....	48
5.2	Politique de mise en ligne et suivi des images .....	49
5.3	Evaluation des usages, conditions d'utilisation des images.....	50
<b>6.</b>	<b>Interprétation des résultats et réponses aux questions de recherche .....</b>	<b>54</b>
6.1	Politique d'acquisition, réalisation et gestion des photos .....	54
6.2	Politique de mise en ligne et suivi des images .....	55
6.3	Evaluation des usages, conditions d'utilisation des images.....	56
<b>7.</b>	<b>Conclusion, recommandations, livrables.....</b>	<b>58</b>
<b>8.</b>	<b>Bibliographie.....</b>	<b>61</b>
	Pour citer ce travail :.....	68
	<b>Annexe 1 : Politique de diffusion des images du SMRA .....</b>	<b>69</b>
	<b>Annexe 2 : Autorisation d'être photographié, filmé (MEG).....</b>	<b>70</b>
	<b>Annexe 3 : Normes requises pour un inventaire (AMS).....</b>	<b>71</b>
	<b>Annexe 4 : Métadonnées des photos du SMRA .....</b>	<b>72</b>
	<b>Annexe 5 : Métadonnées pour décrire une photo .....</b>	<b>73</b>

<b>Annexe 6 :</b>	<b>Terminologie des photos.....</b>	<b>74</b>
<b>Annexe 7 :</b>	<b>Formulaire SMRA pour demande de photos .....</b>	<b>75</b>
<b>Annexe 8 :</b>	<b>Charte des commentaires, MAH Genève .....</b>	<b>76</b>
<b>Annexe 9 :</b>	<b>Autorisation de filmer, photographier .....</b>	<b>77</b>
<b>Annexe 10 :</b>	<b>MuseumPlus, notices d'objets et d'images .....</b>	<b>78</b>
<b>Annexe 11 :</b>	<b>Questionnaire SMRA pour l'analyse de l'existant.....</b>	<b>79</b>
<b>Annexe 12 :</b>	<b>Questionnaire pour les entretiens semi-dirigés .....</b>	<b>82</b>
<b>Annexe 13 :</b>	<b>Réponses aux questions des entretiens semi-dirigés .....</b>	<b>84</b>
<b>Annexe 14 :</b>	<b>Questionnaire en ligne (Google Forms).....</b>	<b>91</b>
<b>Annexe 15 :</b>	<b>Réponses au questionnaire en ligne.....</b>	<b>94</b>
<b>Annexe 16 :</b>	<b>Lexique juridique .....</b>	<b>99</b>
<b>Annexe 17 :</b>	<b>Cas d'utilisation des images.....</b>	<b>106</b>
<b>Annexe 18 :</b>	<b>Exemple CGU des photos .....</b>	<b>110</b>
<b>Annexe 19 :</b>	<b>Exemple de présentation des collections.....</b>	<b>112</b>

## Liste des figures

Figure 1 : Exemple de feuille d'inventaire .....	16
Figure 2 : Conditions et usages selon lesquels les musées sont prêts à mettre leurs contenus numériques à disposition sur Internet.....	29



## Liste des abréviations

AMS	Association des musées suisses
APC	Article processing charges
ASBI	Association Suisse des Banques d'images et Archives Photographiques
CC	Code civil
CC	Creative Commons
CG	Conditions générales
CGU	Conditions générales d'utilisation
CGV	Conditions générales de vente
CO	Code des obligations
DRM	Digital rights management
ICOM	Conseil international des musées
IPI	Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle
LDA	Loi sur le droit d'auteur
LPD	Loi sur la protection des données
LPMI	Loi sur le patrimoine mobilier et immatériel
LPNMS	Loi sur la protection de la nature, des monuments et des sites
MAH	Musée d'art et d'histoire, Genève
MCAH	Musée cantonal d'archéologie et d'histoire, Lausanne
MEG	Musée d'Ethnographie de Genève
OFS	Office fédéral de la statistique
OMPI	Organisation mondiale de la propriété intellectuelle
PFPDT	Préposé fédéral à la protection des données et à la transparence
RmnGP	Réunion des musées nationaux et du Grand Palais des Champs-Élysées
SMRA	Site et Musée romains d'Avenches
USPP	Union suisse des photographes professionnels

# 1. Introduction

## 1.1 Mandat

Ce travail est réalisé sur mandat du Site et Musée romains d'Avenches (SMRA) qui souhaite revoir sa politique de diffusion des photos et projette de mettre ses collections en ligne.

## 1.2 Présentation du Site et Musée romains d'Avenches (SMRA)

Le SMRA ou Site et Musée romains d'Avenches est le terme qui désigne les sites archéologiques et le musée romain d'Avenches. Cette ville se situe au nord du canton de Vaud ; elle est connue pour ses vestiges romains, notamment son amphithéâtre, son théâtre, les restes du mur d'enceinte ou encore les thermes. La plupart des monuments appartiennent au canton, certains à la commune. La ville se nommait Aventicum quand elle était la capitale de l'Helvétie romaine. Le musée se trouve dans la tour de l'amphithéâtre. C'est un musée archéologique qui présente les objets issus des fouilles d'Aventicum. Le canton est propriétaire des vestiges et objets antiques découverts dans son sol ; en Suisse, l'archéologie territoriale relève de la compétence des cantons<sup>1</sup>.

### 1.2.1 Statut, autorité de tutelle

Le SMRA est une entité cantonale. Il fait partie des 9 musées cantonaux qui dépendent de l'Etat de Vaud (Devanthery et al., 2017). Les musées cantonaux gèrent de manière autonome le patrimoine qui leur est confié.

Le SMRA est un musée d'archéologie et, depuis 2015, « le patrimoine archéologique vaudois est régi par deux lois. L'une est centrée sur la protection du territoire et du bâti, l'autre sur les collections mobilières » (Devanthery et al., 2017, p.20)<sup>2</sup>. Le SMRA dépend ainsi du Service Immeubles, Patrimoine et Logistique (SIPaL) pour le patrimoine immobilier et du Service des affaires culturelles (SERAC) pour le patrimoine mobilier. Le SIPaL est rattaché au département des finances et des relations extérieures (DFIRE) tandis que le SERAC est rattaché au département de la formation, de la jeunesse et de la culture (DFJC). En principe, les objets sont sous la responsabilité de l'Archéologie cantonale, donc du SIPaL, jusqu'à ce qu'ils sortent de terre et avant d'arriver dans les musées. Une fois qu'ils sont au musée, ils sont à la charge du SERAC qui s'occupe des objets tangibles, des collections (Devanthery et al., 2017).

Le musée est membre de l'association des musées suisses (AMS) qui répertorie les musées et les représente face aux autorités et au grand public. L'AMS s'engage pour des conditions cadres facilitant le travail des musées et propose des publications simples et utiles à ses membres. Les partenaires principaux de l'AMS sont l'Office fédéral de la culture (OFC) et le comité national du Conseil international des musées (ICOM Suisse) (AMS, 2018).

### 1.2.2 Missions

« Les missions confiées à l'équipe du Site et Musée romains d'Avenches sont multiples : recherches sur le terrain, conservation, restauration et valorisation des collections et des

---

<sup>1</sup>cf. Société vaudoise d'histoire et d'archéologie, 2012 : <http://www.svha-va.ch/Archeologie.6.0.html>

<sup>2</sup> Loi sur la protection de la nature, des monuments et des sites (LPNMS) et loi sur le patrimoine mobilier et immatériel (LPMI) entrée en vigueur le 01.05.2015, Devanthery et al., 2017

monuments, études, publications et archivage de la documentation » (Aventicum, 2018)<sup>3</sup>. La diffusion des photos des collections entre dans le cadre des missions du musée. Elle contribue à rendre visible le patrimoine que le musée gère.

### 1.3 Description du projet du SMRA relatif à la politique de diffusion des images

Le SMRA a de nombreuses photos qui documentent ses collections et ses activités. Ces images, en particulier les photos d'objets archéologiques, sont régulièrement l'objet de demandes de reproductions par des clients externes pour illustrer des publications scientifiques, des expositions, des manuels scolaires, etc. Les photos paraissent majoritairement dans des publications ou documents imprimés, mais les chercheurs demandent de plus en plus fréquemment des images pour des publications en open access (cf. pt. 2.5.1.2). Aussi, le musée souhaite mieux connaître ce type de publication et adapter sa politique de diffusion des images aux demandes des utilisateurs et aux usages actuels d'internet. Ce projet s'inscrit dans une démarche plus vaste qui est de diffuser plus largement ses images sur le web pour mieux se faire connaître. Le musée projette, en effet, de mettre en ligne une galerie de photos des objets importants de ses collections. Cela représente une centaine d'images. L'utilisation de ces dernières serait gratuite et la mention du copyright serait exigée comme jusqu'ici. La visibilité sur internet favorise toutefois une utilisation et reproduction difficilement contrôlable des images. Le SMRA se demande comment les autres musées gèrent cette problématique et si la loi peut nous apporter des informations à ce sujet. Les images sont souvent protégées par le droit d'auteur et leur utilisation soumise à des droits. Ce sujet soulève finalement de nombreuses questions juridiques qui occuperont une place relativement importante dans ce travail.

### 1.4 Définitions

Le musée souhaite revoir sa politique de diffusion d'images. La version actuelle est sur son site internet (cf. annexe 1). Ce que l'on entend par politique de diffusion est défini comme suit :

- a) la *politique* est, ici, la manière de concevoir et réglementer la diffusion des images<sup>4</sup>.
- b) la *diffusion* est la mise à disposition ou la mise en ligne des images et implique l'utilisation de ces images par le public.
- c) les *images* produites par le SMRA dans le cadre de ses activités sont des photos des objets des collections, des fouilles, des monuments, des travaux du laboratoire de conservation/restauration, des documents d'archives, plans, dessins d'objets et d'architecture, etc. On peut ajouter les photos des expositions, des événements. Dans ce travail, les mots « photos » et « images » sont utilisés comme des synonymes et l'accent est mis sur les photos des collections.

### 1.5 Objectif général

L'objectif de ce travail est de proposer au SMRA des solutions pour la mise en ligne des collections et des pistes de réflexion pour qu'il puisse définir une politique de diffusion de

---

<sup>3</sup>Site web SMRA, onglet « Activités », <https://www.aventicum.org/fr/activites>. Les tâches et missions sont aussi décrites dans la Loi sur le patrimoine mobilier et immatériel (LPMI),

<sup>4</sup> Définition cf. <https://dicophilo.fr/definition/politique/>

photos correspondant à ses valeurs et qui soit adaptée aux usages actuels d'internet. Il devrait en partie aussi être un outil de travail ou de référence qui soit conforme à la loi.

### **1.5.1 Objectifs spécifiques**

- Faire un état de l'art des aspects juridiques du sujet, puis fournir un lexique de termes juridiques liés essentiellement à la loi sur le droit d'auteur (LDA).
- Faire d'éventuelles recommandations au sujet de l'acquisition et de la gestion des images avant leur diffusion.
- Présenter différentes possibilités de mettre en ligne des images.
- Relever les cas d'utilisation des photos en les plaçant dans leur cadre légal.
- Rédiger un exemple de conditions d'utilisation et reproduction des photos.

## **1.6 Axes de recherche et questions de recherche**

Après la présentation du contexte muséal et juridique, le sujet est traité selon les trois axes suivants avec les questions de recherches y relatives.

### **A. Politique d'acquisition, réalisation et gestion des photos des collections**

Comment les photos sont-elles gérées avant d'être mises en ligne ? Quels droits doivent être pris en considération ? La situation juridique des photos est-elle consignée ?

### **B. Politique de mise en ligne et suivi des images**

Quelles sont les différentes manières de mettre en ligne des photos ? Peut-on suivre l'utilisation des photos ? Qu'apporte la mise en ligne des photos ? Est-ce qu'elle accroît les demandes de photos et assure une meilleure visibilité au musée ?

### **C. Politique liée à l'utilisation et la reproduction des photos, conditions générales**

Quelle utilisation est faite des images ? Quelles conditions générales d'utilisation peut-on rédiger pour réglementer leur utilisation ? Qu'en est-il des photos pour les publications en open access ? Ces publications relèvent-elles de l'usage commercial ou scientifique ?

Remarque : La politique d'acquisition ou réalisation des photos est ajoutée à la politique de diffusion des images, car elle permet de comprendre le traitement des photos de leur création à leur utilisation. Elle constitue un ajout qui favorise la compréhension globale du sujet.

## **1.7 Périmètre de la recherche**

La recherche a été menée en parcourant la littérature académique, professionnelle francophone et les lois suisses, en explorant et comparant les sites web des musées francophones ou les sites des grands musées européens et américains, en faisant des entretiens semi-dirigés et en envoyant un questionnaire en ligne dans les musées de Suisse romande<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Pour les détails, cf. méthodologie pt.3

## 2. Revue de la littérature

La revue de la littérature présente d'abord les problématiques et enjeux des musées et plus particulièrement des musées archéologiques s'il y a lieu de les distinguer des autres types de musées. Elle situe notre sujet dans son contexte muséal actuel. Elle se concentre ensuite sur les photos. Comme l'utilisation des photos est souvent soumise à des droits, le contexte légal sera aussi présenté de manière globale, avant d'être repris en détail dans les trois grandes parties que sont l'acquisition, la diffusion et l'utilisation des images.

### 2.1 Contexte muséal, évolution des musées

Un musée cumule en principe les trois activités suivantes : la collecte, le conditionnement et l'exposition au public (Duplain Michel, 2006). Les musées ont le plus souvent été créés autour de collections. « L'histoire du musée d'Avenches commence elle-même en 1824 lorsque la Municipalité décide de racheter et rassembler les objets issus des fouilles [...] » (Devanthery et al., 2017).

Les musées se sont longtemps consacrés à des missions de conservation et description des œuvres avant de mettre l'accent sur la valorisation et la diffusion des collections auprès du public (Mencarelli, Pulh, 2012). Depuis les années 1980, le musée a une vocation sociale, une fonction de présentation et de communication. La médiation culturelle, qui se charge de mettre en relation les offres culturelles avec le public ou plus simplement de proposer des animations à l'intention des visiteurs, est apparue dans les années 1990 (Wikipedia, Médiation culturelle). « Les expositions se multiplient, deviennent des offres culturelles et rivalisent dans le marché des loisirs avec d'autres formes de divertissement » (Blanc et al., 2009). Le bâtiment qui abrite le musée est souvent lui-même une œuvre d'art qui fait rayonner la ville et qui attire le public ou le touriste (Duplain Michel, 2006). En archéologie, le musée est souvent intégré dans un site. Celui-ci est valorisé au même titre que les collections. L'ensemble du parc archéologique est, en général, agrémenté de panneaux explicatifs. Des spectacles, des jeux sont organisés dans les arènes. La réalité augmentée sur smartphone se développe aussi et permet de visualiser in situ les restitutions en 3D de monuments semi-disparus (Defretin, 2014). Le site d'Avenches est déjà équipé de lunettes 3D stéréoscopiques.

Ces dernières années, la médiation et la valorisation du patrimoine passent beaucoup par le numérique, le web et les réseaux sociaux. On parle de cybermuséologie (Mairesse, 2015), de musée virtuel ou de musée numérique. Internet permet de capter de nouveaux publics, de présenter le musée d'une autre manière et le web 2.0 permet de sortir d'un schéma de communication unilatérale (Mencarelli, Pulh, 2012)<sup>6</sup>. « Le développement de logiques collaboratives et participatives [...] influencent largement la pensée muséale contemporaine », écrit Mairesse (2015). Notre sujet sur la diffusion des photos s'insère dans ce contexte numérique où le musée n'a plus seulement une logique de « vitrine », mais aussi une logique « relationnelle » où l'échange a de la valeur, où les contenus sont ouverts (Bausson, Duranthon, 2013). L'open access est également un bon représentant de cette tendance actuelle au partage. C'est donc dans ce contexte d'ouverture et d'échange que nos photos circulent. Et nos photos « de bonne facture » sont protégées par le droit d'auteur ; leur

---

<sup>6</sup> Selon Mencarelli et Pulh (2012, note de bas de page 1 p.3), le web 2.0 peut se comprendre comme une « architecture de la participation » où les utilisateurs ne sont plus de simples récepteurs passifs, mais peuvent prendre une part active à de la production de contenus.

utilisation n'est pas libre, mais soumise à des droits. Le producteur a un usage exclusif sur les contenus qu'il produit (Bausson, Duranthon, 2013). L'utilisation et la diffusion de photos soulèvent de nombreuses questions juridiques et demandent qu'on s'intéresse à divers textes de loi.

## **2.2 Contexte juridique**

Les musées sont confrontés dans leur quotidien à des questions de droit lorsqu'il s'agit, par exemple, d'acquérir les images d'un photographe, de les fournir à un chercheur ou de les mettre en ligne ou sur les réseaux sociaux. Les questions juridiques concernent essentiellement le droit d'auteur, mais aussi le droit à l'image, la protection des données ou le droit des contrats. Nous commencerons par ces derniers pour revenir plus longuement sur le droit d'auteur.

### **2.2.1 Le droit à l'image, droits de la personnalité (CC) et loi sur la protection des données (LPD)**

Le droit à l'image n'est pas expressément mentionné dans les lois suisses. Il faut se référer à la loi sur la protection des données (LPD) et aux droits de la personnalité présentés dans l'art. 28 du code civil suisse (CC, art. 28). On peut ajouter l'art. 13 de la Constitution suisse qui concerne la protection de la sphère privée.

Le droit à l'image s'applique aux personnes figurant sur les photos. « [...] La personne que l'on souhaite photographier possède un droit à l'image qui lui permet, en règle générale, de s'opposer à la fixation et à la diffusion de son image » (PFPDT, 2014). L'image ou la photo est une donnée personnelle. Selon la LPD, « les données personnelles sont toutes les informations qui se rapportent à une personne identifiée ou identifiable » (LPD, art.3 let. a). « Cette loi garantit le droit à l'autodétermination en matière d'information et interdit [...] le traitement non autorisé ou la communication de données personnelles » (PSC, 2015). « Les droits de la personnalité sont inséparables de la personne jusqu'à sa mort, et peuvent être invoqués à tout moment. Par conséquent, avant de publier une photo d'archives, on prendra soin d'identifier les personnes qui y sont représentées et de demander leur consentement » (PFPDT, 2014). Toute personne victime d'une atteinte illicite à son droit sur sa propre image peut agir en justice pour sa protection (CC, art. 28 al. 1) (cf. lexique). Pour qu'il y ait atteinte à l'image, il faut que la personne concernée soit reconnaissable. « Une atteinte est illicite, à moins qu'elle ne soit justifiée par le consentement de la victime, par un intérêt prépondérant privé ou public ou par la loi » ; ce sont quatre « motifs justificatifs » (CC, art. 28 al. 2). « Un intérêt prépondérant public peut exister, par exemple, lorsque la police publie la photo d'un suspect afin de le retrouver » (Neuenschwander, 2014). En plus des motifs justificatifs, Neuenschwander (2014) dit « qu'il existe deux principales exceptions au droit à l'image. La première concerne les personnages publics pour lesquels on présume qu'ils consentent à l'utilisation de leur image dans un but d'information. La deuxième exception concerne les personnes n'étant pas le sujet de la photographie ». Cela signifie que la personne photographiée ne peut pas se plaindre d'une atteinte à son image si elle n'a qu'un statut d'accessoire sur la photo, si elle n'est qu'un passant parmi les autres dans un lieu public (Neuenschwander, 2014).

Avant de mettre en ligne des images représentant des personnes, les musées devraient donc s'assurer d'avoir l'autorisation des personnes représentées. C'est le « consentement de la victime » cité ci-dessus dans l'art. 28 al. 2 du CC. Le mieux est d'avoir une autorisation écrite.

En annexe se trouve un exemplaire fourni par le MEG pour photographier des enfants (annexe 2). Les visiteurs du musée peuvent être photographiés, car c'est un lieu public, mais ils ne peuvent être isolés et ce gros plan ne peut être utilisé car chacun a droit au respect de sa vie privée et a un droit absolu sur son image et l'utilisation qui en est faite (Jean et al., 2017 ; Mattatia, 2017). La Constitution suisse dit que « toute personne a droit au respect de sa vie privée et familiale, de son domicile, de sa correspondance et des relations qu'elle établit par la poste et les télécommunications et que toute personne a le droit d'être protégée contre l'emploi abusif des données qui la concernent » (art. 13 al. 1 et 2).

### **2.2.2 Le droit des contrats, code des obligations (CO)**

Le droit des contrats est régi en Suisse par le Code des obligations (CO)<sup>7</sup>. Les contrats peuvent être tacites (CO, art. 1). Dans les musées, des contrats sont, par exemple, conclus pour pouvoir utiliser les œuvres des photographes ou des auteurs. Ceux-ci peuvent céder leurs droits par un contrat de cession ou autoriser l'utilisation de leurs œuvres par un contrat de licence (concession de licence) (cf. 2.3.2) (cf. aussi Pantalony p.21). Il existe aussi des contrats de licence « Creative Commons » (cf. 2.4.5). On peut ajouter des contrats de prêts d'objets pour des expositions temporaires. Dans ces contrats figurent, par exemple, l'interdiction de photographier au musée les objets prêtés (JEAN et al., 2017). Il y a également des contrats de travail ou de commande avec les photographes internes et externes.

### **2.2.3 Propriété intellectuelle, loi sur le droit d'auteur (LDA)**

La création artistique est protégée par le droit d'auteur. Le droit d'auteur est un sous-ensemble de la propriété intellectuelle (LDA ; RS 231.1). « On entend par droit de la propriété intellectuelle l'ensemble des règles juridiques protégeant la créativité [et les biens immatériels] » (Salvadé, 2015) (cf. IPI, 2018)<sup>8</sup>.

De nombreux ouvrages et sites internet présentent le droit d'auteur. On peut citer les textes de l'IPI (2015), de Salvadé (2015), de SUISAblog, de WEHRLIN et al. (2011), du CCDL (2018) pour la Suisse et celui de Mattatia (2017) pour la France. « La loi sur le droit d'auteur confère des droits aux auteurs tels que [les photographes], les compositeurs, les écrivains, les peintres, les sculpteurs, les dessinateurs, les architectes, les designers, les réalisateurs et les chorégraphes » (IPI, 2015, p.4). Seule une personne physique peut être considérée comme auteur (LDA, art.6). « C'est [aux auteurs] qu'il revient de décider si leur œuvre peut faire l'objet d'une utilisation, par exemple, être reproduite, diffusée ou représentée, à quel moment et dans quelles conditions » (IPI, 2015, p.4).

« [Le droit d'auteur] protège les œuvres, qu'elles soient musicales, artistiques, littéraires, photographiques, sculpturales, architecturales ... Toute création de l'esprit, littéraire ou artistique, qui a un caractère individuel est une « œuvre » au sens de la loi (LDA, art.2) » (Charlet, 2014). Une photo banale, sans recherche, sans originalité, qui n'apporte rien de nouveau, risque de ne pas être considérée comme une « œuvre » et sa protection sera

---

<sup>7</sup> C'est le 5<sup>e</sup> livre du Code civil suisse.

<sup>8</sup> Glossaire IPI, 2018 : le droit de la propriété industrielle (droit des brevets, droit des marques, droit des designs et droit des obtentions végétales) ainsi que le droit d'auteur et les droits voisins régissent les droits sur les biens immatériels. Ils sont regroupés sous le terme générique de «droits de propriété intellectuelle ». Ces droits créent, en effet, une situation de propriété.  
[https://www.ige.ch/fileadmin/user\\_upload/recht/national/f/urheberrecht/Glossar2\\_FR.pdf](https://www.ige.ch/fileadmin/user_upload/recht/national/f/urheberrecht/Glossar2_FR.pdf)

débatte<sup>9</sup>. Une « œuvre » au sens de la loi est protégée automatiquement dès sa création (Charlet, 2014). Il n'y a aucune démarche à faire pour la protéger. La protection est limitée dans le temps ; elle s'arrête 70 ans après le décès de l'auteur. On dit que les œuvres tombent ensuite dans le domaine public et chacun peut les utiliser librement (SSA, 2012). Avant cela, l'utilisation d'une œuvre protégée nécessite, en principe, l'autorisation de l'auteur, de ses héritiers ou de ses ayants droit. Les sociétés de gestion « servent » régulièrement d'ayants droit. Ce sont des organismes créés par les auteurs pour défendre leurs droits. Ce ne sont pas de véritables ayants droit, mais la loi leur donne la faculté de faire valoir certains droits à la place de l'auteur<sup>10</sup>. En Suisse, c'est la société de gestion ProLitteris qui gère les droits des photographes (IPI, 2015 ; Salvadé, 2015)<sup>11</sup>.

Le droit d'auteur confère deux types de droits à l'auteur : les droits moraux et les droits patrimoniaux. Le droit moral unit l'œuvre à son auteur, lui permet d'en revendiquer la paternité, de décider de sa divulgation et de s'opposer à sa modification (LDA, art. 9, 11). Une œuvre est divulguée lorsqu'elle est rendue accessible pour la première fois (CCDL, 2018). Le droit moral ne peut pas être cédé. L'auteur reste toujours l'auteur de son œuvre. Le droit patrimonial est, en revanche, cessible. Il peut être transféré à un tiers. Il permet à l'auteur de tirer des avantages économiques de son œuvre s'il le souhaite. Il peut la reproduire, la mettre en circulation, la mettre sur internet, l'adapter, la vendre, etc. (LDA, art. 10) (Salvadé, 2015 ; SSA, 2012 ; CCDL, 2018).

Alors que le droit d'auteur est parfois considéré comme un frein à la diffusion ou à la circulation de l'information ou des contenus, Pantalony (2013, p.8) souligne son importance pour la société et son patrimoine : « Une société favorise et encourage le processus de création en incitant, par la protection de la propriété intellectuelle, à la création de nouvelles œuvres [...]. Cette protection permet au patrimoine culturel d'une société d'évoluer ». Elle permet aussi au marché de fonctionner, aux créateurs de commercialiser des biens intangibles<sup>12</sup>.

### **2.2.3.1 Exceptions au droit d'auteur<sup>13</sup>**

L'auteur a un droit exclusif sur son œuvre (LDA, art. 9), mais cela ne va pas dans l'intérêt de la collectivité (CCDL, 2018). Aussi, la loi prévoit quelques exceptions ou restrictions au droit d'auteur pour l'usage privé (LDA, art. 19,20), la parodie (LDA, art. 11), les exemplaires d'archives et copies de sécurité (LDA, art. 24), la reproduction pour des personnes atteintes de déficiences sensorielles (LDA, art. 24), les citations (LDA, art. 25), les catalogues de musées, d'expositions et de ventes aux enchères (LDA, art 26), les œuvres se trouvant en des endroits accessibles au public (exception de panorama) (LDA, art.27) les comptes rendus d'actualité (LDA, art. 28) (cf. CCDL, 2018 ; Salvadé, 2015, IPI, 2015). Ces exceptions permettent l'utilisation d'œuvres protégées sans que l'autorisation explicite du titulaire des droits soit nécessaire (IPI, glossaire). Les exceptions importantes pour ce sujet sont présentées dans le lexique (annexe 16). Ici, nous donnerons seulement des précisions sur l'exception la plus importante, celle de l'usage privé. La loi distingue l'usage privé au sens

---

<sup>9</sup> cf. 2.2.3.3 la loi est en cours de révision ; la Suisse souhaite étendre la protection à toutes les photos

<sup>10</sup> Ling Peter. Relecture TM [message électronique] 18.07.2018

<sup>11</sup> cf. site des sociétés de gestion : swisscopyright, <http://www.swisscopyright.ch/fr/les-societes-de-gestion.html>

<sup>12</sup>cf. Dessemontet, François. Photographie publicitaire et droit d'auteur, USPP, s.d. [https://www.uspp.ch/wq\\_pages/fr/pratique/droits-auteur-dessmontet.php](https://www.uspp.ch/wq_pages/fr/pratique/droits-auteur-dessmontet.php).

<sup>13</sup> Les exceptions au droit d'auteur sont aussi appelées restrictions ou limites au droit d'auteur.



strict du terme et l'usage privé étendu<sup>14</sup> (LDA, art. 19 al.1 let. a-c). Le premier est l'usage à des fins personnelles ou dans un cercle de personnes étroitement liées, tels des parents ou des amis. Il ne nécessite pas l'accord de l'auteur et il est gratuit. Les employés d'une même entreprise, les membres d'une association ou les « amis » des réseaux sociaux n'entrent pas dans cette catégorie. Le second est l'usage privé étendu. C'est l'usage d'une œuvre par un maître et des élèves à des fins pédagogiques et l'usage à des fins d'information interne ou de documentation dans les entreprises (Salvadé, 2015). Les œuvres peuvent être utilisées sans demande d'autorisation, mais leur utilisation est payante. Les institutions paient un forfait auprès des sociétés de gestion (Almansi et al., 2010).

### 2.2.3.2 Sanctions civiles, pénales et administratives

« Quiconque utilise du contenu protégé par le droit d'auteur sans l'autorisation nécessaire, peut être tenu pour responsable d'une violation du droit d'auteur » (Almansi et al., 2010, p.41). Les conséquences du non-respect des droits d'auteur est présenté aux art. 61-77 de la LDA. Salvadé (2015) et le CCDL (2018) en font un résumé succinct.

*« La LDA prévoit deux types d'actions en cas de violation du droit d'auteur : d'une part en matière civile (art. 61 ss LDA), d'autre part en matière pénale (art. 67 ss LDA). Par conséquent, celui qui est responsable d'une violation du droit d'auteur peut être sujet, alternativement ou cumulativement, à des sanctions de nature civile (par ex. condamnation à un dédommagement) et de nature pénale (par ex. condamnation à une peine privative de liberté ou à une peine pécuniaire) » (CCDL, 2018).*

Dans les faits, de nombreuses violations du droit d'auteur sont commises sur internet, car internet facilite et banalise le copier-coller de contenus. La plupart des images sur internet ne comportent aucune notice de propriété (Favre, 2015). Les utilisateurs devraient être informés et savoir à quelles conditions ils peuvent obtenir des photos. Il y a, heureusement, de plus en plus d'informations en ligne à ce sujet. Swissuniversities a, par exemple, mandaté un groupe de travail issu d'universités suisses pour mettre en place un centre de compétence pour le droit numérique (le CCDL) et offrir à la communauté académique un support pour résoudre les problèmes légaux liés à l'utilisation des médias et technologies actuelles<sup>15</sup>. L'internaute bénéficie aussi des services de la société de l'information et peut être représenté par les associations de protection des consommateurs (cf. Salvadé, 2015, p.29-30). Les sites d'images ne sensibilisent pas toujours l'internaute au droit d'auteur et ne lui rappellent pas que le web est aussi soumis aux règles juridiques. Le fait de pouvoir accéder facilement à l'information et aux images ne signifie pas qu'on peut les utiliser librement. Il faut demander l'autorisation<sup>16</sup>. « Le téléchargement pour réutilisation d'éléments visuels est très souvent pratiqué [...], la question de la légalité de tels actes de réutilisation implique souvent les banques d'images en ligne », dit Favre (2015). Ce dernier ajoute : « [...] les banques d'images [qui] sont propriétaires de visuels fréquemment utilisés sans leur autorisation, n'hésitent pas à réclamer des dommages et intérêts par courrier de mise en demeure » (Favre, 2015). Comme les démarches judiciaires sont longues et coûteuses, les risques de poursuite sont toutefois faibles. « La règle d'usage veut qu'on commence par rechercher une solution à l'amiable et

---

<sup>14</sup> Le terme « d'usage privé étendu » est repris à Salvadé (2015)

<sup>15</sup> <https://ciel.unige.ch/2017/03/centre-de-competence-pour-le-droit-numerique-une-initiative-innovatrice-en-suisse/>

<sup>16</sup> Il existe des modèles de demande d'autorisation ex. chez Ooreka pour un site internet ou un blog : <https://creation-site-internet.ooreka.fr/ebibliotheque/voir/254237/demande-du-droit-d-utilisation-d-une-photo-ou-d-un-document-sur-internet>

qu'on retire le visuel » (Favre, 2015). Il est recommandé de se renseigner sur les droits liés aux photos que l'on veut utiliser avant de les mettre en ligne.

### 2.2.3.3 La révision du droit d'auteur

Internet a sensibilisé le grand public au droit d'auteur, mais l'a aussi bouleversé et remis en question. Le droit d'auteur est perçu comme difficile à adapter aux nouveaux usages et technologies<sup>17</sup>. Certains internautes préfèrent utiliser des licences Creative Commons (cf. 2.4.5). La propriété intellectuelle est aussi régie différemment dans chaque pays, alors qu'internet est un réseau mondial qui ne connaît pas de frontières. « [...] Le droit suisse ne protège les droits d'auteur [...] que sur le territoire suisse. La protection internationale est régie par des traités internationaux (par ex. la Convention de Berne et la Convention de Rome). Si un auteur suisse souhaite savoir comment il est protégé dans un autre pays, il doit tirer au clair si le pays en question et la Suisse sont parties au même traité » (IPI, 2018). Les Etats doivent collaborer pour que les droits des auteurs soient respectés et ils doivent harmoniser certains aspects des droits d'auteur nationaux (cf. IPI, 2018). C'est l'organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) dont le siège est à Genève qui promeut l'élaboration d'un système international de propriété intellectuelle<sup>18</sup>. L'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle (IPI) représente la Suisse au sein de l'OMPI<sup>19</sup>.

Depuis 2012, la Confédération s'efforce de moderniser la LDA, de l'adapter aux traités de l'OMPI, aux technologies modernes et à l'ère d'internet. Un groupe de travail, l'AGUR12, a fait un ensemble de propositions et un projet de modification de loi sur le droit d'auteur a été adopté par le Conseil fédéral, puis soumis au Conseil national et au Conseil des Etats pour l'examen par les Chambres fédérales en novembre 2017 (Salvadé, 2017 ; IPI, 2018). Les principales nouveautés sont présentées sur le site de la Confédération<sup>20</sup> et sur celui de l'IPI (2018). La révision vise principalement à renforcer la lutte contre le piratage sur internet. Nous retiendrons pour ce travail que « le projet de révision prévoit d'instaurer en Suisse une protection pour toutes les photographies jusqu'à 50 ans après leur production, y compris pour les clichés amateurs » comme c'est le cas en Allemagne<sup>21</sup>. Jusqu'à présent seules les « œuvres d'art » sont protégées<sup>22</sup>. Une restriction au droit d'auteur sera aussi introduite en

---

<sup>17</sup> Ce sujet actuel et important mérite d'être pris en considération, mais n'est que peu traité ici car il dépasse notre propos. Voir, par exemple, Salvadé 2015 (biblio) ou Prigent G., La plasticité du droit d'auteur au défi des nouveaux usages. *Archimag*, droit de l'information, 2015, n°53, p.17-19

<sup>18</sup> Tiré de <http://www.wipo.int/about-wipo/fr/>. Le Comité permanent du droit d'auteur et des droits connexes (SCCR) est l'instance dans le cadre de laquelle les États membres de l'OMPI et les observateurs se rencontrent pour examiner les questions relatives au développement d'un cadre juridique international équilibré et prendre des décisions à cet égard, de manière à favoriser l'adaptation du droit d'auteur aux besoins en constante évolution de la société. <http://www.wipo.int/copyright/fr/#laws>

<sup>19</sup> L'IPI est le centre de compétences de la Confédération pour toutes les questions touchant aux brevets, aux marques, aux indications de provenance, aux designs et au droit d'auteur. <https://www.ige.ch/fr.html>

<sup>20</sup> Département fédéral de justice et police DFJP, <https://www.ejpd.admin.ch/ejpd/fr/home/aktuell/themen/urg.html>

<sup>21</sup> IPI, dossier de presse, modernisation du droit d'auteur, 22.11.2017, <https://www.ejpd.admin.ch/dam/data/ejpd/aktuell/news/2017/2017-11-22/medienrohstoff-f.pdf>

<sup>22</sup> L'AMS rejette la proposition notamment parce que la loi serait appliquée rétroactivement aux photos qui auraient moins de 50 ans au moment de l'entrée en vigueur de la loi cf. [https://www.museums.ch/fr/assets/files/dossiers\\_f/Info\\_VMS\\_Vorstand\\_Mitglieder\\_URG%20Revision%2020180509%20FRZ%2020180509-neu.pdf](https://www.museums.ch/fr/assets/files/dossiers_f/Info_VMS_Vorstand_Mitglieder_URG%20Revision%2020180509%20FRZ%2020180509-neu.pdf)

faveur de la science et du data mining (fouilles de données). En effet, la copie automatique des données des textes scientifiques sera autorisée à des fins d'analyses et les copies ne donneront pas droit à une rémunération. L'utilisation d'œuvres orphelines, i.e. des œuvres dont les titulaires des droits sont inconnus ou introuvables, sera aussi permise sous certaines conditions. Une autre nouveauté est l'introduction de licences collectives étendues. Si, par exemple, le musée souhaite numériser une grande quantité de photos ou réaliser un film d'exposition, il ne devra plus demander d'autorisations à tous les titulaires de droits. Il pourra conclure des accords avec les sociétés de gestion (IPI, 2018).

Il reste que la loi, notamment celle sur le droit d'auteur doit s'adapter rapidement à des évolutions technologiques qui se suivent et aux usages qui évoluent. Les organisations et les entreprises internationales, où le partage de contenus protégés par le droit d'auteur se fait quotidiennement, ont pris les devants et ont cherché des solutions pratiques. En 2011, un article de l'OMPI sur le droit d'auteur dans les sociétés privées, disait : « aujourd'hui, la faible sensibilisation au droit d'auteur combinée à la facilité et à la rapidité d'accès et de partage de l'information a engendré l'un des plus graves problèmes auxquels les sociétés sont confrontées : la gestion du risque lié au droit d'auteur »<sup>23</sup>. Beaucoup d'organisations ont donc formé et sensibilisé le personnel à la propriété intellectuelle et ont fait appel à un seul courtier en licences collectives pour obtenir les droits détenus par de multiples titulaires. Le Copyright Clearance Center (CCC) et sa filiale européenne RightsDirect sont, par exemple, des organisations qui proposent ce type de licence<sup>24</sup>.

## **2.3 Politique d'acquisition, réalisation et gestion des photos**

La diffusion des images des musées ne peut se faire correctement que si, en amont, les photos des collections ou des événements ont été acquises, réalisées et inventoriées avec soin et conformément au droit. Frochot (2015) dit que « souvent les photothèques<sup>25</sup>, même bien gérées sur le plan de la conservation et de la gestion des photographies, ne sont absolument pas organisées en vue d'une exploitation juridique des contenus ». Les fonds de photos doivent être tenus avec une certaine rigueur juridique pour être exploités licitement. Et cette tâche incombe en général aux employés du musée qui donnent accès à l'œuvre, qui sont les intermédiaires entre l'œuvre et ses utilisateurs.

### **2.3.1 Les photographes**

Pour les musées, il est important de régler la question des droits d'auteur au moment de la réalisation ou de l'acquisition des photos. Ils doivent savoir qui détient les droits, ils doivent les avoir ou pouvoir les demander lors de la numérisation ou mise en ligne des photos (Benhamou, 2015).

Les photos peuvent être réalisées en interne par un photographe du musée ou être acquises auprès d'un photographe externe. Les photos amateurs des visiteurs ou du personnel ne sont pas traitées ici. Si le musée a un photographe en interne, ce n'est pas le musée qui a les droits, mais le photographe. Les droits d'auteur appartiennent à la personne physique qui a créé l'œuvre (LDA, art.6). Les droits moraux, notamment le droit de paternité est incessible,

---

<sup>23</sup> [http://www.wipo.int/wipo\\_magazine/fr/2011/03/article\\_0007.html](http://www.wipo.int/wipo_magazine/fr/2011/03/article_0007.html)

<sup>24</sup> cf. note précédente

<sup>25</sup> Définition photothèque : collection d'archives photographiques, service chargé de l'archivage, de la conservation et de la communication d'archives photographiques, CNRTL : <http://www.cnrtl.fr/definition/phototh%C3%A8que>

mais l'auteur peut y renoncer. « Afin de pouvoir prétendre aux droits, l'employeur doit se les faire céder. Il est judicieux de régler une cession dans le contrat de travail, mais elle peut aussi faire l'objet d'un accord tacite » (IPI, 2015, p.22). « Une fois les droits cédés, l'employeur [...] peut archiver les images, les utiliser autant de fois qu'il le désire sur le support de son choix. Il peut aussi les revendre. Même lorsque le photographe quitte son employeur, ce dernier reste propriétaire des travaux » (Photojournalists, 2015).

Si le photographe est externe, le musée a la possibilité d'acquérir les droits d'auteur par un contrat de cession ou d'obtenir divers droits d'utilisations par un contrat de licence.

### **2.3.2 Contrat de cession ou contrat de licence**

« Le contrat de cession est un contrat par lequel l'auteur, ici le photographe, cède ses droits patrimoniaux sur une œuvre [...]. Le contrat de cession peut être relié à la notion de vente » (Sharelex, 2014a). La personne qui acquiert le droit ne devient pas l'auteur, mais le titulaire du droit (il obtient un droit dérivé). Il le reçoit en tant que droit exclusif et peut exploiter l'œuvre dans son intégralité (représentation, reproduction, diffusion, etc.). Il peut transférer à son tour le droit acquis. L'auteur ne peut plus exploiter lui-même son œuvre, ni la céder à autrui (CCDL, 2018).

Lorsque l'auteur ne veut pas renoncer à son statut juridique, il peut accorder de simples droits d'utilisations (licences) par un contrat de licence (CCDL, 2018). « Lorsqu'il est conclu à titre onéreux, le contrat de licence correspond à la location ; lorsqu'il est conclu, à titre gratuit, il correspond au prêt » (Sharelex, 2014a). L'auteur reste propriétaire de l'œuvre. Il autorise l'exploitation de l'œuvre de manière limitée, partielle et ne donne pas l'exclusivité à une personne (Camille, 2017). « Le contrat de licence officialise [...] une collaboration entre le titulaire des droits de propriété intellectuelle (l'auteur) et le tiers autorisé à utiliser ces droits » (Camille, 2017).

« Les contrats de droits d'auteur peuvent être rédigés librement [...]. Aucune loi ne prescrit ce que doit contenir un contrat de droit d'auteur [...] » (Wehrin et al., 2011 p.29). Frochot (2015, p.74) liste les points clés à prendre en considération. L'idéal serait que le musée propose un contrat type qui présente des solutions équitables (Wehrin et al., 2011). Mais les photographes n'ont pas tous les mêmes pratiques.

En général, « il est vivement recommandé de prévoir une clause de cession des droits d'auteur en faveur du musée pour toute photographie prise pour le musée dans le contrat de travail ou de commande avec un photographe » (Jean et al., 2017, p.8).

### **2.3.3 Les droits d'auteur liés aux photos, le crédit photo, le copyright**

À chaque publication, reproduction, commercialisation d'une photographie, il est obligatoire de mentionner le crédit photo. C'est la signature d'une photo ; elle permet le respect du droit d'auteur (Ooreka, 2018). Le crédit photo comprend le nom du photographe et le gestionnaire des droits (l'artiste lui-même ou l'agence photographique ou l'institution qui conserve l'image, galerie, musée, etc.). Certains ajoutent les conditions de distribution à la suite (licence Creative Commons, libre de droit ou domaine public) (Friportail, 2009). Le crédit photo est placé sous la photo ou à côté de celle-ci. Il se trouve parfois en marge ou en fin d'ouvrage. Il prend les formes suivantes :

Photo © Pierre Dupont (nom du photographe) / Agence Pol (gestionnaire des droits);

Le sigle © (copyright) n'est pas obligatoire. « Pour qu'une œuvre soit protégée par la loi, aucune formalité comme l'inscription dans un registre ou l'apposition du fameux signe © n'est requise. [...] Jusqu'à preuve du contraire, la personne mentionnée sur les exemplaires de l'œuvre est présumée être l'auteur » (SSA, 2012). Mais ce sigle est utilisé partout pour signaler l'existence d'un droit d'auteur. Il est utile et tout le monde le comprend. Les sociétés de gestion demandent qu'il soit utilisé lorsqu'elles accordent une autorisation de reproduction. « Celle-ci est subordonnée à la mention du nom de l'auteur, du titre de l'œuvre, du signe ©, de l'année et du nom de la société (Jean et al. 2017, p.5) »<sup>26</sup>.

