

Briefing Shooting Photo

Présentation du client

L'entreprise, son identité :

Les valeurs de la marque :

Son positionnement :

Ses concurrents :

Ce qu'elle vend, le projet :

Les coordonnées à faire figurer sur la facture :

Nom :

Prénom :

Raison sociale :

Adresse complète :

Numéro de téléphone :

Email :

SIRET :

Le Projet

Afin de déterminer de façon juste le prix correspondant aux **droits d'auteurs**, j'ai besoin que vous répondiez à ces questions. Réfléchissez-bien, c'est primordial :

Combien de temps souhaitez-vous pouvoir utiliser mon travail ?

1 mois

1 an

2 ans

3 ans

5 ans

10 ans

15 ans

autre :

Dans quel périmètre géographique aller vous utiliser mon travail ?

- Régional
- national
- européen
- mondial

Quelle sera la visibilité des photos dans l'espace-temps (en fonction de votre notoriété et des usages prévus des images) :

- faible - 10 %
- moyenne - 30 %
- forte - 70 %
- très forte - 100 %

Et enfin, souhaitez-vous avoir l'exclusivité sur mon travail ?

- Oui
- non

Description du sujet

Quel(s) produit(s) doit être pris en photo (listez-les éventuellement) :

Un décor intérieur (soyez précis) :

Aspects à mettre en valeur :

Ou à cacher (une étiquette, une marque...):

Les objectifs

Atmosphère :

Message à faire passer :

Format et support

Supports de communication ? (argumentaire de vente, site internet, insertion publicitaire, affichage urbain, newsletter, réseaux sociaux).

Si oui, lesquels ? Facebook, Pinterest, Twitter, Instagram...

Orientation de la photo : paysage, portrait, 1×1, 2×3...

Les livrables

De combien d'images avez-vous besoin :

La date de remise des éléments :

Résolution (pixels) :

Format d'enregistrement des images (TIFF, JPEG...) :

Le(s) produit(s) doivent ils être renvoyés ? **Si oui, cela est à vos frais.**

Le public cible

Est-ce destiné à votre clientèle principale ?

Ou un nouveau marché dans lequel vous vous développez ?

À qui le contenu est destiné :

Type d'audience spécifique :

Détaillez ce qui est important pour cette audience :

Photos de référence

Présenter des exemples de photos, de plan, de composition, de décor...

Les photos

Couleur de fond ? Blanche, Unie, Lifestyle...

Intérieur ? Extérieur ?

Éléments de décor (une table, une chaise, une lumière...) :

Accessoires décoratifs :

Fourni(s) par le client ou par moi-même ?

Je ne fais le shooting qu'**une seule fois** (en aucun cas, je ne recommence une photo si elle ne vous plait pas). D'où l'importance d'être le plus précis possible, de me fournir tous les détails et tous les éléments que vous pensez nécessaires à la réussite de ses photos.

Logistique – Organisation

Photoshoot

Avant-Projet

Avant de démarrer quoi que ce soit, certaines informations doivent être déterminées et fixées. Il s'agit pour cela de répondre aux points cités précédemment. Ces données récoltées vont me permettre d'établir un devis plus précis, correspondant à votre projet.

Ce devis vous sera transmis, vous aurez alors la possibilité de l'accepter, d'en discuter avec moi, ou tout simplement de le refuser.

Dès que le devis est accepté et signé, on peut mettre en route le projet :

- paiement du premier acompte,
- envoi des produits,
- réception des produits,
- réalisation du photoshoot,
- post-production,
- livraison des photos et de la facture, renvoi des produits.

Le paiement

Le paiement se fait donc **en 2 fois**, une fois le devis validé par le client : 50 % du montant du devis avant, 50 % du montant du devis à la réception des photos.
Soit par virement bancaire, soit par Paypal.

Vos produits

L'envoi des produits à mon domicile est **à votre charge**. Vous êtes prié de bien vouloir protéger autant que possible votre envoi si certains objets sont fragiles. Une fois que le photoshoot est terminé, j'ai la possibilité de vous renvoyer vos produits (**à vos frais**, montant que j'intègre à votre facture) ou alors, vous me permettez de les conserver.

La livraison des photos

La livraison des photos s'effectue via **WeTransfer** (gratuit, vous disposez alors de 7 jours pour télécharger vos fichiers). Le même jour vous est transmis la facture avec le montant restant à régler (et les frais de retour s'il y a).

Droits d'auteur et droits d'utilisation des photos

La photographie est soumise à de nombreuses règles juridiques qui s'imposent autant au photographe, qu'à ses modèles ou à ses clients. Par exemple, droits d'auteur et droits d'utilisation des photos sont souvent confondus, ce qui peut conduire à des litiges désagréables pour tout le monde.

Il est donc important de bien comprendre les enjeux et les articulations de ses différentes règles.

Droits d'auteur et droits d'utilisation des photos, quelles différences ?

Le droit d'auteur en photographie

Le photographe en tant que créateur d'une œuvre originale – la photo – bénéficie de la protection de ses droits d'auteur de manière automatique.

Le Code de la propriété intellectuelle n'exige aucune formalité particulière. Ce droit est exclusif et opposable à tous. Cela signifie que dès que le droit est acquis du fait même de la prise d'une photographie originale, il peut revendiquer la propriété de la photographie auprès de toute personne, entreprise ou organisme.

Dès lors qu'**une photo est protégée par le droit d'auteur, le photographe est titulaire de deux types de droits** :

- **Les droits moraux** qui **ne peuvent pas être cédés**. Il s'agit du droit pour le photographe d'**imposer la mention de son nom pour toute utilisation**, ainsi que la possibilité de s'opposer à toute diffusion sans son consentement, notamment si cela dénature son œuvre.
- **Les droits patrimoniaux** qui **peuvent être cédés** généralement en contrepartie d'une rémunération. Ils confèrent au photographe le droit d'autoriser ou non un tiers à utiliser ses photographies, éventuellement pour un usage commercial.

Les droits d'utilisation pour les photos

Le photographe **peut céder tous ses droits d'utilisation ou une partie seulement**. Ces droits se déterminent selon ces critères :

- La **durée de l'exploitation** par le bénéficiaire ;
- Le **territoire** sur lequel les photos peuvent être utilisées (la France, l'Europe, le monde entier, etc.) ;
- Les **types de support**. La cession peut porter uniquement sur l'utilisation numérique des photos, et exclure l'impression papier par exemple ;

- Le **nombre** de reproductions autorisées ;
- L'**usage commercial ou non** des photos. Le photographe peut interdire l'utilisation commerciale, particulièrement pour une campagne publicitaire ou la couverture d'un livre. Il peut également prévoir une rémunération spécifique pour ces utilisations.

La cession des droits d'utilisation sur les photos est donc limitée par nature. Cela est d'autant plus vrai, qu'en cas de litige, les juges ont une interprétation très stricte du contrat ou des conditions générales de vente. Ainsi, tout ce qui n'est pas prévu expressément au contrat est considéré comme restant la propriété du photographe.

En outre, sauf mention contraire, la personne à qui sont cédés les droits d'utilisation à l'obligation de mentionner le nom du photographe à chaque utilisation.