

LE SPORTIF, SPONSORISÉ PAR UNE MARQUE, EST-IL UN MANNEQUIN AU SENS DU CODE DU TRAVAIL ?

La question n'est pas sans importance pour ceux qui souhaitent promouvoir leur activité en bénéficiant de la notoriété des sportifs, l'enjeu étant la conclusion ou non d'un contrat de travail et les responsabilités qui en découlent.

Le Code du travail présume en effet que tout contrat par lequel une personne s'assure le concours d'un mannequin est un contrat de travail. Compte tenu de la définition du mannequin du Code du travail (*la personne notamment chargée de présenter un produit, un service ou un message publicitaire au public par reproduction de son image*), la question se pose de savoir si le sportif qui autorise un sponsor à exploiter un élément de sa personnalité, contre rémunération et aux fins de la promotion du sponsor, est un mannequin au sens du Code du travail.

A cette question, la Cour d'appel d'Aix en Provence a récemment répondu par la négative. Elle a jugé que « *La relation entre la société UHLSPORT FRANCE qui exploite le nom et la renommée des sportifs recevant compensation financière dans ce cadre est de nature commerciale et cette seule compensation ne peut suffire à permettre une requalification de ladite relation en une relation de travail telle qu'elle existe entre un employeur et un salarié, laquelle répond à des critères précis dont l'existence d'un lien de subordination* ».

En l'espèce, s'agissant de contrats « équipementier » conclus entre la société UHLSPORT FRANCE et des sportifs sponsorisés, l'URSSAF y voyait une activité de mannequinat et estimait que les sommes versées à ce titre devaient être soumises à cotisations. La Cour d'appel a refusé cette qualification, estimant notamment que les sportifs n'étaient pas obligés de participer à une quelconque manifestation ou démonstration de sorte que l'URSSAF ne pouvait pas bénéficier de la présomption de salariat et n'avait pas démontré l'existence d'un lien de subordination (pouvoir de direction, de contrôle ou de sanction).

En conclusion, un sportif autorisant un sponsor à exploiter son image, sa notoriété ou, plus généralement, un attribut de sa personnalité aux fins de promouvoir la marque ou les activités de son sponsor n'est pas un mannequin. Dans ce cas de figure, la conclusion d'un contrat de travail n'est pas requise, dès lors que le sportif n'est pas sous la subordination de son sponsor. La situation peut en revanche être plus complexe lorsque le sportif participe, à la demande du sponsor, à une séance de photographies et/ou à des événements promotionnels.



Romain SOIRON

Droit du sport
rsoiron@joffeassociés.com



Alwyn GOBARDHAN

Droit du sport
agobardhan@joffeassociés.com