Les photos dont le musée détient les droits peuvent être numérisées, réutilisées, modifiées, mises à disposition librement au sein du musée. Pour l'utilisateur, elles peuvent être gratuites ou payantes selon les musées. Le musée est mentionné dans le copyright. Le nom du photographe devrait l'être aussi en principe, car le droit de paternité (droit d'être nommé comme auteur) fait partie des droits moraux qui sont incessibles. Le photographe peut, toutefois, renoncer à son droit de paternité. C'est le contenu du contrat par lequel le photographe a cédé ses droits au musée qui dicte la réponse. Souvent les droits reviennent à l'organisation qui a commandité l'œuvre (cf. Mattatia, 2017, p.18) « Si [...] un auteur crée une œuvre dans le cadre d'un contrat de travail, d'un mandat [...], le titulaire du droit est l'employeur » (SSA, 2012).

Les photos dont le musée ne détient pas les droits ne peuvent être réutilisées sans l'autorisation de l'auteur ou de l'ayant droit. Le paiement ou non d'une rémunération et son montant dépendent de l'auteur. L'association Suisse des Banques d'images et Archives Photographiques (ASBI) proposent des tarifs de référence pour la Suisse. Si l'auteur est représenté par la société de gestion ProLitteris, une demande d'autorisation est nécessaire et les photos sont payantes (Jean et al., 2017). Les tarifs sont en ligne sur le site de ProLitteris (2018). Le photographe ou l'ayant droit doit être mentionné.

#### **2.3.4 Les droits liés aux objets de la collection et le droit au profit du propriétaire matériel**

Une photo représente souvent un objet. Il faut aussi prendre en compte les droits des auteurs dont les œuvres ou créations sont représentées sur les photos. Il existe donc des droits sur les photos et il existe des droits sur les objets photographiés. Les auteurs décident eux-mêmes à quelles conditions leurs œuvres peuvent être reproduites (LDA, art. 10). Et photographier une œuvre protégée par le droit d'auteur est considéré comme une façon de reproduire l'œuvre (Verbauwhede, 2006).

---

<sup>26</sup> En anglais, le droit d'auteur est appelé « copyright ». « La mention du « copyright », matérialisée par le © apposé sur le support de l'œuvre suivie de l'année de publication, était autrefois requise par le droit d'auteur américain » (Tous droits réservés, 2017). Afin de prouver que l'auteur avait informé les lecteurs de son intention de se réserver l'intégralité des droits sur l'œuvre, l'auteur devait apposer le symbole ©, l'année de création de publication et la mention « tous droits réservés (All rights reserved) » sur le support de diffusion de l'œuvre. Cette indication n'est plus nécessaire depuis 1989, date à laquelle les Etats-Unis ont adhéré à la Convention de Berne (Tous droits réservés, 2017, Wehrlin et al., 2011).

Si les objets que l'on souhaite photographier sont des œuvres au sens de la loi (LDA art. 2 al. 2) et qu'ils ne sont pas tombés dans le domaine public, ils sont protégés et il faut identifier qui détient les droits. Si c'est le musée lui-même, le musée peut les photographier et mettre les reproductions à disposition du public. Si ce n'est pas le musée, il faudra une autorisation de l'auteur pour les photographier et éventuellement payer une redevance même si le musée est le propriétaire de l'œuvre. Le musée est généralement propriétaire de ses œuvres, mais n'a pas toujours les droits sur ses œuvres. « La propriété incorporelle est indépendante de la propriété de l'objet matériel [...] » (Pierrat, 2017). Le nom de l'auteur de l'œuvre devra aussi être mentionné sur la photo (Verbauwhede, 2006).

Si les objets sont tombés dans le domaine public, comme c'est généralement le cas pour les objets des musées archéologiques issus des fouilles, les visiteurs peuvent, en principe, les photographier librement à moins que l'institution ne le permette pas à l'intérieur de ses murs (cf. pt. 2.5.3). Pierrat (2017) dit aussi que les musées s'approprient parfois les œuvres du domaine public : « Mais, que l'œuvre soit encore protégée ou non au titre de la propriété littéraire et artistique, il existe aussi un droit au profit du propriétaire matériel. C'est ainsi que les musées ou certains collectionneurs monnayent une sorte de « droit d'accès » à leur propriété ». Gunthert et al. (2007) rappellent que les conditions de conservation d'un objet patrimonial sont contraignantes et qu'aucun dispositif légal ne prévoit le financement nécessaire à la conservation et à la communication de ces objets.

### **2.3.5 Représentation des personnes et des monuments : le droit à l'image et la liberté de panorama**

Une photo peut aussi représenter des personnes. Ces photos sont « doublées de la protection de la personnalité » (IHEID, 2018). On ne peut diffuser ou publier ces photos sans le consentement des personnes représentées (cf. pt. 2.2.1). Un consentement pour chaque utilisation est nécessaire. L'idéal est d'obtenir une autorisation écrite en guise de preuve et de la conserver avec l'image et la fiche d'inventaire. Le droit à l'image s'éteint à la mort de la personne (IHEID, 2018).

Une photo peut aussi représenter un site archéologique, une œuvre architecturale, une statue, une œuvre d'art. En Suisse, il n'y a pas de droit à l'image des biens (IHEID, 2018). Un site archéologique, un bâtiment historique font partie du domaine public et peuvent être reproduits librement. Les œuvres protégées qui se trouvent en permanence sur une voie ou une place accessible au public peuvent aussi être reproduites (photographiées, filmées, etc.) sans l'autorisation de l'auteur et la reproduction peut être utilisée et mise en circulation librement. La reproduction ne peut toutefois pas être faite en trois dimensions et ne doit pas avoir le même but que l'original ; c'est une exception au droit d'auteur que l'on nomme aussi exception de panorama (art. 27 LDA) (Wehrlin et al., 2011, p.22). En France, cette exception n'existe pas. En théorie, on ne peut pas photographier un bâtiment protégé sans l'accord de l'ayant droit. C'est le cas, par exemple, pour la Pyramide du Louvre (Photobox, 2018).

### **2.3.6 Les inventaires**

Les musées inventorient les objets importants de leur collection. « L'inventaire est la preuve juridique de l'existence, de l'origine, des modalités d'acquisition et de la date d'entrée d'un objet dans une collection. Il précise les rapports de propriété, la localisation de l'objet dans le musée ; il apporte une aide capitale [...] en cas de dommage ou de perte » (Jean et al., 2015, p.4). Chaque objet reçoit un numéro d'inventaire qui est enregistré dans la base de données. Les musées romands utilisent divers logiciels de gestion des collections comme Micromusée,

Imdas, Musinfo ou MuseumPlus. Ce dernier logiciel, mis au point par la société suisse Zetcom, est utilisé par de nombreuses institutions prestigieuses à travers le monde<sup>27</sup>.

Des informations essentielles concernant les objets sont consignées dans les inventaires et permettent de les identifier. L'AMS donne une liste des données qui doivent être saisies (Jean et al., 2015, p.6). La liste est en annexe (annexe 3). La photo fait partie de la fiche d'inventaire. Selon Boon et Leloup, cité par Villat (2017, p.29), « les six éléments de base compris dans la description d'une image sont : un numéro d'identification unique, des données sur le contenu de l'image, des informations sur le photographe, la date de la prise de vue, des indications sur les techniques et procédés utilisés, ainsi que des données contextuelles ». « La photo représente une aide efficace pour le classement et la recherche des objets ou la planification d'expositions ; elle sert de preuve en cas de destruction ou de perte [...]. Il convient néanmoins de faire la distinction entre une simple photo d'inventaire standard et des images en haute résolution de l'objet [...]. » (Jean et al., 2015, p.4). Les photos d'inventaire ne sont généralement pas des œuvres au sens de la loi et ne sont pas protégées par le droit d'auteur. Ce qui n'est pas le cas des photos mises en ligne ou utilisées pour les publications qui sont réalisées avec une certaine mise en scène, un certain effort créatif, sous un angle particulier en soignant l'éclairage, la lumière, etc. (cf. aussi Mattatia, 2017, p.173).

### **2.3.6.1 Les photos et leurs métadonnées dans l'inventaire**

En général, les images illustrent les objets des fiches d'inventaire et sont décrites de manière uniforme selon des standards. Les descriptions ou informations associées à une image sont appelées « métadonnées » (cf. métadonnées des photos du SMRA dans l'annexe 4). Villat (2017) dresse une liste des métadonnées jugées indispensables pour une photographie. Elle est placée en annexe (annexe 5). Il existe trois types de métadonnées pour les images : les métadonnées EXIF, IPTC et XMP.

« Dans les photos que l'on prend avec un appareil numérique, il y a l'image proprement dite et des données associées aux photos qui sont appelées « informations Exif » ou « métadonnées » (Oehmichen, 2009). Ces dernières sont renseignées automatiquement lors de la prise de vue. Elles sont d'ordre technique. Elles contiennent de nombreuses informations sur l'image : coordonnées GPS du lieu où la photo a été prise, date et heure de la prise de vue, dimensions, taux de compression utilisé, nombre de couleurs, type et modèle d'appareil utilisé, temps de pose, diaphragme, utilisation ou non d'un flash (Oehmichen, 2009 ; Van Den Berghe, 2013).

Il existe d'autres types de métadonnées, les IPTC et les XMP. Ces données sont renseignées manuellement par l'utilisateur avec un logiciel adapté<sup>28</sup>. Elles sont stockées dans le même fichier que l'image et sont véhiculées avec la photo (Deschaseaux, 2018). L'IPTC est souvent utilisé pour informer sur le crédit photo (Deschaseaux, 2018). Le standard XMP est plus moderne et plus flexible. Basé sur XML<sup>29</sup>, il a incorporé les métadonnées du Dublin Core (auteur, titre, date, mots-clés, créateur, etc.)<sup>30</sup> et celles de l'IPTC. L'IPTC est lui-même devenu

---

<sup>27</sup> Information tirée du site web du musée de l'Ariana (GE) :

<http://institutions.ville-geneve.ch/fr/ariana/ressources/collections-en-ligne/>

<sup>28</sup> Via Adobe Bridge par ex. pour le SMRA ou Photoshop, cf. Osseland, 2016

<sup>29</sup> Info sur l'XML chez Lazine Emmanuel, XML expliqué aux débutants, 21.12.1999, <http://xml.chez.com/initiation/>

<sup>30</sup> Info sur Dublin Core par ex. sur Wikipedia: [https://fr.wikipedia.org/wiki/Dublin\\_Core](https://fr.wikipedia.org/wiki/Dublin_Core)



l'IPTC-Core après avoir été adapté à l'XMP<sup>31</sup> (Dunant Gonzenbach et al., 2013). Les trois formats coexistent.

Les métadonnées donnent de précieux renseignements sur les images. Elles facilitent l'organisation et le classement des images. Une métadonnée essentielle pour optimiser le référencement de son site est le titre du fichier, par exemple (Osseland, 2016). En 2014, Google avait annoncé que les métadonnées EXIF contenant des informations sur le photographe, le copyright, la date et l'heure pourraient peut-être devenir un facteur de classement, jouer un rôle dans le référencement des images<sup>32</sup>. La société Lamark, créateur d'Imatag soulève toutefois le problème des métadonnées qui « disparaissent » sur le web<sup>33</sup>. Une étude menée en 2018 par cette société révèle que 85% des images publiées sur internet n'ont plus de métadonnées. « Parmi celles qui ont encore un fichier de métadonnées (format IPTC, EXIF ou XMP), [seule une sur cinq contient encore] des informations permettant de connaître l'auteur, les droits d'utilisation, l'agence et la description de la photo » et cela sans compter les photos sur les réseaux sociaux (Deschaseaux, 2018). Le mythe perdure qu'il faut retirer les métadonnées lorsqu'on met les images en ligne afin qu'elles s'affichent vite et soient de taille adaptée. Les métadonnées ne pèsent pourtant qu'entre 2 et 4Ko et contiennent de précieuses informations notamment au niveau du copyright (Deschaseaux, 2018). Comme les métadonnées peuvent être supprimées, elles n'entravent en aucun cas la copie des photos par un tiers. Elles sont, avant tout, un moyen d'informer le public sur le statut légal d'une image (Dunant Gonzenbach et al., 2013).

### 2.3.6.2 Gestion juridique de la « photothèque »

Les inventaires ne négligent pas les copyrights ou droits liés aux photos, mais on peut se demander si la place qui leur est accordée est assez importante. L'utilisation des photos prend de l'importance avec le web et les réseaux sociaux. Frochot (2015) dit à juste titre que « la gestion documentaire d'un fonds photographique est intrinsèquement liée à la gestion des droits ».

*Pour lui, « il importe de consigner dans la gestion documentaire d'une image :*

- *son auteur*
- *sa date de première publication (preuve de divulgation)*
- *sa ou ses dates d'exploitation et les supports de ces exploitations*
- *les références de l'acte de cession [...]*
- *l'éventuelle appartenance de l'objet à un lot [...]*
- *les différentes versions de l'image fournies par l'auteur (haute définition pour l'impression papier, basse définition pour le web...).*

*A ces données attachées aux images doivent s'ajouter d'autres données permettant la gestion juridique de celles-ci :*

- *l'état civil, les coordonnées de l'auteur [...] la date du décès de l'auteur*
- *les coordonnées des héritiers [...]*

---

<sup>31</sup> Pour les différents types de métadonnées EXIF, IPTC et XMP, voir Van Den Berghe, 2013

<sup>32</sup> SEO des images : optimisation des images pour un meilleur classement sur Google, 03.07.2017, <https://www.1and1.fr/digitalguide/web-marketing/search-engine-marketing/seo-des-images-optimisation-des-images-pour-google/> et Osseland, 2016

<sup>33</sup> Pour Imatag cf. pt. 2.4.3 et le blog d'Imatag <https://imatag.com/blog-fr/>



- *l'identité de l'éventuel représentant de l'auteur [...]*
- *les contrats passés avec chaque auteur [...]*
- *une fiche de synthèse du contrat ... (droits d'exploitation précis qui ont été cédés, etc., durée de la cession, formats ou définitions autorisés par l'auteur [...])*
- *l'existence d'autres droits incidents sur chaque image [...]* » (Frochot, 2015)

Pantalony, qui conseille de faire un audit de propriété intellectuelle dans les musées, propose d'étudier les actifs de propriété intellectuelle associés à l'administration du musée et ceux associés à la collection. Pour ces derniers, elle fait remarquer que les champs les plus importants doivent indiquer si les droits sur une œuvre sont détenus par le musée ou s'ils ont expiré. D'autres champs importants doivent donner des informations sur la durée de validité des droits de propriété intellectuelle qui protègent encore l'œuvre et les personnes ou les entreprises qui administrent ces droits. L'inventaire doit aussi recenser les limitations à l'utilisation d'une œuvre, par exemple si un artiste ne souhaite pas que sa photo soit diffusée sur internet. Des experts proposent d'ajouter dans l'inventaire les redevances versées ou perçues. Les droits connexes, par exemple les droits de la personnalité, qui ont une incidence sur la reproduction ou distribution devraient aussi figurer dans l'inventaire (Pantalony, 2013, p.29). Pantalony présente deux exemples de feuille d'inventaire dont le premier est reproduit ici.

Figure 1 : Exemple de feuille d'inventaire

Nom de l'artiste	Type d'œuvre	Nom et coordonnées du titulaire du droit d'auteur	Expiration du droit d'auteur	Domaine public ?	Licence et durée	Restrictions d'utilisation	Droits d'utilisation électronique?
...							
...							

(Pantalony, 2013, p.30)

Ces exemples rendent attentifs au fait qu'il faut relever de manière assez précise la situation juridique de chaque photo qu'on enregistre dans la base de données. Ils invitent peut-être aussi à réfléchir à la gestion et au suivi des photos destinées aux réseaux sociaux.

## 2.4 Politique de mise en ligne et suivi des images

La mise en valeur et le partage des images se fait beaucoup via le web et nous ne parlerons que de cette forme de diffusion<sup>34</sup>. Depuis l'apparition d'internet, les changements se suivent dans les musées. Les collections ont été numérisées<sup>35</sup>, les institutions se sont mises en réseau ou proposent des portails de musée, les contenus ont été mis à disposition sur internet, puis sur les réseaux sociaux (Estermann, 2015). En France, l'Etat propose des banques de données en constante augmentation, à tel point qu'on parle de bibliothèques numériques ou virtuelles. Les plus connues sont Gallica, Europeana, Joconde ou Mérimée (Frayse, 2015). Grâce aux technologies de l'information, il est possible de réunir les œuvres selon différentes

<sup>34</sup> Autres formes de diffusion : publications, panneaux d'expos, cartes postales, catalogues d'expo, etc...

<sup>35</sup> La numérisation est adoptée à un taux de à 60% parmi les musées européens qui ont participé à l'enquête de la Haute école bernoise de 2014-15 citée dans l'article d'Estermann, 2015, cf. biblio ou <https://journals.openedition.org/ocim/1597>

logiques : chronologique, thématique, géographique, etc. (Duplain Michel, 2012). Puis est arrivé le web social avec le partage des contenus et finalement l'ouverture des données publiques ou l'open data depuis 2009<sup>36</sup>. Le mouvement s'est étendu aux musées, bibliothèques et archives avec l'open content<sup>37</sup>. L'article de Jardonnet (2014) recense les initiatives de plusieurs grands musées du monde. En 2014, Le Metropolitan Museum de New York a mis en ligne près de 400'000 images numérisées sur son site Internet. « Téléchargeables en haute définition, ces oeuvres tombées dans le domaine public sont utilisables pour tout usage non commercial, notamment les publications universitaires » (Jardonnet, 2014)<sup>38</sup>. Aujourd'hui, de nombreuses réflexions sont menées autour de ce patrimoine numérique. On souhaite une véritable action de médiation impliquant les usagers. On parle de médiation ou de communication numérique. On sollicite aussi la participation de l'internaute ou lance des projets de crowdsourcing<sup>39</sup> (Frayse, 2015 ; Estermann, 2015).

En Suisse, le paysage muséal n'apparaît dans les statistiques que depuis 2015. Celles-ci ne nous permettent pas d'avoir une vue d'ensemble des pratiques des musées et de savoir dans quelle mesure les musées sont avancés par rapport à la mise en valeur de leurs collections (OFS, 2017)<sup>40</sup>. L'AMS ne donne pas non plus de chiffres sur le nombre de musées qui présentent leurs collections sur le web. Il y a plus de 1100 musées et 33% d'entre eux sont de petits musées locaux ou régionaux qui ne disposent pas de grandes ressources financières ou humaines pour des projets de mise en ligne de leurs collections (OFS, 2017 ; Duplain Michel, 2012).

Nous avons, en revanche, des informations sur la mise en place d'innovations liées à l'internet (numérisation, réseaux sociaux, licence libre et création collaborative de contenus) grâce à une enquête menée en 2014-15 par la Haute école bernoise. Cette enquête a été réalisée auprès des archives, bibliothèques et musées en Suisse, Finlande, Pologne et aux Pays Bas<sup>41</sup> ; elle révèle, par exemple, que le taux d'adoption des pratiques innovatives est de 60% pour la numérisation, de 55% pour les réseaux sociaux (38% de taux d'adoption pour la Suisse, entre 68 et 79% pour les autres pays), de 20 % pour les open data et open contents,

---

<sup>36</sup> L'open data est l'ouverture des données de la recherche, des données scientifiques (chiffres, textes, images, sons). En Suisse, l'association Opendata a été créée en 2012 pour promouvoir l'ouverture des données publiques : <http://www.ot-lab.ch/?p=2152>

<sup>37</sup> L'open content dans sa définition générale est la diffusion de contenus avec des licences ouvertes, cf. <https://www.oopener.com/2015/10/15/opendata-et-open-content-il-est-temps-de-reflechir-avant-de-l-ouvrir/>.

<sup>38</sup> cf. aussi : Metropolitan Museum Initiative Provides Free Access to 400,000 Digital Images, 05.2014, <https://metmuseum.org/press/news/2014/oasc-access>

<sup>39</sup> « Le terme « crowdsourcing » désigne des activités participatives en ligne pour lesquelles une personne ou une organisation demande publiquement à un groupe [...] de personnes de milieux différents d'exécuter une tâche sur la base du volontariat. On parle aussi de « coproduction » ou, surtout dans le contexte de Wikipédia, d'une création collaborative de contenus », note 1 d'Estermann, 2015.

<sup>40</sup> Cf. Statistique suisse des musées : <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/culture-medias-societe-information-sport/culture/musees.html> et définitions des variables : <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/culture-medias-societe-information-sport/enquetes/emuseum.assetdetail.5166690.html>

<sup>41</sup> « Le nombre de musées ayant rempli le questionnaire en Suisse est 134 sur un total de 284. Les taux de réponse pour les musées sont de 16 % en Suisse, cf. note de bas de page 4, Estermann, 2015

de 10 et 5% pour le développement collaboratif de contenus et les linked data. Les open contents sont, ici, les photos des collections mises en ligne<sup>42</sup>.

Estermann (2015) nous dit que pour plus de 80 % des musées interrogés dans l'enquête mentionnée ci-dessus, l'open content ou la mise à disposition d'images numériques est un moyen important pour améliorer la perception extérieure de l'institution, rendre son inventaire plus accessible, faciliter la mise en réseau entre institutions, s'attirer de nouveaux utilisateurs et améliorer l'échange avec eux. 75 à 80 % des musées craignent toutefois une réutilisation des contenus sans mention correcte de l'institution, de l'auteur ainsi que des abus et de fausses présentations des contenus. La moitié des institutions considèrent aussi les éventuelles violations du droit d'auteur et le temps nécessaire pour répondre aux demandes comme des risques importants. Pour 20% d'entre eux, les éventuelles pertes de recettes ne jouent qu'un rôle minime. Les défis pour les institutions sont le temps nécessaire et les coûts de la numérisation (94 % des cas), la documentation correcte des contenus (89 %) et la libération des droits (50%). Les difficultés techniques (65 %) et les compétences insuffisantes du personnel (62 %) sont citées comme d'autres problèmes importants.

L'état de l'art de la diffusion des images des musées peut aussi être renseigné en parcourant les sites internet des musées, mais c'est un travail fastidieux. Les musées genevois nous informent, par exemple, qu'ils mettent progressivement en ligne leurs bases de données ou leurs collections. Le MAH le fait depuis 2010 par exemple<sup>43</sup>, le musée d'ethnographie (MEG) a, lui, plus de 68'000 objets en ligne. L'AMS dans sa publication « Quels musées voulons-nous demain, 2016, p.8 » ne parle pas directement de cette valorisation par le web, dit plutôt que la « consommation » qui se déplace des formats classiques vers les supports numériques invite le visiteur à revenir au musée, à retrouver la « matérialité » : « on assiste à une redécouverte de la notion d'expérience [...] ».<sup>44</sup> Le musée virtuel complète le musée réel et permet de cibler un public plus large, plus international (cf. Duplain Michel, 2012).

## **2.4.1 Présentation des collections sur internet et les réseaux sociaux**

Comment augmenter sa visibilité, permettre aux chercheurs et au grand public de voir en quelques clics la richesse de ses collections ? Que mettent en place les musées d'ici et d'ailleurs ?

### **2.4.1.1 Bases de données en ligne**

Certains logiciels d'inventaire permettent la diffusion de leurs collections sur le Web.

### **2.4.1.2 Galerie de photos**

Beaucoup de musées ajoutent une galerie de photos à leur site web. Le plus simple est de placer les images directement sur le site internet grâce à une extension de galerie photo, comme le fait le musée d'Augusta Raurica, le musée d'ethnographie de Neuchâtel ou encore

---

<sup>42</sup> Open content /contenu ouvert est expliqué ainsi dans le questionnaire « mise à disposition sur Internet de copies/images numériques d'objets du patrimoine de manière à ce qu'elles puissent être utilisées, modifiées et partagées par n'importe qui dans n'importe quel but » [http://survey.openglam.ch/questionnaire\\_CH-fr.pdf](http://survey.openglam.ch/questionnaire_CH-fr.pdf)

<sup>43</sup> <http://blog.mahgeneve.ch/inventaires-au-mah-du-registre-manuscrit-a-lapplication-smartphone/>

<sup>44</sup> <https://www.museums.ch/fr/publications/standards/museumsk%C3%BCnfte.html>

le Nerman Museum of Contemporary Art<sup>45</sup>. Le musée de la communication à Bern présente aussi une galerie de ce type avec un défilement horizontal des images<sup>46</sup>. Le désavantage de la galerie photo est le peu de place laissé à la description des photos.

Il est possible d'utiliser des solutions tierces comme Google Photo qui permet de gérer des classeurs et propose un champ de description regroupant des informations (n° inventaire, auteur, etc.). Il est également possible, avec un peu de développement au niveau du code, de proposer la commande de photos en haute résolution. Cependant, seule une partie des métadonnées sont conservées avec cette solution. L'agence web Inetis en donne un exemple<sup>47</sup>.

#### **2.4.1.3 Catalogue ou mini-boutique (e-commerce)**

Cette solution peut s'intégrer dans un site existant ou fonctionner de manière indépendante en listant les photos par catégories (inscriptions, monnaies, etc.) Un catalogue ou mini-boutique offre plus de souplesse au niveau des métadonnées que Google Photo et un nombre de champs illimités peut détailler la photo (n° d'inventaire, titre, auteur, description, , etc.). L'accès pour la commande de photos en haute résolution est facilité et réalisé de manière dynamique en remplissant directement un formulaire en ligne. A titre d'exemple, nous pouvons mentionner le « Design Museum Shop »<sup>48</sup> ou dans un autre domaine le site de Plasma Communication<sup>49</sup>.

#### **2.4.1.4 Plateformes<sup>50</sup>**

A l'échelle suisse ou cantonale

L'AMS propose une plateforme d'images commune pour les collections des musées suisses, mais elle ne contient pour l'instant que les collections de quelques grands musées<sup>51</sup>. Les musées cantonaux du Valais commencent à mettre les images sur une plateforme culturelle valaisanne « Vallesiana » en collaboration avec les bibliothèques et les archives. Elle a été inaugurée en 2017 (cf. Dubois, 2018). Les neufs musées cantonaux vaudois partagent également une même plateforme, mais il n'y a pas de galerie de photos<sup>52</sup>.

A l'échelle européenne

Plus de 3500 institutions européennes comme la British Library à Londres, le Rijksmuseum à Amsterdam ou le Louvre à Paris participent à Europeana. Cette plateforme donne accès à leurs livres, photos ou archives numériques et sert d'interface de recherche. Elle propose plus de 53 millions d'objets en 27 langues. « La diversité des accès aux données des musées et des bibliothèques est une réussite indéniable (possibilité de visualisation des notices soit sous

---

<sup>45</sup>Galerie photo cf. : <http://www.augustaurica.ch/fr/archeologie/collection/type/0/> et <http://www.men.ch/de/galerie-de-photos/galerie-2015-2020/2017-la-villa-de-pury/> ou encore <http://www.nermanmuseum.org/collection/index.html>

<sup>46</sup> cf. <http://www.mfk.ch/fr/collection/>

<sup>47</sup> cf. <http://take.ms/cDwWu> et <https://demo.inetis.ch/plugins/google-photos/album/6429233376632534369>, Vullioud, Pierre-André. Travail de mémoire SMRA [message électronique]. 10.07.2018.

<sup>48</sup> <https://designmuseumshop.com/collections/> (boutique)

<sup>49</sup> <https://www.plasmacom.ch/location.php>

<sup>50</sup>Définition du Larousse : Informatique : Ensemble d'outils (logiciels, matériels, systèmes d'exploitation, etc.) destinés au stockage et au partage de contenus virtuels (audio, vidéo ou autres). [https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/plate-forme\\_plates-formes/61532](https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/plate-forme_plates-formes/61532)

<sup>51</sup> museums-online.ch: <http://www.museums-online.org/index.php/recherche?lang=fr>

<sup>52</sup> <http://www.musees.vd.ch/musees-cantonaux/>

forme de chronologie, soit par lieu de conservation, artiste, etc.) », dit Joly-Parvex (2014). Les droits d'utilisation y figurent aussi.

#### **2.4.1.5 Médiathèques**

Wikimedia Commons propose une médiathèque de plus de 47 millions de fichiers média qui appartiennent à leurs auteurs respectifs. Les photos sont, en général, sous licence Creative Commons (cf.2.4.5) et librement réutilisables. Chacun peut enrichir la médiathèque. Le musée romain d'Avenches et les vestiges romains y sont représentés<sup>53</sup>.

Sketchfab, médiathèque 3D : Le musée d'Archéologie nationale St-Germain-en-Laye propose aussi ses collections en 3D sur la plateforme Sketchfab qui se veut une sorte de You Tube pour le partage des fichiers 3D<sup>54</sup>.

#### **2.4.1.6 Applications**

Il est possible aussi d'exporter des images sur une application propre au domaine des musées, comme le musée d'Avenches le fait<sup>55</sup>. Les plus connues sont peut-être celles des grands musées ou celles qui regroupent les musées d'un même pays. On peut ajouter Google Arts & Culture et surtout Google Map, mais Google Map est plus qu'une application (cf. ci-dessous).

Les applications en réalité augmentée sur mobile méritent aussi d'être mentionnées. Elles permettent de valoriser le patrimoine culturel, notamment les sites archéologiques. Defretin (2014) cite divers exemples, notamment celui du site de l'Abbaye de Jumièges<sup>56</sup>. Ces applications se développent peu à peu, elles correspondent à l'évolution des pratiques, mais l'adaptation à l'environnement numérique reste difficile pour les institutions (Defretin, 2014).

#### **2.4.1.7 Services de recherches, de cartographie, informations touristiques**

La mise en ligne des photos peut avoir une portée plus grande ou un rayonnement à l'international si le musée est bien référencé sur les moteurs de recherche, s'il gère son profil Google My Business, s'il est présent sur les services de cartographie comme Google Map ou sur les sites de recherches et d'évaluation comme TripAdvisor<sup>57</sup>. Ces derniers présentent des galeries d'images, fournissent des informations pratiques et affichent les commentaires des visiteurs. Le musée d'Avenches figure sur TripAdvisor, mais il faudrait que le musée s'inscrive pour gérer la page et ajouter le lien TripAdvisor sur le site internet du musée comme le fait le musée Ariana de Genève<sup>58</sup>.

#### **2.4.1.8 Google Art Project ou les visites virtuelles de musées du monde entier**

Joly-Parvex (2014) dit que l'accès sur le web aux bases de données des collections est attendu par le visiteur-internaute, mais ne contribue pas réellement au rayonnement de

---

<sup>53</sup> [https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Mus%C3%A9e\\_romain\\_d%27Avenches](https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Mus%C3%A9e_romain_d%27Avenches)

<sup>54</sup> cf. <https://sketchfab.com/archeonationale> et comparaison avec You Tube repris à Sketchfab : le YouTube français pour le partage de fichiers 3D, IQ, 3.9.2015, <https://iq.intel.fr/sketchfab-le-youtube-francais-pour-le-partage-de-fichiers-3d/>

<sup>55</sup> cf. <http://www.appmuseums.ch/museums/>

<sup>56</sup> cf. Seine-Maritime Tourisme, Jumièges 3D, You Tube, 01.10.2014, [https://www.youtube.com/watch?v=B1r38B4FJ\\_0](https://www.youtube.com/watch?v=B1r38B4FJ_0)

<sup>57</sup> cf. par ex. musée Ariana, <http://institutions.ville-geneve.ch/fr/ariana/>, [https://fr.tripadvisor.ch/Attraction\\_Review-g188057-d195990-Reviews-Musee\\_Ariana-Geneva.html](https://fr.tripadvisor.ch/Attraction_Review-g188057-d195990-Reviews-Musee_Ariana-Geneva.html)

<sup>58</sup> cf. <http://institutions.ville-geneve.ch/fr/ariana/>

l'établissement. Or, l'exemple de Google Art Project<sup>59</sup> montre, selon elle, que l'accès aux collections sous sa forme innovante séduit réellement le public. Google Art Project est un service qui permet de visiter virtuellement un nombre croissant de musées et leurs œuvres grâce à la technologie Street View.

#### **2.4.1.9 Musées virtuels**

Le projet français UMA (Universal Museum of Art) fait actuellement parler de lui. Il se veut le premier musée universel et entièrement numérique. Il a été mis en ligne en décembre 2017. Il est gratuit pour tous. Il propose des expositions en réalité virtuelle dans un décor imaginé par des architectes et des commissaires d'expositions<sup>60</sup>.

#### **2.4.1.10 Les photos sur les réseaux sociaux**

La mise en ligne des images peut aussi se faire par les réseaux sociaux. Ceux-ci font partie de nos modes de communication<sup>61</sup>. Les réseaux sociaux ont l'avantage de cibler un large public, ils nécessitent « peu » de moyens financiers et techniques. Ils sont à la portée de tous. Même les petits musées locaux ont, là, une carte à jouer. Ils demandent, cependant, un peu d'engagement de la part de l'institution, vu qu'ils sont conçus pour être évolutifs (Memoriav, 2017).

Comme nous le verrons plus loin, les musées utilisent souvent Facebook pour présenter leurs activités, les ateliers, les expositions, les objets de collections, les découvertes des fouilles pour les musées archéologiques, etc. « La page Facebook de Gallica, bibliothèque numérique de la Bibliothèque nationale de France et de ses partenaires, montre à quel point il est possible de mettre en scène une collection sur les réseaux sociaux [...] » (Memoriav, 2017, p.57). Les musées ne publient pas le même type de contenus sur Facebook que sur le site internet. Ils transmettent une image moderne, vivante. De nombreuses personnes et des événements extra-muros apparaissent sur les photos. Les réseaux sociaux contribuent aussi à améliorer les relations publiques, disent Haldi et al. (2014).

Les musées sont aussi présents sur d'autres réseaux ou médias sociaux comme Twitter ou You Tube, par exemple. Ils essaient d'être là où sont les gens. Parmi les réseaux qui se concentrent sur la mise en ligne de photos, nous pouvons citer Instagram, Flickr, Google+ et Pinterest pour les plus connus ici (Mondina, 2018)<sup>62</sup>. Cavazza, qui met à jour chaque année le panorama des médias sociaux, cite aussi Imgur, Giphy, 500px, etc.<sup>63</sup> On peut ajouter

---

<sup>59</sup>cf. <https://artsandculture.google.com/> et pour l'explication du projet cf. par ex. <https://www.google.com/culturalinstitute/about/artproject/> « L'Art Project est le fruit d'une collaboration unique avec certains des établissements d'art les plus renommés au monde » <https://artsandculture.google.com/>

<sup>60</sup> cf <http://the-uma.org/>, <https://www.artistikrezo.com/art/uma-le-musee-universel-en-ligne.html>

<sup>61</sup> Ce n'est pas notre sujet, ici, de discuter de l'opportunité d'être actif sur les réseaux sociaux. De nombreux ouvrages abordent cette question. L'AMS en parle, cf. Haldi et al., 2014. Il existe un livre blanc : musées et patrimoines numériques et un mémoire de C. Besset sur l'usage des médias sociaux par les musées : potentiels et réalisations, 2011

<sup>62</sup> Outre Flickr et Pinterest, Mondina cite Snapfish (montant illimité de photos), Photobucket (seulement en anglais), DevianArt (pour les artistes et passionnés d'art), Fotolog (surtout en Amérique du Sud), Buzznet (partage de contenu en lien avec intérêts personnels), Path (partage de photos et messages, disponible en 20 langues).

<sup>63</sup> Cavazza Fred. Panorama des médias sociaux, 18.04.2017, <https://fredcavazza.net/2017/04/18/panorama-des-medias-sociaux-2017/>



Pictify<sup>64</sup> et peut-être Snapchat.

Instagram est un réseau photo très populaire avec un milliard d'utilisateurs<sup>65</sup>. Instagram se veut jeune, esthétique. Il permet au musée de mettre en avant ses activités, de communiquer de manière moins institutionnelle (Provost, 2016). Les avantages de son utilisation dans les musées sont, par exemple, décrits sur le blog du MAH de Genève<sup>66</sup>.

Flickr est la photothèque en ligne par excellence, elle permet d'uploader beaucoup de photos de très haute qualité. C'est une plateforme efficace pour la gestion et le partage des photos. On peut classer ses photos dans des albums et régler l'utilisation de chaque photo avec les licences Creative Commons (cf. pt. 2.4.5) (Mondina, 2018, Gonzales, 2015).

Google+ est un réseau social peu utilisé avec peu de membres ; il se centre sur des thèmes, des collections et des communautés, ce qui peut présenter un certain intérêt pour les musées. Il permet de partager des photos, vidéos, mais aussi des connaissances ou des publications.

Sur Pinterest, les utilisateurs « épinglent » (to pin) des contenus trouvés sur internet, afin de les centraliser et de les organiser par thème sur leur espace dans des tableaux (Gonzalez, 2015). Pinterest est une source intéressante pour avoir de nouvelles idées pour des projets de tout genre (bricolage, voyage, aménagement, mode, santé, etc.) C'est un réseau qui a surtout des utilisatrices. Pinterest est devenu assez commercial avec ses fonctionnalités d'achat<sup>67</sup>. Cavazza ne le met pas parmi les plateformes de photos, mais parmi celles d'inspiration<sup>68</sup>.

Pour un musée, il est important de planifier sa présence sur internet et les réseaux sociaux<sup>69</sup>. La communication sur Twitter n'est pas la même que sur Facebook. Le public est-il le même ? Les chercheurs et étudiants qui demandent des photos pour leurs publications vont-ils sur Facebook ? Certainement, mais le but poursuivi n'est pas le même. Faut-il publier sur les réseaux populaires qui génèrent le plus de trafic ou sur ceux qu'utilisent les collègues, le milieu professionnel ?

#### **2.4.1.11 Autres**

Dans Memoriav (2017), il est écrit que les petits musées peuvent ne mettre en ligne qu'une sélection d'objets, que le site internet peut mettre en valeur une exposition, retracer son histoire, par exemple. Un contenu bien documenté et scénarisé est parfois plus représentatif que la consultation d'une base de données. On nous donne l'exemple d'une exposition présentée à l'Elysée en 2016 : « la Mémoire des images »<sup>70</sup>. Le Mamco à Genève propose,

---

<sup>64</sup> Un article de Thot Cursus « Des réseaux sociaux sur mesure pour les musées » (2013) ajoute Pictify qui fonctionne comme Pinterest à la base, mais est dédié à l'image artistique <https://cursus.edu/articles/26018#.WvBjXliFOM-Fred>

<sup>65</sup> <https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-instagram-users/>

<sup>66</sup> Treglia-Détraz, Sylvie. Instagram au musée : ou comment saisir l'instant...30.01.2014, <http://blog.mahgeneve.ch/instagram-au-musee-ou-comment-saisir-linstant/>

<sup>67</sup> Deschamps François. Pinterest lance (encore) une fonctionnalité e-commerce, 09.02.2017, [https://www.lsa-conso.fr/pinterest-lance-encore-une-fonctionnalite-e-commerce\\_254148](https://www.lsa-conso.fr/pinterest-lance-encore-une-fonctionnalite-e-commerce_254148)

<sup>68</sup> cf. note 63

<sup>69</sup> Par ex. Bladier, Cyril. La boîte à outils des réseaux sociaux, Dunod, 2016 ou Fanelli-Isla, Marc. Guide pratique des réseaux sociaux : Twitter, Facebook ... des outils pour communiquer, Dunod, 2012

<sup>70</sup> cf. <https://db-prod-bcul.unil.ch/expositions/MEMOIREDESIMAGES/index.html>

par exemple, aussi de montrer ce qui a été exposé sur le même mur pendant 20 ans<sup>71</sup>. Les idées ne manquent pas...

## 2.4.2 Description de l'objet mis en ligne

Le musée, qui met en ligne ses collections (galerie, catalogue, etc.), doit réfléchir à l'emplacement des objets sur le site et à la présentation de ces derniers. Beaucoup de musées placent les objets de leurs collections dans un onglet appelé « collections ». Les objets sont souvent classés selon le type de collections. Ils sont souvent accompagnés d'une description. Joly-Parvex (2014, p. 158) dit que « la majorité des institutions choisissent de diffuser leurs connaissances des collections sur le modèle des bibliothèques, affichant une notice et une image documentaire ». Les images des objets sont de préférence mises au format JPEG et en basse résolution. Il est préférable de conserver les métadonnées encapsulées dans l'image (Villat, 2017). Chaque musée choisit ses propres critères pour la description des objets, si, bien sûr, il choisit de les décrire. On peut s'inspirer des musées qui ont les collections en ligne comme le musée d'archéologie nationale de St-Germain-en-Laye, par exemple<sup>72</sup>. Ce que l'on retrouve en général est le numéro d'inventaire, le titre, l'auteur, la description, la période ou date, les dimensions, la technique, le lieu de découverte ou la provenance, le copyright, etc. On peut ajouter des boutons de partage, les pictogrammes des Creative Commons pour définir la manière dont on souhaite que les photos soient utilisées (cf. 2.4.5). Plusieurs musées genevois mettent à côté des photos des liens vers les formulaires de commande, les conditions d'utilisation et les tarifs des photos.

Certains musées offrent des fonctionnalités intéressantes. Ils ajoutent, par exemple, une bibliographie ou suggèrent de consulter des œuvres similaires comme Amazone le fait pour les livres. Au British Museum à Londres, les notices sont très complètes ; on sait même où les objets ont été exposés. Les notices ne sont pas figées ; l'internaute peut, par exemple, signaler une erreur<sup>73</sup>. Le musée du quai Branly à Paris propose l'accès aux notices des œuvres non exposées<sup>74</sup>. La National Gallery à Londres propose un accès aux collections par ordre alphabétique, par siècle, par thème, etc. (Joly-Parvex, 2014)<sup>75</sup>. D'autres musées diffusent leurs données de manière originale en tirant profit des nouvelles technologies. Le Rijksmuseum à Amsterdam, par exemple, propose à chacun de créer son œuvre en reprenant n'importe quel détail des images proposées. Le produit « multimédia fermé » devient évolutif (cf. Joly-Parvex, 2014, p.160-161)<sup>76</sup>.

---

<sup>71</sup> Zimmermann Pascale. Le Mamco planifie la numérisation de ses expositions, *Tribune de Genève*, 22.5.2015, <https://www.tdg.ch/culture/mamco-planifie-numerisation-expositions/story/12079877>

<sup>72</sup>Exemple de descriptif d'une hache : [http://musee-archeologienationale.fr/phototheque/oeuvres/hache-emmanchee-a-gaine\\_bois-de-cerf\\_silex](http://musee-archeologienationale.fr/phototheque/oeuvres/hache-emmanchee-a-gaine_bois-de-cerf_silex)

<sup>73</sup> Feedback en bas des notices, cf. par ex.

[http://www.britishmuseum.org/research/collection\\_online/collection\\_object\\_details.aspx?objectId=404&partId=1&searchText=lewis+chessmen&page=1](http://www.britishmuseum.org/research/collection_online/collection_object_details.aspx?objectId=404&partId=1&searchText=lewis+chessmen&page=1)

<sup>74</sup> cf. <http://www.quaibranly.fr/fr/explorer-les-collections/>

<sup>75</sup> Par ex. <https://www.nationalgallery.org.uk/paintings/explore-the-paintings/artist-a-to-z>

<sup>76</sup>cf. aussi Rijksstudio : <https://www.rijksmuseum.nl/en/rijksstudio>, explication cf. par ex. Pronk Martijn, Le Rijksstudio, Ici on peut toucher les œuvres !, *BBF*, 2013, <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2013-05-0061-015>



### 2.4.3 Suivi des images publiées sur le web

Si un musée choisit de diffuser des images sur le web, il doit être conscient qu'il facilite leur utilisation. Les collections sont plus visibles et plus accessibles ; il est difficile de savoir qui a utilisé ou reproduit les photos à titre privé ou non. Il existe toutefois un outil de recherche sur Google qui permet de retrouver les images qui circule sur le web et les réseaux sociaux en mode public. Il faut glisser la photo ou son URL dans la barre de recherche de Google Image ou cliquer sur l'appareil de photo à droite de la barre de recherche et importer une image stockée sur son ordinateur, par exemple<sup>77</sup>.

Le SMRA se demande quel contrôle il aura encore sur les photos une fois qu'elles seront en ligne, il se demande s'il peut suivre leur utilisation sur le web et les réseaux sociaux ? Faut-il sélectionner précisément les photos que l'on est prêt à « sacrifier » au web ? On peut peut-être aussi se demander s'il faut nécessairement suivre leur utilisation ? N'est-il pas envisageable d'accepter que les photos se perdent sur le net et qu'elles soient généreusement partagées avec la mention de l'institution du moment qu'elles sont gratuites ?

L'agence web INETIS de Vufflens-la-Ville (VD), que le SMRA mandate occasionnellement pour son site internet, dit ceci :

*« Le suivi des images n'est pas possible. Dès qu'une photo est sur internet, il est possible de la télécharger [...], on peut cependant protéger les versions haute définition d'un accès libre. Deux solutions pour prouver l'auteur : ajouter un filigrane<sup>78</sup> par-dessus la photo ou utiliser un logiciel spécial qui pose une signature numérique à l'intérieur de la photo. Pour le suivi, on peut mettre en place des compteurs de téléchargements. Il est également possible d'indiquer une licence d'utilisation à côté de la photo et/ou formulaire pour télécharger les photos en haute définition ».*

Le comité qui a créé le format JPEG s'était penché sur ce sujet en 2015. Il souhaitait soumettre ce format de photo à des DRM pour faire respecter les droits d'auteur et limiter la divulgation de nombreuses données privées contenues dans les métadonnées<sup>79</sup>. Les DRM (digital rights management, gestion des droits numériques) sont des verrous numériques pour contrôler l'utilisation qui est faite des œuvres numériques ; ils empêchent par ex. la copie d'un DVD. L'association de défenses des droits des internautes a avancé plusieurs arguments pour démontrer que les DRM ne tenaient pas compte des exceptions au droit d'auteur, qu'ils posaient des problèmes de standardisation ou d'interopérabilité et que les verrous seraient tôt

---

<sup>77</sup>cf. par ex. Les décodeurs. Comment vérifier une image ou une vidéo qui circule sur les réseaux sociaux ? *Le Monde*, 23.01.2017

[https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/01/23/comment-verifier-une-image-ou-une-video-qui-circule-sur-les-reseaux-sociaux\\_5067726\\_4355770.html](https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/01/23/comment-verifier-une-image-ou-une-video-qui-circule-sur-les-reseaux-sociaux_5067726_4355770.html) ou Ooghe Nicolas, Recherche par image : similarités dans l'album photo de Google, 11.07.2017, <https://facemweb.com/referencement-naturel-seo/rechercher-par-image>

<sup>78</sup> « Dans le cas d'une photo pour le web, la mention « crédit photo » peut être remplacée par un tatouage numérique, appelé également digital watermark ou filigrane numérique. Le tatouage numérique permet d'ajouter des informations de copyright visibles ou invisibles à un fichier » Anthedesign. Qu'est-ce qu'un crédit photo ? Sa définition et son utilisation, 03.06.2018, <https://www.anthedesign.fr/communication-2/credit-photo/>

<sup>79</sup>01net.com. Demain les images Jpeg pourraient être protégées contre la copie, 15.10.2015, <https://www.01net.com/actualites/demain-les-images-jpeg-pourraient-etre-verrouillees-numeriquement-pour-votre-bien-922679.html>

ou tard extraits et détournés. Elle proposait d'autres solutions techniques comme la signature numérique, des standards ouverts reposant sur des PKI (Public Key Infrastructure)<sup>80</sup>.

Comme il n'existe aucune protection technique qui puisse donner la garantie absolue que personne ne pourra récupérer les photos diffusées sur le web, il faut commencer par instruire les internautes et expliquer que les photos sont soumises à des droits. De nombreux conseils sont aussi donnés pour limiter l'utilisation illicite des photos<sup>81</sup>. Les photographes, les banques d'images, les agences de photo dont la source de revenus est liée à la photographie surveillent la diffusion de leurs photos et se tiennent informés et nous informent des mesures de protection des photos. Voici quelques-unes de leurs astuces :

Pour protéger ses photos et éviter d'être « pillés », Girard (2008) dit que la première mesure à prendre est de préparer ses photos pour le web en réduisant la taille des images, mais aussi leur qualité d'affichage. Les photos sont en général enregistrées au format JPEG et la dimension à privilégier pour le web est entre 450 et 750 pixels (largeur et hauteur), selon lui (cf. annexe 6). Des logiciels comme Photoshop permettent aussi d'enregistrer la photo avec un poids idéal, moins de 100 Ko (cf. annexe 6). Il faut compresser les photos pour trouver un juste milieu entre la qualité des images et le volume des fichiers pour que le temps de chargement ne soit pas trop long. Il faut cependant éviter de supprimer les métadonnées (cf. 2.3.6.1 et Secretan, 2018, p.3-4). Les musées qui mettent leurs photos en ligne proposent souvent des photos en basse résolution et protègent les versions haute définition d'un accès libre, comme le proposait INETIS ci-dessus.

Girard (2008) dit ensuite qu'il faut supprimer les facilités proposées par les navigateurs, empêcher, par exemple, le fameux clic droit qui permet d'enregistrer une photo. Il existe « une parade simple utilisant un petit script Javascript qui inhibe simplement l'apparition du menu contextuel », [mais] les navigateurs permettent de désactiver le javascript et de parader ce subterfuge. Il faut alors désactiver le clic droit sur les images par un attribut à utiliser directement sur la balise image HTML. Comme il y a une solution à tout, on peut empêcher la désactivation du javascript, ce que Girard déconseille. Il explique ensuite comment empêcher la copie d'écran et le glisser-déplacer des images vers la barre d'adresse (sur Firefox) en plaçant un lien sur l'image. Ainsi le navigateur glissera le lien et non la photo dans la barre d'adresse. Le photographe propose aussi d'afficher les mentions légales sur son site et de se protéger des hotlinks. « Le hotlink se caractérise par une balise HTML *IMG* pointant vers une image qui n'est pas sur le serveur hébergeant la page web affichée »<sup>82</sup>. Pour retrouver les

---

<sup>80</sup> « Pour se protéger des vols de données, il est important de les crypter afin que seuls ceux qui sont autorisés à les manipuler puissent y avoir accès. La méthode de cryptographie la plus répandue est la cryptographie à clé publique. Et l'ensemble des solutions techniques basé sur cette méthode est appelé infrastructure à clé publique ou PKI (Public Key Infrastructure). La PKI a pour rôle de délivrer les certificats numériques. Ces derniers permettent d'entreprendre des opérations cryptographiques telles que le chiffrement et la signature numérique » cf. Touchkov, Hélène, Qu'est-ce qu'une PKI ou infrastructure à clés publiques ? Certeurope, s.d., <https://www.certeurope.fr/blog/quest-ce-quune-pki-ou-infrastructure-a-cles-publiques/>

<sup>81</sup> 01net.com. Comment protéger ses images. 25.08.2002, <https://www.01net.com/astuces/comment-protoger-ses-images-188642.html>

<sup>82</sup> Exemple donné : « vous diffusez une image nommée image1.jpg et hébergée sur votre serveur à l'adresse suivante : <http://www.votreserveur.com/images/image1.jpg> ; un internaute désire l'afficher sur son propre site, mais sans copier votre image. Il lui suffit donc de saisir la balise HTML suivante dans le code de sa page : <IMG

photos « hotlinkées », il faut passer par Google Images qui affiche notre image en pointant vers la page de celui qui a repris la photo. Girard propose aussi de marquer visuellement ses images avec des filigranes comme le proposait Inetis. C'est un moyen efficace de dissuader une très grande partie des gens de copier l'image. Lui-même appose l'adresse de son site web sur l'image. Depuis 2017, Google propose, toutefois, un algorithme qui permet d'effacer les filigranes visibles<sup>83</sup>.

Dans le même ordre d'idée, Furon (2017) propose deux exemples de DRM photo avec les solutions EXIF.co et PixelRights pour protéger les photos du pillage. Leur technologie est basée sur de la cryptographie et elle est, bien sûr, « détournable ». Sur EXIF.co, le centre des photos est remplacé par un cartouche, un rectangle noir avec le texte EXIF.co/nom du photographe. EXIF.co fournit un « embedder », i.e. un code à insérer dans une page html pour afficher l'image ainsi. PixelRight a inventé un nouveau format d'image (.PXL) qui découpe l'image en une douzaine de morceaux comme une mosaïque. Les morceaux sont chiffrés (Furon, 2017). Levêque (2017) juge ces solutions plus ou moins efficaces ; elles sont dissuasives, mais n'offrent qu'un faible niveau de sécurité. Elles rappellent à l'utilisateur que la photo a un copyright. Il préfère la solution d'Imatag de la société Lamark qui propose un marquage de pixels avec un tatouage indélébile et invisible qu'une copie d'écran ou une modification d'image ne peuvent enlever<sup>84</sup>. L'effacement des métadonnées ou leur modification n'est possible que par le détenteur des droits (Levêque, 2017). Actuellement, KODAKOne lance une plateforme destinée à gérer les droits d'auteur des images grâce à la technologie blockchain<sup>85</sup>. Elle va créer un registre stockant des transactions (un grand livre de comptabilité), permettant aux photographes d'enregistrer leur production qu'ils pourront ensuite vendre tout en surveillant les infractions au droit d'auteur<sup>86</sup>.

#### 2.4.4 Suivi des images publiées sur les réseaux sociaux

Il est difficile de contrôler l'utilisation des photos sur les réseaux sociaux. Deschaseaux (2018) dit qu'il n'y a, à ce jour, aucune offre de recherche par image qui permette de retrouver ses photos dans un réseau social, car ces plateformes ne proposent aucun accès aux développeurs. Mais, comme dit au point précédent, il existe un outil de recherche sur Google

---

src="http://www.votreserveur.com/images/image1.jpg">. Votre image s'affichera sur son site [...]». Voir aussi l'explication de la parade pour rendre la tâche des « hotlinkeurs » plus difficile

<sup>83</sup> Teddy. Effacer les watermarks visibles : Google gagnera-t-il sa nouvelle offensive, *Imatag*, 08. 2017, <https://imatag.com/blog/2017/08/29/effacer-les-watermarks-visibles-google-gagnera-t-il-sa-nouvelle-offensive/>

<sup>84</sup> cf. Le Bouëdec, Roland, Lamark trace les images à travers le web, *Le Mag*, 02.10.2017, <http://www.lemag-numerique.com/2017/10/lamark-trace-les-images-a-travers-le-web-10446>.

Imatag a été créé par la société Lamak, cf. <https://imatag.com/blog/2018/01/24/lamark-remporte-le-cin-de-bpi-france/>. Pour tout ce qui concerne la protection des photos, l'actualité de ce sujet, voir par exemple le blog d'Imatag <https://imatag.com/blog-fr/>. Cf. aussi <https://www.ouiouiphoto.fr/Wp/2017/07/jai-teste-le-service-de-protection-contre-le-vol-imatag>

<sup>85</sup> Le principe de la blockchain consiste à sécuriser une transaction en la faisant valider par une multitude d'ordinateurs, de manière chiffrée. Appliquée au bitcoin, la principale cryptomonnaie en circulation, la blockchain est en fait un immense registre qui recense chaque transaction effectuée sur une multitude d'ordinateurs cf. Coutagne, Gabriel, La technologie « blockchain » est-elle l'avenir de la photographie professionnelle ? *Le Monde*, 16.01.2018 [https://www.lemonde.fr/pixels/article/2018/01/16/la-technologie-blockchain-est-elle-l-avenir-de-la-photographie-professionnelle\\_5242362\\_4408996.html](https://www.lemonde.fr/pixels/article/2018/01/16/la-technologie-blockchain-est-elle-l-avenir-de-la-photographie-professionnelle_5242362_4408996.html)

<sup>86</sup> Id. note précédente et Teddy. Blockchain et gestion décentralisée des droits d'auteur des images, *Imatag*, 01.2018, <https://imatag.com/blog/2018/01/29/blockchain-et-gestion-des-droits-dimages/>

qui permet de retrouver les images qui circulent sur le web et les réseaux sociaux en mode public. Pour le particulier, on conseille aussi de limiter l'accès aux photos à ses amis du réseau social, de ne pas les laisser en mode public, ce qui n'est pas envisageable pour un musée (Oeillet, 2012). Il vaut mieux être prudent, éventuellement garder une trace des photos que l'on met sur les réseaux sociaux, ne mettre que des photos en basse résolution dont les droits nous appartiennent et que l'on ne craint pas de perdre ou voir exploitées sans autorisation. Des métadonnées des photos, il ne reste pas non plus de traces après le partage des photos sur les réseaux. Selon l'enquête d'Imatag citée par Deschaseaux (2018) (cf. pt. 2.3.6.1), seul Facebook conserve les valeurs du champ "créateur" et "copyright" du format IPTC s'ils ont été renseignés. Faire figurer le nom du photographe ou le sujet de la photo dans le nom de fichier semble être une perte de temps, car les fichiers sont systématiquement renommés (Deschaseaux, 2018). Les métadonnées peuvent effectivement aussi trahir des secrets et les réseaux sociaux ne divulguent pas les données sensibles<sup>87</sup>.

#### **2.4.5 Les images publiées sous licence Creative Commons (CC)**

Pour les musées qui souhaitent mettre leurs contenus, leurs photos en ligne à titre gracieux en spécifiant des droits d'utilisation, une solution intéressante est de passer par les licences de diffusion Creative Commons (CC). « Une licence de diffusion est un instrument juridique, complémentaire au droit d'auteur. Elle permet au titulaire des droits sur une œuvre d'accorder à l'avance aux utilisateurs certains droits d'utilisation de cette œuvre » (Fily, 2015) (cf. aussi Charlet, 2011). Les Creative Commons, créées en 2002, sont les licences les plus utilisées ; elles sont organisées au niveau international (Salvadé, 2015). Les questions juridiques que soulèvent les CC sont traitées par Salvadé (2015 p.172-5) et les limites sont décrites par Fily (2015 p.3). Les licences Creative Commons ne peuvent, par exemple, pas faire l'objet d'une révocation permettant de revenir à un régime de protection du droit d'auteur. Leur application est définitive. Les droits patrimoniaux ne peuvent pas non plus être cédés à un éditeur au préalable (Fily, 2015). Selon Charlet (2011), « les Creative Commons ne se veulent pas extrémistes, mais ils poursuivent un juste milieu entre les phénomènes de copyright et de copyleft ».

Selon Wikipedia, « le but recherché est d'encourager de manière simple et licite la circulation des œuvres, l'échange et la créativité. Creative Commons s'adresse ainsi aux auteurs qui préfèrent partager leur travail et enrichir le patrimoine commun (les Commons) de la culture et de l'information accessible librement »<sup>88</sup>. Les CC permettent à autrui d'utiliser une œuvre gratuitement dans les limites autorisées par la licence et sans demander d'autorisation (Fily, 2015). Charlet (2011) ajoute que « les personnes souhaitant autoriser la communication au public de leur œuvre uniquement contre une rémunération devront retenir le système général du droit d'auteur et non les licences Creative Commons ». « [Si l'auteur] n'appose pas une licence de diffusion fixant les conditions et les limites de son utilisation, [...] elle est sous droit d'auteur simple et, sans autorisation préalable, ne peut être utilisée autrement qu'à titre privé » (Fily, 2015).

« Une licence de diffusion est dite *libre* si elle accorde aux utilisateurs les droits suivants :

---






<sup>87</sup>Voir le test effectué par l'émission « On en parle » de la RTS : Les métadonnées de vos photos, des cafteurs potentiels sur le web, 26.10.2016, <https://www.rts.ch/info/sciences-tech/8122046-les-metadonnees-de-vos-photos-des-cafteurs-potentiels-sur-le-web.html>

<sup>88</sup> [https://fr.wikipedia.org/wiki/Creative\\_Commons](https://fr.wikipedia.org/wiki/Creative_Commons)

- usage de l'oeuvre (lecture, reproduction) ;
- modification (amélioration, extension, transformation, traduction, incorporation de l'oeuvre dans une autre) pour créer une oeuvre dérivée ;
- diffusion de l'oeuvre initiale ou dérivée, même à titre commercial » (Fily, 2015).

Elle est dite *de libre diffusion* si elle confère seulement certaines des libertés susmentionnées, si par exemple elle interdit les modifications ou l'usage commercial (Salvadé, 2015, Fily, 2015). « Certaines licences CC sont libres (CC-BY, CC-BY-SA). Les autres sont de libre diffusion » (Fily, 2015).

Il existe six licences CC obtenues par la combinaison de quatre clauses résumées par des pictogrammes.

-  **Attribution = Paternité** (sigle **BY**) : l'oeuvre peut être librement utilisée, à la condition de l'attribuer à l'auteur en citant son nom.
-  **Non Commercial = Pas d'utilisation commerciale** (sigle **NC**) : interdiction de tirer un profit commercial en utilisant l'oeuvre ou son adaptation.
-  **No derivative works = Pas d'oeuvres dérivées, pas de modification** (sigle **ND**) : interdiction de modifier ou d'adapter l'oeuvre
-  **Share alike = Partage dans les mêmes conditions** (sigle **SA**), aussi appelé « copyleft » : obligation de rediffuser l'oeuvre, éventuellement modifiée, selon la même licence ou une licence similaire à celle de l'oeuvre originale.
-  Il existe aussi la licence **CC0 (Zero)** : le créateur renonce à ses droits ; il place ses données dans le domaine public. . Aucune limite à la diffusion de l'oeuvre n'existe, sous réserve des législations locales. Dans un certain nombre d'États, la licence CC0 équivaut à la licence CC-BY.

Un tableau des 6 licences Creative Commons se trouve dans le lexique juridique (annexe 16).

## 2.5 Politique liée à l'utilisation des photos, conditions d'utilisation

Pour quel(s) public(s) et pour quel(s) usage(s) les musées mettent-ils en ligne leurs collections ? Cette dernière partie est consacrée à l'utilisation et à la reproduction des images par le public. On prend en considération la position des utilisateurs et les informations qu'un musée doit leur transmettre afin qu'ils sachent comment utiliser les images du musée. Ces informations sont reportées dans les conditions générales d'utilisation. Comme actuellement le public fait lui-même beaucoup de photos des collections du musée sur son smartphone, le SMRA souhaitait aussi regarder comment la prise de photos était réglementée dans les musées et ce que l'utilisateur pouvait faire des photos.

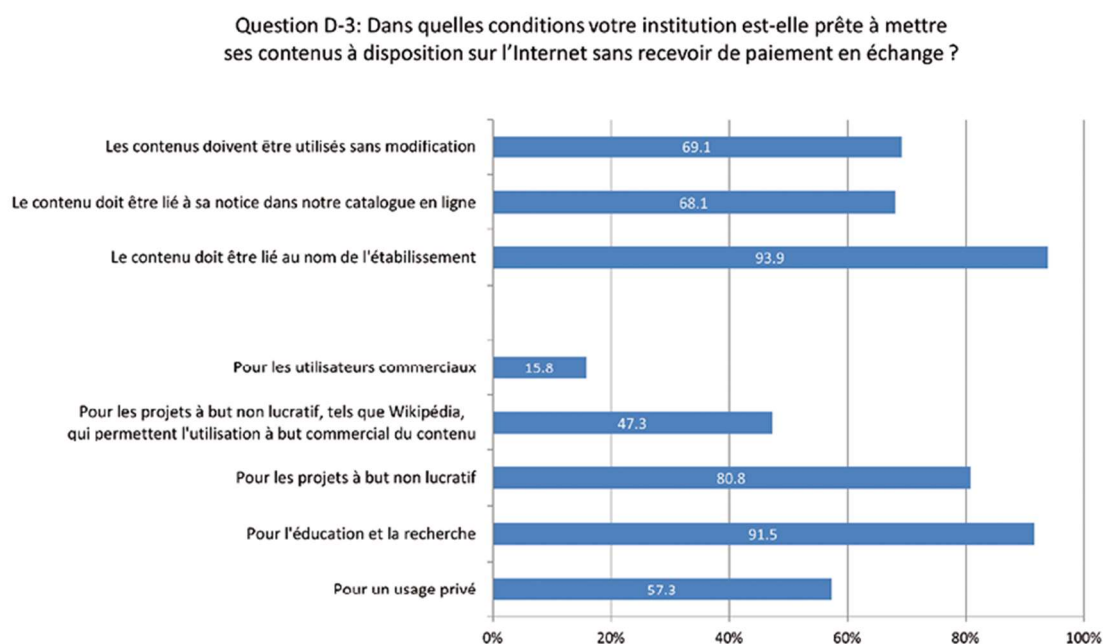
### 2.5.1 L'utilisation des images

Les utilisateurs demandent des images aux musées à différentes fins (publications, expositions, presse, etc.). Grâce aux interviews menés auprès du SMRA (cf. 3.4) et des autres musées (annexes 11-15), l'utilisation des photos est mieux connue (cf. 5.3 et 6.3). Les usages ou cas d'utilisation accompagnés du cadre légal sont relevés dans l'annexe 17. Le type de demandeurs et le nombre de demandes sont aussi renseignés. Ici, l'accent sera mis sur des cas d'utilisation actuels, plutôt délicats, i.e. l'utilisation des images pour les publications en open access, internet et les réseaux sociaux.

### 2.5.1.1 Utilisation scientifique vs commerciale, gratuité et non-gratuité des images

Certains musées permettent l'usage de leurs photos gratuitement, d'autres musées les offrent si elles sont utilisées à des fins scientifiques ou de recherche et les facturent si elles sont utilisées à des fins commerciales. Les publications scientifiques englobent en général les études des chercheurs, les travaux des étudiants. Les publications commerciales sont celles qui sont vendues, qui rapportent de l'argent et qui passent souvent par des maisons d'édition. Cette distinction entre utilisation des photos à titre commercial ou utilisation à des fins scientifiques est couramment pratiquée dans les musées, mais elle ne repose pas sur un texte de loi. L'utilisation commerciale apparaît aussi dans l'enquête de la Haute école bernoise sur les nouvelles pratiques liées au développement d'internet. « Les musées présentent une forte propension à mettre à disposition gratuitement des contenus à des fins de formation et de recherches ainsi que pour des projets d'utilité publique. Mais il y a encore de nettes réserves vis-à-vis de l'utilisation privée et dès que l'utilisation commerciale entre en jeu [...] » (Estermann, 2015, p.7) (cf. figure ci-dessous).

Figure 2 : Conditions et usages selon lesquels les musées sont prêts à mettre leurs contenus numériques à disposition sur Internet.



(Estermann, 2015, p.6)

La gratuité ou la non-gratuité des photos pourrait faire l'objet d'un article en soi. « [Pour certains], la perception de droits pour l'accès au contenu est considérée comme allant à l'encontre de la mission et du mandat du musée » (Pantalony, 2013, p.9). Elle va aussi à l'encontre du mouvement de l'open access et de l'open data ou est perçue comme peu éthique vu que les impôts financent les institutions. Elle n'est pas toujours rentable non plus. Quelques grands musées comme le Victoria and Albert Museum à Londres ne perçoivent plus de redevances pour la reproduction d'images à des fins universitaires ou de recherche. « Ce n'est pas rentable et la gratuité amène aussi des possibilités publicitaires » (Pantalony, 2013, p.54-55). D'autres disent que la prise de photos a un coût, d'autant plus si elle a été réalisée à la suite d'une demande particulière. Pantalony (2013, p.55) dit : « Si les musées ont la possibilité de tirer des recettes, même modestes, de l'exploitation de leurs actifs de propriété



intellectuelle, ils devraient, en fonction de leur situation financière et pour autant que cela n'entre pas en conflit avec leur mission et leur mandat, explorer cette possibilité. »

### **2.5.1.2 Publications scientifiques papier et numérique, open access**

Les publications scientifiques méritent d'être traitées de manière un peu plus approfondie, car elles apparaissent de plus en plus en format numérique et en open access. C'est aussi une thématique que le SMRA souhaite mieux connaître. Pour les musées, il serait utile de savoir si les photos destinées à ce type de publication sont à facturer ou non, si elles relèvent de l'usage commercial ou scientifique. Il faut aussi voir si la LDA ou une autre loi font référence à ces écrits et à cette problématique ? Comme c'est un vaste sujet encore âprement discuté, nous nous limitons aux propos utiles à ce travail.

Publication traditionnelle : « Dans le modèle traditionnel de diffusion des travaux scientifiques [...], l'auteur soumet son article à l'éditeur [...] et lui cède en général l'intégralité de ses droits patrimoniaux pour toute forme d'exploitation, imprimée comme en ligne, et pour toute leur durée [...]. Le seul moyen de prendre connaissance de l'article est alors de payer l'abonnement à la revue en cause, cette charge revenant généralement aux bibliothèques ou instituts de recherche » (Bernault, 2016, p.14 et 18). L'auteur ne peut alors pas réutiliser son travail et le déposer, par exemple, sur une archive ouverte (Benoit, 2005).

Publication sur internet en open access ou en accès libre<sup>89</sup> :

L'open access est né avec internet. C'est « la mise à disposition immédiate, gratuite et permanente sur Internet des publications scientifiques issues de la recherche et de l'enseignement » (Couperin, s.d. b). Les auteurs concèdent aux utilisateurs une licence qui leur permet de copier, utiliser, distribuer l'œuvre (Bernault, 2016). Les œuvres scientifiques doivent profiter au plus grand nombre, mais il n'est pas précisé si c'est la voie contractuelle ou légale qui doit régler l'exploitation des œuvres. La voie contractuelle et plus particulièrement les licences CC semblent idéales<sup>90</sup>. « L'idée du libre accès est née en réaction aux monopoles des éditeurs sur la publication scientifique et à la cherté des abonnements et grâce au développement de l'informatique et d'internet » (Contat, 2012). La communauté scientifique internationale demandait aussi un accès libre et gratuit aux résultats de la recherche scientifique du moment que celle-ci était souvent financée par des fonds publics (Contat, 2012). Il y a différents modèles d'open access :

La voie verte ou green road : C'est une forme d'auto-archivage. Les chercheurs placent leurs écrits scientifiques dans ce qu'on appelle une archive ouverte. C'est une base de données, un réservoir où sont déposées les publications ; on parle de dépôt ou « repository ». Leur accès est libre et gratuit. L'archive ouverte peut être institutionnelle (ex. Infoscience à l'EPFL, UNIGE à l'Uni de Genève), régionale (OpenAIRE pour l'Europe), nationale (HAL pour la France) ou disciplinaire (arXiv en Physique, par ex.) (Couperin, sd b). La diffusion des résultats de la recherche est immédiate, le coût de la publication est modéré et l'institution garde la main sur son patrimoine. La visibilité des écrits semble, en revanche, moindre. Le dépôt du manuscrit se fait souvent avant d'être soumis à la lecture par les pairs (preprint)<sup>91</sup>. Après une période

---

<sup>89</sup> Ce sujet est traité en profondeur par Bernault, 2016

<sup>90</sup> Voir les différents types de licences chez Bernault, 2016, p.148ss

<sup>91</sup> Pair = membre d'une communauté scientifique donnée. Le processus de révision par les pairs = Peer reviewing (Sharelex, 2014b)

d'embargo de 6 mois à 2 ans imposée par les éditeurs, il est possible de déposer la version révisée et acceptée du manuscrit (postprint) et parfois la version finale (PDF publisher). Les conditions de dépôt en Green Open Access varient d'un éditeur à l'autre (Bibliothèque de l'EPFL, 2018 ; Sharelex, 2014b). Pour les musées, les travaux déposés dans les archives ouvertes, notamment ceux qui ne sont pas publiés, sont plutôt à considérer comme relevant de la publication scientifique et non commerciale. Les chercheurs ne comptent pas tirer un avantage financier de leurs publications.

La voie dorée ou gold road : « Cette voie offre au lecteur une publication optimisée, grâce à un véritable processus éditorial et une validation par les pairs [...] » (Fioraso, 2013). En matière de droit d'auteur, chaque revue adopte sa propre politique (Bernoult, 2016). Il existe différents modèles économiques de ces revues en open access. Nous retiendrons :

*Le modèle auto-payeur* : L'accès au document est libre pour le lecteur, mais l'auteur ou son institution paie des frais appelés « article processing charges » (APC) pour financer la publication (Couperin, sd. a). La charge du financement est transférée en amont. C'est le modèle inversé (Bernoult, 2016). Les APC prennent généralement la forme d'un coût à l'article, dont le montant varie de quelques centaines d'euros à plusieurs milliers d'euros (Couperin, sd a). Le coût dépend du prestige de la revue. Contat (2012) dit qu'une assimilation entre la voie dorée et le modèle auteur-payeur se développe : « trop souvent aujourd'hui lorsque l'on parle de "Gold Open Access", on parle en fait de la mise en place d'un modèle auteur-payeur par un éditeur ». Ce modèle a ses limites. Les pouvoirs publics, donc les contribuables, paient les chercheurs et versent l'argent aux bibliothèques publiques pour qu'elles s'abonnent aux revues<sup>92</sup>. Ils paient deux fois.

*Le modèle sponsor ou sponsor-payeur* : « Le financement de la revue est pris en charge par une institution, une société savante, un organisme de recherche, une association, une fondation. Les contenus sont en libre accès. C'est le modèle utilisé par 66% des revues référencées dans le DOAJ » (Directory of Open Access Journals) (Couperin.s.d. a)<sup>93</sup>.

*Le modèle freemium* : Le lecteur a accès au contenu (au format html, par exemple) mais doit souscrire un abonnement pour accéder à des services complémentaires (par exemple, accès aux formats pdf ou epub, statistiques d'usage, etc.) (Couperin.s.d. a).

« Nous sommes dans un fonctionnement où l'éditeur est l'acteur principal » (Contat, 2012). Les musées doivent-ils considérer ces publications comme des publications commerciales et faire payer les photos pour des publications financées en grande partie par les contribuables ?

Les voies alternatives (hybride, diamant ou platine) :

*Le modèle hybride* : entre la voie verte et la voie dorée sont apparues des revues hybrides. Au sein d'une même revue peuvent parfois coexister des articles sur abonnement et des articles en open access où les auteurs ont payé des APC ; le choix du mode de diffusion de l'article est laissé à l'auteur. Les éditeurs bénéficient ainsi de deux sources de revenus : les abonnements traditionnels auxquels s'ajoutent les APC. Le montant des APC pour les articles

---

<sup>92</sup> Autres limites, cf. Bernoult, 2016, p.62ss et Fioraso, 2013

<sup>93</sup> Le site DOAJ (Directory of Open Access Journals) recense la plupart des revues en libre accès dont la qualité scientifique est assurée. Pour un livre ou un chapitre de livre publié en libre accès, les éditeurs sont recensés sur le site DOAB (directory of open access book)



en Open Access hybride est supérieur de 50% par rapport à celui des articles en Open Access non-hybride (Couperin, sd. a). La question à propos de l'usage commercial est la même que ci-dessus.

Le *modèle diamant ou platine* : le modèle est récent. Il n'y a pas de frais pour les auteurs, ni de frais pour les bibliothèques, ni d'embargos. Les textes sont revus par les pairs. L'idée est de publier en faisant employer des éditeurs par les institutions publiques, en recourant aussi à des bénévoles qui bénéficieront de la reconnaissance de leur milieu. Le modèle Diamond espère imiter le modèle d'édition de Wikipedia (Koroso, 2015). Ici, l'usage commercial est écarté.

#### Que dit La LDA à propos de l'usage commercial et scientifique d'une œuvre ?

Si l'usage scientifique n'est généralement pas soumis à rétribution, ce n'est pas en raison de la loi, mais cela repose plutôt sur des considérations économiques, voire éthiques. L'usage scientifique n'apparaît pas dans la LDA. Celle-ci ne contient aucune exception de nature générale au profit de l'usage scientifique. Et l'exception pédagogique (art. 19 al. 1 lit. b LDA) a une portée très limitée. On a toutefois le sentiment qu'on assimile l'exception scientifique à l'exception pédagogique. Le domaine des publications scientifiques à des fins d'enseignement et de recherche n'est effectivement pas très différent de l'usage pédagogique et pourrait aussi constituer une exception au droit d'auteur. Le chercheur qui ne compte pas tirer un avantage financier de ses publications, mais être reconnu par ses pairs, apprécie que son œuvre soit diffusée, réutilisée par d'autres chercheurs ou par les enseignants. Son œuvre peut servir de support d'enseignement (Benoit, 2005, p.229). L'exception pédagogique prise dans un sens large ou une exception scientifique justifierait la gratuité des photos pour les œuvres scientifiques non commercialisées.

En France, il existe une exception pour la recherche, mais elle concerne le data mining. Elle est en projet en suisse (cf. révision LDA pt. 2.2.3.3) (Mattatia p. 148). En France, la loi sur le droit d'auteur a aussi été révisée en rapport avec l'open access. Le libre accès aux publications scientifiques fait partie des limites au droit d'auteur en France depuis 2016.

*« Pour les chercheurs et les scientifiques, il est essentiel que leurs publications soient lues et citées. Leur reconnaissance institutionnelle est en effet indexée sur le nombre de leurs publications et sur le nombre de citations de leurs écrits. Or, l'accès aux revues scientifiques est le plus souvent payant, ce qui limite la visibilité des articles. Les droits d'exploitation des articles sont détenus par les éditeurs des revues, qui n'ont pas intérêt à permettre un accès gratuit. C'est pourquoi a été inséré dans le Code de la recherche un droit pour les auteurs d'écrits scientifiques financés majoritairement sur fonds publics, de mettre en ligne gratuitement la version finale de leur manuscrit. Cette publication peut avoir lieu immédiatement si la revue elle-même est gratuite, ou après un certain délai si la revue est payante, d'une durée dépendant du domaine scientifique concerné. Cette durée d'embargo vise à préserver les intérêts des éditeurs. En pratique, il a été constaté qu'après un certain temps, la diffusion payante de la revue devient négligeable ; autoriser une publication gratuite après ce délai n'a donc que des répercussions économiques limitées. Enfin, cette publication par l'auteur ne peut être exploitée commercialement » (Mattatia, 2017, p.159)*

En Suisse, le « droit de publication secondaire scientifique » a été écarté du projet de révision de la loi d'auteur de 2017 (IPI, 2018)<sup>94</sup>.

Enfin, l'open access doit encore trouver sa voie avant qu'on puisse régler la question du droit d'auteur et des frais de photos destinés à cette forme de publication. Pour les musées qui offrent les illustrations et qui ont leurs collections en ligne, y aura-t-il encore des demandes de photos via formulaire ? Pour les publications numériques qui restent sur des écrans et qui ne sont pas imprimées, les photos n'ont pas besoin d'être en haute définition (3000x4000 px). La taille des photos à l'écran (400x600 px) suffit ; un simple copier-coller permet d'obtenir l'image. Et pour les musées qui font payer les photos, peut-on faire payer des images en basse définition ?

### **2.5.1.3 Utilisation des images sur le web et les réseaux sociaux**

Selon Cahen (2012), « le droit d'auteur et [le web ou] les réseaux sociaux ne font généralement pas bon ménage, [puisqu'ils ont] pour but de publier, d'exposer l'information, la photographie, alors qu'au contraire le droit d'auteur va consister à protéger au mieux l'œuvre ». L'utilisation des images sur des sites web, des blogs ou les réseaux sociaux est, en fait, soumise aux lois sur les droits d'auteur au même titre que les autres types de publication. En Suisse, l'art. 10 al. 2 let. c de la LDA dit que les auteurs ont le droit exclusif de décider de l'utilisation de leurs œuvres, qu'ils ont le droit de les mettre à disposition par quelque moyen que ce soit (Leuenberger, 2014). C'est donc ici par l'intermédiaire d'internet ou des réseaux sociaux que les contenus sont rendus accessibles. « Les réseaux sociaux ne sont rien d'autre qu'un site internet à accès protégé avec des conditions contractuelles spéciales », dit Ling<sup>95</sup>.

#### Upload

On ne peut mettre à disposition des images (upload) qu'avec le consentement de l'auteur que cela soit pour un site, un blog ou un réseau social<sup>96</sup>. Pour mettre une photo sur les réseaux sociaux, il faut demander une autorisation de l'auteur, sauf si on a un nombre d'amis ou de suiveurs restreint, dit Benhamou (cité par Grand, 2017). « [...] Le meilleur moyen d'être sûr(e) que le contenu [...] n'enfreint pas la législation relative aux droits d'auteur est de publier uniquement du contenu dont [on est] l'auteur »<sup>97</sup>.

Les réseaux sociaux obligent les internautes à accepter les CGU du site (Cahen, 2012). « [Celles-ci] déterminent l'étendue exacte des droits dont disposent les utilisateurs sur le contenu qu'ils publient sur la plateforme » (Mathias, 2013). Sur Facebook ou Instagram, par exemple, « [les utilisateurs ne peuvent] publier que du contenu qui n'enfreint pas les droits de propriété intellectuelle d'un tiers [...] »<sup>98</sup>.

Les conditions générales employées par certains réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, Google+, Pinterest, etc.) font savoir que les internautes sont propriétaires des contenus qu'ils publient, mais prévoient des clauses qui obligent l'utilisateur du réseau

---

<sup>94</sup> Pour la révision de la loi, lire l'article de Baumann Michael, Copyright : la nouvelle loi freine l'open access, *Horizons*, 08.03.2018, <https://www.revue-horizons.ch/2018/03/08/le-nouveau-droit-dauteur-freine-lopen-access/>

<sup>95</sup> Ling Peter. Relecture TM [message électronique] 18.07.2018

<sup>96</sup> cf. note précédente

<sup>97</sup> droit d'auteur, Facebook : <https://www.facebook.com/help/1020633957973118>

<sup>98</sup> cf. note précédente

d'accorder aux administrateurs du réseau une licence non exclusive (le réseau n'a pas l'exclusivité des droits), transférable, sous-licenciable, sans redevance (gratuite) et mondiale de ses contenus (Cahen, 2012 ; Oeillet, 2012). Facebook ou Instagram ont ainsi le droit d'exploiter les contenus comme bon leur semble (Oeillet, 2012). TripAdvisor se permet aussi de réutiliser à son gré les contenus de ses membres (Mattatia, 2017)<sup>99</sup>. Selon Mattatia (2017, p.29), « ces clauses [qui ne peuvent être] négociées par l'internaute sont contestables au regard du droit d'auteur faute de préciser les limites temporelles et spatiales de la cession et de répondre aux critères de la cession à titre gratuit ».

### Réutilisation d'œuvres trouvées en ligne

Lorsque l'on tombe sur une image mise à disposition par autrui sur un site internet, un blog ou un réseau social, le droit de réutiliser cette image dépend des conditions générales du site ou du réseau social (à assumer que celui-ci est titulaire des droits qu'il met à disposition) ou du consentement de l'auteur<sup>100</sup>.

Le titulaire d'un site internet qui met une barre de partage, des boutons de partage sur son site permet aux utilisateurs de reprendre et diffuser les contenus<sup>101</sup>. Il améliore ainsi la visibilité de ses articles. Comme l'auteur rend lui-même possible la transmission des données sur les réseaux sociaux par ce bouton, il consent à la diffusion de l'article, il encourage sa reproduction, mais il reste titulaire des droits moraux sur son œuvre (Cahen, 2011). L'utilité des boutons de partage semble toutefois très relative. Selon Richer (2016) qui s'appuie sur une étude de MoovWeb de 2015<sup>102</sup>, les internautes ne les utilisent pas, mais il faut quand même les mettre et il faut les mettre avec des compteurs (par ex. ci-dessous 377 partages) pour montrer aux lecteurs que l'article qu'ils lisent est intéressant. Cela permet aussi de suivre le partage. Il vaut également mieux de mettre la barre de partage assez tôt dans le texte et non en bas de page où elle risque de passer inaperçue.



Un musée peut aussi proposer aux visiteurs de le suivre sur les réseaux sociaux. Ce sont souvent les mêmes icônes que ci-dessus qui sont utilisées. Pour éviter des confusions, certains sites modifient un peu les logos des réseaux sociaux, mettent un texte avec un lien ou complètent les icônes avec les mots « nous suivre, rejoignez-nous ».

Ex. Nous suivre :     

Mais les images que les musées mettent sur les réseaux sociaux semblent utilisables sur les réseaux sociaux uniquement (Cahen, 2012). Il est écrit dans les conditions générales d'utilisation (CGU) de Facebook, par exemple, que si l'utilisateur publie du contenu avec le paramètre « public », cela signifie qu'il permet à tout le monde, y compris aux personnes qui n'utilisent pas le réseau, d'accéder à ces informations et de les utiliser. En réalité, l'utilisateur du réseau ne semble toutefois pas bénéficier de la même licence que les administrateurs du

<sup>99</sup> cf. aussi site web de TripAdvisor : <https://tripadvisor.mediaroom.com/FR-terms-of-use>

<sup>100</sup> Ling Peter. Relecture TM [message électronique] 18.07.2018

<sup>101</sup> Barre de partage vers les réseaux sociaux, 6temFlex, s.d, <https://6temflex.com/help-center/barre-de-partage-vers-les-reseaux-sociaux/>

<sup>102</sup> Moovweb, Does anyone Use Socail Sharing Buttons on Mobile ? 21.06.2017, <https://www.moovweb.com/anyone-use-social-sharing-buttons-mobile/>

réseau, il ne peut utiliser l'œuvre d'autrui que sur le même réseau ou les réseaux « partenaires », il ne peut pas la publier ailleurs<sup>103</sup> (Cahen, 2012). « Les CGU vous autorisent à partager sur le réseau tout contenu publié par un autre utilisateur, mais pas à l'exploiter en dehors de la plateforme, sauf à en demander l'autorisation à son auteur » (Mathias, 2013). « Je like, je share, mais je ne m'approprie pas », dit Filipetti<sup>104</sup>.

Instagram a été racheté par Facebook en 2012 et partage plus ou moins les mêmes conditions d'utilisation<sup>105</sup>. Pour utiliser la photo d'un tiers, il faut une autorisation. Gonzalez (2015) propose d'embarquer une photo sur son site par le biais de widgets en toute légalité. « Le principe du widget, c'est que le contenu reste hébergé sur le site original, mais [on] vient l'afficher dans [son] site. Si on clique dessus, on arrive à la publication originale. »

Sur Pinterest, on peut épingler ses propres images ou celles dont on n'a pas les droits et, là, la source est automatiquement gardée. Si l'on clique sur la photo, on est renvoyé vers le site original qui héberge la photo (Gonzales, 2015).

Flickr a passé en 2018 des mains de Yahoo aux mains de Smugmug<sup>106</sup>. L'utilisation de chaque photo est réglée avec les licences Creative Commons choisie par l'auteur (Mondina, 2018, Gonzales, 2015).

## **2.5.2 Conditions générales d'utilisation (CGU) des photos**

Afin de guider l'utilisateur dans l'utilisation et la reproduction des photos, il est judicieux de rédiger et de mettre en ligne les conditions générales de leur utilisation. Les CGU ne sont pas obligatoires contrairement aux conditions générales de vente (CGV) qui déterminent une relation commerciale entre un professionnel et un client (Legal'easy, s.d). Les CGU définissent les modalités d'utilisation d'un site ou des contenus. « Pour qu'elles soient considérées comme un contrat, et donc opposables aux internautes, elles doivent être acceptées par ces derniers. Comment doit se faire l'acceptation ? Tout comme pour les CGV, [...], le plus simple est de [les] faire accepter par l'intermédiaire d'une case à cocher » (Legal'easy, s.d). Il est aussi utile de mettre la date de mise à jour des CGU, afin que l'internaute voie si le site est actualisé et quelle version a été acceptée par lui (Legal'easy, s.d).

Nous devons aussi distinguer les CGU d'un site internet et les CGU liées à l'utilisation des photos en particulier. Nous nous intéresserons uniquement à ces dernières.

### **2.5.2.1 Contenu, rubriques des CGU des photos**

On peut se demander s'il existe des guides et des standards pour rédiger des CGU de photos. Il semble primordial que ces CGU soient personnalisées et qu'elles correspondent à la politique de diffusion des images des musées. En l'absence de modèles ou directives, on peut

---

<sup>103</sup> On arrive à cette conclusion suite de l'affaire qui a éclaté aux Etats-Unis en 2011 concernant l'utilisation et la revente par l'Agence France Presse des photos du tremblement de terre d'Haïti mises sur Twitter par un photographe. Condamnation de l'Agence, cf. Cahen, 2012

<sup>104</sup>Filipetti Isabelle, Sensibilisation juridique autour des réseaux sociaux, 27.03.2013, [https://fr.slideshare.net/filipetti-avocat/sensibilisation-juridique-autour-des-reseaux-sociaux?qid=a386b6b9-0efe-442b-bc6d-2cff8f5b3d40&v=&b=&from\\_search=7](https://fr.slideshare.net/filipetti-avocat/sensibilisation-juridique-autour-des-reseaux-sociaux?qid=a386b6b9-0efe-442b-bc6d-2cff8f5b3d40&v=&b=&from_search=7)

<sup>105</sup> Voir aussi Bouchard Laure, Instagram, le droit d'auteur et le droit à l'image, *Droit & Création*, 26.04.2016, <https://www.droit-creation.fr/instagram-le-droit-dauteur-et-le-droit-a-limage/>

<sup>106</sup> Olivier. Flickr s'échappe de Yahoo et devient la propriété de SmugMug, *JdG*, 29.04.2018, <https://www.journaldugeek.com/2018/04/29/flickr-sechappe-de-yahoo-devient-proprieete-de-smugmug/>

s'inspirer de l'existant, par exemple des CGU des sites des photographes ou institutions qui vendent les photos ou de celles des musées genevois ou de la Réunion des musées nationaux et du Grand Palais des Champs-Élysées (RmnGP) qui s'occupent, entre autres, des photos d'art du Louvre<sup>107</sup>. Ceux-ci affichent des CGU et des tarifs en ligne. Voici une liste des rubriques qui semblent apparaître régulièrement dans les CGU des images : objet (ce que définissent les CGU), autorisation préalable (demande d'autorisation de reproduction), prises de vue d'objets non encore photographiés, type d'utilisation (privée, scientifique, commerciale), conditions d'utilisation ou respect de l'intégrité de l'œuvre (modification), exemplaire justificatif, crédit ou mentions obligatoires, tarif et frais, responsabilités, indemnisations et for (quel est le droit applicable en cas de non-respect du droit d'auteur).

### **2.5.2.2 Emplacement des CGU des photos, formulaire, exemplaire justificatif et tarif**

La plupart des musées en Suisse romande n'ont pas de CGU pour les photos sur leur site web. Un grand nombre n'affiche, d'ailleurs, pas de CGU du tout. L'information concernant les tarifs fait défaut. Cela signifie-t-il que les images sont gratuites ? Chaque demande de photos doit-elle faire l'objet d'une demande de renseignements ? L'absence de CGU des photos dessert le musée comme l'utilisateur.

Certains musées mentionnent un copyright en bas du site avec le sigle ©, d'autres ajoutent une clause de propriété intellectuelle dans les CGU du site, dans les mentions légales ou dans l'impressum au bas des pages internet. Ils rédigent une formule courte qui ressemble à : « Copyright : toutes les images publiées sur ce site sont soumises à des copyrights et restrictions d'utilisation. Toute reproduction est interdite »<sup>108</sup> ou rédigent plusieurs paragraphes comme le fait le musée d'Archéologie nationale de Saint-Germain-en-Laye (Paris)<sup>109</sup>.

Le site de Gallica annonce ses conditions dans le pied de page. Un lien mène vers une page qui affiche les conditions d'utilisation du site Gallica et les CGU des contenus Gallica<sup>110</sup>. Certains musées comme le SMRA ou le MCAH de Lausanne présentent les CGU des photos dans une rubrique du menu<sup>111</sup>. Des liens mènent ensuite l'utilisateur vers un formulaire de demande de photos (cf. annexe 7 pour le SMRA) et vers une liste des tarifs si les photos sont payantes. Les musées, qui ont des collections en ligne, mettent souvent les conditions d'utilisation à proximité des photos des objets présentés. Des liens mènent aussi vers un formulaire de demande de photos et vers les conditions et tarifs des photos. Le MAH passe par un panier d'achat comme les sites de vente.

---

<sup>107</sup> Le Louvre a plusieurs bases de données. Certaines sont gérées par la RmnGP qui présente ses CGU sur : <http://art.rmngp.fr/fr/mentions-legales-et-conditions-generales-d-utilisation-du-site-internet-images-d-art>. La politique d'accès à ces images est commentée sur savoirsCom, Le nouveau site « Images d'art » de la RMN : une chance manquée pour la diffusion de la culture, 2015 cf. <https://www.savoirscom1.info/2015/10/le-nouveau-site-images-d-art-de-la-rmn-une-chance-manquee-pour-la-diffusion-de-la-culture/>

<sup>108</sup> Ici, citation tirée de l'Elysée : <http://www.elysee.ch/direct/impressum/>

<sup>109</sup>cf. <http://musee-archeologienationale.fr/mentions-legales-conditions-generales-dutilisation-et-credits>

<sup>110</sup>cf. onglet « musée », rubrique « photothèque » <https://gallica.bnf.fr/html/und/conditions-utilisation-des-contenus-de-gallica>

<sup>111</sup> SMRA, onglet « archives », rubrique « accès et consultation » avec lien vers un formulaire cf. <https://www.aventicum.org/fr/archives/acces-consultation>. MCAH, onglet « le musée », rubrique « photothèque » : <http://www.mcah.ch/le-musee/phototheque/>

Les formulaires de demande de reproduction ou autorisation de reproduction permettent au musée de savoir qui est l'utilisateur (coord. statut, institution qui l'emploie, etc.) et ce que l'utilisateur va faire de la photo qu'il demande<sup>112</sup>. Ils sont relativement utiles pour les statistiques. Si on les comptabilise, ils nous permettent de savoir si les demandes de photos ont augmenté avec la mise en ligne des collections. L'utilisateur doit préciser pour quel type de publication la photo est prévue (revue, livre, catalogue, calendrier, carte postale, flyer poster, affiche, site web, vidéo, etc.). Il doit parfois aussi renseigner le format de l'image et le nombre de tirages. L'usage de la photo est unique et un exemplaire justificatif doit être fourni. Il s'agit d'un exemplaire de la revue ou du livre dans lequel a paru la photo. Les tarifs sont propres à chaque musée. Ils s'inspirent parfois des tables de l'ASBI (2017). Des frais de traitement peuvent être ajoutés aux frais de reproduction.

### 2.5.2.3 Conditions d'utilisation et charte de respect des réseaux sociaux

Les CGU concernant l'utilisation des réseaux sociaux manquent sur les sites des musées. L'internaute est invité à suivre une institution sur les réseaux sociaux, « liker », commenter ou partager les images ou les contenus qu'elle met sur son site web, mais à côté des boutons de partage ou des liens vers les réseaux sociaux, il n'y a, en général, aucune information concernant l'utilisation des images ou des contenus. Pourtant cela serait utile pour l'internaute et lui permettrait de faire un usage des contenus en respect de la loi ou des exigences des musées. La RmnGP est une des rares institutions à évoquer les réseaux sociaux. Elle autorise les utilisateurs à rediffuser les images sur Facebook et Twitter uniquement<sup>113</sup>. Selon le SMRA, il faut consulter les CGU des réseaux sociaux. Il faut encore que l'internaute le sache, puis lise et comprenne ces CGU.

Le musée peut vouloir utiliser les contenus téléchargés par les internautes. Est-ce possible ? La question a été soulevée dans la brochure sur le droit d'auteur de l'AMS. La réponse est :

*« Non. Les contenus téléchargés sur le site web ou le blog du musée par les internautes peuvent être protégés par le droit d'auteur. Le musée peut cependant obtenir l'autorisation automatique de réutiliser les contenus téléchargés par les internautes via les [CGU] du site web ou du blog. Si les œuvres sont téléchargées sur des réseaux sociaux, le musée peut préciser sur sa page web que les internautes lui cèdent les autorisations nécessaires. Il doit toutefois être conscient qu'il ne sera pas le seul à pouvoir réutiliser ces contenus puisque les réseaux sociaux se réservent souvent le droit de les réutiliser eux-mêmes via leurs [CGU]. En permettant aux internautes d'enrichir le site web ou le blog du musée, il est possible que des œuvres soient téléchargées en violation du droit d'auteur. Afin d'éviter d'engager sa responsabilité, le musée devra informer les internautes au sujet des prescriptions légales en vigueur sur le site et, s'il a connaissance d'une quelconque violation, retirer le contenu litigieux. » (Jean et al., 2017)*

#### Charte de respect des réseaux sociaux, charte d'utilisation des réseaux sociaux

Le MAH propose une charte des commentaires pour son blog et ses réseaux sociaux (annexe 8)<sup>114</sup>. Il invite les internautes à s'exprimer sur son blog et ses réseaux sociaux et leur demande, par exemple, de décliner leur identité et de tenir des propos courtois, mais il n'aborde pas la question des droits d'auteur. Ces derniers sont évoqués dans les CGU de la photothèque. La charte peut servir d'exemple, peut être complétée avec des conditions d'utilisation en respect

---

<sup>112</sup> cf. par ex. demande d'autorisation Pro Litteris <http://prolitteris.ch/fr/demande-dautorisation/>

<sup>113</sup> <http://art.rmngp.fr/fr/mentions-legales-et-conditions-generales-d-utilisation-du-site-internet-images-d-art>, art. 2.4

<sup>114</sup> <http://blog.mahgeneve.ch/charte-des-commentaires/>



du droit de la propriété intellectuelle. Liard (2017) dresse la liste de ce que devrait contenir une charte et renvoie à celle de la FNAC, par exemple. Cette charte est destinée au personnel. Elle développe l'image numérique de l'entreprise ; elle favorise non seulement l'échange convivial des contenus, mais elle explique aussi les conditions d'utilisation des réseaux sociaux. Elle est intéressante du fait qu'elle combine les aspects éthiques et juridiques de l'utilisation des réseaux sociaux<sup>115</sup>.

### **2.5.3 Les photos prises au musée et leur utilisation ; droit du maître des lieux**

La prise de vues au musée est un sujet de discussion très actuel du fait que chacun fait des photos ou des selfies sur son smartphone. En France, le Ministère de la Culture a publié une charte du bon usage de la photographie dans les établissements patrimoniaux<sup>116</sup>. En Suisse romande, les pratiques varient d'un musée à l'autre. Certains musées autorisent les photos sans flash ou sans trépied pour empêcher les prises de vues professionnelles. Un exemple d'autorisation de photographier nous est fourni par le MEG (annexe 9). D'autres interdisent de photographier les expositions temporaires, car les objets exposés n'appartiennent pas au musée. Ce sont les contrats de prêt avec les autres musées qui interdisent les photographies (Grand, 2017) et cela est valable même pour les objets tombés dans le domaine public (Jean et al., 2017). Certains musées interdisent la photo de manière générale pour des raisons de conservation.

Même si les objets sont dans le domaine public et qu'ils sont libres de droit, le maître des lieux peut interdire aux visiteurs de photographier (Jean et al., 2017 ; Pierrat, 2017). « Il ne s'agit pas d'un cas d'application du droit d'auteur », dit l'IPI (2018). « [...] Ce sont les règlements édictés par l'institution qui font foi. « Lorsqu'on entre dans un musée, on accepte de se soumettre aux règles de visite », dit Benhamou (cité par Grand, 2017). Si les objets ne sont pas du domaine public, le visiteur peut les photographier et les garder pour son usage privé. Il ne peut pas les publier. « En prenant des photos au musée, le visiteur doit s'assurer qu'il possède les droits nécessaires », dit Benhamou (cité par Grand, 2017). Il doit, par exemple, aussi respecter le droit à l'image s'il photographie d'autres visiteurs (cf. 2.2.1) (Grand, 2017).

Le visiteur semble surtout faire des photos pour s'approprier les lieux, repartir avec un souvenir, montrer qu'il était là. Il ne se soucie pas toujours des collections, ni de la qualité des photos (Grand, 2017). Certains musées encouragent les visiteurs à prendre des photos et à les publier. Cela fait de la publicité pour le musée, peut lui amener de nouveaux visiteurs.

On peut encore se demander si un musée peut photographier ses propres collections prêtées et exposées dans une autre institution ? Même si le musée est propriétaire des objets et en détient les droits, il doit demander une autorisation, car le concept d'exposition, la scénographie de même que les textes d'accompagnement, pour autant qu'on puisse les considérer comme des œuvres, sont protégés par le droit d'auteur. L'AMS fournit davantage d'information à ce sujet (Jean et al., 2017).

---

<sup>115</sup> cf. <http://multimedia.fnac.com/multimedia/fnacdirect/pdf/chartefnacfacebook.pdf>

<sup>116</sup>cf. Ministère de la Culture, Tous photographes ! La charte des bonnes pratiques dans les établissements patrimoniaux, 07.07.2014, <http://www.culture.gouv.fr/Espace-documentation/Documentation-administrative/Tous-photographes-!-La-charte-des-bonnes-pratiques-dans-les-etablissements-patrimoniaux>

### 3. Analyse de l'existant

L'analyse de l'existant du SMRA s'est fait essentiellement lors d'une rencontre avec ma mandante et de sa collègue responsable des collections. Un questionnaire avait été préparé à cette intention (annexe 11). L'entretien était semi-dirigé et a été enregistré pour faciliter la prise de notes. Il suit le schéma de base, les trois parties que sont l'acquisition, la diffusion et l'utilisation des images du musée. Une première discussion avec la directrice du musée et ma mandante avait également permis de soulever de nombreuses questions.

#### 3.1 Collections et fonds du SMRA

Tout d'abord voici ce que possède et/ou gère le SMRA au niveau des sites, des collections et des fonds d'images existants.

##### Sites archéologiques<sup>117</sup>

Amphithéâtre, Théâtre romain, Sanctuaire du Cigognier, Mur d'enceinte, Porte de l'Est, Tornallaz, Porte de l'Ouest, Thermes du forum, Palais de Derrière la Tour, Temple de la Grange des Dîmes.

##### Collections

Le musée possède plus de 200'000 lots d'objets (des millions de fragments). Ce sont avant tout des objets et vestiges d'époque romaine issus de fouilles archéologiques du site d'Avenches. On peut lister une dizaine de types d'objets. Voici les catégories d'objets qui correspondent aux domaines de la base MuseumPlus:

Inscription	Lapidaire
Mosaïque	Numismatique
Peinture murale	Petit mobilier
Verre	Céramique
Bois	Terre cuite
Faune (restes animaux)	Anthropologie (restes humains)

Ces objets sont la propriété du canton<sup>118</sup>. Les institutions muséales ont la charge de les conserver, les mettre en valeur et les présenter au public<sup>119</sup>. Très peu d'objets sont visibles au musée, 1% environ. Le reste des objets se trouvent dans un dépôt et sont progressivement photographiés.

##### Fonds de photos et plans (volumétrie en 2013)

Le musée a un fonds de photos très important : 100'000 dias, presque autant de négatifs et tirages papier, 1000 ektachromes, 100 plaques de verre, 5000 dessins d'objets (sur papier).

---

<sup>117</sup> Voir site du SMRA : <https://aventicum.org/fr/site-monuments>

<sup>118</sup> Etat de Vaud, Section archéologie cantonale : <https://www.vd.ch/autorites/departements/dfire/immeubles-patrimoine-et-logistique/patrimoine/archeologie-cantonale/>

<sup>119</sup> cf. Kaeser Marc-Antoine. La muséologie et l'objet de l'archéologie. *Les nouvelles de l'archéologie* 139, 2015, 37-44, <http://journals.openedition.org/nda/2873>



Au format numérique, il y a environ 1000 photographies de qualité des objets principaux de la collection. Ce sont des photos dites professionnelles. Il y a environ 200'000 photos de travail ou des photos documentaires, à usage interne pour compléter les inventaires. Elles sont aussi utiles pour les constats d'état lors de restaurations. On peut ajouter 6000 relevés de terrain (sur papier) et plusieurs centaines (voire plusieurs milliers) de documents nés numériques (photos, plans, dessins d'objets, scans de documents papier).

Le matériel photographique est soigneusement conditionné et entreposé dans des locaux bien entretenus et régulés au mieux au niveau de l'hygrométrie et de la température.

### **3.2 Politique de réalisation, d'acquisition et gestion des photos**

Le musée n'a pas défini de politique particulière pour photographier ses collections. Un photographe interne réalise sur demande des photos professionnelles des principaux objets des collections. Le secteur des collections mène également des campagnes photographiques des collections qui sont dans les dépôts. C'est un travail de rattrapage, car beaucoup d'objets ne sont pas encore inventoriés, ni photographiés. Les photos réalisées sont alors des photos de travail, des photos documentaires pour l'inventaire. Si un particulier demande une photo pour une publication et qu'elle n'existe que sous forme de photo de travail, le photographe refait une photo « professionnelle » de l'objet. On dira qu'il réalise une « œuvre » au sens de la LDA. Le photographe prend aussi les photos pour les catalogues d'exposition. Les photos réalisées par le photographe interne sont la propriété du musée. Le crédit photo est © Aventicum – Site et Musée romains d'Avenches. Le nom du photographe interne n'apparaît pas ou pas toujours.

Le musée ne recourt que rarement à des photographes externes. Et s'il le fait, ceux-ci cèdent en principe leurs droits. Par le passé, ils ont eu des photographes externes qui ne leur accordaient des droits sur les photos que pour des utilisations précises. Le musée n'a pas de contrat prédéfini ou rédigé conformément à la loi que les photographes externes n'ont plus qu'à signer. Ce sont aussi les photographes externes qui donnent les tarifs pour le travail réalisé. Si un particulier demande une reproduction de ces images, le musée renvoie l'utilisateur vers le photographe s'il n'a pas cédé tous ses droits. Le musée sait quelles photos ne lui appartiennent pas ; elles ne sont pas nombreuses. Pour le crédit photo, le nom du photographe est mentionné avec l'institution si le musée a les droits sur les photos (ex. AVENTICUM – Site et Musée romains d'Avenches – Photo : Pierre Dupont). Si le musée n'a pas les droits sur les photos, seul le nom du photographe apparaît.

Pour l'ensemble des images, il n'y a, en principe, pas à tenir compte des droits liés aux objets vu que les objets archéologiques sont du domaine public.

Les photos numériques sont placées sur un serveur destiné à leur archivage et sur la base de données MuseumPlus en lien avec les notices des objets qu'elles documentent. Cette base de données repose sur un système de modules liés entre eux : objets, fouilles, documents d'archive, images, etc. Elle permet non seulement de gérer les objets des collections, mais aussi la majorité de la documentation produite par le SMRA dans le cadre de ses activités (fouilles, interventions du laboratoire, etc.). En annexe se trouve un exemple de notice d'inventaire pour un objet et un exemple de notice pour une image (annexe 10). Les photos ont des métadonnées EXIF et IPTC. Les données de l'appareil photo (EXIF) de même que les données IPTC (métadonnées complétées par le SMRA pour chaque photo numérique après la prise de vue, cf. annexe 4) sont importées automatiquement dans les champs

MuseumPlus lors de l'insertion de l'image dans la base. L'accent n'est pas mis sur les aspects légaux ou juridiques des photos.

### 3.3 Politique de mise en ligne des images

Actuellement, le SMRA a un site internet, une page Facebook et une application d'assistance à la visite du musée et des vestiges d'Aventicum pour smartphones<sup>120</sup>. Son site internet est très complet ; il donne des informations sur son histoire, ses activités, ses publications, ses archives, les fouilles et les monuments archéologiques. Ces derniers sont bien illustrés. Il n'y a, en revanche, pas d'onglet « collections », ni de photos des collections. Il n'y a pas de photos non plus des nombreux dessins de restitution qui illustrent plusieurs des publications du musée ou l'application du musée<sup>121</sup>. Peut-être qu'il serait intéressant de les présenter sur le site.

Le SMRA souhaite augmenter sa visibilité, permettre aux chercheurs et au grand public de voir ses collections en ligne. L'idée est de mettre sur son site une galerie de photos illustrant les œuvres les plus représentatives de ses collections. Cela représente une centaine de photos. Il ne lui est pas autorisé de mettre sa base de données en ligne, bien que techniquement ce soit possible. Le musée mettra en ligne des images dont il est titulaire des droits. Comme les utilisateurs demandent souvent des images qui sont actuellement sur le site web, il est vraisemblable que les utilisateurs demanderont ensuite des images d'objets de collection qu'ils auront pu voir sur la galerie. Actuellement, les collections du musée apparaissent surtout dans des publications imprimées qui sont numérisées et disponibles sur le web ou sur les pages consacrées aux salles d'exposition du musée<sup>122</sup>. Il y en a aussi une dizaine sur la banque d'images « Getty Images », sur Google Map ou sur Wikimedia<sup>123</sup>. Selon le SMRA, le public connaît les objets par les publications, les livres et par leur site web. Il demande parfois aussi au musée s'il a un objet de tel type, de telle période, etc. et le musée fait la recherche, en fournit une photo ou en fait faire une. Les collections seront valorisées et mieux connues du grand public. Pour cette mise en ligne des images, le SMRA fera probablement recours à une agence web ou à un prestataire externe. Comme le projet n'est pas encore lancé, il n'y a pas encore de budget.

Le musée n'envisage pas d'être présent sur d'autres réseaux sociaux que Facebook, car cela demande du temps et demande des ressources humaines et financières supplémentaires, mais il est à l'écoute de propositions. Actuellement, une collaboratrice gère le contenu de la page Facebook en parallèle à d'autres activités. Elle ne met en ligne que des images dont le

---

<sup>120</sup> accès via internet : <http://www.appmuseums.ch/museums/#8030>

<sup>121</sup> Les images de restitution sont par ex. visibles dans une publication récente du musée : Castella et al. *Aventicum. Une capitale romaine*, Avenches, 2015 <https://www.aventicum.org/fr/publications/dernieres-parutions> ou sur l'application <http://www.appmuseums.ch/museums/#228> (cliquer sur l'amphithéâtre). Une réflexion sur les images de restitution est proposée dans la brochure de l'association Pro Aventico, Aventicum n°33, 2018

<sup>122</sup> Un grand nombre des publications du musée (Bulletin pro Aventico, catalogues d'expos, etc.) sont numérisées et sont disponibles sur leur site ou les plateformes E-periodica, E-helvetica

<sup>123</sup> Getty Images : <https://www.gettyimages.ch/detail/foto/switzerland-avenches-musee-romain-roman-art-stock-fotografie/96502749?language=fr>. Sur Wikimedia ce sont des photos d'amateurs, prises derrière les vitrines : [https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Mus%C3%A9e\\_romain\\_d%27Avenches](https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Mus%C3%A9e_romain_d%27Avenches)

musée a les droits. Elle ne met pas de photos où l'on reconnaît les gens. Elle se réfère aux conditions d'utilisation de la plateforme. Il n'y a pas de boutons de partage sur le site.

### **3.4 Politique liée à l'utilisation des images, conditions générales**

Le SMRA a défini une politique d'utilisation des photos qu'il souhaite adapter aux usages du numérique et à la future galerie de photos. Les conditions générales d'utilisation (CGU) et reproduction actuelles figurent sur le site web dans la rubrique « accès et consultation » de l'onglet « archives ». Ces CGU constituent la politique de diffusion du musée. Elles ont été copiées et placées en annexe (annexe 1). Un lien mène vers un formulaire de demande de reproduction (annexe 7). Le lecteur doit demander l'autorisation pour utiliser une illustration. Il doit également préciser dans quelle publication celle-ci paraîtra et noter l'institution qui l'emploie. Les photos sont envoyées gratuitement en format numérique. Il n'y a pas de frais de traitement. Le crédit photo doit être mentionné et un exemplaire justificatif est demandé en contrepartie (cf. 2.5.2.2). Ce dernier enrichit la bibliothèque. Le formulaire laisse une trace de l'utilisation de la photo. Il permet de recenser les demandes officielles, de savoir dans quel but la photo est utilisée et par qui. Le musée se demande si le retour d'exemplaire est toujours nécessaire ? Seul un travail ou une publication importante dans leur pôle d'intérêt mérite peut-être d'être conservé. Demander un retour d'exemplaire d'un produit en ligne ne fait sens que s'il n'est pas accessible librement. Peut-être est-il intéressant de demander un retour d'un travail si le chercheur utilise plus de trois photos par exemple, si le travail fait avancer l'archéologie. Bien sûr, on ne sait pas qui prend les photos sur d'autres sites web, qui les numérise dans les livres, qui les prend pour l'usage privé ou pédagogique, quand cela est fait et à quelle fin. Il faudrait une solution « photo » qui arrange le public et n'alourdisse pas le travail du musée. Mais tout ceci sans perdre le contrôle sur l'utilisation des photos semble difficile.

#### Qui sont les demandeurs ?

Les demandeurs sont les musées archéologiques ou historiques, les institutions culturelles (l'Office fédéral de la culture, par ex.), les services archéologiques, les chercheurs, les enseignants, les étudiants, parfois les journalistes, les illustrateurs ou restaurateurs en archéologie, les associations culturelles et les offices du tourisme.

Les demandes ont souvent lieu entre institutions de même type, ici entre musées archéologiques. La plupart de ces musées offrent leurs photos ; un système d'échanges de photos prévaut et fait partie des bonnes pratiques. Pour les photos qui paraissent dans des publications étrangères, les conservateurs du musée ne font souvent pas de demandes d'images. Ils les scannent dans les livres. Ils citent en référence les livres, car c'est là que se trouve le copyright d'origine. Le procédé n'est pas légal, mais c'est ainsi que cela se fait dans le milieu ; c'est un échange de bons procédés. Les droits d'illustration des livres sont trop coûteux et trop lourds à gérer du point de vue administratif.

Pour les journalistes, le SMRA met ponctuellement les communiqués de presse et des photos en ligne dans un onglet « presse » du site internet. Beaucoup de musées procède ainsi, mais

de manière permanente<sup>124</sup>. Les journalistes remplissent souvent un formulaire pour s'inscrire ou ont un login. Ces photos sont gratuites, car elles servent à la promotion des musées.

### Type de demande

Les utilisateurs demandent avant tout des photos d'objets des collections. Mais ils demandent parfois aussi une vue précise d'un objet, une reconstitution de monuments, des photos de fouilles, des photos de documents historiques issus des archives, etc.

### A quelle fin ?

Ces images sont destinées à paraître surtout dans des publications scientifiques (monographies, articles, thèses et autres travaux académiques), dans des expositions (panneaux, multimédia, catalogues, dépliants), mais aussi dans des manuels scolaires, supports pédagogiques, dans des publications destinées au grand public, dépliants d'offices du tourisme et sur des sites web. Comme les utilisateurs demandent de plus en plus régulièrement des photos pour des publications en open access, le SMRA a besoin de savoir comment appréhender cette nouvelle forme de publication, se sentir plus à l'aise face à l'évolution des technologies. Jusqu'ici, le musée n'a pas eu de demandes de photos pour des publications commerciales. Il constate toutefois que faire payer la publication commerciale semble se faire systématiquement.

### Combien de photos sont demandées par année ?

Années	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Nb de demandes	20	23	24	12	19	26	21

Avant 2011, les demandes n'étaient pas centralisées. Il arrive encore qu'un certain nombre de demandes soient faites de manière informelle, sans être répertoriées.

### **3.4.1 Prise de vues au musée et utilisation de ces photos**

Lors de la première discussion avec les responsables du musée, la délicate question des prises de vues au musée a été soulevée. Aussi cette problématique a été ajoutée. Au SMRA, un particulier a le droit de faire des photos au musée et de les diffuser sans mentionner le nom du musée, mais un professionnel doit faire une demande d'autorisation, d'autant plus s'il a l'intention d'utiliser les photos à des fins commerciales. Cette information doit surtout paraître dans le règlement de visite affiché à l'entrée du musée, mais peut aussi figurer sur le site internet dans l'onglet « musée ».

---

<sup>124</sup> cf. par ex. la fondation Gianadda a un onglet « presse et média ». Le pied de page du MAH a aussi « Presse : communiqués et archives, contacts, visuels pour la presse »

## 4. Méthodologie

Ce travail est rédigé sur mandat d'un musée ; il doit répondre aux demandes du musée, mais doit aussi répondre aux exigences de la HEG au niveau de la structure et de la méthodologie. Il a été réalisé avec la collaboration et l'aide de nombreuses personnes des milieux des musées, du web, de l'informatique et du droit. La recherche a été menée en parcourant, avant tout, la littérature académique, professionnelle francophone et les lois suisses, en explorant et comparant les sites web des musées francophones ou les sites des grands musées européens et américains, en faisant des entretiens semi-dirigés et en envoyant un questionnaire en ligne dans les musées de Suisse romande.

### 4.1 Introduction

Un entretien avec la directrice du musée et ma mandante ont été le point de départ de la recherche et ont permis de comprendre la demande et les besoins du musée (mise en ligne, visibilité, adaptation des CGU au numérique), puis de préciser les concepts. Une recension initiale des écrits et des discussions avec des connaissances du milieu des musées ont permis de mieux connaître le sujet, de définir les objectifs et d'établir un plan. Il a été choisi de diviser le travail en trois grandes parties appelées axes de recherche et de formuler des questions de recherches propres à chacune d'elles. Ces trois parties suivent le traitement de la photo de son acquisition à son utilisation. Le terme de « politique » a été retenu pour donner une structure uniforme au travail. Il n'y a pas une question de recherche centrale et des sous-questions ou une hypothèse de départ.

### 4.2 Revue de la littérature

Une revue de la littérature approfondie a été menée en suivant les axes de recherches ; elle permet de connaître l'état actuel des connaissances sur le sujet. La littérature académique, professionnelle et les textes de lois ont été pris en considération. La plupart des écrits remontent à ces 10-15 dernières années et ont été trouvés sur le web, les catalogues de bibliothèques et les bases de données. Ce sont essentiellement des sources primaires (cf. Fortin, Gagnon, 2016, p.77). Cette recension théorique a été comparée par la suite avec la réalité sur le terrain, i.e. avec les interviews et le questionnaire en ligne.

Le sujet a tout d'abord été placé dans son contexte muséal sans vraiment fixer de limite géographique. Le monde des musées a évolué de manière générale avec les évolutions technologiques et l'émergence d'internet.

Le monde de la photo, la diffusion et l'utilisation des images sur internet ou les réseaux sociaux confrontent le musée à des questions de droit. Aussi, il a été jugé important de situer la recherche dans le contexte juridique de la Suisse. La LDA, des articles et des livres documentent le sujet. Un avocat de la propriété intellectuelle enseignant à la HEG a été sollicité pour relire les passages juridiques du travail.

Les trois parties qui suivent, i.e. la politique d'acquisition, la politique de mise en ligne et la politique liée à l'utilisation des images ont été développées en fonction de la demande du SMRA (l'open access par ex.), de la réalité du terrain (aspects juridiques), mais aussi des enjeux et des pratiques actuels du milieu (par ex. les licences Creative Commons, l'utilisation des photos sur les réseaux sociaux, les différentes manières de diffuser ou valoriser le patrimoine visuel). Il n'y a pas de limite géographique précise non plus pour ces parties. Les grands musées français, anglais sont souvent cités en exemple.

Les passages plus techniques ou plus axés « web » ont été relus pas des personnes des milieux de l'informatique et du web ; des conseils ont aussi été donnés par INETIS Sàrl qui s'occupe parfois de la maintenance du site web du SMRA.

Les parties 2.4.2 (description de l'objet mis en ligne) et 2.5.2.1 (contenu des CGU des photos) n'ont que peu été abordées dans la littérature. Il s'agit, là, moins d'une revue de la littérature qu'une revue comparative de sites web francophones, une comparaison de pratiques d'institutions qui sont assez avancées et qui ont leur CGU et leurs collections en ligne. Une partie de la politique d'utilisation concernant la demande des photos (cf. 2.5.1) n'est également pas documentée dans la littérature, mais par les entretiens et le questionnaire en ligne. Il a été choisi de mettre l'accent sur la demande de photos pour internet et les publications en open access.

### **4.3 Analyse de l'existant**

L'analyse de l'existant a été fait sous forme d'entretiens et d'échanges de mails avec le SMRA (cf. annexe 11)

### **4.4 Entretiens semi-dirigés et questionnaire en ligne**

Après la revue de la littérature, 5 entretiens semi-dirigés ont été réalisés auprès de musées d'archéologie et d'histoire et 67 questionnaires plus courts ont été envoyés par mail aux musées romands pour comparer l'écart entre les connaissances théoriques et les pratiques muséales, mais aussi pour permettre au SMRA de s'inspirer de la politique de diffusion des autres musées. Il est intéressant de savoir comment les autres musées valorisent leurs collections sur le web, comment ils s'adaptent aux nouveaux usages du numérique, quelles sont leurs conditions d'utilisation des images et quelle utilisation est faite des images, etc. Comme les musées fonctionnent de manière autonome et échangent peu autour de leurs pratiques, il faut aller chercher les informations directement auprès des institutions. Les sites web des musées offrent, par exemple, peu d'informations sur les conditions d'utilisation des photos. Un dernier entretien libre ou informel a été réalisé auprès du musée de photos de l'Elysée à Lausanne. Il a permis de mieux comprendre le droit d'auteur et son application pratique, notamment avec des œuvres qui ne sont pas du domaine public. Il n'a pas été utilisé directement dans ce travail.

Le questionnaire pour les entretiens couvre l'ensemble du sujet (annexe 12) tandis que le questionnaire créé à l'aide de Google Forms (annexe 14) se concentre sur la diffusion des images sur le web, les réseaux sociaux et sur leur utilisation. Il permet d'évaluer les usages et les tendances actuelles. Le questionnaire « Google » est précédé d'une introduction qui précise le contexte, le but de la recherche, le temps requis et se termine par des remerciements. Le questionnaire en ligne a été testé et corrigé par ma mandante et par un ami, conservateur du musée du Jeu à La Tour-de-Peilz. Le questionnaire pour les entrevues a été relu par ma mandante.

#### **4.4.1 Procédure d'échantillonnage**

Entrevues : Cinq interviews ont été menés dans les musées de Suisse romande, plus particulièrement dans des musées d'archéologie, d'histoire et d'ethnographie, car ils ont, dans l'ensemble, le même type de collection. C'est la population cible de notre étude. La recherche s'est limitée à la Suisse romande pour des raisons juridiques, linguistiques et pratiques. Il semblait important aussi d'évoluer dans le contexte local, comparer les pratiques régionales.

Pour pouvoir proposer une politique de diffusion et d'utilisation des photos, il nous a semblé utile de partir de l'existant, de chercher des informations auprès d'institutions qui avaient déjà mis en ligne leurs collections et/ou leurs conditions d'utilisation des images et leurs tarifs. C'est le cas de plusieurs musées genevois. La collecte des données a donc pu être faite grâce à des institutions dont le niveau de maturité était plus avancé dans ce domaine. Les trois institutions suivantes ont été retenues : le MAH, le MEG et le MCAH. Les deux autres (Musées cantonaux Sion, Laténium) ont été choisies parce que ce sont des institutions importantes et connues et, contrairement aux autres, elles ne fournissent pas d'informations concernant l'utilisation des images. Cela mérite qu'on s'y intéresse. Elles se situent dans d'autres coins de la Romandie. Elles permettent de ne pas surreprésenter les grands musées genevois ou lausannois. Les musées archéologiques de Nyon et Vidy-Lausanne n'ont pas été retenus, car ils travaillent souvent avec le SMRA et ont le même type de politique de diffusion d'images. Les 5 musées interviewés constituent notre échantillon. C'est un échantillon non-probabiliste obtenu par choix raisonné<sup>125</sup>. Il aurait été possible de poursuivre les interviews, mais les informations collectées arrivaient à saturation pour certaines questions (ex. celles concernant les réseaux sociaux, l'open access) et pour d'autres elles variaient d'un musée à l'autre (la réalisation des photos par les photographes, les personnes qui s'occupent des photos).

Questionnaire en ligne : Comme peu d'entrevues ont été réalisées, il m'a été conseillé de compléter les entrevues par un questionnaire en ligne (annexe 14). Ce dernier est davantage axé sur la diffusion et l'utilisation des images et il cible un public plus large. Il permet d'avoir une vision plus générale, car les répondants répondent à des critères moins précis. Il a été envoyé à tous les musées de Suisse romande ouverts de manière permanente. Il a été relancé une fois. La liste des musées a été établie grâce au site web de l'AMS ; elle ne prétend pas être exhaustive. Les musées dont les adresses e-mail étaient invalides ont, par exemple, été écartés. 67 musées ont reçu le questionnaire. Ils constituent notre échantillon ; la population cible est plus grande que pour l'entrevue ; elle est constituée de l'ensemble des musées romands. 16 musées (6 GE, 5 VD, 2 FR, 2 JU et 1 VS) ont répondu au questionnaire, ce qui fait un taux de réponse de près de 24%<sup>126</sup>.

#### **4.4.2 Collecte des données**

Entrevues : Les entrevues semi-dirigées ont permis de collecter des données qualitatives (cf. Fortin, Gagnon, 2016, p.19). Les questions ont été préparées suivant les trois grands thèmes, les questions de recherche et la recension des écrits. La demande d'entretien a été faite par mail et téléphone. Le questionnaire a été remis par mail avant l'entrevue (annexe 12). Les entretiens ont été enregistrés et transcrits. Les données ne sont pas confidentielles, mais les répondants ne sont pas cités.

Questionnaire en ligne : Le questionnaire en ligne (annexe 14) fournit des données quantitatives du fait qu'une grande partie des questions sont fermées. Il présente l'avantage d'interroger beaucoup de personnes en peu de temps. L'échantillon est grand par rapport à la

---

<sup>125</sup> Le processus de sélection non probabiliste n'est pas aléatoire (=chaque élément de la population n'a pas une chance égale d'être choisi), les institutions sélectionnées sont susceptibles de répondre aux questions de recherche. Elles représentent la population cible. L'échantillonnage par choix raisonné ou intentionnel est composé de personnes qui répondent à des critères précis, cf. Fortin, Gagnon, 2016, p.263, 269-275

<sup>126</sup> C'est un bon résultat, cf. SurveyMonkey, <https://fr.surveymonkey.com/mp/sample-size/>

population cible et les réponses sont suffisantes pour avoir une vue d'ensemble de la politique de diffusion des musées romands. La marge d'erreur est de 5-10%<sup>127</sup>.

Notre approche méthodologique est donc mixte, avec un volet qualitatif de type exploratoire, lequel est supporté par des données quantitatives récoltées dans le questionnaire en ligne.

#### **4.4.3 Méthode d'analyse des données**

Les données collectées ont été décrites et reportées dans un tableau (annexe 13). Une synthèse en a été faite dans la partie intitulée « résultats des entrevues et du questionnaire ». Pour le questionnaire envoyé en ligne, Google fait déjà un premier codage ou dépouillement des réponses (annexe 15).

#### **4.5 Validité et fiabilité de la recherche**

Entrevues : Les entrevues prennent du temps. On constate à la fin que d'autres questions auraient dû être posées ou qu'elles auraient dû être formulées autrement. Les entrevues permettent d'entrer en contact avec les personnes, de connaître bien les pratiques du musée, de poser des questions supplémentaires, de saisir ce que les gens pensent ou connaissent de certains sujets. Les enregistrements qui évitaient surtout la prise de note n'étaient pas gênants pour les interlocuteurs. Les entrevues prenaient parfois la forme de conversation. Les conclusions devraient toutefois dépendre de l'assemblage des données, des sujets et non du chercheur ou d'interprétations erronées du chercheur (Dufour, 2018).

Questionnaire en ligne : Le questionnaire élimine le biais introduit verbalement par le chercheur. Il facilite la comparaison entre sujets, mais le taux de réponses n'est pas toujours très élevé. On ne sait pas non plus si les gens ont répondu aux questions avec sérieux et engagement, si ce sont les personnes souhaitées qui ont répondu. Dans l'ensemble, les questions ont été bien comprises et les réponses sont utilisables. L'ennui est peut-être que ni le répondant, ni le chercheur ne peuvent demander de précisions supplémentaires (Dufour, 2018). On ne peut pas non plus faire un questionnaire trop long ou compliqué. On peut aussi se demander si on peut généraliser les résultats vu que les musées ont des pratiques très diverses, des contextes et types de collections variés. Les résultats sont toutefois plus « généralisables » que ceux des interviews où les participants étaient, entre autres, sélectionnés pour fournir des données sur la mise en ligne des collections et les CGU.

#### **4.6 Conclusion**

Bien que le choix des échantillons puisse sembler restreint et que des limites aient été fixées à la recherche pour des raisons de temps et de convenance, les données récoltées sont intéressantes et donnent des indications sur les pratiques, les connaissances des musées. La plupart des répondants reconnaissent que les questions de droit d'auteur méritent d'être davantage étudiées et disent que les aspects techniques de mise en ligne des images ne relèvent pas de leurs compétences. Les questions liées à l'utilisation des photos sur internet, les réseaux sociaux et dans les publications en open access ont suscité l'intérêt de tous les répondants. Ces derniers attendent un retour de ce travail, car il leur serait utile de mieux connaître ces sujets. L'idéal serait aussi que des personnes de la communication et des informaticiens soient interviewées pour une meilleure vision d'ensemble.

---

<sup>127</sup> cf. note précédente



## 5. Résultats des entrevues et du questionnaire en ligne

Les entrevues dont les questions et les réponses sont en annexe (annexes 12-13) ont été menées au Musée d'art et d'histoire de Genève (MAH) auprès de la gestionnaire de la photothèque, au musée d'ethnographie de Genève (MEG) auprès de la collaboratrice administrative en charge des droits de reproduction, au Musée cantonal d'art et d'histoire de Lausanne (MCAH) auprès d'un conservateur, au Laténium à Neuchâtel (musée d'archéologie) auprès de la responsable communication/marketing/relations publiques et aux musées cantonaux de Sion auprès de la gestionnaire de la photothèque. Les musées cantonaux de Sion regroupent un musée d'histoire naturelle, un musée d'archéologie et d'histoire et un musée d'art. La photothèque gère les photos des trois musées. Au MEG, une personne du service de la communication et l'informaticien ont aussi pu être consultés ; ils ont apporté des précisions techniques concernant la mise en ligne des images. L'entrevue avec le SMRA a été ajoutée à titre de comparaison. Une collaboratrice de recherche de ce musée a également répondu aux questions concernant les réseaux sociaux. Les résultats des entrevues sont présentés de manière assez détaillée dans un tableau en annexe (annexe 13). Les entrevues ont été complétées par un questionnaire en ligne envoyé à tous les musées romands. Les résultats du sondage en ligne sont également en annexe. Google Forms propose un dépouillement des réponses sous forme de graphiques (annexe 15) ; quelques réponses ont été aménagées pour être plus compréhensibles. Les résultats des entrevues sont résumés et repris sous forme de synthèse ici. Ils sont nuancés ou complétés avec les résultats du questionnaire en ligne.

### 5.1 Politique d'acquisition, réalisation et gestion des photos

Description des résultats des entrevues : Il ressort des interviews que les musées confient en général la réalisation des photos à des photographes internes. Ils recourent aussi à des externes à l'exception du MEG. Trois musées acquièrent les droits sur les photos des photographes externes ; deux semblent plutôt avoir des contrats de licence. Les photographes semblent définir les prix et conditions d'utilisation des photos. Les musées semblent jouer un rôle plus secondaire à ce niveau. Les contrats prédéfinis en faveur du musée ou proposant des solutions équitables préconisés par Wehrlin et al. (2011) ne sont pas cités par nos répondants.

Pour les crédits photos, le nom du photographe est souvent retenu même quand ce dernier travaille en interne (cf. 2.3.3). La plupart des musées interrogés ont des objets du domaine public. Ceux qui ont d'autres objets plus récents doivent également tenir compte des droits liés aux objets ou œuvres d'art présentés sur les photos. Les musées cantonaux de Sion traitent souvent avec ProLitteris, par exemple. Ce sont toutefois les conservateurs et les chargés d'inventaire qui s'occupent de cette tâche et non la gestionnaire de la photothèque.

Le logiciel de gestion de photos le plus utilisé ou vers lequel les musées migrent est MuseumPlus. Plusieurs musées ont encore des serveurs pour les photos ou d'autres logiciels « maison ». Les métadonnées citées par les répondants sont le photographe ou auteur (cités 3x), le titre, la date (cités 2x), et le copyright ou les droits (cités 2x).

De nombreuses personnes aux fonctions différentes gèrent les photos. Nos répondants sont gestionnaires de la photothèque, bibliothécaires-archivistes, collaborateurs administratifs, conservateurs ou responsables de la communication et du marketing. Ils mentionnent aussi les photographes et responsables de la numérisation parmi les gens qui s'occupent des

photos. Les grands musées confient, par ailleurs, les images destinées à la presse et aux réseaux sociaux aux chargés de la communication, des relations publiques ou du marketing. Les répondants ont surtout pour tâche de répondre aux demandes des utilisateurs, de gérer la reproduction des images.

Description des résultats du questionnaire en ligne : le questionnaire ne souhaitait pas mettre l'accent sur cette partie du travail. Deux questions ont toutefois été posées, i.e. « est-ce que les photographes externes vous cèdent en général leurs droits quand ils font des photos pour votre musée ? » et « est-ce qu'une personne en particulier s'occupe des photos ? ». A la première question, le oui l'emporte à 80%. A la seconde, contrairement aux entrevues, la majorité des répondants (75%) disent qu'ils ont une personne qui s'occupe des photos et non plusieurs. Ce que l'on ne sait pas est la fonction de la personne en charge des photos.

Synthèse des résultats : L'acquisition ou la réalisation des photos varient d'un musée à l'autre et dépendent souvent des pratiques des photographes. Les droits relatifs aux objets et aux photos semblent assez bien connus. La plupart des musées se font céder les droits sur les photos comme le préconise l'AMS (Jean et al., 2017, p.8). C'est important dans la mesure où les photos peuvent ainsi être utilisées et diffusées librement. La gestion des photos semble s'uniformiser autour de l'utilisation du logiciel MuseumPlus. Mais ce logiciel est modulable et il est utilisé parallèlement à d'autres logiciels. Il n'est pas possible de faire des généralités sur la gestion des photos. Cette tâche serait-elle à réattribuer dans la plupart des musées et à redéfinir ?

## **5.2 Politique de mise en ligne et suivi des images**

Description des résultats des entrevues : Les entrevues semi-dirigées montrent que 4 institutions sur 6 n'ont pas les photos de leurs collections en ligne, mais que 2 de ces 4 institutions ont l'intention de le faire. Certains musées souhaitent mettre l'ensemble de leurs collections en ligne, d'autres souhaitent mettre en ligne des photos d'objets précieux ou d'œuvres qui sont demandées par le public, les autorités (ex. peintures illustrant la correction du Rhône en Valais). Ce sont aussi les conservateurs qui choisissent les objets à mettre en valeur. Comment les photos sont mises en ligne est une question délicate. On peut voir comment les images sont présentées sur les sites web des musées qui ont les collections en ligne<sup>128</sup>, mais les répondants ne peuvent pas nous dire comment techniquement cela se fait ou a été fait. Les personnes interrogées ne sont pas du milieu de l'informatique. Les photos mises en ligne sont suivies de manière approximative grâce aux formulaires de demande, aux demandes de photos en grand format. L'informaticien du MEG ajoute qu'il y a des statistiques du serveur qui dit combien de fois la fiche a été vue, visitée, mais que cela ne fait pas sens de contrôler ce genre de choses.

Tous les musées interviewés sont sur les réseaux sociaux, mais les répondants ne le savent pas toujours, car ce sont d'autres services qui s'en occupent. Aussi, toutes les réponses liées aux réseaux sociaux sont un peu lacunaires. Les collections ne sont guère présentées sur ces médias ; ce sont les activités ou les expositions qui sont valorisées. Les 6 musées sont sur Facebook, 4 musées sont sur Instagram, 2 sur You Tube. Le MAH publie également sur Flickr,

---

<sup>128</sup> Exemple MAH : [http://www.ville-ge.ch/musinfo/bd/mah/collections/result.php?type\\_search=simple&lang=fr&criteria=&terms=all&col6=Arch%C3%A9ologie+classique](http://www.ville-ge.ch/musinfo/bd/mah/collections/result.php?type_search=simple&lang=fr&criteria=&terms=all&col6=Arch%C3%A9ologie+classique), MEG <http://www.ville-ge.ch/meg/musinfo00.php?what=accessoire+de+l%27habillement&dpt=&debut=0&bool=AND>,

Twitter et a un blog. Le Laténium a un agenda sur son site, le MEG, le MCAH et les musées cantonaux ont une newsletter. 4 musées sur 6 ont des boutons de partage pour que les internautes puissent diffuser leurs contenus sur le web, les réseaux sociaux, etc. Le droit à l'image ne semble pas toujours pris en considération. On ne saurait dire si les photos sont régulièrement partagées, si l'on peut suivre leur utilisation. Les réponses ne permettent pas de faire de généralités. Au SMRA, la répondante dit que les photos peuvent être suivies, mais qu'elles ne sont pas beaucoup partagées. Au Laténium, la répondante dit qu'on peut suivre les images, que les gens partagent les photos d'actualité, d'infos ou d'événements. Au MEG, on voit si les photos sont partagées, mais selon l'informaticien du MEG, l'utilisation des photos ne peut pas être suivie sur les réseaux sociaux. Il dit que l'image peut être reprise et renommée. Il aurait fallu poser deux questions distinctes. Partage et suivi des photos sont à distinguer. Le responsable de la communication du MEG dit qu'il faut se mettre d'accord sur ce qu'on veut mettre sur les réseaux sociaux. Il faudrait aussi noter le copyright ou taguer (= identifier la personne) la photo. Le MEG met, par exemple, dans le commentaire des photos l'emoji de l'appareil photo et le nom de l'auteur<sup>129</sup>.

Description des résultats du questionnaire en ligne : 3 institutions sur 16 ont les photos des collections en ligne, 8 ont une partie des photos en ligne et 5 ne les ont pas en ligne. Un peu plus de la moitié de ceux qui disent ne pas les avoir en ligne à la question suivante (7 sur 12) ne projettent pas de le faire. On n'obtenait pas la même réponse avec les entrevues. Les répondants disent qu'ils ne peuvent pas suivre techniquement l'utilisation des photos à une exception près. Il s'agit d'une fondation genevoise qui passe par des portails partenaires, qui utilise notamment Artmyn (de l'EPFL) pour la numérisation et la visualisation d'œuvres d'art en 3D. La plupart des musées sont présents sur les réseaux sociaux (env. 12 sur 16)<sup>130</sup> et plus particulièrement sur Facebook (cité 9x) et Instagram (cité 7x). Les photos sont régulièrement partagées.

Synthèse des résultats : La majorité des musées ont une partie de leurs collections en ligne. Le type d'images mis en ligne ou devant être mis en ligne varie d'un musée à l'autre. La présentation et la technique de mise en ligne (galerie, catalogue, descriptif, etc.) n'est pas du ressort de nos répondants. L'utilisation des photos n'est pas suivie techniquement ou ne peut pas être suivie techniquement, mais via les formulaires de demande.

Les musées sont pour la plupart sur les réseaux sociaux. Facebook et Instagram sont les plateformes les plus utilisées. Étonnamment les musées ne sont pas sur Twitter. Les répondants aux entrevues ont plus souvent des newsletters. Le partage des photos se fait assez régulièrement. Seul le MEG a pu nous renseigner sur le suivi des photos postées sur les réseaux et invite à les diffuser avec prudence.

### **5.3 Evaluation des usages, conditions d'utilisation des images**

Description des résultats des entrevues : La première question permettait de savoir qui sont les demandeurs de photos. Nous avons des chercheurs ou scientifiques (6x), des journalistes (4x), des musées (3x), des institutions ou associations culturelles (3x), des étudiants (3x), des collaborateurs internes (2x), des privés (2x), l'office du tourisme (2x), des maisons d'édition ou éditeurs privés (2x), des illustrateurs, des restaurateurs en archéologie, des services

---

<sup>129</sup> Un exemple : [https://www.instagram.com/p/BIFlwG8l9\\_P/?hl=fr&taken-by=meg.geneve](https://www.instagram.com/p/BIFlwG8l9_P/?hl=fr&taken-by=meg.geneve)

<sup>130</sup> Environ, car quelques réponses sont particulières

archéologiques, la commune ou des enseignants. Le nombre de demandes varie beaucoup d'un musée à l'autre. Le SMRA a une vingtaine de demandes par an, le MAH en a tous les jours, env. 500-600 par an. Le MEG en a 2-3 par mois. Le Laténium 1 par semaine, les Musées cantonaux VS une centaine par année et le MCAH 30-40 par année et chaque fois 1 à 20 photos sont envoyées. Il serait intéressant de savoir pourquoi il y a de si grandes différences. On peut déjà partir du fait que le mot « demande » a peut-être été confondu avec « nombre de photos ». Les deux répondants qui ont les collections en ligne n'ont su dire si la demande de reproduction a augmenté avec la mise en ligne des collections. Au MEG, la mise en ligne a cependant l'avantage d'alléger le travail car les demandeurs n'ont pas besoin de venir sur place pour voir l'objet ou le photographier. Le désavantage cité par une conservatrice est que les passionnés ou experts les importunent et commentent, par exemple, les notices. Dans la littérature, cette intervention externe est perçue de manière positive ; la mise en ligne permet aux internautes d'apporter des compléments d'information sur des objets si on leur donne la possibilité de s'exprimer (cf. 2.4.2). Les descriptifs de photos doivent peut-être être réduits à l'essentiel.

Les photos sont demandées pour la presse (4x), des catalogues d'exposition (3x), des publications (2x), des publications scientifiques (3x), des thèses (2x), des expositions (2x), des manuels scolaires ou des supports pédagogiques (2x), pour des publications variées ou grand public (2x), pour des dépliants touristiques (2x), des sites web (2x), des blogs, des recherches ou des livres. Les demandes sont faites 2x via un formulaire, 1x en ligne et 4 x par mail.

Les conditions générales d'utilisation des photos existent et sont en ligne pour 4 des 6 musées. Elles ne sont pas toujours à jour et ne correspondent pas toujours à ce qui se pratique sur le terrain. Ceux qui offrent les images s'abstiennent de le mentionner dans les CGU. Pourquoi ? Aucun des 6 musées n'a de conditions d'utilisation pour les réseaux sociaux. Le SMRA dit qu'il se réfère à celles des plateformes. La question n'était pas bien formulée. Il aurait plutôt fallu demander si le musée informait les utilisateurs des conditions d'utilisation des réseaux sociaux. A dire vrai, les répondants ne les connaissent pas.

Dans la moitié des musées, la reproduction des photos est payante si ces dernières sont utilisées à des fins commerciales. Les musées cantonaux de Sion font payer les images si elles paraissent dans des catalogues d'hôtel, des livres d'art, des magazines, par ex. Le MCAH les fait payer si elles paraissent dans des catalogues, des livres d'art, des flyers, des affiches, des films, sur internet. Parfois le MCAH ne fait pas payer les photos, mais demande 10 exemplaires de l'œuvre où apparaît la photo ou alors il échange des images avec les autres musées. L'échange d'images entre les musées est une pratique courante. Le MEG échange les images à moins que l'autre musée refuse de procéder ainsi. L'usage scientifique a tendance à être gratuit dans tous les musées. Le MAH limite toutefois l'offre à 5 images. Il les offre pour les thèses si elles sont publiées en petit nombre. Les photos pour les thèses sont gratuites aux Musées cantonaux de Sion. Au MCAH, elles sont payantes si la thèse est publiée. Les photos pour les publications en open access sont tantôt payantes, tantôt gratuites. Au SMRA et au Laténium, elles sont gratuites, au MAH, elles sont plutôt gratuites vu que les revues en open access sont souvent payées par les écoles et les fonds publics, dit la répondante. Le MEG doit prendre position, il va peut-être faire payer les photos pour les revues qui passent par des éditeurs. Aux Musées de Sion, il n'y a pas de demandes de ce genre. Le MCAH a une position plus claire sur ce type de publication. Il fait payer les photos pour les revues qui passent par des éditeurs.

Les tarifs sont aussi très variables. Ils dépendent parfois du nombre d'exemplaires, du format, et parfois aussi de l'entente avec les gens. Certains musées appliquent leurs propres tarifs ou ceux de l'Etat, d'autres s'inspirent de l'ASBI comme le MCAH ou le MEG. Certains ont des frais de gestion, d'autres non. Les photos sont toutes envoyées au format numérique. Il a été demandé aux répondants pourquoi leur institution faisait ou ne faisait pas payer la reproduction des images. Les répondants ont presque tous dit : « c'est une bonne question ». La gratuité est ensuite justifiée par le fait qu'elle fait de la publicité pour l'institution et ses collections, qu'il est difficile de monnayer le patrimoine, que les collections sont publiques ou que le partage et l'échange sont actuellement « tendance ». L'idée est aussi d'aider des étudiants qui n'ont pas beaucoup d'argent. Le seul argument pour la non-gratuité nous vient du MCAH qui explique que les photos et les photographes de même que le travail de préparation et de recherche ont un coût. Une partie des frais est remboursée par l'utilisateur.

Tous les musées exigent que l'utilisation des images soit unique. C'est une sorte de licence, un droit d'utilisation qui est accordé. Ils exigent tous un ou plusieurs exemplaires justificatifs. L'échange de photos contre un exemplaire d'un livre permet aussi d'enrichir la bibliothèque. Très souvent, la bibliothécaire du MEG achète un livre alors que celui-ci contient une photo du musée. L'exemplaire aurait dû être offert par celui qui a reproduit la photo. Si les utilisateurs ne paient pas les reproductions ou ne respectent pas les conditions d'utilisation, ils ne sont pas poursuivis en justice par les musées. Les frais occasionnés seraient disproportionnés. Ils reçoivent un rappel pour une facture impayée et seront surveillés de près la fois suivante.

5 musées sur 6 autorisent les visiteurs à faire des photos au musée, le plus souvent sans flash ou pour un usage privé. Le Laténium invite les visiteurs à faire des photos et à les partager ; il y a des hashtags sur les escaliers ; le parc archéologique est de plus en plus souvent filmé avec des drones. 3 des 6 musées sont disposés à réutiliser les photos des internautes ou de professionnels.

#### Description des résultats du questionnaire en ligne :

Les demandeurs de photos sont avant tout les journalistes (9), les chercheurs (5), les étudiants (4), les musées (4), les artistes (2), les privés (2), les passionnés (2), les institutions telles les bibliothèques, les professeurs, l'office du tourisme, les blogueurs et les éditeurs. Les demandes de photos varient aussi entre 4 et 100 demandes par année avec une moyenne de 41 demandes. Les photos sont utilisées pour des publications (8), des articles (4), la presse (2), des catalogues d'exposition (2), l'usage privé (2), des travaux d'étude (2), des expositions (2), des travaux de recherche, des exposés, des livres, l'archivage, des annonces promotionnelles, des présentations. Le formulaire n'est que peu demandé pour l'obtention d'images (18.8%). Peut-être que les mails suffisent ? On ne le sait pas. Les demandes commerciales sont payantes pour 60% des musées. L'utilisation de photos pour des publications en open access semble plus problématique. Les réponses sont nombreuses et variées ; la gratuité est privilégiée à 53.3%. 75% des musées ont des CGU, mais seulement 33.3% d'entre eux les mettent en ligne. 25% des musées disent avoir des conditions d'utilisation pour les réseaux sociaux.

Synthèse des résultats : Les demandeurs de photos sont de même type dans tous les musées de Suisse romande. Ce sont essentiellement des journalistes, des chercheurs, des étudiants et des institutions culturelles ou musées. Le nombre de demandes « officielles » de photos n'est pas connu avec exactitude dans les musées. Il varie beaucoup d'un musée à l'autre. Il vaudrait la peine de faire une étude sur ce sujet pour comprendre pourquoi il y a de telles

différences. Sans informations plus précises ou plus fiables sur les chiffres, il est difficile d'investiguer. Il serait aussi intéressant de savoir si la mise en ligne de photos augmente les demandes de reproductions ou amène des visiteurs au musée. Dans la littérature, il est écrit que la mise en ligne de collections contribue à la visibilité du musée. L'étude de la Haute école bernoise en liste les avantages et inconvénients, mais ne parle pas d'augmentation des demandes (cf. pt. 2.4). Pour tenter d'avoir une réponse, un mail a aussi été envoyé au musée Ariana à Genève<sup>131</sup> qui a ses collections en ligne et qui est en avance dans ce domaine. La réponse reçue était la suivante : « Nos collections ne sont pas en ligne chez nous depuis assez longtemps pour pouvoir répondre à cette question ».

Les photos demandées sont essentiellement utilisées par la presse, pour des publications (scientifiques) et des catalogues d'exposition. L'usage commercial tend à être payant tandis que l'usage scientifique tend à être gratuit. La question concernant l'utilisation des photos pour les revues en open access a donné des réponses variées. L'open access a une facette commerciale et une facette non-commerciale et ne cesse d'évoluer. Pour les musées interviewés, l'idée est de ne pas donner des photos à des tiers qui vont tirer profit de la vente de leurs publications. L'utilisation des photos est toujours unique et les exemplaires justificatifs sont demandés partout.

Sans les entrevues, les CGU des musées seraient restées énigmatiques. La plupart des musées semblent rédiger des CGU, mais l'utilisateur n'y a pas accès en ligne si l'on tient compte des résultats du questionnaire et si l'on compare les sites web<sup>132</sup>. Les CGU ne sont-elles fournies que lors de commandes de photos ? Elles ne semblent figurer que sur les sites des musées qui vendent leurs images ? Elles seraient utiles sur tous les sites. Celles qui sont en ligne ne correspondent, en outre, pas aux pratiques. Les tarifs affichés ne sont souvent pas ceux pratiqués, par exemple. Chaque musée a ses propres tarifs. L'échange ou l'offre remplacent souvent la vente. Les indemnités ou non-respect des CGU restent sans conséquences aussi. L'utilisation des réseaux sociaux est généralisée, mais l'information à l'utilisateur manque sur les sites web.

La prise de photos au musée est acceptée dans tous les musées si les images sont utilisées à des fins privées.

---

<sup>131</sup> Azconegui, Christine. Travail de mémoire [message électronique]. 23.7.2018

<sup>132</sup> Les entrevues donnaient un résultat contraire, i.e. 2/3 des musées interrogés ont des CGU en ligne. Ce résultat est dû au fait que ces musées étaient justement plus avancés et avaient des collections et des CGU en ligne (échantillonnage intentionnel).

## 6. Interprétation des résultats et réponses aux questions de recherche

Nous proposons ici de reprendre les questions de recherche soulevées dans les trois grandes parties du travail. Les interviews et questionnaires permettent-ils d'y répondre, font-ils ressortir de nouveaux éléments ? La réalité sur le terrain est-elle éloignée de la littérature ? Le contexte juridique, technique est-il connu, maîtrisé dans le milieu des musées ?

### 6.1 Politique d'acquisition, réalisation et gestion des photos

Questions de recherches : La question était de savoir comment les photos sont réalisées et gérées en amont de leur diffusion ? Quels droits doivent être pris en considération ? La situation juridique des photos est-elle consignée ?

Cette première partie ne répondait pas à la demande du SMRA, mais a été traitée par souci de cohérence et pour la compréhension globale du sujet. La politique d'acquisition et de gestion des photos est, dans l'ensemble, assez bien maîtrisée sur le terrain. La plupart des répondants connaissent les droits liés à l'acquisition des photos, les contrats de cession et de licence qui sont souvent dictés par les photographes. Afin de pouvoir utiliser librement leurs photos, ils se font généralement céder les droits sur les photos. Les répondants sont à même de citer les copyrights des photos et les droits liés aux objets. La plupart ne connaissent pas la loi sur le droit d'auteur, mais ont une certaine pratique des droits liés aux photos. Ils ne connaissent pas non plus le terme de droit à l'image. Plus de la moitié d'entre eux sait toutefois qu'il faut demander les autorisations des personnes que l'on photographie afin de pouvoir publier les photos sur le web ou les réseaux sociaux. En demandant une autorisation écrite et en la conservant dans les fiches d'inventaire, on facilite la diffusion ultérieure de l'image. En général, la littérature apporte des compléments théoriques aux pratiques des musées. Alors que les musées distinguent, par exemple, les photos professionnelles publiables des photos de travail ou d'inventaire, la loi sur le droit d'auteur parle d'« œuvres » qu'il faut distinguer des photos « banales » qui n'ont pas de caractère individuel et qui ne sont pas protégées par la loi.

Les musées gèrent au mieux leurs photos qui sont progressivement numérisées. On ne peut toutefois pas parler de « gestion juridique » de la photothèque comme évoqué dans la littérature par Frochot ou Pantalony. Ces derniers insistent sur l'importance de consigner précisément la situation juridique des photos, les droits qui leur sont liés dans les logiciels d'inventaire (cf. 2.3.6.2). Les droits à prendre en considération sont, en effet, les droits d'auteur (photo + objet représenté), le droit à l'image et les droits liés aux différents contrats. Dans les entrevues, l'accent n'a pas été mis sur les inventaires, car cela aurait pris trop d'ampleur. Les logiciels comme MuseumPlus consacrent toutefois des rubriques aux droits des photos (cf. annexe 10). L'AMS cite aussi le droit d'auteur et les droits d'exploitation dans les normes des inventaires. Ces droits devraient figurer dans les inventaires (annexe 3). Les écrits apportent des informations sur les métadonnées. Malmenées sur le web et les réseaux sociaux, leur importance semble un peu mal comprise. Elles doivent être renseignées et ne pas être supprimées lors de la mise en ligne. Pour que leur poids reste faible, il vaut mieux les limiter à l'essentiel, dit Deschaseaux (2018). Elles permettent d'améliorer le référencement d'un site et sont un moyen d'informer le public sur le statut légal d'une image. Elles ne permettent, toutefois, pas de suivre l'utilisation des photos (Dunant Gonzenach, et al., 2013).

Les interviews apportent un élément nouveau qui n'était pas apparu dans la littérature. Ils soulèvent la question du rôle et des responsabilités liés à la gestion et la diffusion des photos. Les personnes en charge des photos occupent des postes très différents ou d'autres postes en parallèle (cf. 5.1). Les grands musées ont la possibilité d'avoir un gestionnaire de photothèque. Ce dernier devrait-il s'occuper des réseaux sociaux, de tous les publics, de la presse comme des chercheurs, connaître les collections et être formé à une gestion technique et juridique de la photothèque ? Est-ce un service à développer ? Un autre élément intéressant est l'utilisation progressive d'un logiciel commun en Romandie, i.e. MuseumPlus. Peut-on espérer une uniformisation et un échange de pratiques des musées à l'instar des bibliothèques ? N'est-on pas à l'ère de la collaboration ?

## **6.2 Politique de mise en ligne et suivi des images**

Questions de recherches : Quelles sont les différentes manières de mettre en ligne des photos ? Peut-on suivre l'utilisation des photos ? Qu'apporte la mise en ligne des photos ? Est-ce qu'elle accroît les demandes de photos et assure une meilleure visibilité au musée ?

Les informations récoltées sur le terrain ne permettent pas de répondre à ces questions. Alors qu'internet permet de diffuser les images d'une manière nouvelle et à l'échelle mondiale, on constate que beaucoup de musées romands n'ont pas encore mis leurs collections en ligne. La diffusion ou la présentation des collections se fait donc encore beaucoup au moyen des publications imprimées, des catalogues, des expositions, etc. On constate aussi que la mise en ligne technique des photos n'est pas du ressort des répondants et que le suivi des photos ne se fait que de manière approximative via les formulaires ou demandes en ligne. Les musées sont davantage présents sur les réseaux sociaux comme Facebook ou Instagram, mais ce ne sont pas nos répondants qui s'occupent des photos destinées à ces plateformes. Le SMRA n'avait, d'ailleurs, formulé aucune demande concernant la diffusion des photos sur les réseaux sociaux. Pour connaître les différentes manières de mettre en ligne les images ou les collections, il est nécessaire de comparer les sites web des musées qui l'ont déjà fait. La littérature offre aussi beaucoup d'informations utiles. C'est dans la littérature qu'on en apprend davantage sur le partage des œuvres sous licence Creative Commons, par exemple.

Dans la littérature on voit que le suivi des images sur le web et les réseaux sociaux reste difficile. Quelques astuces sont proposées pour éviter l'utilisation abusive des photos. Pour les réseaux sociaux, on peut, comme pour la presse, sélectionner des photos qui pourront être librement partagées. Mettre en ligne des photos et tenter de suivre leur utilisation nécessitent des connaissances techniques ou l'aide des informaticiens. Notre étude présente, ici, ses limites. Il n'est pas certain que toutes les possibilités aient été explorées faute de compétences en la matière. Ces compétences techniques manquent, d'ailleurs, aussi au personnel des musées comme le montre les interviews et l'étude de la Haute école bernoise (cf. pt. 2.4).

Une des questions posées dans la politique d'utilisation (D2) était : « combien de demandes de photos avez-vous par année, est-ce que la demande de photos a augmenté avec la mise en ligne des collections ? » Cette question est restée sans réponse. Les répondants du SMRA et du MEG se sont, en revanche, exprimés de manière plus générale sur la mise en ligne des photos (cf.5.3). Ils ont relevé des points négatifs et positifs. Ceci nous a amené à formuler plus tardivement la question de recherche ci-dessus sur les apports de la mise en ligne des photos. Une réponse plutôt positive, mais nuancée a été fournie au point précédent (pt. 5.3) et dans la revue de la littérature dans l'étude menée par la Haute école bernoise (cf. pt. 2.4). La mise



en ligne permet au grand public de connaître les collections, demande un travail important de légendage, mais allège ensuite le travail de recherche et de partage des images.

### **6.3 Evaluation des usages, conditions d'utilisation des images**

Questions de recherche : Quelle utilisation est faite des images ? Quelles CGU peut-on rédiger pour réglementer leur utilisation ? Qu'en est-il des photos pour les publications en open access ? Ces publications relèvent-elles de l'usage commercial ou scientifique ?

Les interviews permettent de répondre à la première question. Beaucoup de photos sont utilisées pour des publications. Aussi, il s'avère utile de régler l'utilisation des photos pour les publications en open access, sur internet. Les musées sont mal à l'aise face à ces nouvelles formes de publication et semblent les ranger plus facilement du côté des publications scientifiques que commerciales. Dans la revue de la littérature, nous avons vu qu'il existait différents modèles de publications en open access, que la plupart des publications étaient financées par des fonds publics, que certaines passaient par des éditeurs qui en tiraient des bénéfices (modèles économiques gold road, hybrides), tandis que d'autres comme les preprint des archives ouvertes (green road) et le modèle diamant ou platine ne génèrent pas de revenus. C'est aux musées de décider de la gratuité ou non-gratuité des photos pour l'open access. Ils peuvent se renseigner sur le modèle de publication retenu par le chercheur. Il semble aussi utile de suivre l'évolution de l'open access. On rappellera aussi qu'une photo pour une publication sur internet n'a pas besoin d'être en haute résolution et qu'on peut la copier et la coller directement.

Beaucoup de photos sont aussi utilisées pour la presse, ce qui explique que les musées se facilitent la tâche en les mettant directement à disposition sur le site via login ou inscription ; les grands musées ont souvent un service de communication qui s'en occupe et qui se charge également de publier les photos sur les réseaux sociaux. Beaucoup de photos sont aussi demandées par d'autres musées pour des catalogues ou des expositions. Là, l'échange d'images est courant. Il serait avantageux que les musées travaillent en réseau avec des bases de données communes afin que les échanges d'images puissent se faire automatiquement.

Actuellement, chaque musée définit sa propre politique de diffusion des photos et désigne un ou des collaborateurs pour gérer les demandes et reproductions de photos. Chaque musée définit ses conditions, ses tarifs. Le temps consacré à cette tâche semble varier d'un musée à l'autre, si l'on tient compte du nombre de demandes de photos, de l'accessibilité des images et des procédures administratives. Il aurait fallu poser la question. La gratuité semble présenter un gain de temps, car il n'y a pas de devis, de factures ou de rappels à envoyer. Le nombre de demandes de photos n'est pas relevé avec précision par les musées. Il est très variable sans que l'on en connaisse la raison. Avec la diffusion des images sur le net et les demandes non officielles, les chiffres seront encore moins précis et cela même si l'on installe des compteurs de téléchargement pour les photos en haute résolution. Les photos s'éparpillent sur la toile. Au Laténium, le but est justement que les photos circulent et fassent connaître le musée. Ce dernier a une vocation touristique. Situé sur les rives du lac de Neuchâtel, il est un but d'excursion souvent combiné avec un tour en bateau. Une grande liberté est laissée quant à l'utilisation des photos. Le musée souhaiterait toutefois que le nom du musée apparaisse sur les photos utilisées. Les autres musées ont le même souhait. Mais ils aimeraient également contrôler l'utilisation commerciale de leurs images. Ils pourraient recourir aux pictogrammes des Creative Commons ou le préciser dans les CGU.

Rédiger, mettre en ligne et tenir à jour les CGU des photos s'avère aussi nécessaire. Le musée doit formuler ses souhaits et ses exigences quant à la reproduction des photos. La question de recherche était de savoir quelles conditions d'utilisation il fallait rédiger : il s'avère que les CGU sont propres à chaque musée, que les clauses rédigées doivent correspondre à la politique de diffusion qu'un musée choisit de mettre en place. Et le musée devrait idéalement s'y tenir ; il pourrait, par exemple, appliquer plus rigoureusement les tarifs qu'il affiche. Les CGU n'apparaissent pas assez souvent sur les sites web des musées. Même si elles ne sont pas obligatoires, elles permettent au musée d'éviter d'être harcelé de demandes d'informations. Elles expliquent aux internautes ce qu'ils peuvent faire et ne pas faire avec les photos. Renseigner les internautes sur les CGU des réseaux sociaux serait utile aussi, mais on peut se demander qui les connaît réellement ? Toute information transmise amène l'utilisateur à adopter les bonnes pratiques et peut justifier une éventuelle intervention en cas de fraude. Mais les musées n'ont ni le temps, ni les moyens de surveiller l'utilisation des photos et poursuivre les contrevenants. Ils souhaitent avant tout se faire connaître et faire connaître leurs collections via internet.

## 7. Conclusion, recommandations, livrables

Le travail se termine en se recentrant sur le SMRA. L'objectif était de proposer au SMRA des solutions pour la mise en ligne des collections et des pistes de réflexion pour qu'il puisse définir une politique de diffusion de photos correspondant à ses valeurs et qui soit adaptée aux usages actuels d'internet. Il devrait en partie aussi être un outil de référence qui soit conforme à la loi. Il faut souligner que le SMRA a le mérite de s'informer et de mener une étude avant de lancer son projet.

Nous allons passer en revue les objectifs spécifiques et tenter d'apporter nos réponses. Il s'agissait tout d'abord de faire un état de l'art des aspects juridiques du sujet. Cela a été fait dans la revue de la littérature. Afin de regrouper les informations de manière thématique et afin de servir d'outil de travail ou de référence, un lexique de termes juridiques liés essentiellement à la loi sur le droit d'auteur (LDA) est fourni en annexe (annexe 16). Les rubriques ne sont pas classées par ordre alphabétique, mais se suivent de manière logique, dirons-nous. Le lexique présente l'avantage d'avoir été relu par un avocat. L'inconvénient est que le droit d'auteur évolue et s'adapte aux nouvelles technologies et au droit international. Aussi, le présent travail sera prochainement dépassé. Il importe de suivre l'actualité, de faire une veille juridique.

L'objectif suivant était de faire d'éventuelles recommandations au sujet de l'acquisition et de la gestion des images avant leur diffusion. Le SMRA est une des institutions qui connaît et chiffre ses collections, qui a les droits sur presque toutes ses photos et gère ses collections avec rigueur et méthode. C'est le seul musée qui a recensé les demandes de photos, par exemple. On pourrait éventuellement suggérer au musée de regarder les photos avec l'œil de l'avocat, de penser à la gestion juridique de la photothèque et peut-être de prendre en considération les photos destinées aux réseaux sociaux, de les inventorier et de les intégrer à sa politique de diffusion.

L'objectif suivant était de présenter différentes possibilités de mettre en ligne des images. Cela a été fait au point 2.4.1 et a été complété aux points 2.4.2 et 2.5.2.2 de la revue de la littérature. Le SMRA pourrait présenter ses collections sur son site web sous la forme d'un « catalogue » (cf. 2.4.1.3.). Une proposition de modèle se trouve dans l'annexe 19 (cf. aussi exemple du « Design Museum Shop »<sup>133</sup> ou, dans un autre domaine, le catalogue du site de Plasma Communication<sup>134</sup>). On peut s'inspirer du design de la galerie photo du musée d'ethnographie de Neuchâtel ou du Louvre<sup>135</sup>. Le catalogue permet de lister les objets par catégories (inscription, céramique, etc.) et d'ajouter des notices descriptives (n° d'inventaire, titre, description, période ou date, etc.) et les licences CC. Si l'on choisit l'option de la boutique en ligne avec panier d'achat qui est possible même si on ne vend pas les photos, on peut créer un accès pour la commande de photos en haute résolution directement en ligne. On peut s'inspirer du formulaire de commande du MAH, par exemple<sup>136</sup>. Un lien vers les CGU des photos serait à placer sous les catégories à gauche ou dans le formulaire de commande. Pour

---

<sup>133</sup> <https://designmuseumshop.com/collections/> (boutique)

<sup>134</sup> <https://www.plasmacom.ch/location.php>

<sup>135</sup> <https://www.men.ch/fr/galerie-de-photos/galerie-2015-2017/et>  
<https://www.louvre.fr/departements>

<sup>136</sup> <https://www.ville-ge.ch/musinfo/bd/mah/phototheque/>

faciliter la recherche des photos en amont, il paraît bon de prévoir aussi un moteur de recherche.

D'autres possibilités numériques simples s'offrent au musée pour valoriser le patrimoine archéologique d'Avenches ou attirer des visiteurs. Le musée peut jouer la carte touristique, s'inscrire et gérer ses pages (musée, amphithéâtre, théâtre Avenches, etc.) sur TripAdvisor, et gérer son profil Google My Business / Google Map. Il peut soigner son référencement pour avoir davantage de photos sur Google Images, mettre davantage de photos des monuments sur son site ou même mettre les dessins de restitution (cf. 3.3). Le musée peut éventuellement aussi être présent sur des réseaux sociaux comme Instagram, Flickr, Twitter ou You Tube. A l'instar du MEG, il peut mentionner le copyright à côté des images à l'aide de l'emoji de l'appareil photo (cf. 5.2).

La mise en ligne des collections, accompagnée d'un éventuel rafraîchissement du site internet, contribuera certainement à une meilleure visibilité du SMRA. Le suivi des images reste, toutefois, problématique. Tous les intervenants s'accordent à dire qu'il est difficile, voire impossible de suivre et contrôler l'utilisation des photos sur le web et les réseaux sociaux.

L'objectif suivant était de voir à quelle(s) fin(s) les photos étaient utilisées. Les interviews et le questionnaire en ligne ont permis de mieux savoir ce que les utilisateurs faisaient des reproductions d'images qu'ils demandaient aux musées. En annexe (annexe 17) se trouvent les différents cas d'utilisation des photos et leur cadre légal. Cette partie du travail s'inspire de la brochure de l'AMS sur le droit d'auteur du point de vue de la forme (Jean et al., 2017). Les musées la trouvent utile et y font régulièrement référence. Espérons que ce livrable axé sur l'utilisation des photos des musées ou des photos prises au musée puisse aussi être utile.

Le dernier objectif était de rédiger un exemple de conditions d'utilisation et reproduction des photos pour le SMRA, car les CGU font partie intégrante de la politique de diffusion des images. Cet exemple se trouve en annexe (annexe 18). Il a été commenté ainsi par l'avocat qui a relu le travail : « Je ne me prononcerai pas sur ce projet de CG. La rédaction de CG est un processus qui prend du temps, qui nécessite la connaissance précise des besoins et de la situation du client et qui nécessite généralement l'intervention d'un(e) avocat(e) qui engage sa responsabilité. A mon sens, cela dépasse le cadre d'un mémoire de master »<sup>137</sup>. Cet exemple de CGU a été complété avec d'autres remarques que l'on pourrait ajouter dans divers onglets. Il y a tout d'abord des règles concernant la prise de vues au musée qui pourraient figurer à l'entrée du musée comme sur le site web dans l'onglet « musée », puis des règles concernant la prise de vues sur les sites archéologiques que l'on pourrait placer dans l'onglet « monuments » et finalement des informations pour la presse à placer dans un onglet ou une rubrique « presse ». Les CGU, elles-mêmes, peuvent être placées près des photos et dans le pied de page à côté des CGU du site internet. Elles doivent être claires et visibles.

Si l'on reprend les trois axes de recherches et résume pour chacun d'eux les éléments importants qui devraient être pris en considération dans une politique de diffusion des images, on peut dire que les musées devraient idéalement signer des contrats de cession avec les photographes, acquérir les droits sur toutes leurs photos pour pouvoir les diffuser librement. Ils devraient inventorier les photos en relevant leur situation juridique (droits d'auteur liés aux photos, aux objets qu'ils représentent, droit à l'image). Les fonds de photos doivent être tenus

---

<sup>137</sup> Ling Peter. Relecture TM [message électronique] 18.7.2018

avec une certaine rigueur juridique pour être exploités licitement, disait Frochot (2015). Les photos n'illustrent pas seulement les objets des fiches inventaires, elles vont être diffusées et utilisées. Elles visent un public. Peut-être que les musées pourraient aussi inventorier les photos destinées à la presse et aux réseaux sociaux pour garder une trace de leurs activités et voir quelle image ils transmettent d'eux-mêmes.

La politique de diffusion des photos devrait, aujourd'hui, intégrer la mise en ligne des collections ou d'une partie des collections et la publication de photos sur les réseaux sociaux, bien que le suivi des photos reste difficile. L'importance historique et touristique de certains musées ou sites comme celui d'Avenches nous invite aussi à proposer à ces derniers de gérer leur(s) page(s) sur Google ou TripAdvisor. La politique de diffusion comprend aussi la rédaction et la mise en ligne des CGU des photos. Celles-ci doivent alléger le travail administratif des musées et permettre au public d'accéder aux images conformément aux exigences des musées et à la loi en vigueur. Leur importance devrait être prise en considération, car les contenus visuels sont aujourd'hui un outil de communication essentiel. Trop peu de musées le font. Pourquoi ? Il manque peut-être aux musées une structure faîtière qui les guide vers de nouvelles pratiques, leur apporte un soutien juridique et les invite à collaborer et partager les ressources. Les musées fonctionnent tous de manière autonome, mais se posent finalement tous les mêmes questions. Ils sont tous confrontés aux problèmes abordés dans ce travail bien qu'ils y soient diversement sensibles. Espérons que ce travail, notamment la revue de la littérature (pt. 2) et les annexes, puissent apporter quelques informations utiles sur ce sujet.

## 8. Bibliographie

ALMANZI, Claude et al., 2010. Le droit d'auteur dans le contexte de l'enseignement. *Digital Copyright for E-learning (DICE)* [en ligne]. Octobre 2010. [Consulté le 11. 5. 2018]. Disponible à l'adresse : [http://www.diceproject.ch/wp-content/uploads/Handbook\\_frz\\_1.pdf](http://www.diceproject.ch/wp-content/uploads/Handbook_frz_1.pdf)

(AMS) Association des musées suisses et d'ICOM Suisse, 2018. *Museums.ch* [en ligne]. [Consulté le 30. 01. 2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.museums.ch/fr/home/>

(ASBI) Association suisse des banques d'images et archives photographiques, 2017. Prix indicatifs pour l'utilisation d'images. *USPP* [en ligne]. [Consulté le 11. 06. 2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.uspp.ch/upload/application/56-sabasbiprixindicatifs2017fuspp.pdf>

AVENTICUM, Site et Musée Romains Avenches, 2018. *Aventicum.org* [en ligne]. [Consulté le 30. 01. 2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.aventicum.org/fr/>

BAUSSON, Samuel et DURANTHON, François, 2013. Web et musées : le choc des cultures. *La Lettre de l'OCIM* [en ligne], n°150, nov. - déc. 2013. [Consulté le 30. 01. 2018]. Disponible à l'adresse : <https://journals.openedition.org/ocim/1291>

BENHAMOU, Yaniv, 2016. Droit d'auteur et musées numériques. *OMPI Magazine* [en ligne]. Juin 2016. [Consulté le 28.05.2018]. Disponible à l'adresse : [http://www.wipo.int/wipo\\_magazine/fr/2016/03/article\\_0005.html](http://www.wipo.int/wipo_magazine/fr/2016/03/article_0005.html)

BENHAMOU, Yaniv, 2015. Musées numériques et droit d'auteur. *Archive ouverte UNIGE* [en ligne]. Décembre 2015. [Consulté le 28. 05. 2018]. Disponible à l'adresse : <https://archive-ouverte.unige.ch/unige:75589>

BENOIT, Anne-Marie, 2005. Archives ouvertes : approches juridiques. In : AUBRY, Christine et JANIK Joanna (dir.). *Les Archives Ouvertes, Enjeux et pratiques. Guide à l'usage des professionnels de l'information*. Paris : ADBS, p.225-243. ISBN 2-84365-079-8

BERNAULT, Carine, 2016. *Open Access et droit d'auteur*. Bruxelles : Editions Larcier. ISBN 978-2-8044-8480-4

BIBLIOTHEQUE DE L'EPFL, 2018. Publier en Open Access. *Library.epfl.ch* [en ligne]. [Consulté le 22.06.2018]. Disponible à l'adresse : <https://library.epfl.ch/OA>

BLANC, Jean-François et al., 2009. *Design et muséographie* [en ligne]. Genève : Ecal et Head, 2009. [Consulté le 22.06.2018]. Disponible à l'adresse : <http://www.ecal.ch/download/wysiwyg/7decd4af0dbe2569468b9889fae41c0a.pdf/design-museographie.pdf>

BRANCO, Adrian, 2014. Photo : qu'est-ce qu'un fichier RAW ? *01net.com* [en ligne]. 10.12.2014. [Consulté le 22.05.2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.01net.com/actualites/photo-quest-ce-quun-fichier-raw-635698.html>

BUYDENS, Mireille, 1998. Droits d'auteur et internet. Problèmes et solutions pour la création d'une base de données en ligne contenant des images et/ou du texte [en ligne]. [Consulté le 8.06.2018]. Disponible à l'adresse : [http://www.belspo.be/belspo/organisation/publ/pub\\_ostc/d\\_auteur/rapp\\_fr.pdf](http://www.belspo.be/belspo/organisation/publ/pub_ostc/d_auteur/rapp_fr.pdf)

CAHEN, Muriel, 2012. Les réseaux sociaux de photos et le droit d'auteur. *Murielle-Cahen.com* [en ligne]. Juin 2012 [Consulté le 03.05.2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.murielle-cahen.com/publications/photo-reseau-social.asp>

CAHEN, Muriel, 2011. Droits d'auteur et partage. *Murielle-Cahen.com* [en ligne]. Avril 2011. [Consulté le 03.05.2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.murielle-cahen.com/publications/auteur.asp>

CAHEN, Muriel, 2008. Le web 2.0 et le droit. *Murielle-cahen.com* [en ligne]. Février 2008. [Consulté le 29.04.2018]. Disponible à l'adresse : [https://www.murielle-cahen.com/publications/p\\_web2.asp](https://www.murielle-cahen.com/publications/p_web2.asp)

Camille, 2017. Quelle différence entre le contrat de cession des droits d'auteur et la licence de droit ? *CaptainContrat* [en ligne]. 12.02.2017. [Consulté le 13.02.2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.captaincontrat.com/articles-gestion-entreprise/difference-cession-droit-licence>

(CCDL) Competence Center in Digital Law, 2018. Fondamentaux du droit d'auteur. *CCdigital law.ch* [en ligne]. [Consulté le 13.02.2018]. Disponible à l'adresse : <https://ccditalaw.ch/index.php/french/copyright/introduction>

CHARLET, François, 2011. Les Creative Commons et le droit suisse. *François Charlet* [en ligne]. 04.05.2011. [Consulté le 13.02.2018]. Disponible à l'adresse : <https://francoischarlet.ch/2011/les-creative-commons-et-le-droit-suisse/>

CHARLET, François, 2017. Faut-il afficher la notice de copyright © ? *François Charlet* [en ligne]. 05.11.2012. Mis à jour 10.01.2017. [Consulté le 13.02.2018]. Disponible à l'adresse : <https://francoischarlet.ch/2012/faut-il-afficher-la-notice-de-copyright/>

Code civil suisse du 10 décembre 1907 (CC ; RS 210). *Confédération Suisse : Conseil fédéral* [en ligne]. Mise à jour le 01.01.2018. [Consulté le 14.08.2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19070042/index.html>

Constitution fédérale du 18 avril 1999 (Cst ; RS 101). *Confédération Suisse : Conseil fédéral* [en ligne]. Mise à jour le 01.01.2018. [Consulté le 14.08.2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19995395/index.html>

CONTAT, Odile, 2012. Publications scientifiques et libre accès : une mise au point sur le « Gold Open Access ». *CORIST-SHS* [en ligne]. 17.12.2012. [Consulté le 21.03.2018]. Disponible à l'adresse : [http://corist-shs.cnrs.fr/gold\\_open\\_access](http://corist-shs.cnrs.fr/gold_open_access).

COUPERIN (consortium), [sans date] a. Modèles économiques du gold. *Open Access France* [en ligne]. [Consulté le 27.02.2018]. Disponible à l'adresse : <http://openaccess.couperin.org/modeles-eco-du-gold/>.

COUPERIN (consortium), [sans date] b. Qu'est-ce que l'OA ? *Open Access France* [en ligne]. [Consulté le 27.02.2018]. Disponible à l'adresse : <http://openaccess.couperin.org/category/open-access/>

DEFRETIN, Audrey, 2014. La réalité augmentée au service de la valorisation et de la transmission du patrimoine culturel. La question du patrimoine documentaire. In : *Documenter les collections des musées. Investigation, inventaire, numérisation et diffusion*. Paris : La documentation française, pp.189-201. ISBN 978-2-11-009548-0

DESCHASEAUX, Christine, 2018. Les métadonnées d'images : un état des lieux inédit et inquiétant. *Imatag* [en ligne] Mai 2018. [Consulté le 19.06.2018]. Disponible à l'adresse : <https://imatag.com/blog/2018/05/11/metadonnees-dimages-etat-lieux-inedit-inquietant/>

DEVANTHÉRY, Ariane, DONCHE GAY, Sophie et PERNET, Lionel (comité éditorial), 2017. Objets archéologiques : une richesse partagée. *Patrimoines. Collections cantonales vaudoises*, n°2 [en ligne]. Lausanne : Service des affaires culturelles, DFJC. [Consulté le 13.

02.2018]. Disponible à l'adresse : [http://www.mcah.ch/fileadmin/groups/2/Publications\\_MCAH/Patrimoines/Patrimoines2-WEB.pdf](http://www.mcah.ch/fileadmin/groups/2/Publications_MCAH/Patrimoines/Patrimoines2-WEB.pdf)

DUBOIS, Alain, 2018. Suisse : Les Vallesiana, une plateforme des institutions culturelles au service du patrimoine. *Archimag* [en ligne] 07. 03. 2018, mis à jour le 19.04.2018 [Consulté le 09.06.2018]. Disponible à l'adresse : <http://www.archimag.com/archives-patrimoine/2018/03/07/suisse-les-vallesiana-plateforme-institutions-culturelles-patrimoine>

DUFOUR, Christine, 2018. Méthodes recherche SI [support de cours en ligne] Université de Montréal [Consulté le 05.07.2018]. Disponible à l'adresse : <http://cours.ebsi.umontreal.ca/sci6060/cours.htm>

DUNANT GONZENBACH, Anouk, CIANA, Xavier, DUCRY Emmanuel, 2013. Métadonnées intégrées aux images numérisées, partie 2 : le choix de deux institutions publiques genevoises et partie 3 : les conditions d'utilisation des images. *Hier et demain* [en ligne]. 28.05.2013 et 02.09.2013. [Consulté le 15.05.2018]. Disponible à l'adresse : <http://hieretdemain.ch/2013/05/28/metadonnees-integrees-aux-images-numerisees-2/> et <http://hieretdemain.ch/2013/09/02/metadonnees-integrees-aux-images-numerisees/>

DUPLAIN MICHEL, Nathalie, 2012. Le musée virtuel. *Be virtual [en ligne]*. 02.09. 2012. Consulté le 14. 06. 2018]. Disponible à l'adresse : <http://be-virtual.ch/blog/?cat=23>

ESTERMANN, Beat, 2015. Open data et crowdsourcing : un état des lieux du point de vue des musées. La Lettre de l'OCIM. Musées, Patrimoine et Culture scientifiques et techniques [en ligne] n°162, nov.-déc. 2015, p.41-46 [Consulté le 08.02.2018]. Disponible à l'adresse : <https://journals.openedition.org/ocim/1597>

FAVRE, Cédric, 2015. L'utilisation d'images sur un site internet, opportunités et limites. *Agence Aquitaine du numérique* [en ligne]. 06. 08. 2015. [Consulté le 30. 05. 2018]. Disponible à l'adresse : <http://www.aecom.org/Vous-informer/Juridique-TIC/Droit-Internet/Commerce-electronique/utilisation-d-images-sur-un-site-internet>.

FILY, Marie-Françoise, 2015. Connaitre et utiliser les licences Creative Commons, en 6 points. Montpellier (FRA) : CIRAD, 11 pages [en ligne]. [Consulté le 13.02.2018]. Disponible à l'adresse : <http://url.cirad.fr/ist/licences-CC>

FIORASO, Geneviève, 2013. Discours de Geneviève Fioraso lors des 5e journées Open Access - ESR : enseignementsup-recherche.gouv.fr. [en ligne] 24.01.2013, mis à jour le 07.02.2013. [Consulté le 22.6.2018]. Disponible à l'adresse : <http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid66992/discours-de-genevieve-fioraso-lors-des-5e-journees-open-access.html>.

FORTIN, Marie-Fabienne et GAGNON, Johanne, 2016. *Fondements et étapes du processus de recherche : Méthodes quantitatives et qualitatives*. Montréal, 2016. ISBN 978-2-7650-5006-3

FRAYSSE, Patrick, 2015. La médiation numérique du patrimoine : quels savoirs au musée ? *Distances et Médiations des Savoirs* [en ligne]. Décembre 2015. [Consulté le 09. 06. 2018]. Disponible à l'adresse : <https://journals.openedition.org/dms/1219>

FRIPORTAIL, 2009. Comment référencer les images utilisées dans une ressource d'enseignement et d'apprentissage numérique (REA). *Friportail.ch* [en ligne] 06.04.2009. [Consulté le 09.06.2018]. Disponible à l'adresse : [https://content.friportail.ch/pluginfile.php/829/mod\\_resource/content/0/droits/Fp\\_images\\_citatis\\_090407.pdf](https://content.friportail.ch/pluginfile.php/829/mod_resource/content/0/droits/Fp_images_citatis_090407.pdf)



FROCHOT, Didier, 2015. Pour une bonne gestion juridique de photothèque numérique. *Archimag*, Droit de l'information, 2015. N°53, p.72-74

FURON, Teddy, 2017. DRM photo sur internet : comparatif PixelRights vs EXIF.co. *Imatag* [en ligne] 14.06.2017 [Consulté le 09.06.2018]. Disponible à l'adresse : <https://imatag.com/blog/2017/06/14/drm-photo-sur-internet-comparatif-pixelrights-vs-exif-co/>

GIRARD, Cédric, 2008. Protection des photos sur internet. *Le blog aube-nature* [en ligne] 22.01.2008. [Consulté le 09.06.2018]. Disponible à l'adresse : <http://blog.aube-nature.com/protection-photo-site-web/>

GONZALEZ, Sébastien, 2015. Droits d'auteur et photos...ce qu'il faut savoir ! *Etourisme.info* [en ligne]. 04.08.2015 [Consulté le 03.05.2018]. Disponible à l'adresse : <http://www.etourisme.info/droits-dauteur-photos-ce-quil-faut-savoir/>

GRAND, Muriel, 2017. Photographier au musée : Genève entre interdiction et incitation. *Tribune de Genève* [en ligne]. 18. 01. 2017. [Consulté le 25. 02. 2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.tdg.ch/culture/Photographier-au-musee-Geneve-entre-interdiction-et-incitation/story/20198438>

GUNTHER, André et al., 2007. Le droit aux images à l'ère de la publication électronique. *Images re-vues, histoire, anthropologie et théorie de l'art* [en ligne]. Janvier 2007. [Consulté le 05.06. 2018]. Disponible à l'adresse : <https://journals.openedition.org/imagesrevues/133>

HALDI, Sandra, Jean, Anne-Laure, Rettore Waser, Claudia, 2014. Réseaux sociaux et musées. Aides à la décision. Association des musées suisses (AMS) et d'ICOM Suisse [en ligne]. [Consulté le 18.02. 2018]. Disponible à l'adresse : [https://www.museums.ch/fr/assets/files/dossiers\\_f/Standards/VMS\\_Standard\\_SocialMedia\\_F\\_web.pdf](https://www.museums.ch/fr/assets/files/dossiers_f/Standards/VMS_Standard_SocialMedia_F_web.pdf)

(IHEID) Institut de hautes études internationales et du développement, 2018. Droit d'auteur. [en ligne]. Mis à jour en mars 2018. [Consulté le 07.06.2018]. Disponible à l'adresse : <http://libguides.graduateinstitute.ch/droit-dauteur/home>

(IPI) Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle, 2018. *Ige.ch* [en ligne]. [Consulté le 29.05. 2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.ige.ch/fr.html>

(IPI) Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle, 2015. Droit d'auteur et droits voisins. *Ige.ch* [en ligne] Février 2015. [Consulté le 29.05.2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.ige.ch/fr/prestations/services-en-ligne-et-centre-de-telechargement/brochures.html>

JARDONNET, Emmanuelle, 2014. Ces musées qui donnent accès à leurs collections en ligne. *Le Monde.fr* [en ligne]. 21.05.2014. [Consulté le 15.03.2018]. Disponible à l'adresse : [https://www.lemonde.fr/culture/article/2014/05/21/ces-grands-musees-qui-choisissent-de-donner-librement-acces-leurs-collections-en-ligne\\_4422159\\_3246.html](https://www.lemonde.fr/culture/article/2014/05/21/ces-grands-musees-qui-choisissent-de-donner-librement-acces-leurs-collections-en-ligne_4422159_3246.html)

JEAN, Anne-Laure, POROBIC, Marina et RETTORE WASER, Claudia, 2017. *Le droit d'auteur au musée. Connaissances pratiques* [en ligne]. Zurich : Association des musées suisses (AMS) et d'ICOM Suisse [Consulté le 30.01.2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.museums.ch/fr/publications/standards/droit-d-auteur.html>

JEAN, Anne-Laure et RETTORE WASER, Claudia, 2015. *Inventorier les collections. Principes fondamentaux* [en ligne]. Zurich : Association des musées suisses (AMS) et d'ICOM Suisse [Consulté le 25.02.2018]. Disponible à l'adresse : [https://www.museums.ch/fr/assets/files/dossiers\\_f/Standards/VMS\\_Inventar\\_F\\_web.pdf](https://www.museums.ch/fr/assets/files/dossiers_f/Standards/VMS_Inventar_F_web.pdf)

JERMANN, Andreas, 2014. Utilisation de l'image des collaborateurs par l'employeur. *TREX, l'expert fiduciaire* [en ligne]. Avril 2014. [Consulté le 03.03.2018]. Disponible à l'adresse : [http://www.trex.ch/xml\\_1/internet/fr/application/d50/f51.cfm?view=trex.printArchiv&showartike l=3584&showmagazin=197&showyear=2014](http://www.trex.ch/xml_1/internet/fr/application/d50/f51.cfm?view=trex.printArchiv&showartike l=3584&showmagazin=197&showyear=2014)

JOLY-PARVEX, Morwena, 2014. Les enjeux de la numérisation du patrimoine : la politique européenne à l'épreuve de Google. In : *Documenter les collections des musées. Investigation, inventaire, numérisation et diffusion*. Paris : La documentation française, pp.155-161 ISBN : 978-2-11-009548-0

KOROSO, Nesru H., 2015. Diamond Open Access. *United Academics Foundation*. [en ligne]. 18.11.2015. [Consulté le 22.06.2018]. Disponible à l'adresse : <http://www.ua-foundation.org/diamond-open-access/>.

LEGAL'EASY, [sans date]. Conditions Générales d'Utilisation. Le guide pour tout comprendre. *CGV-Pro* [en ligne]. [Consulté le 25.06.2018]. Disponible à l'adresse : <http://www.cgv-pro.fr/conditions-generales-utilisation>.

LEUENBERGER, Manu, 2014. Selon le droit suisse, la mise à disposition de contenus de tiers sur son site internet doit être indemnisée. *SUISAblog* [en ligne]. 12.02.2014 [Consulté le 23.04.2018]. Disponible à l'adresse : <https://blog.suisa.ch/fr/?s=selon+le+droit+suisse>

LEVÊQUE, Patrick, 2017. Imatag : un marquage incassable pour protéger nos images. *Le monde de la photo* [en ligne]. 04.07.2017. [Consulté le 19.06.2018]. Disponible à l'adresse : [http://www.lemondedelaphoto.com/Imatag-un-marquage-incassable-pour\\_13736.html](http://www.lemondedelaphoto.com/Imatag-un-marquage-incassable-pour_13736.html)

LIARD, Caroline, 2017. Comment créer votre charte d'utilisation des réseaux sociaux ? *Macomm-digitale.com* [en ligne]. 14.07.2017. Consulté le 03.05.2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.macomm-digitale.com/2017/06/14/creer-charte-utilisation-reseaux-sociaux/>

Loi fédérale du 30 mars 1911 complétant le Code civil suisse (Livre cinquième : Droit des obligations) du 30 mars 1911 (CO ; RS 220). *Confédération Suisse : Conseil fédéral* [en ligne]. Mise à jour le 01.04.2017. [Consulté le 07.05.2017]. Disponible à l'adresse : <https://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19110009/index.html>

Loi fédérale du 9 octobre 1992 sur le droit d'auteur et les droits voisins (LDA ; RS 231.1). *Confédération Suisse : Conseil fédéral* [en ligne]. Mise à jour le 01.01.2017. [Consulté le 14.08.2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19920251>

Loi fédérale du 19 juin 1992 sur la protection des données (LPD ; RS 235.1). *Confédération Suisse : Conseil fédéral* [en ligne]. Mise à jour le 01.01.2014. [Consulté le 14.08.2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/19920153/index.html#a3>

MAIRESSE, François, 2015. Nouvelles tendances de la muséologie. *ICOFOM Study Series* [en ligne], n°43a. Consulté le 15.03.2018. Disponible à l'adresse : <http://journals.openedition.org/iss/541>

MATHIAS, Garance, 2013. Le contenu posté sur les réseaux sociaux vous appartient-il ? *Avocats-mathias.com* [en ligne]. 19.02.2013. [Consulté le 29.04.2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.avocats-mathias.com/cyberespace/photos-twitter-propriete>

MATTATIA, Fabrice, 2017. *Droit d'auteur & propriété intellectuelle dans le numérique*. Paris : Editions Eyrolles. ISBN : 978-2-212-67426-2

MEMORIAV, 2017. *Recommandation 2017 photo : la conservation des photographies* [en ligne]. Berne : Memoriav, mars 2017. [Consulté le 14.06.2018]. Disponible à l'adresse : <http://memoriav.ch/wp-content/uploads/2017/03/Recommandations-photos-2017-final-calibrage-simple-1.pdf#page=68&zoom=auto,68,771>

MENCARELLI, Rémi, PULH, Mathilde, 2012. WEB 2.0 ET MUSÉES Les nouveaux visages du visiteur. Décisions Marketing, Association Française du Marketing, 2012, pp.75-79. [Consulté le 14.03.2018]. Disponible à l'adresse : <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00950577/document>

MOCH Olivier, 2013. Dossier : les médias sociaux ne sont pas une zone de non-droit ! (3 articles). *HCOM, le blog* [en ligne]. Septembre 2013. [Consulté le 01.05.2018]. Disponible à l'adresse : <http://olivier-moch.over-blog.net/article-dossier-les-medias-sociaux-ne-sont-pas-une-zone-de-non-droit-119074513.html>

MONDINA, Rémi, 2018. 100 Réseaux Sociaux à Connaître en 2018 (Liste Complète Mise à Jour). *Drujokweb* [en ligne]. 19.04.2018 (dernière mise à jour). [Consulté le 01.05.2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.drujokweb.fr/blog/reseaux-sociaux/>

NEUENSCHWANDER, Yann, 2014. Les bases du droit à l'image en Suisse. *Droit et Photographie* [en ligne]. 24.05.2014. [Consulté le 27.05.2018]. Disponible à l'adresse : <https://blog.droit-et-photographie.com/les-bases-du-droit-a-limage-en-suisse/>.

OEHMICHEN, Etienne, 2009. Gérer les métadonnées de ses photos. *01net.com* [en ligne]. 01.06.2018 [Consulté le 17.06.2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.01net.com/actualites/gerer-les-metadonnees-de-ses-photos-504016.html>

ŒILLET, Audrey, 2012. Partage en ligne : quels droits cédez-vous sur vos photos ? *Clubic SAS* [en ligne]. 23.08.2012. [Consulté le 01.05.2018]. Disponible à l'adresse : <http://www.clubic.com/pro/blog-forum-reseaux-sociaux/article-506894-1-article-photos-facebook-twitter.html>

(OFS) Office fédéral de la statistique, 2017. Musées. *Bfs.admin.ch* [en ligne] 20.11.2017 [Consulté le 12.06.2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/culture-medias-societe-information-sport/culture/musees.html>

(OMPI) Organisation mondiale de la propriété intellectuelle, 2011. Le respect du droit d'auteur dans les sociétés privées : problèmes et solutions. *OMPI magazine* [en ligne]. Juin 2011. [Consulté le 04.06.2018]. Disponible à l'adresse : [http://www.wipo.int/wipo\\_magazine/fr/2011/03/article\\_0007.html](http://www.wipo.int/wipo_magazine/fr/2011/03/article_0007.html)

OOREKA, 2018. Crédit photo. *Ooreka* [en ligne]. Mis à jour en juin 2018. [Consulté le 09.06.2018]. Disponible à l'adresse : <https://travailleur-independant.ooreka.fr/astuce/voir/508259/credit-photo>

OSSELAND, Julia, 2016. Améliorer le référencement d'un site grâce aux métadonnées des images. *IStock* [en ligne]. 17.03.2016. [Consulté le 07.04.2018]. Disponible à l'adresse : <http://content.istockphoto.com/fr/blog/referencement-metadonnees/>.

PANTALONY, Rina Elster, 2013. Gestion de la propriété intellectuelle à l'intention des musées. *OMPI* [en ligne]. [Consulté le 09.06.2018]. Disponible à l'adresse : [http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/fr/wipo\\_pub\\_1001.pdf](http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/fr/wipo_pub_1001.pdf)

(PFPDT) Préposé fédéral à la protection des données et à la transparence, 2014. Publication de photographies. Le droit à l'image [en ligne]. [Consulté le 28.05.2018]. Disponible à

l'adresse: [https://www.edoeb.admin.ch/edoeb/fr/home/protection-des-donnees/Internet\\_und\\_Computer/publication-de-photographies.html](https://www.edoeb.admin.ch/edoeb/fr/home/protection-des-donnees/Internet_und_Computer/publication-de-photographies.html)

PHOTOBOX, 2018. Propriété intellectuelle et droit à l'image. *Photobox* [en ligne]. [Consulté le 18.02. 2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.photobox.fr/contenu/propriete-intellectuelle-droit-image>

PHOTOJOURNALISTS, 2015. Guide pratique pour photographe, droits d'auteur. 2015. *Photojournalists* [en ligne] [Consulté le 18.02.2018]. Disponible à l'adresse : [http://www.photojournalists.ch/files/1439914151-droit\\_auteur\\_guide-7912.pdf](http://www.photojournalists.ch/files/1439914151-droit_auteur_guide-7912.pdf)

PHOTOJOURNALISTS, 2016. Guide pratique pour photographe. Résumé juridique, février 2016. *Photojournalists* [en ligne] [Consulté le 18.02. 2018]. Disponible à l'adresse : [http://www.photojournalists.ch/files/1462198173-juridique\\_f-10775.pdf](http://www.photojournalists.ch/files/1462198173-juridique_f-10775.pdf)

PIERRAT, Emmanuel, 2017. Le droit des images des collections de musées et de bibliothèques. *LivresHebdo* [en ligne]. [Consulté le 05.06.2018]. Disponible à l'adresse : <http://www.livreshebdo.fr/article/le-droit-des-images-des-collections-de-musees-et-de-bibliotheques>

PROLITTERIS, Société suisse de droits d'auteur pour l'art littéraire et plastique, coopérative, 2018. *prolitteris.ch* [en ligne]. [Consulté le 04.06.2018]. Disponible à l'adresse : <https://prolitteris.ch/fr>

PROVOST, Lauren, 2016. Comment les musées se dépoussièrent sur les réseaux sociaux 31.03.2013. *Huffingtonpost* [en ligne] Mis à jour le 05.10.2016. [Consulté le 15.06.2018]. Disponible à l'adresse : [https://www.huffingtonpost.fr/2013/03/30/musee-reseaux-sociaux-twitter-facebook-museogEEK\\_n\\_2983611.html](https://www.huffingtonpost.fr/2013/03/30/musee-reseaux-sociaux-twitter-facebook-museogEEK_n_2983611.html).

(PSC) Prévention Suisse de la Criminalité, 2015. *Mon image : agir de bon droit. Informations sur le droit à sa propre image* [en ligne]. Janvier 2015. [Consulté le 28.05. 2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.skppsc.ch/fr/wp-content/uploads/sites/5/2016/12/droitmonimage.pdf>

RICHER, Nicolas, 2016. La vérité sur les boutons de partage (et la meilleure extension). *Wp marmite* [en ligne]. 15.03.2016. [Consulté le 01.05.2018]. Disponible à l'adresse : <https://wpmarmite.com/boutons-partage/>

SALVADÉ, Vincent, 2015. *Droit d'auteur et technologies de l'information et de la communication*. Schulthess : Genève, Zurich, Bâle. ISBN : 978-3-7255-8537-3

SALVADÉ, Vincent, 2017. Révision du droit d'auteur en Suisse : SUISA à la tête d'un groupe de travail. *SUISAblog* [en ligne]. 21.03.2017. [Consulté le 23.04.2018]. Disponible à l'adresse : <https://blog.suisa.ch/fr/revision-du-droit-dauteur-en-suisse-suisa-a-la-tete-dun-groupe-de-travail/>

SECRETAN, Thierry, 2018. Presse en ligne : qui fusille nos métadonnées ? *Imatag* [en ligne]. Avril 2018. [Consulté le 13.05. 2018]. Disponible à l'adresse : <https://imatag.com/blog/2018/05/11/presse-ligne-fusille-metadonnees/>

Section archéologie cantonale - VD.CH, [sans date]. [en ligne]. [Consulté le 31.01.2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.vd.ch/autorites/departements/dfire/immeubles-patrimoine-et-logistique/patrimoine/archeologie-cantonale/>

SHARELEX, 2014a. Quelle(s) différence(s) entre licence et cession de droits (copyright) ? *Sharelex* [en ligne]. Avril 2014 [Consulté le 23.04. 2018]. Disponible à l'adresse : <https://sharelex.org/t/quelle-s-difference-s-entre-licence-et-cession-de-droits-copyright/188>

SHARELEX, 2014b. Que signifie preprint, postprint, reprint ? *Sharelex* [en ligne]. 12.04.2014 [Consulté le 08.06 2018]. Disponible à l'adresse : <https://sharelex.org/t/que-signifie-preprint-postprint-reprint/171>

SHARELEX, 2014c. Quels sont les différents modèles de l'Open Access ? *Sharelex* [en ligne]. Avril 2014 [Consulté le 08.06 2018]. Disponible à l'adresse : <https://sharelex.org/t/quels-sont-les-differents-modeles-de-lopen-access/170>

(SSA) Société suisse des auteurs, 2012. Le droit d'auteur. SSA [en ligne]. [Consulté le 18.02. 2018]. Disponible à l'adresse : <https://ssa.ch/fr/content/le-droit-d-auteur>

Tous droits réservés, 2017. A quoi servent la mention tous droits réservés et le symbole du copyright © [en ligne]. [Consulté le 09.02.2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.tous-droits-reserves.com/utilite-mention-tous-droits-reserves-copyright.html>

VAN DEN BERGHE, Fabien, 2013. *L'indexation des documents iconographiques par les métadonnées internes*. Lyon : Enssib. Diplôme national de master, Enssib, juin 2013 [en ligne]. [Consulté le 17.06. 2018] Disponible à l'adresse : <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/documents/64111-l-indexation-des-documents-iconographiques-par-les-metadonnees-internes.pdf>

VERBAUWHEDE, Lien, 2006 Photographie ou utilisation de photographies d'œuvres protégées par le droit d'auteur, de marques et de personnes : les pièges juridiques à éviter OMPI, *Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle* [en ligne]. [Consulté le 12.06. 2018]. Disponible à l'adresse : [http://www.wipo.int/sme/fr/documents/ip\\_photography.htm](http://www.wipo.int/sme/fr/documents/ip_photography.htm)

VIANCIN, Marlène, 2017. Que dit la loi sur l'utilisation de photos sur un blog ? *No Tuxedo* [en ligne]. 03.09.2015. Mis à jour le 30.08.2017. [Consulté le 02.03.2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.notuxedo.com/loi-utilisation-photos-blog/>

VILLAT, Anne-Catherine, 2017. *Gestion de la collection photographique des HUG : mise en valeur et pérennisation*. Genève : Haute école de gestion de Genève. Travail de Bachelor. [Consulté le 02.03.2018]. Disponible à l'adresse : [http://doc.rero.ch/record/306514/files/2355\\_TB\\_Corr2\\_VillatAC\\_GestionPhoto.pdf](http://doc.rero.ch/record/306514/files/2355_TB_Corr2_VillatAC_GestionPhoto.pdf)

WEGELIN, Andreas, 2016. Un second départ pour la révision de la loi suisse sur le droit d'auteur. *SUISAblog* [en ligne]. 24.11.2016. [Consulté le 23.04.2018]. Disponible à l'adresse : <https://blog.suisa.ch/fr/un-second-depart-pour-la-revision-de-la-loi-suisse-sur-le-droit-dauteur/>

WEHRLIN, Marc et al., 2011. La jungle du droit d'auteur. Un guide de SUISSIMAGE à travers la jungle du droit d'auteur et des droits voisins à l'intention des cinéastes. *SUISSIMAGE* [en ligne]. [Consulté le 23.04.2018]. Disponible à l'adresse : [https://www.suissimage.ch/fileadmin/content/pdf/6\\_FAQ\\_Brochueren/dschungel\\_f.pdf](https://www.suissimage.ch/fileadmin/content/pdf/6_FAQ_Brochueren/dschungel_f.pdf)

N.B. Les sites web consultés une seule fois pour apporter un éclaircissement ou une information ponctuelle ont été mis en note de bas de page.

Pour citer ce travail :

Bolliger, Monika, 2018. Politique de diffusion des images du Site et Musée romains d'Avenches (SMRA). Genève : Haute Ecole de gestion de Genève. Travail de master.



## **Annexe 1 : Politique de diffusion des images du SMRA**

### **Utilisation des documents et images du Site et Musée romains d'Avenches**

Si vous souhaitez utiliser un document ou une image de nos archives, voici comment procéder. Remplissez [ce formulaire](#) (cf. annexe 7) et renvoyez-le par courriel (musee.romain[at]vd.ch) ou par la poste (Site et Musée Romains d'Avenches, CP 237, CH-1580 Avenches). Les documents demandés seront envoyés au format électronique, par courriel ou via un service de transfert de données sur internet.

### **Conditions d'utilisation et de reproduction des documents et images des Archives SMRA**

L'utilisation et la reproduction des documents et images du SMRA sont soumises à certaines règles : La mention suivante est obligatoire: AVENTICVM – Site et Musée romains d'Avenches.

En guise de droits de reproduction, le Musée romain d'Avenches demande un exemplaire de la publication concernée (ou un tiré à part), à remettre lors de la parution. La duplication des clichés pour un usage autre que celui mentionné dans le formulaire rempli est interdite. Toute publication ultérieure des clichés est soumise à une nouvelle autorisation de reproduction.

Tiré du site web SMRA, <https://www.aventicum.org/fr/archives/acces-consultation>

## Annexe 2 : Autorisation d'être photographié, filmé (MEG)



Genève, le .....

### Autorisation individuelle d'être filmé(e) / photographié(e)

Madame, Monsieur,  
Cher parent,

Le MEG, le Musée d'ethnographie de la Ville de Genève, reçoit votre enfant le .....(date) pour un atelier créatif ... (nom de l'atelier).

Ce jour-là, le ... (nom du média) réalise un reportage et pour ce faire, ils souhaitent filmer / photographier (biffer ce qui ne convient pas) l'atelier auquel participera votre enfant. C'est pourquoi nous sollicitons votre accord en tant que parent.

En espérant que votre enfant aura grand plaisir à découvrir le MEG, nous vous adressons, Madame, Monsieur, Cher parent, nos cordiales salutations et vous remercions de votre aimable collaboration.

Denise Wenger      &      Laurence Berlamont  
Médiatrice culturelle      Communication

---

Talon réponse à découper et à rapporter en classe d'ici ... (date)

Prénom et nom de mon enfant en majuscules : .....

J'autorise le MEG, le Musée d'ethnographie de Genève, à faire filmer ou photographier mon enfant le ... (date) par les médias et à utiliser ces images dans le cadre d'un reportage.

Genève, le ..... Signature du parent.....

Un musée  
Ville de Genève



## **Annexe 3 : Normes requises pour un inventaire (AMS)**

### **Enregistrement**

Dans un inventaire, les données suivantes doivent au minimum être saisies, quel que soit l'objet:

- numéro d'inventaire
- catégorie (p. ex. selon la systématique de Trachsler)
- désignation de l'objet et, le cas échéant, titre
- nombre d'objets ou de parties de l'objet
- dimensions
- matériau et technique
- datation
- auteur/artiste/fabricant
- rapport de propriété (propriété du musée, dépôt, etc.)
- type d'acquisition, date d'entrée dans la collection, origine (et, en cas échéant, lieu de découverte), ainsi que mention concernant le dépôt de documents originaux
- description succincte (y compris utilisation)
- caractéristiques particulières (inscription, partie manquante)
- état de conservation
- localisation

### **Inventorisation**

Les informations complémentaires suivantes concernant chaque objet devraient en outre figurer dans un inventaire:

- dépôt de reproductions avec mention de la photographie originale et de sa qualité de résolution
- description détaillée de l'objet, iconographie
- informations sur l'histoire de l'objet (y compris modification de son utilisation)
- résultats des recherches relatives à l'objet
- informations sur sa fabrication
- prix d'achat
- valeur d'assurance
- informations sur la saisie des données (nom de la personne compétente, date)
- droits d'auteur et d'exploitation
- bibliographie
- remarques

Les éventuelles informations ou connaissances complémentaires (corrections, compléments) sur un objet doivent être intégrées sans délai dans la fiche. Si le logiciel d'inventorisation ne permet pas la saisie de certaines informations, on renverra à d'autres documents ou médias externes.



## Annexe 4 : Métadonnées des photos du SMRA

Fichier d'image indépendant du logiciel MuseumPlus,

Métadonnées complétées par le SMRA pour chaque photo numérique après la prise de vue.  
Les métadonnées EXIF sont incluses.

**Modifier un modèle de métadonnées**

Nom de modèle : **SMRA images metadata Adobe Bridge modele 01**

Sélectionnez les métadonnées à inclure dans ce modèle :

IPTC Core	
<input checked="" type="checkbox"/> Créateur	: Schneider; Andreas
<input checked="" type="checkbox"/> Créateur : Fonction	: Photographe
<input checked="" type="checkbox"/> Créateur : Adresse	: Case postale 237
<input checked="" type="checkbox"/> Créateur : Ville	: Avenches
<input checked="" type="checkbox"/> Créateur : Etat/Province	: VD
<input checked="" type="checkbox"/> Créateur : Code postal	: 1580
<input checked="" type="checkbox"/> Créateur : Pays	: Suisse
<input type="checkbox"/> Créateur : Téléphone(s)	:
<input checked="" type="checkbox"/> Créateur : E-mail(s)	: musee.romain@vd.ch
<input checked="" type="checkbox"/> Créateur : Site(s) Web	: http://www.aventicum.org
<input checked="" type="checkbox"/> Titre	: év.
<input checked="" type="checkbox"/> Description	: év.
<input checked="" type="checkbox"/> Mots-clés	: év.
<input type="checkbox"/> Code de sujet IPTC	:
<input checked="" type="checkbox"/> Auteur de la description	: Schneider, Andreas
<input checked="" type="checkbox"/> Date de création	: 27.3.2012
<input checked="" type="checkbox"/> Domaine	: Collections SMRA
<input type="checkbox"/> Scène IPTC	:
<input checked="" type="checkbox"/> Emplacement	: Serveur L\MRA\Images\Photographies Objets
<input checked="" type="checkbox"/> Ville	: Avenches
<input checked="" type="checkbox"/> Etat/Province	: VD
<input checked="" type="checkbox"/> Pays	: Suisse
<input checked="" type="checkbox"/> Code de pays ISO	: CH
<input type="checkbox"/> Titre	:
<input checked="" type="checkbox"/> Identifiant du travail	: No d'inventaire (voir Instructions internes 2012/01 - Annexe 1)
<input checked="" type="checkbox"/> Instructions	: év.
<input type="checkbox"/> Fournisseur	:
<input checked="" type="checkbox"/> Source	: Prise de vue d'objet
<input checked="" type="checkbox"/> Copyright	: Copyright © - 2012 - Site et Musée romains d'Avenches
<input checked="" type="checkbox"/> Droits et conditions d'utilisation	: Sur demande: musee.romain@vd.ch

## Annexe 5 : Métadonnées pour décrire une photo

Villat ((2017) qui s'inspire des Federal Agencies Digitization Guidelines Initiative (FADGI) dit : « Pour s'assurer que le set de métadonnées soit optimal à un projet, il est recommandé de sélectionner certains éléments (valeurs et structures de données) des différents standards pour créer son propre schéma de métadonnées personnalisé ».

Les métadonnées jugées indispensables pour décrire une photographie sont :

- **Descriptives**

- Titre, description, légende (langage libre)
- Date de prise de vue
- Lieu, pays
- Mots-clés, sujet, indexation matière
- Photographe, auteur
- Identification des personnes principales, nom des personnes
- Activité, événement, nature de la photo (ex. photo de tournage)

- **Administratives**

- Copyright, visa auteur
- Conditions d'utilisation, conditions de publications, vente éventuelle
- Niveau de confidentialité, niveau d'accès, niveau de publication
- Mode et date d'acquisition
- Provenance
- Détenteur des droits

- **Techniques**

- Taille de l'image
- Format de l'image
- Compression format
- Métadonnées IPTC et EXIF
- Support original
- Résolution de numérisation
- Etat du support original
- Lieu de stockage du support original

## Annexe 6 : Terminologie des photos

Les différents **formats** d'image sur le web :

Le format **JPG ou JPEG** est utilisé principalement pour les photos.

Le format **GIF** permet de réaliser de petites animations et gère également les zones transparentes (image apparaissant sans fond, sans arrière-plan)<sup>138</sup>.

Le format **PNG** est utilisé pour les autres types d'image tels que les logos, pictogrammes, icônes et gère les zones transparentes.

Le format **TIFF** est « conseillé pour les photographies numérisées, l'impression de grande qualité et l'archivage des images » (Villat, 2017).

Le format **RAW** (brut) est proposé dans les appareils de photo « experts ». C'est le négatif numérique, il n'est pas lisible directement (Villat, 2017 ; Branco, 2014). Ce format RAW permet souvent de prouver qu'on est l'auteur de la photo.

La **dimension** correspond à la largeur et hauteur que l'image occupe sur l'écran. Elle s'exprime en pixels<sup>139</sup>.

La **définition** (display resolution) d'une image correspond au nombre total de pixels dans l'image (par exemple une image ayant une définition de 2000x3000 fait 6 millions de **pixels**). Elle aura toujours le même nombre de pixels, quelle que soit la taille qu'on lui donne ensuite<sup>140</sup>.

Une photo en **haute définition** c'est par ex. une photo au format de 3000x4000 px

Une photo en **basse définition**, c'est par ex. une photo de 400x600 px

La **résolution** (pixel density) correspond à la densité de pixel c'est-à-dire le nombre de pixels par pouce (un pouce mesurant 2,54 cm). La résolution s'exprime en **dpi** (dot per inch = point d'encre par pouce) pour une imprimante, ou en ppp (pixel par pouce) pour une image numérique<sup>141</sup>.

Les images en **haute résolution** comptent au minimum 300 pixels par pouce (dpi ou ppp). Cette résolution garantit une bonne qualité d'impression.

Les images en **basse résolution** comptent env. 72 pixels par pouce. Elles sont parfaitement adaptées au web. De plus, le poids est faible (peu de pixels) ce qui accélère le temps de chargement des sites web.

Les photos en haute et basse résolution apparaissent de la même taille à l'écran, le résultat sera différent à l'impression.

Le **poids** représente l'espace qu'un fichier occupe sur la mémoire sur laquelle il est stocké. Ce poids s'exprime en **octets** (bytes en angl.) (8 bits= 1 octet, 1024 octets = 1 Ko (Kilo octet), 1024 Ko = 1 Mo (méga octet), 1024 Mo = 1 Go (giga octet), 1024 Go = 1 To (terra octet))<sup>142</sup>.

---

<sup>138</sup>Pour plus d'infos : Olive Loïc. Quel format de fichier pour mes photos numériques, *Photograpix*, 12.04.2012, <http://www.photograpix.fr/blog/trucs-et-astuces/presentation-differents-formats-fichiers-pour-vos-photos-numeriques/> et pour les zones transparentes : Rouse Margaret. Transparent GIF, définition, *Techtarget*, avril 2005, <https://whatis.techtarget.com/definition/transparent-GIF>

<sup>139</sup> Olive Loïc. Qu'est-ce que la résolution, la taille et la dimension d'une photo et comment changer ces 3 paramètres facilement?, *Photograpix*, 20.09.2011, <http://www.photograpix.fr/blog/trucs-et-astuces/resolution-taille-et-dimension-photo-et-comment-changer-ces-parametres-facilement/>

<sup>140</sup>Pour la définition et la résolution cf. Pixelvalley, <http://www.pixelvalley.com/appareil-numerique/definition-resolution.php>

<sup>141</sup>Amboy, Dana. La haute résolution, qu'est-ce que c'est ?, *TechSmith*, 25.1.2017, <https://blogs.techsmith.fr/la-haute-resolution-quest-ce-que-cest/> et Pixelvalley, <http://www.pixelvalley.com/appareil-numerique/definition-resolution.php>

<sup>142</sup>Ripka Pierre. Optimiser ses images pour le web : format (JG, PNG...). Résolution, nom de fichier, export Photoshop. *Oboquo*, 25.01.2016, <https://www.oboquo.com/blog/optimiser-images-web-format-jpg-png-resolution-nom-fichier-export-photoshop/>

## Annexe 7 : Formulaire SMRA pour demande de photos



SITE ET MUSÉE ROMAINS AVENCHES

MUSÉE ROMAIN D'AVENCHES  
AVENUE JOMINI 16 | CP 237  
CH - 1580 AVENCHES

### AUTORISATION DE REPRODUCTION

#### AVENTICVM – Site et Musée romain d'Avenches autorise

M./Mme/ .....  
Institution .....  
Adresse .....

à reproduire une fois les clichés suivants :

Cliché(s) : .....  
.....  
.....

La mention de l'appartenant de l'illustration : AVENTICVM – Site et Musée romains d'Avenches est *obligatoire*.

En guise de droits de reproduction, le Musée romain d'Avenches demande un exemplaire de la publication concernée (ou tiré à part), à remettre lors de la parution.

La duplication des clichés pour un usage autre que celui mentionné ci-dessus est interdite.

Toute publication ultérieure des clichés est soumise à une nouvelle autorisation de reproduction.

Avenches, le : ..... Signature du responsable SMRA : .....

A compléter par le demandeur et renvoyer à :

AVENTICVM – Site et Musée romains d'Avenches – C.P. 237 – 1580 Avenches [musee.romain@vd.ch](mailto:musee.romain@vd.ch)

Publication (auteur, titre, éditeur et date de parution) : .....  
.....  
.....

Lieu et date : ..... Signature du demandeur : .....

L'autorisation de reproduction n'entre en vigueur que lorsque ce formulaire complété et signé est retourné au Musée Romain d'Avenches.



SITE ET MUSÉE ROMAINS AVENCHES  
DÉPARTEMENT DE LA FORMATION, DE LA JEUNESSE ET DE LA CULTURE  
T + 41 26 557 33 00/01 | F + 41 26 557 33 13  
MUSEE.ROMAIN@VD.CH | WWW.AVENTICVM.ORG

[https://www.aventicum.org/images/public/archives/documents/SMRA\\_\\_Autorisation\\_reproduction\\_images.pdf](https://www.aventicum.org/images/public/archives/documents/SMRA__Autorisation_reproduction_images.pdf)

## **Annexe 8 : Charte des commentaires, MAH Genève**

Le blog ainsi que la présence sur les médias sociaux (Facebook, Twitter, Flickr, Youtube, Instagram, liste non exhaustive) des Musées d'art et d'histoire de Genève (ci-après "MAH Genève") sont des espaces d'échanges et de contributions mis en place par l'institution homonyme.

Les MAH Genève encouragent la participation et l'engagement sur ces plateformes ouvertes à tous les publics intéressés par l'art et la culture dans le but de :

- Découvrir, partager et inspirer ;
- Montrer les collections et la vie du musée sous un autre point de vue ;
- Diffuser des retours d'expérience ;
- Capitaliser les expériences ;
- Tenir les utilisateurs informés de l'actualité des MAH Genève.

### Conditions de participation et modération des commentaires

Afin d'améliorer la qualité des échanges, chaque personne faisant un commentaire est invitée à s'identifier (OpenID, Facebook Connect, Twitter oAuth ou équivalent) sur les différentes plateformes. Il est demandé aux utilisateurs de ne pas communiquer de coordonnées personnelles, postales ou téléphoniques, dans leurs commentaires. Le blog des MAH Genève est dédié aux personnes souhaitant partager de façon conviviale leur expérience dans nos musées ou leur passion du monde de l'art.

Les propos sur ce blog sont publiés sous l'entière responsabilité de leurs auteurs. Par conséquent, ni les MAH Genève, ni la Ville de Genève ne peuvent être tenus responsables des contributions apportées. Toutefois, nous nous engageons à faire notre possible pour garantir la qualité et l'intérêt des contenus présentés. Nous invitons chacun à faire preuve de courtoisie et de modération dans l'ensemble de ses propos.

Une bonne utilisation des réseaux sociaux commence par un respect de la loi. Sont notamment interdits sur ce blog et sur les différentes présences sociales des MAH Genève:

- tout propos à caractère diffamatoire, raciste, agressif ou injurieux ;
- le détournement du blog ou d'une publication à des fins commerciales, publicitaires, politiques ou religieuses ;
- la diffusion d'informations personnelles ou concernant des tiers ;
- la diffusion de virus informatiques ou tout autre code malveillant ;
- les activités illégales sous toutes leurs formes.

Nous nous réservons la possibilité de supprimer sans préavis les contenus enfreignant toutes ou partie de ces règles. En outre, seront supprimés tous contenus que nous jugerons insultants à l'égard des MAH Genève, diffamatoires à l'encontre de ses collaborateurs, dénigrant ses produits, services ou partenaires et qui pourraient porter atteinte à leur image ou celle de son personnel.

L'utilisateur décharge les MAH Genève de toute responsabilité en ce qui concerne le contenu des messages et commentaires que l'utilisateur poste sur le blog – et plus largement sur les pages ou comptes officiels des MAH Genève (Facebook, Twitter, Flickr, Youtube, Instagram, liste non exhaustive) – et en assumera l'entière responsabilité.

<http://blog.mahgeneve.ch/charte-des-commentaires/>



## Annexe 9 : Autorisation de filmer, photographier



Genève, le

### Autorisation individuelle d'être filmé(e) / photographié(e)

Madame, Monsieur,  
Cher parent,

Le MEG, le Musée d'ethnographie de la Ville de Genève, reçoit votre enfant le .....(date) pour un atelier  
cristall... (nom de l'atelier).

Ce jour-là, le ..... (nom du média) réalise un reportage et pour ce faire, il souhaite filmer / photographier  
(diffuser ce qui ne convient pas) l'atelier auquel participera votre enfant. C'est pourquoi nous sollicitons  
votre accord en tant que parent.

En espérant que votre enfant aura grand plaisir à découvrir le MEG, nous vous adressons, Madame,  
Monsieur, Cher parent, nos cordiales salutations et vous remercions de votre aimable collaboration.

Danièle Vitegger & Laurence Berlemont  
Médiation culturelle Communication

DÉPARTEMENT  
DE LA CULTURE ET DU SPORT

MUSÉE D'ETHNOGRAPHIE

DOMAINE DES MUSÉES



VILLE DE  
GENÈVE

### Autorisation de filmer ou de photographier

La Direction du Musée d'ethnographie de Genève (MEG) autorise:

Nom :

Raison sociale :

Adresse :

No de téléphone + email :

Nombre de personnes accompagnantes :

Noms (si possible) :

**à photographeur / à filmer (à préciser) :**

Lieu :

Détails :

Date :

Diffusion :

Mention obligatoire: MEG - Musée d'ethnographie de Genève

**En dehors de cet accord, tous les droits sont réservés.**

**Date :**

**Directeur du MEG**

**Demandeur**

### IMPORTANT :

- Il est interdit de manger ou de boire dans les espaces d'exposition.
  - Aucun dispositif d'éclairage des locaux ne doit être masqué, déconnecté ou modifié.
  - Aucune porte ne doit être modifiée ou bloquée (ouverte ou fermée).
  - Les espaces suivants doivent être laissés libres d'accès : boutons poussoirs d'alarme feu, issues de secours, voies de fuite et chemins d'évacuation, moyens d'extinction, lampes de secours, dispositifs de signalisation des issues de secours et des voies d'évacuation
- Par ailleurs, le signataire s'engage à se conformer à toute instruction donnée par le personnel de sécurité.

### Ex. Notice d'objet

### Ex. Notice d'image

Liens aux images et documents

+

-

+

📁

📄

Id. im.

358332

🔗

RS - 26.03.2018

Images et documents

Objet

MRA Images et documents

MC - Ecrire

Diapositive (292731)

Diapositive (292733)

Image numérique (308753)










Image numérique (308391)

Image numérique (358332)

🔍

🔍

🔍

🖨

Programme

Zoom

25%

Données de base

IPTC/EXIF

Données spécifiques

Données supplémentaires

Type de notice

Image numérique

Crédits photo

N° image

Légende / Titre

Exposition Palais de Rumine avant 1982 (ir

Catégorie

Sous-catégorie

Date PDV

Fichier original

Rumine 1987-1NB.jpg

📁

Photographe

✎

## **Annexe 11 :      Questionnaire SMRA pour l'analyse de l'existant**

### **A) Photos des collections, acquisitions et gestion des photos**

1. Comment le musée s'y prend-il pour photographier ses collections ?
2. Si le musée a un photographe en interne, quelle est sa tâche, comment cela se passe-t-il avec les droits ?
3. Ce photographe réalise-t-il aussi les photos de travail, photos documentaires ?
4. Mandatez-vous aussi des photographes externes qui cèdent leurs droits ou confèrent une licence d'utilisation ?
5. Faites-vous un contrat écrit ? Est-ce un professionnel du droit qui l'a rédigé ? Est-ce toujours le même ? Ou suivez-vous un modèle ?
6. Quels sont les tarifs ? Y a-t-il des tabelles, références ? (ASBI)
7. Est-ce que ce sont les mêmes tarifs entre le photographe et le musée et entre le musée et l'utilisateur ?
8. Les prix sont-ils les mêmes suivant l'utilisation que vous faites des photos ?
9. Les prix sont-ils les mêmes entre production (réalisation, travail) et reproduction (utilisation si photographe garde les droits) ?
10. Si le musée a une licence d'utilisation, que peut faire le musée avec les photos ? Peut-il les prêter, les transférer ? Peut-il les mettre en ligne et combien de temps ? Peut-il les utiliser une ou plusieurs fois ?
11. Comment citer les photos de manière juste ? Doit-on tenir compte de :
  - l'objet : auteur /titre    (si pas domaine public)
  - le propriétaire ou lieu de conservation (SMRA)
  - la photo : auteur ou / et musée (photographe et/ou SMRA ?)
12. Comment mentionne-t-on les photos si le musée acquiert les droits ?
13. Comment mentionne-t-on les photos si le photographe garde les droits ?
14. Si quelqu'un photographie lui-même l'objet tombé dans le domaine public, doit-il mentionner la propriété ?
15. Quel logiciel utilisez-vous pour les photos ?
16. Connaissez-vous le format photo OAIS (cf. Memoriav) ?

### **B) Politique de mise en ligne des images**

1. Combien de photos le SMRA a-t-il ?
2. Quelles images veut-il mettre en ligne ? Celles dont il a les droits ?



3. Combien d'images veut-il mettre en ligne ?
4. Est-il nécessaire de mettre les photos en ligne pour répondre à la demande des chercheurs ou est-ce plutôt l'idée d'avancer et d'évoluer avec son temps ?
5. Quel est le budget pour la mise en ligne des photos ?
6. Comment le musée veut-il s'y prendre pour mettre les photos en ligne ?
7. Veut-il mettre directement la base de données en ligne ?
8. Quelles indications, descriptions doit-on mettre avec les photos ? (description, mentions, CC, lien conditions générales, lien formulaire)
9. Quelles métadonnées sont automatiquement importées (EXIF) ?
10. Quelles métadonnées seraient utiles ?
11. Comment suivez-vous l'utilisation des photos ? En faisant remplir un formulaire ?
12. Est-ce que vous envisagez de mettre des photos sur Flickr ou Instagram, par ex. ?
13. Avez-vous des boutons de partage vers les réseaux sociaux ?
14. Qui s'occupe de Facebook ?

#### C) Politique - public, évaluation des usages / utilisations - conditions d'utilisation

1. Combien de demandes de photos sont faites par année ?
2. Qui sont les demandeurs de photos ?
3. Les chercheurs demandent des photos du SMRA. Où les ont-ils vues du moment qu'elles ne sont pas en ligne ?
4. Les demandes renvoient-elles généralement à des images précises ?
5. Dans quel format les reproductions sont-elles faites ?
6. Quel type d'images ont-ils besoin ?
7. Dans quel but ? Pour quelle utilisation ?
8. Les publications sont-elles de type scientifique uniquement ou aussi commerciales ?
9. Est-ce que l'utilisation des photos est gratuite ? Est-ce que l'utilisation des photos à titre commercial est gratuite ?
10. Quels sont les prix pratiqués en général ? Chacun pratique-t-il les siens ?
11. Quelles sont vos conditions générales d'utilisation (CGU) ?
12. En avez-vous pour les réseaux sociaux ?
13. Où doit-on placer les CGU sur le site internet ? Avez-vous des propositions pour son contenu ?

14. Est-ce que l'usage des photos transmises doit rester unique ? Droit de licence ?
15. L'exemplaire justificatif est-il et sera-t-il toujours demandé ?
16. Comment aborder la question du non-respect des droits, l'indemnisation ? Règlement si possible à l'amiable ?
17. Quel est le droit applicable, le for juridique ?
18. Les visiteurs peuvent-ils faire des photos au musée et les réutiliser librement ?
19. Seriez-vous intéressés de réutiliser ou partager des photos des visiteurs ?

Réponses au chapitre 3 « Analyse de l'existant » et dans le tableau de l'annexe 13

## **Annexe 12 : Questionnaire pour les entretiens semi-dirigés**

### **A) Politique du musée en matière d'acquisition ou réalisation des photos**

1. Qui fait les photos des collections ? un photographe interne ou externe ?
2. Si externe, faites-vous un contrat écrit que vous réutilisez pour chaque photographe ?
3. Si externe, est-ce que les droits sur ces photos vous sont cédés ?
4. Si ce n'est pas le cas, quels tarifs sont appliqués ? ceux de l'ASBI ?
5. Les prix sont-ils les mêmes suivant la prestation ou l'utilisation que vous faites des photos ?

### **B) Gestion des photos**

1. Quels sont les droits liés aux objets, aux photos (objets du domaine public ou non, ayants droit) (pour photos prises en interne – photographe externe)
2. Comment les photos doivent-elles être mentionnées, quels sont les copyrights ?
3. Quelles métadonnées doivent être liées aux photos ?
4. Quel logiciel de gestion de photos utilisez-vous ?
5. Est-ce qu'une personne, un service s'occupe des photos ? Si oui, précisez

### **C) Mise en ligne des photos**

1. Les photos de vos collections sont-elles sur votre site internet ?
2. Si non, projetez-vous de le faire ?
3. Si oui, combien y en a-t-il environ ? Par rapport à l'ensemble de la collection ?
4. Quel est le critère de sélection (objets importants, photos dont vous avez les droits, ...) ?
5. Comment avez-vous fait ou ferez-vous pour les mettre en ligne (présentation, technique) ?
6. Pouvez-vous suivre, contrôler l'utilisation des photos ?
7. Les photos de vos collections sont-elles sur les réseaux sociaux ?
8. Si oui, sur lesquels ?
9. Si oui, y a-t-il des personnes représentées ? Ont-elles donné leur consentement ?
10. Si oui, pouvez-vous suivre l'utilisation des photos ? A quelle fréquence sont-elles partagées ?
11. Est-ce que votre site a des boutons de partage qui permettent au lecteur de mettre des images ou contenus sur les réseaux sociaux ou leur blog, site internet, etc. ?

### **D) Evaluation des usages, utilisations des photos**

1. Qui sont les demandeurs de photos, images ?
2. A quelle fréquence les photos sont-elles demandées ? Est-ce que la demande a augmenté avec la mise en ligne ?
3. Quelle utilisation est faite des images ?
4. Les demandeurs doivent-ils remplir un formulaire pour obtenir les photos ou écrire un mail ?
5. Les visiteurs peuvent-ils faire des photos au musée ?
6. Réutilisez-vous ou partagez-vous des photos des visiteurs ? Si non, seriez-vous intéressé de le faire ?

### **E) Conditions générales d'utilisation et reproduction d'images pour l'utilisateur**

1. Avez-vous des conditions générales d'utilisation des images ? Conditions d'utilisation pour réseaux sociaux ? Sont-elles en ligne ?
2. L'utilisation des photos est-elle payante pour certaines utilisations ?
3. Si oui, pour quelles utilisations ?

4. Doit-on payer par ex. pour les publications en open access, gold road ? green road ? les thèses ?
5. Quelle(s) sont les raison(s) qui vous invitent à (ne pas) faire payer les photos ?
6. Et quels tarifs appliquez-vous ? Ceux de l'ASBI ?
7. Est-ce que l'utilisation, l'usage des photos doit rester unique ?
8. Est-ce que les photos sont envoyées en format numérique uniquement ?
9. Un exemplaire justificatif est-t-il demandé ? papier / numérique ?
10. Comment réglez-vous le non-respect des droits ?

#### Questions statistiques

Quel est votre nom, prénom (anonymat possible) ?

Quelle est votre fonction ou le titre de votre poste ?

Quelle est la typologie du musée ?

Quelle est l'autorité de tutelle du musée ?

Quelle est la taille ou importance du musée ?

Collaboration ou liens avec d'autres musées ?

## Annexe 13 : Réponses aux questions des entretiens semi-dirigés

	SMRA	MAH	MEG	LATENIUM	MUSEES CANT. VS	MCAH
<b>A) acquisition, réalisation</b>						
1. Qui fait les photos des collections ? Phot. interne, externe ?	1 interne. Plus rarement des phot. externes	2 internes à 100%, parfois externes pour mandats	1 interne	1 interne pour coll., matériel archéol. Quelques externes qu'ils connaissent bien pour expos, événements	1 interne pour photos de travail, photos sans mises en scène, des externes pour les coll. prestigieuses, catalogues, publicitaires, activités importantes	1 phot. interne pour photos de travail, 1 phot. externe pour besoins spécifiques
2. si externe, contrat écrit ?	cond. fixées par photographes	il existe diff. contrats selon collections		pas de contrat, musée valide offres des photographes	le musée en faisait, mais ça ne passe plus par la photothèque	« on a des conditions d'utilisation »
3. si externe cession des droits sur les photos ?	majorité des photographes cèdent les droits	oui		aucune idée, elle doit mentionner le nom des phot. dans le crédit, peut réutiliser les photos	Oui	il semblerait ... droits d'utilisation, de reproduction en tout temps, mais n'a pas les droits d'auteur
4 et 5. tarifs acquisition photos ? Selon prestation, utilisation faite ?		ne sait pas exactement		Prix négociés, phot. font prix en fonction du nb ou de la régularité et du budget à dispo. C'est presque un tarif horaire.	devis du phot., prix selon prestation	dépend si séries ou à la photo, selon prises de vue
<b>B) gestion photos</b>						
1. droits d'auteur des objets, des photos	objets du domaine public, ont droits sur les photos	objets du domaine public, phot. mentionné même si MAH acquiert les droits. Les utilisateurs doivent se renseigner eux-mêmes pour savoir si l'objet est tombé dans le domaine public ou non. MAH transmet le droit pour l'utilisation de la photo, mais pas celle de l'œuvre.	objets du domaine public, ont droits sur les photos	objets du domaine public, pas besoin de mentionner le nom du musée. Sinon, le crédit est "© Latenium", mais s'il n'apparaît pas, ce n'est pas très grave. Pas encore eu de demandes pour des photos d'objets qui ne sont pas du domaine public	diff. cas de figures, parfois musée est propriétaire des objets, mais n'a pas les droits, c'est ProLiterris qui les a par ex. (cas pour le musée d'art)	objets du domaine public, nom du photographe doit toujours être cité

2. mentions photos, copyright	©Aventicum – Site et Musée romains d'Avenches. Nom du photographe interne n'apparaît pas ou pas forcément. Pour photos dont le musée n'a pas les droits, seulement nom du phot.	Mention : Auteur, titre de l'œuvre, Musées d'art et d'histoire, Ville de Genève, (don, dépôt, legs), date (année), no inventaire : © Musées d'art et d'histoire, Ville de Genève, nom photographe	MEG ou musée d'ethnographie (nom entier pour l'étranger surtout, abrég. pas toujours connue), n° image / inventaire, le nom du photographe (Jonathan Watts) sauf si pas de place. Pas obligatoire de décrire l'objet, le n° d'inventaire y renvoie.	crédit photo est : © Laténium ; pas de nom de photographe, car dans les bases de données ce n'est pas toujours clair qui a fait la photo.	©musées cantonaux du Valais et le nom du photographe si c'est global. Mais si c'est spécifique à un musée, on met le nom du musée : par ex. ©Musée d'histoire du Valais.	nom du musée, toujours le nom et le prénom du photographe : © Musée cantonal d'archéologie et d'histoire, Lausanne. Photo : Prénom Nom du photographe
3. Quelles métadonnées doivent être liées aux photos ?	métadonnées EXIF et IPTC ajoutées manuellement	Mentions obligatoires, auteur, titre, année, n° d'inventaire		ne font pas attention	avec MuseumPlus il y a le photographe, la date, le copyright	très peu de métadonnées; ils ont le photographe, les droits, mais pas d'infos sur l'objet; celles-ci sont dans l'inventaire
4. logiciel utilisé	MuseumPlus et serveur pour photos	MuseumPlus. Photos archivées, stockées sur diff. serveurs.	Muséeinfo (fait par un informaticien interne), vont passer à MuseumPlus	ne sait pas, probablement une version interne des années 1990	Avant: Clio, file maker. Sont en train de migrer vers MuseumPlus	base de données access. MuseumPlus uniquement pour photos d'inventaire
5. personne, service qui s'occupe des photos	bibliothécaire-archiviste, responsable des collections et 1 personne s'occupe de Facebook	gestionnaire de la photothèque et collaborateur chargé de la numérisation et du traitement des images. Une autre pers. de la comm. s'occupe des photos pour la presse et des réseaux sociaux	collaboratrice administrative qui gère les droits de reproduction avec le photographe et le service de presse. Ce dernier s'occupe des réseaux sociaux, des droits pour le bâtiment et l'image du musée	Responsable communication /marketing et relations publiques, photothèque gérée par un phot. et une archiviste	gestionnaire de la photothèque et une chargée de comm. pour la presse	le conservateur et le photographe
<b>C) mise en ligne</b>						
1 et 2. photos sur site internet ou intention de le faire	non, mais a l'intention de mettre coll. en ligne	Oui	oui	non, mais qq photos pour la presse et compte Business sur Google. Pas l'intention de mettre en ligne les photos. Elles sont trop nombreuses	non, mais va se faire sur plateforme Vallesiana	non et pas l'intention de le faire

3. Si photo sur internet, combien y en a-t-il par rapport à l'ens. de la coll. ?	Env. 100 photos prévues sur 200'000 lots d'objets	50'000, but est de tout photographier et mettre en ligne, env. 500'000 obj.	ens. de la coll.		63'000 fichiers photos à dispo, env. 60% de la coll.	
4. critères de sélection	mettre une centaine d'objets prestigieux en ligne	conservateurs choisissent selon critères, mais MAH aimerait tout mettre en ligne, pour l'instant 100'000 fichiers numériques	petit à petit, dès qu'il y a un don		conservateurs choisissent selon les acquisitions et les demandes (ex. correction du Rhône, sujet d'actualité). Pour la mise en ligne, objets classiques, de valeur ou objets phares	
5. Comment sont-elles mises en ligne techniquement ?		ne sait pas, c'est la direction des syst. d'information de la ville de Genève qui le fait ; transmission des photos par lots et cf. site web	informaticien le fait et cf. site web	Google image et Word Press pour les photos sur le site		
6. Suivi de l'utilisation des photos	oui, par les formulaires de demandes	oui, dès qu'il y a une commande	avec les photos grand format. L'informaticien consulté ajoute : « il y a des statistiques du serveur qui dit combien de fois la fiche, l'image a été vue, visitée. C'est des choses qu'on peut contrôler, mais ça n'a pas de sens »	non	pas techniquement, mais autrement, car chaque utilisation suit une demande, mais il n'y a pas de suivi	oui, c'est lié aux prêts, formulaires
7 et 8. photos sur réseaux sociaux ? lesquels ?	oui, Facebook	oui, Flickr, Instagram, Twitter, You Tube, Facebook, blog;	oui, Facebook, Instagram, You Tube .	oui, Facebook, Instagram et via Google. Mais pas pour les coll., ce n'est pas le but	oui, mais pas pour les coll. Lesquels ? Facebook ? Peut-être.	oui, Facebook. Et Instagram ? Peut-être, il ne s'occupe pas de ça.

9. autorisation pour représentation des gens	oui demanderait autorisation, n'a toujours publié que des images où on ne voyait pas ou ne reconnaissait pas les gens	demande à la comm. pour le droit à l'image (a été fait, mais pas de rép.)	oui, autorisation est demandée pour publier des photos des gens		oui, surtout pour les activités avec les enfants	il demande l'autorisation pour diffuser des photos avec des enfants, pour les adultes il ne demande pas toujours
10. Si photos sur réseaux sociaux (r.s.), pouvez-vous suivre l'utilisation des photos ? A quelle fréquence sont-elles partagées ?	Oui. Les publications ne sont pas beaucoup partagées. Les collaborateurs, Avenches Tourisme et d'autres institutions le font. Les particuliers ne le font que très rarement	faudrait demander à la comm. (a été fait, mais pas de réponse)	On voit si c'est partagé. L'informaticien dit qu'on ne peut pas tracer l'image parce qu'elle peut être prise, renommée. La comm. dit : il faudrait noter le copyright ou taguer la photo, mettre ds commentaire l'emoji de l'app. photo et le nom. Les r.s. sont allés plus vite que nous, il faut agir en amont, se mettre d'accord sur ce qu'on veut mettre sur les r.s.	Oui, on voit les repartages. Les gens partagent les événements, l'info, l'actualité, mais pas les coll.	non	ne sait pas
11. boutons de partage pour réseaux sociaux	non, pas une priorité	Oui	oui	oui	oui	non
<b>D. Evaluation usages, utilisation</b>						
1. Qui sont les demandeurs de photos ?	musées archéol. ou histor., institutions cult., services archéol., chercheurs, enseignants, étudiants suisses, parfois journalistes, illustrateurs ou restaurateurs en archéol., les associations cult. et les offices du tourisme	déjà à l'interne pour les publications, à l'extérieur : les chercheurs, les privés pour des livres, les institutions cult., les musées, les étudiants, les journalistes, les maisons d'édition	pour les objets ce sont les scientif. et les instit. Pour les publications et les autres photos, il n'y a presque pas de demandes.	médias, tourisme et chercheurs, scientifiques y compris étudiants	chercheurs VS, étudiants, journalistes quand il y a les événements, les catalogues, conférence de presse.	musées surtout, puis chercheurs, éditeurs privés, parfois des particuliers, la commune, collaborateurs internes



2. Nb de demandes de photos. Augmentation avec mise en ligne des coll. ?	une vingtaine de demandes externes par an. Le SMRA pense que les internautes demanderont plus souvent des photos d'objets présentés sur son site, car ce sont actuellement les images présentes sur le site qu'ils demandent régulièrement	tous les jours, plusieurs fois par jour, bcp de demandes d'infos et bcp de commandes. Peut-être 500-600 par année. Elle n'a pas les chiffres. Ca augmente chaque année.	2-3 par mois. Pas sûre que les demandes augmentent avec la mise en ligne, mais ça allège le travail car les demandeurs n'ont pas besoin de venir sur place pour voir l'objet ou le photographe. Pas de statistiques. C'est, par contre, pénible quand les experts ou passionnés commentent les notices	Il y en a chaque semaine. Demandes achevées : 1 par semaine.	1 centaine par année (bcp en interne)	30-40 demandes par an pour 1 à 20 photos chaque fois
3, Quelle utilisation est faite des photos?	publications scient., expos, manuels scol., supports pédag., public. pour grand public, dépliants offices du tourisme et sites web	étudiants pour des thèses, bcp de public. scient., catalogues d'expos, recherches, publications variées aussi des livres, presse	publications, thèses, diffusion (blog privé), internet, écoles, manuels scolaires.	presse, tourisme important depuis qu'ils sont inscrits au patrimoine suisse à l'UNESCO	publications, catalogues, presse. bcp de demandes internes	catalogue d'expos, public. scient., presse de tps en tps, images expos
4. demande avec formulaire, mail	Oui	oui, mais parfois demandeurs préfèrent mail. ¼ de demandes par formulaire, il est difficile à trouver et souvent les gens connaissent coll. et s'adressent directement à elle ou aux conservateurs	c'est pas un formulaire, c'est une demande en ligne	pas de formulaire, mail	mail aux conservateurs, n'a pas la compétence d'autoriser la publ.	pas de formulaire, mail
5. Les visiteurs peuvent-ils faire des photos au musée?	oui, pour usage privé	oui sans flash et pour l'usage privé	oui dans expo permanente, mais pas toujours dans expos temporaires, car ce ne sont pas leurs objets	oui, sans flash. Il y a des hashtags sur les escaliers pour partager les photos prises au musée. Pour trépied, il faut autorisation. De plus en plus de demandes pour dehors avec les drones	non, pas les objets, peut-être les salles	oui aussi avec flash
6. réutilisation de photos de visiteurs, internautes ou intéressé de le faire	Non	question à poser à la comm. (fait, mais resté sans rép.)	pourquoi pas, c'est la dame de la comm. qui juge	oui, il y a beaucoup de photos de dehors	des photographes en ont fait et ont proposé des lots de photos, musée achète si ok	non, on a des stocks de meilleure qualité

E) Cond. Générales d'utilisation photos						
1. cgu, cgu en ligne ? cgu pour réseaux sociaux (r.s)?	oui, en ligne non pas r.s.	oui, en ligne non, pas r.s.	oui, en ligne mais à corriger et pas pour les r.s.	non	c'est très informel, pas en ligne, non pas r.s.	oui, en ligne, mais pas pour les r.s., car pas contrôlable
2. utilisation payante	Non	Oui	oui	non	rarement	oui
3. Si oui, pour quelle utilisation?	Non	gratuit pour les chercheurs et les étudiants jusqu'à 5 images. Thèse en principe pas payante si petit tirage	Beaucoup d'échanges en général. Payant pour les musées qui ne veulent pas échanger et pour l'usage commercial	non	usage commercial, magazines ex. catalogues d'hôtel, livres d'art	catalogues, livres d'art, flyers, affiches, films, internet. C'est au bon vouloir et ça dépend de l'utilisation, parfois musée ne fait pas payer, mais demande 10 exemplaires de la publ. Echanges entre musées cant. et lausannois.
4. Faut-il payer pour l'open access?	Non	ne sait pas, semble que non. Ce sont souvent des revues payées par l'école, l'institution, des fonds publics, c'est gratuit pour le lecteur. Pour l'instant pour la recherche, les études, c'est gratuit jusqu'à 5 images	c'est à régler. Vont peut- être faire payer si ça passe par éditeurs	non	pour l'instant, rien de ce genre, presse et thèses gratuit	open access par éditeurs, ex Elsevier, oui, on fait payer. Tout ce qui est manuel scolaire est gratuit. Thèse gratuit si pas publié version universitaire, payant si publié
5. raison de (ne pas) faire payer	Il n'y a pas d'usage commercial. Tendance de l'open data. Se faire connaître	L'intérêt est de mettre en valeur les coll, transmettre les images à des étudiants qui n'ont pas d'argent ou à des chercheurs. Les institutions paient souvent avec un tarif réduit. Choix de la direction du musée	C'est l'intérêt d'avoir un échange ou pas et pour enrichir la bibliothèque. Très souvent la bibliothécaire achète un livre alors qu'il y a une photo du musée dedans. L'exemplaire aurait dû être offert par celui qui a reproduit la photo	difficile de monnayer le patrimoine. Quel montant pour quel objet? C'est un musée cantonal, des coll. cant.	publicité, se faire connaître	Avant c'était gratuit, mais de plus en plus les musées font payer. On mandate aussi un photographe, ça rembourse une partie des frais de travail surtout lorsqu'il faut faire exprès les photos. Travail de préparation, de recherche ou les frais adm. offerts

6. quels tarifs		160.-, mais souvent le 50% est appliqué pour les institutions culturelles, les musées	tarif par rapport à l'ASBI, mais divisé par 2 et pour la réédition c'est divisé par 4. Pas de frais de gestion ou d'envoi		100,- tarif de l'Etat du Valais	propres tarifs inspirés de l'ASBI et d'autres musées CH. C'est un standard adapté aux utilisations et selon contacts avec demandeurs. Tarifs aussi selon nb de tirage, nb d'exemplaires
7. utilisation unique	Oui	oui	oui	non	oui	oui
8. envoi en format numérique seulement	Oui	oui	oui	oui	oui	oui
9. exemplaire justificatif (PDF acceptés par tous)	Oui	oui 1 ou 2, dépend du nb. de photos demandés	oui, 3 ex.	oui	oui	oui, 2 ex.
10. Comment le non-respect des droits est-il réglé ?		question délicate, impossible de tout vérifier	pas de poursuites, mais on se méfie après		un cas resté impayé, musée n'a pas fait suite	Les gens jouent le jeu. Envoi de rappels rare. Si une pers. ne paie pas, on regarde la fois suivante. Justice exclue, trop cher
Statistiques Nom, prénom – typologie musée – autorité de tutelle - taille importance du musée - Relation avec autres musées (pas tjs demandée)	Anonymes : responsable des collections + archiviste + pers. qui s'occupe de la page Facebook – musée archéologique – canton VD - le musée rassemble les collections du plus grand site archéologique de Suisse – collaboration avec petits musées archéologiques, ex. Nyon, Lausanne -Vidy	Anonyme : gestionnaire de la photothèque – musée d'art, histoire, beaux-arts, archéo – ville de Genève - réseau de 5 sites : musée + Biblio d'art et d'archéo + Cabinet des arts graphiques, Musée Rath + Maison Tavel	Anonyme : gestionnaire de dossiers et des droits de reproduction, poste administratif + responsable de la comm. et informaticien - musée d'ethnographie - ville de Genève - musée important 30'000 visiteurs et avec rénovation 200'000 visiteurs - collaboration ~ avec Musée du quai Branly de Paris	Anonyme : responsable de la communication, des relations publiques – musée d'archéo – canton NE – plus grand musée archéologique de Suisse, inscrit au patrimoine suisse de l'Unesco, représente les sites palafittiques suisses	Anonyme : gestionnaire de la photothèque – musées cantonaux regroupe musée d'art, musée d'histoire et musée de la nature - canton – musée important en Valais	Anonyme : conservateur - musée d'archéo et d'histoire - canton – 8.7 ETP ce qui est peu pour un musée qui gère toutes les coll. archéol. du canton – collaboration avec musées cantonaux et lausannois

## Annexe 14 : Questionnaire en ligne (Google Forms)

### Travail de mémoire : Questionnaire relatif à la diffusion et l'utilisation des images de votre musée

**\*Obligatoire**

Adresse e-mail \*

Votre adresse e-mail

Bonjour ! Je rédige un mémoire en sciences de l'information à la HEG de Genève. L'objet de mon travail est d'élaborer une politique de diffusion des images du musée romain d'Avenches. Je vous serais reconnaissante de participer à mon étude en répondant au questionnaire ci-dessous ou de le transmettre à la personne qui s'occupe des photos du musée. Cela ne devrait pas prendre plus de 5-10 minutes. Merci de le renvoyer d'ici au 30 avril. Merci infiniment de votre collaboration. Bonne journée !

Est-ce que les photographes externes vous cèdent en général leurs droits quand ils font des photos pour votre musée (collections, expos, événements) ?

Oui

Non

Autre :

Les photos de vos collections sont-elles sur votre site internet ?

Oui

Non

Autre :

Si non, projetez-vous de le faire ?

Oui

Non

Si oui, pouvez-vous techniquement suivre l'utilisation des photos ?

Oui

Non

Les photos du musée (collections et autres) sont-elles sur les réseaux sociaux ?

Oui

Non

Autre :

Si oui, sur lesquels ?

Votre réponse

A rectangular text input field with a light gray border. On the right side, there are three small square buttons stacked vertically. On the bottom left, there are two small square buttons, and on the bottom right, there is one small square button. These buttons likely represent navigation or editing functions.

Est-ce que votre site a des boutons de partage qui permettent au lecteur de mettre des images sur les réseaux sociaux ou leur blog, site internet, etc. ?

Oui

Non

Si oui, est-ce qu'elles sont partagées

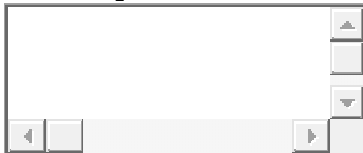
Rarement ?

Régulièrement ?

Souvent ?

Qui sont les (principaux) demandeurs de photos ?

Votre réponse

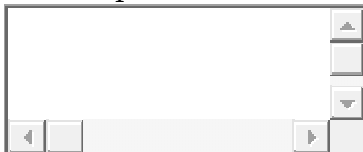
A rectangular text input field with a light gray border. On the right side, there are three small square buttons stacked vertically. On the bottom left, there are two small square buttons, and on the bottom right, there is one small square button. These buttons likely represent navigation or editing functions.

Combien de demandes de photos avez-vous environ par année ?

Votre réponse

Que font les utilisateurs avec les images qu'ils demandent ?

Votre réponse

A rectangular text input field with a light gray border. On the right side, there are three small square buttons stacked vertically. On the bottom left, there are two small square buttons, and on the bottom right, there is one small square button. These buttons likely represent navigation or editing functions.

Doivent-ils remplir un formulaire pour obtenir les photos ?

Oui

Non

Les utilisateurs doivent-ils payer les photos s'ils veulent les utiliser à titre commercial?

Oui

Non

Les utilisateurs doivent-ils payer les photos s'ils veulent les utiliser pour des publications en open access (via éditeurs) ?

Oui

Non

Autre :

Avez-vous des conditions générales d'utilisation des images ?

Oui

Non

Si oui, ces conditions sont-elles en ligne ?

Oui

Non

Avez-vous des conditions d'utilisation des images pour les réseaux sociaux ?

Oui

Non

Est-ce qu'une personne en particulier s'occupe des photos ?

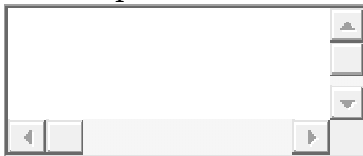
Oui

Non

Autre :

Remarques, observations ?

Votre réponse



Merci de votre participation !

M'envoyer une copie de mes réponses

ENVOYER

## Annexe 15 : Réponses au questionnaire en ligne

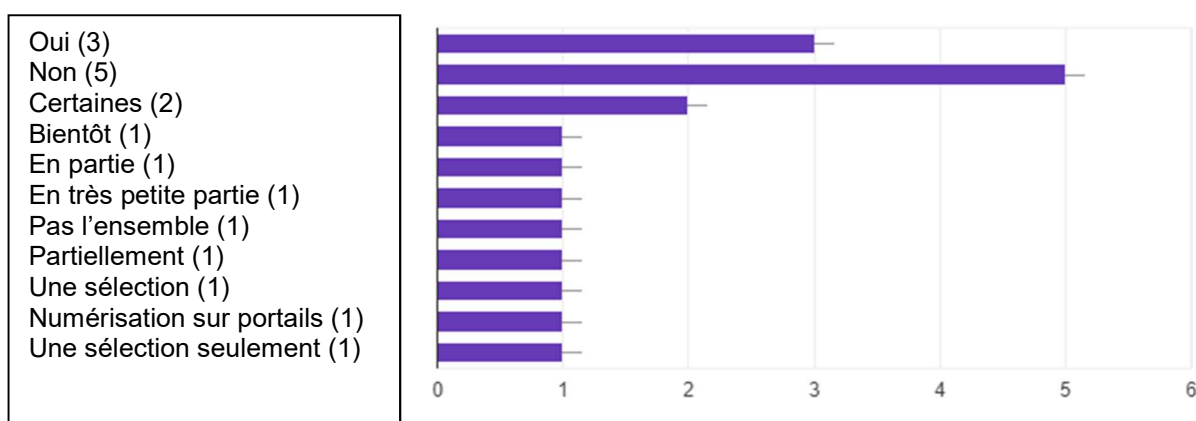
Est-ce que les photographes externes vous cèdent en général leurs droits quand ils font des photos pour votre musée (collections, expos, événements) ?

15 réponses



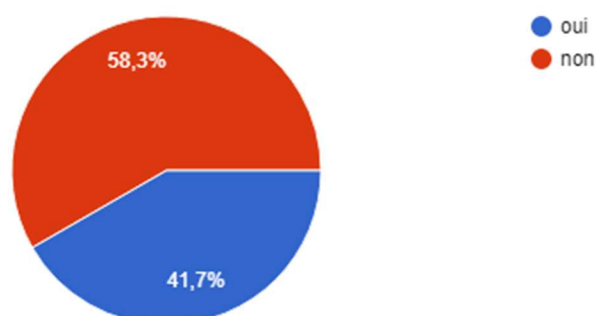
Les photos de vos collections sont-elles sur votre site internet ?

16 réponses



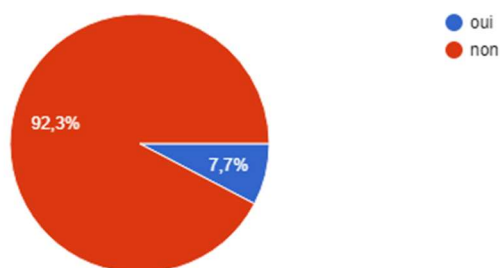
Si non, projetez-vous de le faire ?

12 réponses



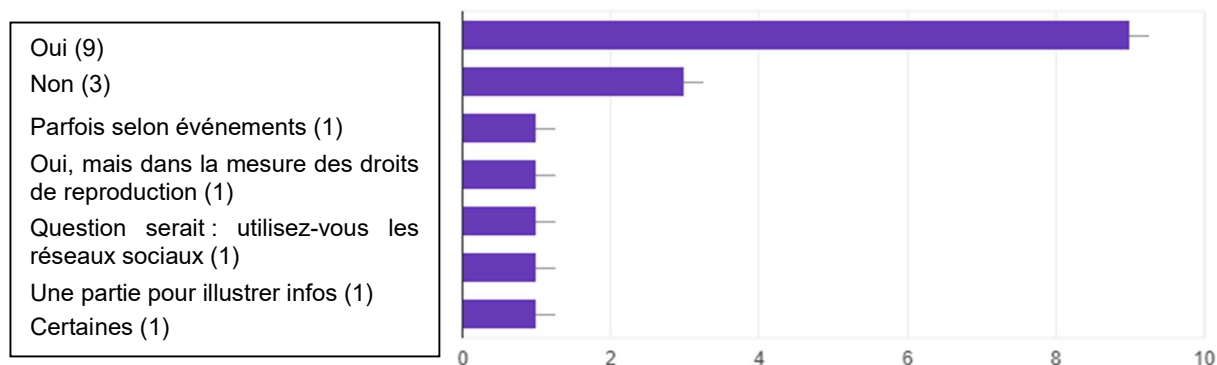
Si oui, pouvez-vous techniquement suivre l'utilisation des photos ?

13 réponses



Les photos du musée (collections et autres) sont-elles sur les réseaux sociaux ?

16 réponses

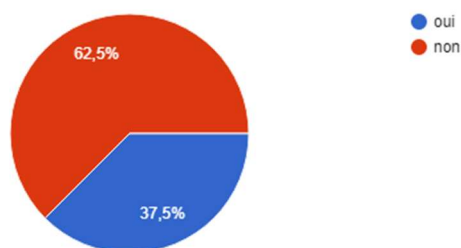


Si oui, sur lesquels ? 13 réponses

- Facebook (2)
- Facebook, Instagram (7)
- Facebook, TripAdvisor, Instagram, ... (1)
- Principalement les images des expositions temporaires et des événements (1)
- Objets de la collection, photos des animations (1)
- En fonction des différentes publications (1)

Est-ce que votre site a des boutons de partage qui permettent au lecteur de mettre des images sur les réseaux sociaux ou leur blog, site internet, etc. ?

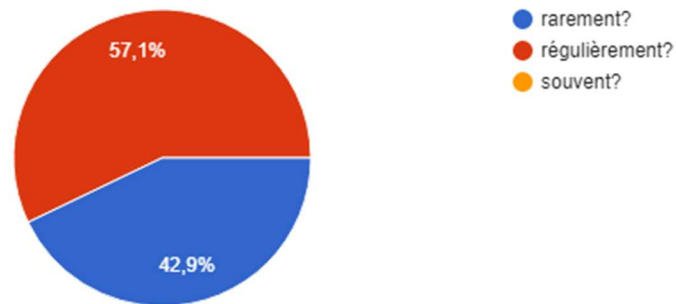
16 réponses





## Si oui, est-ce qu'elles sont partagées

7 réponses



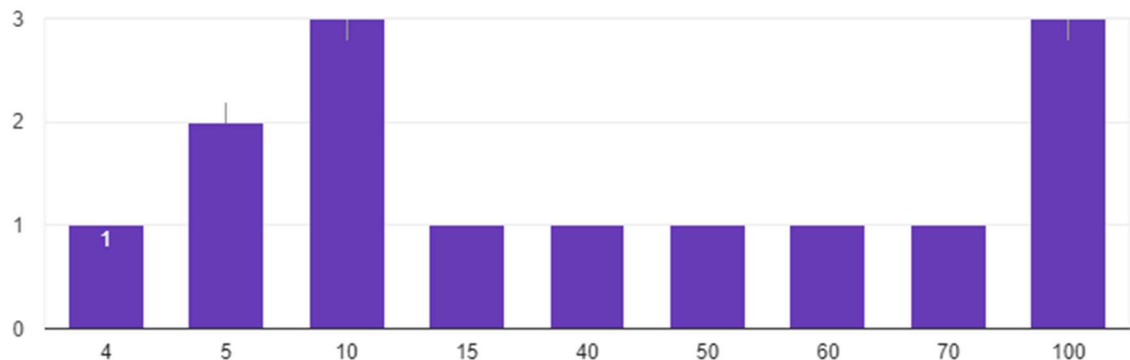
## Qui sont les (principaux) demandeurs de photos?

Journalistes (6) Presse (3)  
 Chercheurs (5)  
 Etudiants (4)  
 Musées (4)  
 Artistes (2)  
 Privés, particuliers (2)  
 Fans, passionnés (2)

Bibliothèques (1)  
 Professeurs (1)  
 Office du tourisme (1)  
 Annonceurs (1)  
 Bloggeurs (1)  
 Editeurs (1)

## Combien de demandes de photos avez-vous environ par année ?

14 réponses



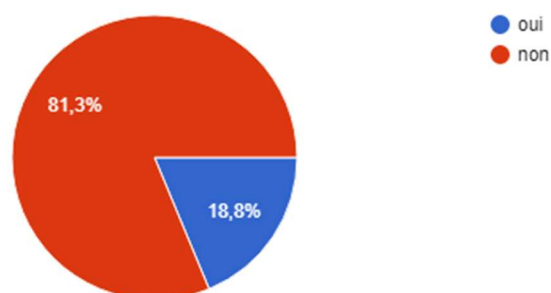
## Que font les utilisateurs avec les images qu'ils demandent ?

publication, illustration de publication (8)  
 article, illustration d'articles (4)  
 Utilisation pour la presse (2)  
 publication catalogue, catalogues d'exposition (2)  
 usage privé (2)  
 travail d'étude (2)

expositions, panneaux d'exposition (2)  
travaux de recherche (1)  
exposé (1)  
livre (1)  
archivage (1)  
annonces promotionnelles (1)  
présentations (1)

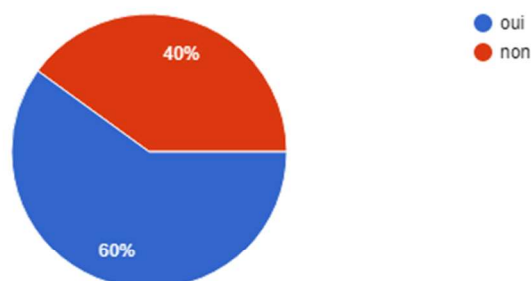
Doivent-ils remplir un formulaire pour obtenir les photos ?

16 réponses



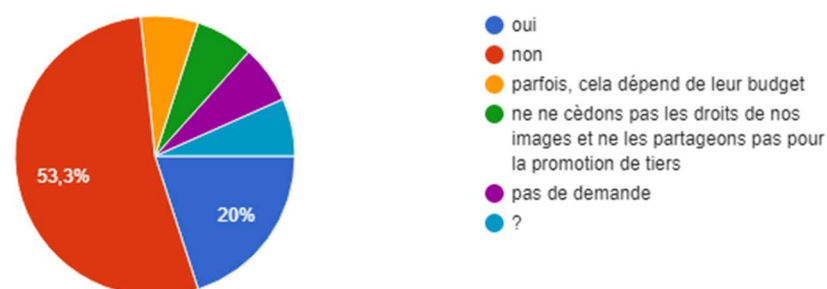
Les utilisateurs doivent-ils payer les photos s'ils veulent les utiliser à titre commercial ?

15 réponses



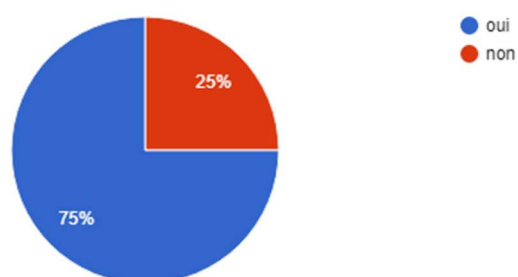
Les utilisateurs doivent-ils payer les photos s'ils veulent les utiliser pour des publications en open access (via éditeurs) ?

15 réponses



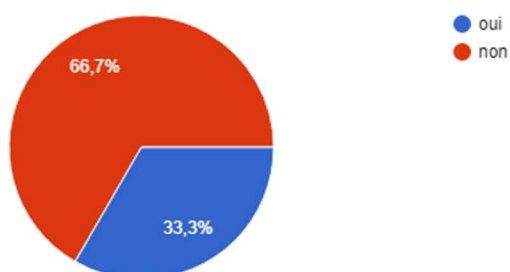
### Avez-vous des conditions générales d'utilisation des images ?

16 réponses



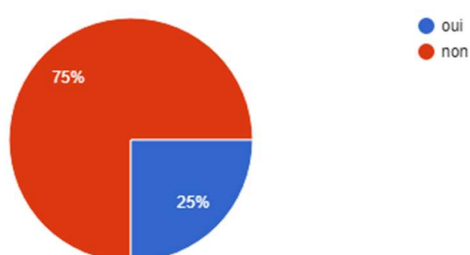
### si oui, ces conditions sont-elles en ligne?

15 réponses



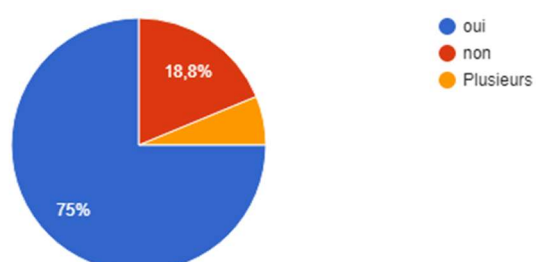
### Avez-vous des conditions d'utilisation des images pour les réseaux sociaux?

16 réponses



### Est-ce qu'une personne en particulier s'occupe des photos ?

16 réponses



## Annexe 16 : Lexique juridique

### Propriété intellectuelle

Les droits d'auteur font partie du droit de la propriété intellectuelle au même titre que la protection des designs ou le droit des marques. Les lois correspondantes ont une application territoriale. Les lois suisses ne sont applicables qu'à des états de fait qui se produisent sur territoire Suisse<sup>143</sup>.

### Droit d'auteur

Le droit d'auteur confère à son titulaire un droit exclusif sur son œuvre (LDA, art. 9). L'auteur est la personne physique qui a créé l'œuvre (LDA, art.6). Il a deux types de droit : le droit moral et le droit patrimonial. Pour prouver qu'on est l'auteur d'une photo, on peut par ex. présenter le fichier raw d'une photo, ajouter son nom dans l'appareil photo pour qu'il apparaisse dans les métadonnées EXIF, ne pas diffuser le fichier original, mais un fichier retravaillé, garder d'autres photos similaires, garder les preuves que l'on était sur place<sup>144</sup>. L'IPI (2018) dit aussi : « [qu'on] peut apporter des preuves testimoniales ou déposer [son] œuvre auprès d'un notaire ou d'un avocat, ce qui permettra de prouver plus tard [qu'on possédait], à une date précise, une œuvre ».

### Droit moral

Le droit moral unit l'œuvre à son auteur. « [Le droit moral] protège les auteurs dans leur relation personnelle avec l'œuvre [...] Une œuvre est toujours une expression de la personnalité des auteurs [...] Le droit moral ne peut donc être transféré à un tiers » (CCDL, 2018, 4.1).

« En Suisse, le droit moral se compose des trois éléments suivants :

- Le droit à la reconnaissance de la paternité intellectuelle de l'œuvre, autrement dit le droit d'être nommé (ou de ne pas être nommé) auteur de l'œuvre.
- Le droit de décider de la divulgation de l'œuvre » (SSA, 2012). « Il s'agit du droit pour l'auteur de décider de mettre son œuvre à la disposition du public et de choisir les modes de divulgation »<sup>145</sup> (CCDL, 2018, pt. 4.1.1).
- « Le droit au respect de l'intégrité de l'œuvre, à savoir le droit de l'auteur de refuser toute modification de l'œuvre qui léserait sa personnalité » (SSA, 2012) (cf. aussi CCDL, 2018).

### Droit patrimonial

« Selon l'art. 10, al. 1 LDA, les auteurs ont le droit exclusif de déterminer si, quand et de quelle manière leur œuvre pourra être utilisée. Il s'agit de ce que l'on appelle le droit patrimonial de l'auteur – lui seul peut décider de l'utilisation (économique) de son œuvre » (CCDL, 2018, pt.

---

<sup>143</sup> Ling Peter. Relecture TM [message électronique] 18.7.2018

<sup>144</sup> Tiré de : Thiry Arnaud. Droits d'auteur et Droit à l'image. *You Tube*, 02.02.2014, [https://www.youtube.com/watch?v=K\\_zBaOu2xto](https://www.youtube.com/watch?v=K_zBaOu2xto). Explication, cf. Branco, 2014. Astuces pour prouver qu'on est l'auteur, cf. Fiedler, Blaise. Droits d'auteur épisode 3. Comment prouver que vous êtes l'auteur d'une photo ? *You Tube*, 04.04.2016, <https://fotoloco.fr/20160404/droit-dauteur-episode-3-comment-prouver-que-vous-etes-lauteur-dune-photo/>

<sup>145</sup> Dans bien des cas, la divulgation d'une œuvre ne sera pas possible sans l'aide d'une maison d'édition. Le droit de divulgation en tant que tel ne peut toutefois pas être transféré à un tiers. Les auteurs peuvent cependant transférer à une maison d'édition leurs droits patrimoniaux – avant tout le droit de reproduction. Mais ils peuvent aussi ne transférer que « l'exercice » du droit de divulgation, c'est-à-dire n'accorder à la maison d'édition qu'un droit d'utilisation ou une licence (CCDL, 2018).

4.2). Des exemples d'utilisation figurent à l'art. 10, il y a surtout la reproduction et la première mise en circulation de l'œuvre (CCDL, 3.4, 2017). « Ce droit permet aux auteurs de recevoir une rétribution grâce à leur œuvre. [...] Au contraire du droit moral, ce droit patrimonial peut être transféré par l'auteur à des tiers (art. 16, al. 1 LDA) » (CCDL, 2018, pt. 4.2).

#### L'œuvre

« Par œuvre, quelles qu'en soient la valeur ou la destination, on entend toute création de l'esprit, littéraire ou artistique, qui a un caractère individuel » (LDA art.2). Les photos de travail qui servent à alimenter la base de données du musée ne sont, en principe, pas considérées comme des œuvres. Le droit d'auteur naît dès le moment où une œuvre est créée (LDA art.29). Il n'est pas nécessaire de l'enregistrer ou de lui apposer le sigle © (SSA, 2012).

#### Exceptions du droit d'auteur (LDA, art. 19-28, art. 11, al.3)

Les exceptions au droit d'auteur sont aussi appelées restrictions ou limites au droit d'auteur. Elles sont définies par la LDA. Elles permettent l'utilisation d'œuvres protégées sans que l'autorisation explicite du titulaire des droits soit nécessaire. Elles protègent les intérêts de tiers (Glossaire IPI, 2018). Voici quelques exceptions qui nous sont utiles :

L'usage privé d'une œuvre est autorisé. Par usage privé, on entend toute utilisation à des fins personnelles ou toute utilisation d'œuvres par un maître et ses élèves à des fins pédagogiques, mais aussi la reproduction d'exemplaires d'œuvres au sein des entreprises, administrations publiques, institutions, commissions et organismes analogues, à des fins d'information interne ou de documentation (LDA Art. 19). L'utilisation à des fins personnelles est gratuite ce qui n'est pas le cas de l'utilisation pour des cours ou en entreprise (LDA art. 20)(cf. aussi pt.2.2.3.1).

Les citations dans la mesure où elles servent de commentaires, références. Elles doivent être indiquées ; la source et l'auteur, s'il est désigné, doivent être mentionnés.

Les exemplaires d'archives et copies de sécurité pour assurer la conservation d'une œuvre.

Dans les catalogues de musées et d'exposition, il est permis de reproduire les œuvres d'une collection accessible au public sans demander l'autorisation de l'auteur et sans payer de droits. Le catalogue peut être diffusé sur le web. (pour des explications détaillées, cf. Jean et al., 2017, p.8 et annexe 17 ci-après)

L'exception de panorama (art. 27 LDA) : les œuvres qui se trouvent en permanence sur une voie ou une place accessible au public, comme par ex. les sites archéologiques, peuvent être reproduites (donc aussi photographiées, filmées) et la reproduction peut être utilisée librement. La reproduction ne peut être faite en trois dimensions et ne doit pas avoir le même but que l'original (Wehrlin, 2011, p.22).

Fair use : « Aux États-Unis, le *fair use* que l'on peut traduire par « usage loyal », « usage raisonnable » [...] est un ensemble de règles de droit [...] qui apportent des limitations et des exceptions aux droits exclusifs de l'auteur sur son œuvre. Il essaie de prendre en compte à la fois les intérêts des bénéficiaires des droits d'auteur et l'intérêt public, pour la distribution de travaux créatifs, en autorisant certains usages qui seraient, autrement, considérés comme illégaux [...]. L'originalité du *fair use* par rapport aux doctrines comparables est l'absence de limites précises aux droits ouverts : alors que les autres pays définissent assez précisément ce qui est autorisé, le droit des États-Unis donne seulement des critères (*factors*) que les tribunaux doivent apprécier et pondérer pour décider si un usage est effectivement loyal » (Wikipedia, Fair use). Cette doctrine n'existe pas en droit d'auteur suisse<sup>146</sup>.

---

<sup>146</sup> Ling Peter. Relecture TM [message électronique] 18.7.2018

## L'ayant droit

« En cas de décès de l'auteur, le droit d'auteur est transmis aux héritiers. Ceux-ci n'héritent pas seulement des droits patrimoniaux, mais également des prérogatives découlant du droit moral. En particulier, ils sont habilités à octroyer des autorisations d'utilisation, à négocier de nouvelles cessions et à défendre les œuvres protégées contre tout acte lésant l'intégrité ou la personnalité de l'auteur décédé » (SSA, 2012). Ling ajoute que les cessionnaires (=pers. à qui une cession a été faite) du droit d'auteur (et pas seulement les héritiers) peuvent aussi être des ayants droit, du fait que le droit d'auteur (du moins sa composante patrimoniale) est cessible<sup>147</sup>.

## La société de gestion ProLitteris comme ayant droit

« Il arrive souvent qu'un auteur ne puisse pas gérer lui-même ses droits ou qu'une gestion individuelle ne fasse pas sens. Dans ces cas, les sociétés de gestion jouent un rôle d'intermédiaire important. [...] Cette gestion collective sert les intérêts des utilisateurs, mais garantit aussi que les artistes et créateurs perçoivent une rémunération équitable » (IPI, 2018). Il y a 5 sociétés de gestion en Suisse ; elles sont réparties selon les catégories d'œuvres : SUISSIMAGE (œuvres audiovisuelles), PROLITTERIS (œuvres littéraires, photographiques, arts visuels), SUISA (œuvres musicales), SUISSPERFORM (droits voisins), SSA (œuvres théâtrales).

La société de gestion ProLitteris gère certains droits patrimoniaux des photographes prévus à l'art. 40 de la LDA<sup>148</sup> (IPI, 2015). Si on est propriétaire d'une œuvre, dont les droits sont gérés par ProLitteris, on ne peut pas l'utiliser librement. Il faut l'autorisation de ProLitteris et payer. Il faut aussi citer la société dans le copyright. « L'autorisation de reproduction est subordonnée à la mention du nom de l'auteur, du titre de l'œuvre, du signe ©, de l'année et du nom de la société » (Jean et al. 2017, p.5).

## Durée de protection de l'œuvre, domaine public

(SSA) La protection par le droit d'auteur est limitée dans le temps. Elle prend fin 70 ans après la mort de l'auteur (art. 29 al. 2 LDA). Le délai de protection commence à courir le 31 décembre de l'année dans laquelle l'auteur est décédé (art. 32 LDA). Les œuvres d'auteurs décédés depuis plus de 70 ans se trouvent dans le domaine public et elles peuvent être utilisées librement, sans qu'une autorisation soit nécessaire<sup>149</sup>.

Si l'œuvre a été créée par plusieurs personnes, la protection se termine 70 ans après le décès du dernier coauteur survivant (art. 30 LDA).

Si l'auteur est inconnu, le délai de protection appliqué est de 70 ans à partir de la divulgation de l'œuvre (IHEID, 2018). L'IPI dit que si la date exacte du décès n'est pas connue, la protection cesse et l'œuvre entre dans le domaine public dès le moment où on peut supposer que l'auteur est mort depuis plus de 70 ans (IPI, domaine public, 2018)<sup>150</sup>.

---

<sup>147</sup> cf. note précédente

<sup>148</sup> Le droit de reproduction en dehors de l'usage privé ou le droit de créer des œuvres dérivées ne sont, par exemple, pas gérés par des sociétés de gestion, Ling (cf. note précédente)

<sup>149</sup> ProLitteris. Questions relatives au droit d'auteur en général, s.d., <https://prolitteris.ch/fr/bases/questions-reponses/questions-relatives-au-droit-dauteur-en-general/>

<sup>150</sup> Fiche d'information sur le domaine public :

[https://www.ige.ch/fileadmin/user\\_upload/schuetzen/urheberrecht/dfie/Antworten\\_auf\\_Fragen\\_zur\\_Gemeinfreiheit\\_Public\\_Domain\\_DE\\_FR\\_IT\\_EN.pdf](https://www.ige.ch/fileadmin/user_upload/schuetzen/urheberrecht/dfie/Antworten_auf_Fragen_zur_Gemeinfreiheit_Public_Domain_DE_FR_IT_EN.pdf)

## Domaine public

L'IPI (2018) s'est intéressé au domaine public<sup>151</sup> et explique que cette « notion désigne les contenus qui ne sont pas ou plus protégés par le droit d'auteur et qui sont donc librement accessibles. Il n'est pas possible de limiter leur accès par le droit d'auteur, ni le soumettre à un paiement ». Font donc partie du domaine public les œuvres dont l'auteur est décédé depuis 70 ans et toutes les créations qui n'ont pas de caractère individuel ou ne sont pas des œuvres au sens de la loi. L'IPI ajoute qu'un auteur n'est pas directement habilité à « léguer » une œuvre au domaine public. Il peut, cependant, tolérer les atteintes au droit d'auteur, renoncer aux poursuites judiciaires ou il peut opter pour une licence Creative Commons ou une licence similaire qui sont très proches du domaine public. Une personne ne peut pas non plus revendiquer la protection du droit d'auteur pour une œuvre qui appartient au domaine public. C'est un délit de tromperie. Si elle revendique des redevances, c'est un enrichissement illicite (IPI, 2018).

## Œuvres orphelines

Ce sont les œuvres dont on ne connaît pas les auteurs ou les ayants droits. Elles sont soumises depuis 2012 en Europe à une loi qui permet la numérisation et l'accès légal en ligne sans violer le droit d'auteur (Moch, 2013 qui renvoie à un art. du figaro du 4.10.12).

## Droits réservés (DR)

« La mention DR (droits réservés) peut être insérée lorsque, après recherches, l'auteur reste introuvable, étant entendu que les droits lui seraient reversés s'il se manifestait et prouvait la paternité de l'œuvre. Cependant, la mention DR fait l'objet de nombreux abus dans la presse, l'édition et sur Internet, dans des cas où des recherches de paternité n'ont même pas été réalisées » (Ooreka, 2018).

## Notice de copyright ©

« [...] Contrairement au droit des marques ou des brevets, le droit d'auteur naît dès le moment où une œuvre est créée. [...] Mentionner sur un site que « toute reproduction est interdite » ou que « tous les droits sont réservés » est totalement inutile pour « faire exister » un droit d'auteur sur le contenu du site » (Charlet, 2017).

« Faire apparaître le sigle © en y adjoignant le nom du ou des titulaires des droits d'auteur est issu du droit américain et la tendance a été reprise partout ailleurs » (Charlet, 2017). Cet ajout est très pratique et tout le monde le connaît. « Afin d'éviter d'être harcelé de demandes, [l'auteur] a tout intérêt à afficher publiquement à quelles conditions son œuvre peut être utilisée [...], créer une page sur [son] site et expliquer aux internautes ce qu'ils peuvent faire avec [l'] œuvre » (Charlet, 2017).

## ©Tous droits réservés

La mention « tous droits réservés » vient de l'Amérique. Elle servait à signaler l'existence d'un droit d'auteur jusqu'en 1989. Elle signifiait que le titulaire des droits d'auteur se réservait tous les droits d'exploitation sur le contenu. On y ajoutait souvent l'année de création de l'œuvre. Elle est superflue aujourd'hui, mais reste encore utilisée (Tous droits réservés, 2017).

## Libre de droits

Une photo libre de droits peut être gratuite ou payante. Après l'avoir achetée ou téléchargée, on peut en faire ce qu'on veut, l'utiliser, la redistribuer, la modifier, etc. (Viancin, 2017). En termes strictement juridiques, la notion « libre de droits » n'existe pas. Cette expression très courante est en réalité trompeuse : aucune œuvre n'est « libre de droits », le droit moral ne

---

<sup>151</sup> cf. note précédente

peut être cédé (Ooreka, 2018). « L'image appartient toujours à son auteur et ne confère à l'utilisateur aucun droit d'auteur sur celle-ci »<sup>152</sup>. L'utilisateur doit toujours mentionner le nom de l'auteur et tenir compte des éventuels droits des personnes représentées sur les photographies. « La notion de contenus « libres de droits » doit donc être distinguée de celle des contenus placés sous licences libres, notamment les Creative Commons. Ces licences confèrent à tout le monde, par avance, un certain nombre de libertés sur l'œuvre. »<sup>153</sup>

#### Droit à l'image, model released

« [...] Le droit à l'image s'applique aux personnes qui figurent sur les photos. Toute personne a droit au respect de son image et peut s'opposer à être photographiée ou voir sa photo postée sur internet » (Viancin, 2017).

Avant toute utilisation d'une image représentant des personnes, on doit obtenir l'autorisation de publier ladite image auprès des personnes représentées. La mention « model released » portée sur l'image signifie que les autorisations requises ont été obtenues par l'auteur (ASBI, 2017, p.7).

Viancin (2017) rappelle qu'« il y a des contextes où on est autorisé à prendre des photos sans obtenir l'autorisation des gens : quand on couvre un événement d'actualité, un événement historique que l'on photographie une personne connue dans l'exercice de ses fonctions, etc. » (cf. aussi pt. 2.2.1).

En cas d'atteinte au droit à l'image, le lésé peut tenter une action en prévention de l'atteinte (art. 28a al. 1 ch. 1 CC), une action en cessation de l'atteinte (art. 28a al. 1 ch.2 CC), une constatation du caractère illicite de l'atteinte (art. 28a al. 1 ch. 3 CC) ou des actions réparatrices (art. 28a al. 3 CC) (IHEID, 2018).

#### Transmission des droits par contrat

Si des auteurs veulent transférer leurs droits patrimoniaux à des tiers, entièrement ou partiellement, ils concluent pour cela un contrat (CCDL 3.4.1, 2017). Ceux qui l'acquièrent ne deviennent pas auteurs, mais titulaires du droit (CCDL, 3.4, 2017). Le droit moral ne peut jamais être cédé. Le contrat devrait être fait par écrit et fixer la teneur et l'étendue exactes du transfert de droits (cf. CCDL, 2018, pt. 3.4.1 et Camille, 2017).

#### Contrat de cession (des droits)

Le contrat de cession des droits d'auteur est un acte juridique. L'auteur cède ses droits patrimoniaux sur une œuvre. Ce contrat est translatif de propriété intellectuelle. Il peut être relié à la notion de vente (Sharelex, 2014a). L'auteur ne peut plus exploiter lui-même son œuvre (Camille, 2017).

#### Contrat de licence

Si des auteurs n'ont pas envie d'abandonner leurs droits en les transférant à d'autres personnes, ils peuvent concéder de simples droits d'utilisation qu'on appelle « licences ». Les utilisateurs dits « preneurs de licence » acquièrent uniquement, de la part de l'auteur, l'autorisation de faire usage des droits de ce dernier d'une manière déterminée (CCDL, 2018, 3.4.3. Ce type de contrat permet à l'auteur de rester propriétaire de l'œuvre. Il s'agit d'une location lorsqu'il est conclu à titre onéreux et d'un prêt lorsqu'il est conclu à titre gratuit (Camille, 2017). Le droit d'utilisation concédé ne peut pas être transféré à des tiers à moins qu'une sous-licence ne soit autorisée. En principe, les auteurs pourront également concéder

---

<sup>152</sup> Tiré de : Les images libres de droits. *Droit-Image*, s.d. <http://www.droit-image.com/les-images-libres-de-droits.html>

<sup>153</sup> Tiré de : Focus : Que signifie « libre de droits » ? Agence du patrimoine immatériel de l'Etat, *Economie.gouv.fr*, s.d., <https://www.economie.gouv.fr/apie/focus-que-signifie-libre-droits>



à d'autres personnes d'autres licences sur leurs œuvres, à condition de ne pas avoir concédé au preneur de licence une licence exclusive (CCDL, 2018, pt. 3.4.3).

#### Licence exclusive / non-exclusive

La licence peut être exclusive, c'est-à-dire que seul le preneur est autorisé à utiliser l'œuvre, ou non exclusive, ce qui permet au donneur de licence d'accorder d'autres licences à des personnes tierces (Charlet, 2011).






Les réseaux sociaux demandent généralement aux internautes de leur accorder une « licence non-exclusive » plus ou moins étendue sur leurs contenus. « Une désignation qui signifie que le site qui héberge le contenu s'autorise à l'utiliser à des fins définies dans ses conditions d'utilisation, mais n'enlève pas les droits de son propriétaire, qui peut le proposer sous licence ou accorder son autorisation d'utilisation à une autre entité et sous ses propres conditions » (œillet, 2012).

#### Licence légale

On parle de licence légale lorsque l'utilisation d'une œuvre est autorisée par la loi et non par un contrat. La loi prévoit généralement une rémunération de l'auteur ou du titulaire des droits et cette rémunération ne peut être perçue que par une société de gestion (Wehrin, 2011, p.19 ; Salvadé, 2015, p.11). L'usage privé personnel reste, bien sûr, licite et gratuit.

#### Licences Creative Commons (cf. 2.4.5)














Les Creative Commons<sup>154</sup> sont des licences qui permettent de mettre en ligne des contenus à titre gracieux. On dit aussi que ce sont des licences de diffusion. Le but est d'encourager de manière simple et licite la circulation des œuvres. Un auteur peut publier son œuvre sur Internet et définir à l'avance comment elle peut être utilisée par des tiers. Une des particularités de ces licences est qu'elles peuvent être représentées par des signes visuels aisément compréhensibles.

-  **Attribution = Paternité** (sigle **BY**) : l'œuvre peut être librement utilisée, à la condition de l'attribuer à l'auteur en citant son nom.
-  **Non Commercial = Pas d'utilisation commerciale** (sigle **NC**) : interdiction de tirer un profit commercial en utilisant l'œuvre ou son adaptation.
-  **No derivative works = Pas d'œuvres dérivées, pas de modification** (sigle **ND**) : interdiction de modifier ou d'adapter l'œuvre
-  **Share alike = Partage dans les mêmes conditions** (sigle **SA**), aussi appelé « copyleft » : obligation de rediffuser l'œuvre, éventuellement modifiée, selon la même licence ou une licence similaire à celle de l'œuvre originale.
-  Il existe aussi la licence **CC0 (Zero)** : le créateur renonce à ses droits ; il place ses données dans le domaine public (Almansi, 2010 ; Wikipedia, Licence Creative Commons).

---

<sup>154</sup> Ce sont les licences les plus courantes. L'IPI (2015) cite aussi Apache et GNU

## Les 6 licences Creative Commons

Désignation complète du contrat	Terme abrégé désignant la licence	Symboles désignant la licence			
Paternité	CC-by				
Paternité Partage des conditions initiales à l'identique	CC-by-sa				
Paternité Pas de modification	CC-by-nd				
Paternité Pas d'utilisation commerciale	CC-by-nc				
Paternité Pas d'utilisation commerciale Partage des conditions initiales à l'identique	CC-by-nc-sa				
Paternité Pas d'utilisation commerciale Pas de modification	CC-by-nc-nd				

Tiré de : libres-savoirs région centre<sup>155</sup>

« Une licence de diffusion est dite *libre* si elle accorde aux utilisateurs les droits suivants :

- l'usage de l'oeuvre (lecture, reproduction)
- la modification (amélioration, extension, transformation, traduction, incorporation de l'oeuvre dans une autre) pour créer une oeuvre dérivée ;
- la diffusion de l'oeuvre initiale ou dérivée, même à titre commercial » (Fily, 2015).

La licence est dite de *libre diffusion* si la déclaration publique confère seulement certaines des libertés susmentionnées (Fily, 2015).

Les questions juridiques que soulèvent les CC sont traitées par Salvadé (2015 p.172-5) et les limites sont décrites par Fily (2015 p.3). Les licences Creative Commons ne peuvent, par exemple, pas faire l'objet d'une révocation permettant de revenir à un régime de protection du droit d'auteur. Leur application est définitive. Les droits patrimoniaux ne peuvent pas non plus être cédés à un éditeur au préalable (Fily, 2015).

Copyleft, partage à l'identique 

Le copyleft est l'autorisation donnée par l'auteur d'étudier, utiliser, modifier son oeuvre pour autant que l'oeuvre dérivée soit publiée avec ces mêmes libertés. On parle aussi de partage à l'identique. Celui qui modifie, corrige une oeuvre est contraint de laisser ses successeurs modifier sa propre contribution. Les nouvelles oeuvres héritent du statut « copyleft ». L'oeuvre peut donc évoluer (Wikipedia, copyleft).

<sup>155</sup> Dremeau, Isabelle. Les licences Creative Commons facilitent l'élaboration et l'exploitation de ressources pédagogiques, *Libres savoirs*, s.d.  
<https://libres-savoirs.regioncentre.fr/uPortal/espace/informations/article/3169>

## Annexe 17 : Cas d'utilisation des images

Les interviews et questionnaires en ligne ont permis de mieux savoir ce que les utilisateurs faisaient des reproductions d'images qu'ils demandaient aux musées, à quelle fin ils demandaient des images. Chaque cas d'utilisation est accompagné de sa démarche légale. Cette annexe résume ce qui a été dit plus haut dans le travail.

### Quelle utilisation peut-on faire des photos dont les musées sont titulaires des droits ?

Utiliser une image à titre privé, pour un travail d'étude

L'utilisation de l'image est tout à fait légale et ne nécessite pas de demande d'autorisation. Le nom de l'auteur et les références de l'œuvre doivent être cités. Il faut respecter l'œuvre et ne pas la modifier.

Utiliser une image dans le cadre de l'enseignement ou au sein des entreprises et institutions à des fins d'information ou documentation interne

Cette utilisation fait partie de l'usage privé d'après l'art. 19 de la LDA ; elle ne nécessite pas l'accord de l'auteur, mais est, en principe, payante via les sociétés de gestion (LDA, art. 19-20, 40).

Utiliser une photo pour une publication scientifique

Les publications scientifiques englobent en général les études des chercheurs, les travaux des étudiants. « Les musées présentent une forte propension à mettre à disposition gratuitement des contenus à des fins de formation et de recherches ainsi que pour des projets d'utilité publique [...] », dit Estermann (2015, p.7). L'usage scientifique ne constitue pas une restriction au droit d'auteur et nécessite, en principe, l'autorisation de l'auteur et peut être soumis à une rémunération. Si la publication passe par un éditeur et qu'elle permet de dégager des bénéfices, les musées tendent à facturer les images.

Utiliser une photo pour une publication en open access

L'open access est né avec internet. C'est « la mise à disposition immédiate, gratuite et permanente sur internet des publications scientifiques issues de la recherche et de l'enseignement » (Couperin, s.d. b). Les auteurs concèdent aux utilisateurs une licence qui leur permet de copier, utiliser, distribuer l'œuvre (Bernault, 2016). L'exploitation des œuvres est souvent réglée avec les Creative Commons. Les photos pour les écrits placés dans les archives institutionnelles (green road + modèle diamant ou platine) sont généralement offertes par les musées, car les textes ne sont souvent pas publiés et les chercheurs ne comptent pas en tirer un avantage financier. Les photos pour les publications en open access qui passent par un éditeur (gold road + hybrides) sont souvent offertes aussi, parce que ce sont, en définitive, les pouvoirs publics, donc les contribuables qui financent la publication et versent l'argent aux bibliothèques pour qu'elles puissent souscrire à des abonnements (cf.2.5.1.1-2).

Utiliser une photo dans un but commercial, pour une publication imprimée via un éditeur, pour des affiches, films, produits dérivés, etc.

Selon les résultats du questionnaire en ligne, 60% des musées font payer les photos si elles servent à illustrer des publications qui seront vendues. Selon la loi, « toute numérisation et mise en ligne d'une œuvre protégée par le droit supposent en principe l'autorisation de l'ayant droit puisque cela concerne les droits patrimoniaux (droit de reproduction pour la numérisation

et droit de distribution pour la mise en ligne) » (Benhamou, 2015). La rémunération dépend des titulaires des droits.

#### Utiliser une photo pour éditer un catalogue de musée ou une exposition

« L'exception de catalogue (LDA, art. 26) permet au musée de reproduire les images de son catalogue d'exposition sans l'autorisation des ayants droit [...] » (cf. Benhamou 2015, p.10). Si un musée demande une photo à un autre musée pour compléter un catalogue ou un panneau d'exposition, l'exception ne s'applique plus. Selon l'art. 26 de la LDA, la reproduction d'œuvres est possible sans indemnisation si le catalogue est édité par l'administration de la collection pendant que celle-ci est accessible au public.

#### Utiliser une image pour la presse

Des images pour la presse sont souvent disponibles sur les sites web des musées<sup>156</sup>. Dans les grands musées, ce sont les personnes du marketing ou de la communication qui s'occupent des photos pour la presse. Les journalistes doivent parfois s'inscrire ou se loguer pour les obtenir. Les journalistes doivent reprendre les légendes et les mentions de copyright qui accompagnent les photos. Ils doivent parfois faire parvenir un exemplaire justificatif au musée.

Les images sont gratuites, car elles servent à promouvoir le musée ou une de ses expositions. La diffusion d'une œuvre à des fins d'informations sur des sujets d'actualité est aussi une des restrictions au droit d'auteur (LDA, art. 28, comptes rendus d'actualité).

#### Utiliser une image pour illustrer un site web ou un blog

L'utilisation des images sur des sites web ou des blogs est soumise à la LDA au même titre que les autres types de publication. L'art. 10 de la LDA, al. 2 let. c dit que les auteurs ont le droit exclusif de décider de l'utilisation de leurs œuvres, qu'ils ont le droit de les mettre à disposition par quelque moyen que ce soit (Leuenberger, 2014). C'est donc ici par l'intermédiaire d'internet que les contenus sont rendus accessibles. Il faut l'accord des auteurs pour utiliser leur œuvre et prévoir éventuellement le paiement d'une redevance (Leuenberger, 2014). Benhamou (cité par Grand, 2017) dit aussi que les blogs n'entrent pas dans l'usage privé, il faut donc partir du principe qu'il en va de même pour les sites web.

#### Utiliser une image pour la mettre sur les réseaux sociaux

« En théorie, pour les réseaux sociaux, il faudrait demander une autorisation de l'artiste, sauf si on a un nombre d'amis ou de suiveurs relativement restreint et que l'on connaît bien » dit Benhamou (cité par Grand, 2017).

#### Partager les images que le musée met sur les réseaux sociaux

Les images que les musées mettent sur les réseaux sociaux semblent utilisables sur les réseaux sociaux uniquement. Il est écrit dans les CGU de Facebook, par exemple, que si l'utilisateur publie du contenu avec le paramètre « public », cela signifie qu'il permet à tout le monde, y compris aux personnes qui n'utilisent pas le réseau, d'accéder à ces informations et de les utiliser. En réalité, l'utilisateur du réseau ne semble toutefois pas bénéficier de la même licence que les administrateurs du réseau, il ne peut utiliser l'œuvre d'autrui que sur le même réseau ou les réseaux « partenaires », il ne peut pas la publier ailleurs (cf. pt. 2.5.1.3) (Cahen, 2012 ; Mathias, 2013).

---

<sup>156</sup> Exemple de la fondation Gianadda à Martigny :  
[http://www.gianadda.ch/260\\_presse\\_et\\_medias/262\\_images\\_disponibles/](http://www.gianadda.ch/260_presse_et_medias/262_images_disponibles/)

Partager sur les réseaux sociaux les images du site du musée

Le titulaire d'un site internet qui met une barre de partage, des boutons de partage sur son site permet aux utilisateurs de reprendre et diffuser les contenus. Il améliore ainsi la visibilité de ses articles. Comme l'auteur rend lui-même possible la transmission des données sur les réseaux sociaux par ce bouton, il consent à la diffusion de l'article, il encourage sa reproduction, mais il reste titulaire des droits moraux sur son œuvre (Cahen, 2011).

Le musée peut-il réutiliser les images que les internautes publient sur les réseaux sociaux ?

« [Oui, mais] le musée devra alors préciser, sur la page dédiée de ces réseaux, que les internautes cèdent les autorisations nécessaires au musée. Le musée doit également être conscient qu'il ne sera pas le seul à pouvoir réutiliser ce contenu puisque les réseaux sociaux eux-mêmes ont l'autorisation de réutiliser le contenu via leurs CGU » (Benhamou, 2015, p. 11).

### Comment doit-on citer les photos dont le musée détient les droits ?

Le musée est mentionné dans le copyright. Le nom du photographe devrait l'être aussi en principe, car le droit de paternité (droit d'être nommé comme auteur) fait partie des droits moraux qui sont incessibles. Le photographe peut, toutefois, renoncer à son droit de paternité. C'est le contenu du contrat par lequel le photographe a cédé ses droits au musée qui dicte la réponse. Souvent les droits reviennent à l'organisation qui a commandité l'œuvre (cf. Mattatia, 2017, p.18) « Si [...] un auteur crée une œuvre dans le cadre d'un contrat de travail, d'un mandat [...], le titulaire du droit est l'employeur » (SSA, 2012).

### Quelle utilisation un particulier peut-il faire des photos dont le musée ne détient pas les droits ?

Les photos dont le musée n'a pas les droits ne peuvent être cédées par le musée. Des musées comme l'Elysée se charge de faire l'intermédiaire entre les utilisateurs et les auteurs ou ayants droits<sup>157</sup>. D'autres comme le MAH invite l'utilisateur à contacter l'auteur ou son ayant droit (selon interview).

Un musée n'a pas le droit de mettre des images sur son site internet sans l'autorisation de l'ayant droit. S'il obtient l'autorisation et met les images sur son site internet, le particulier ne pourra que les consulter ou les utiliser à titre privé.

### Comment doit-on citer les photos dont le musée ne détient pas les droits ?

C'est le photographe ou l'ayant droit qui doit être mentionné à côté de la photo.

### Un particulier peut-il faire des photos au musée ou sur un site archéologique ? Et quelle utilisation peut-il faire de ces photos ?

Les visiteurs ont-ils le droit de photographier des œuvres dans les salles d'exposition ?

« Oui, pour leur usage privé uniquement et pour autant qu'ils ne diffusent pas la photographie

---

<sup>157</sup>[http://www.elysee.ch/fileadmin/user\\_upload/elysee/Collections/consultation/Documents/ObligationsDeLUtilisateur.pdf](http://www.elysee.ch/fileadmin/user_upload/elysee/Collections/consultation/Documents/ObligationsDeLUtilisateur.pdf)

au-delà de leur famille et cercle d'amis proches ni ne la publient sur un média social [si l'objet n'est pas tombé dans le domaine public]. Il n'incombe pas au musée de veiller à ce que les visiteurs respectent le droit d'auteur ni jusqu'à quel point ils le font, sauf s'il est informé d'une violation en la matière ; dans ce cas, le musée devra prendre les mesures qui s'imposent compte tenu des circonstances. En tant que maître des lieux, il peut aussi interdire aux visiteurs de photographier dans ses salles les œuvres du domaine public, notamment pour des raisons de conservation. De nombreux contrats de prêts le prescrivent d'ailleurs expressément » (Jean et al., 2017, p.7) (cf. 2.5.3).

Photographier les visiteurs du musée ? (droit à l'image)

« Oui. Les visiteurs qui se trouvent dans des lieux ouverts au public peuvent être photographiés en leur qualité de public. La photographie peut être publiée. Il est toutefois interdit d'isoler un personnage et d'utiliser ce gros plan car chaque visiteur a un droit à sa propre image (protection des droits de la personnalité). Des personnes isolées ne peuvent donc être photographiées sans leur consentement » (Jean et al., 2017, p.7).

Photographier les ruines ou vestiges archéologiques

Oui, selon l'exception de panorama (LDA, art. 27) (cf. lexique juridique)

**Un musée peut-il photographier ses propres collections prêtées et exposées dans une autre institution ?**

Non. Même si le musée est propriétaire des objets et en détient les droits, il doit demander une autorisation, car le concept d'exposition, la scénographie de même que les textes d'accompagnement, pour autant qu'on puisse les considérer comme des œuvres, sont protégés par le droit d'auteur. L'AMS fournit davantage d'informations à ce sujet (Jean et al., 2017).

## Annexe 18 : Exemple CGU des photos

### **Conditions générales d'utilisation des documents photographiques du SMRA**

Le SMRA est une institution du canton de Vaud ; il est rattaché au service des affaires culturelles (SERAC) et au Service Immeubles, Patrimoine et Logistique (SIPaL).

#### **Objet**

Les présentes conditions générales d'utilisation régissent l'utilisation des images du SMRA.

#### **Droits liés aux documents photographiques**

Les images accessibles sur le site du SMRA sont pour la plupart des reproductions numériques d'œuvres tombées dans le domaine public. Le musée est titulaire des droits de toutes les photographies.

#### **Droits d'utilisations, de reproductions**

- **Utilisation commerciale**

La réutilisation des contenus visuels générant des revenus doit être soumise à notre approbation. Veuillez nous contacter par mail.

- **Utilisation non commerciale**

L'utilisation non commerciale des documents photographiques présentés sur ce site est gratuite. Une demande peut être faite en ligne / via le formulaire pour obtenir une photo en haute résolution. Les images sont mises à disposition selon les termes de la licence Creative Commons CC - BY - ND - NC (Attribution, non commercial, pas de modification)

#### **Mentions obligatoires**

La mention suivante est obligatoire pour toute publication : AVENTICVM – Site et Musée romains d'Avenches.

#### **Modification d'images**

Toute modification de l'image initiale, telle que recadrage, détail ou autre, doit être soumise à l'approbation du musée.

#### **Justificatif de la publication**

Le Musée romain d'Avenches demande à l'utilisateur un exemplaire justificatif du support dans lequel les œuvres ont été reproduites. Cet exemplaire est à remettre lors de la parution. Pour la publication d'une photo sur un site internet ou un blog, nous vous demandons de nous envoyer un mail pour nous aviser de la publication.

#### **Réseaux sociaux**

Les images présentes sur la page Facebook peuvent être repartagées sur le même réseau ou les réseaux partenaires, mais ne peuvent pas être exploitées ailleurs sans autorisation.

#### **Droit applicable et for**

Le présent contrat est soumis à la loi suisse. Les parties conviennent de s'efforcer de régler à l'amiable toute contestation relative à l'interprétation et / ou de l'inexécution du présent contrat. A défaut d'accord amiable ou en cas de litige, le for juridique est établi à Lausanne, en Suisse.

#### **Contact**

Pour tout renseignement, vous pouvez adresser un courriel à l'adresse suivante : [musee.romain@vd.ch](mailto:musee.romain@vd.ch)

*Date de mise à jour*

## Ajouts d'autres conditions ou règles dans d'autres onglets

Dans l'onglet « Musée » ajouter « Règlement de visite »

### **Prises de vue au musée**

#### **Photos des oeuvres**

Dans les salles du musée, les œuvres peuvent être photographiées pour l'usage privé. Les flashes et autres dispositifs d'éclairage de même que l'utilisation de trépieds sont prohibés.

Une demande écrite doit nous parvenir pour utiliser à des fins commerciales les photos prises dans le musée. Veuillez écrire un mail à : [musee.romain@vd.ch](mailto:musee.romain@vd.ch)

#### **Photos des visiteurs**

« Les visiteurs qui se trouvent dans des lieux ouverts au public peuvent être photographiés en leur qualité de public. La photographie peut être publiée. Il est toutefois interdit d'isoler un personnage et d'utiliser ce gros plan car chaque visiteur a un droit à sa propre image (protection des droits de la personnalité). Des personnes isolées ne peuvent donc être photographiées sans leur consentement écrit et sans précision de l'objectif autorisé » (Jean et al. 2017).

Dans l'onglet « Monuments » ajouter « Prises de vues »

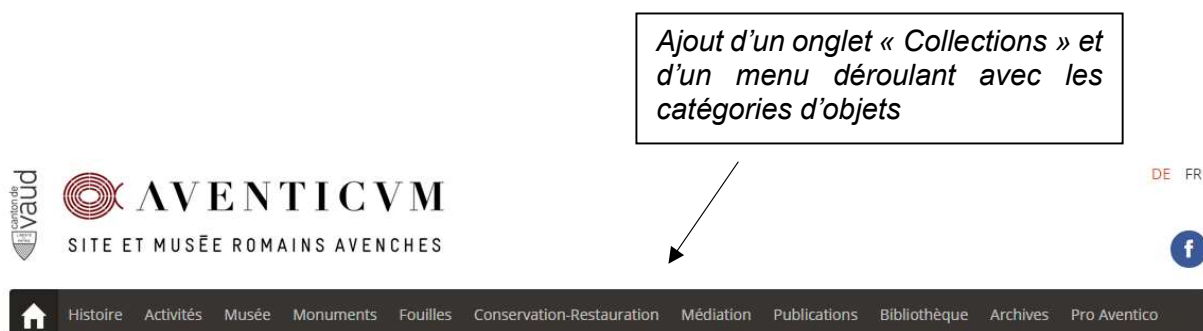
« Les sites archéologiques peuvent être photographiés, filmés et les reproductions peuvent être utilisées librement » (Wehrlin, 2011, p.22).

Dans un onglet « Presse »

Bienvenue dans l'espace presse. Des visuels pour la promotion du musée sont disponibles sur inscription, ils permettent d'illustrer vos articles et reportages. La mention AVENTICVM – Site et Musée romains d'Avenches est obligatoire.



## Annexe 19 : Exemple de présentation des collections



Présentation des catégories d'objets dans l'onglet « collections » (pour le design cf. par exemple le Louvre : <https://www.louvre.fr/departements> ou galerie photos du musée d'ethnographie NE : <https://www.men.ch/fr/galerie-de-photos/galerie-2015-2017/> )



Céramique



Inscriptions



peintures



Monnaies

etc.

En sélectionnant une des catégories, on arrive aux notices des objets (cf. page suivante)

## COLLECTIONS

### Monnaies

Peintures

Lapidaires

Céramique

Verre

Inscriptions

Etc.



CC - BY - NC - ND

n° d'inventaire :

titre :

auteur :

description :

date, période :

dimension :

technique :

lieu de découverte :

provenance :

copyright :

etc.

commande



[Conditions  
générales  
d'utilisation  
des photos](#)

*Lien vers CGU*



CC - BY - NC - ND

n° d'inventaire :

titre :

auteur :

description :

date, période :

dimension :

technique :

lieu de découverte :

provenance :

copyright :

etc.

commande



Lien vers formulaire de commande, cf. par ex. celui du MAH :  
<https://www.ville-ge.ch/musinfo/bd/mah/phototheque/>