

LES MÉDIAS SOCIAUX POUR LES PHOTOGRAPHES



LA PHOTOGRAPHIE ET LES LOIS

Michel Proulx

**IL Y A DEUX SORTES DE
PHOTOGRAPHES,
LES VITES ET LES
MORTS!**

VIVRE SES PASSIONS PROFESSIONNELLEMENT

1) Un photographe doit comprendre le droit à l'image

**2) Un photographe doit savoir quoi faire
lorsque quelqu'un utilise une photo sans son autorisation**

3) Un photographe doit savoir combien vendre une photo

**4) Un photographe doit savoir comment archiver ses photos et gérer sa production
d'images pour les clients**

VIVRE SES PASSIONS PROFESSIONNELLEMENT

5) Un photographe doit savoir où se documenter et s'informer



VOS DROITS

VRAI OU FAUX ?

JE PEUX PRENDRE, OU ME FAIRE PRENDRE, UNE PHOTO SUR INTERNET CAR...:

Il n'y avait pas de mention de "copyright" sur la photo _____

C'est sur Internet alors c'est gratuit _____

C'est sur Google Image alors c'est gratuit _____

Mais je ne fais pas d'argent avec cette photo! C'est juste pour [mon blogue / mon site web personnel / mon Facebook] _____

Il y avait [le logo / le nom / l'adresse courriel] du photographe sur la photo. Il a mis ces informations pour se faire de la publicité lorsqu'on utilise sa photo, non? _____

Cette photo n'est pas assez [belle / originale] pour être protégé par droit d'auteur _____

Mais j'apparais sur la photo! Alors j'ai le droit de l'utiliser! _____

Je suis enseignant et j'ai besoin de cette photo pour mon cours d'univers social _____

vrai

LOI SUR LES DROITS D'AUTEUR

**Votre image peut être utilisée pour fins éducatives
sans licence.**

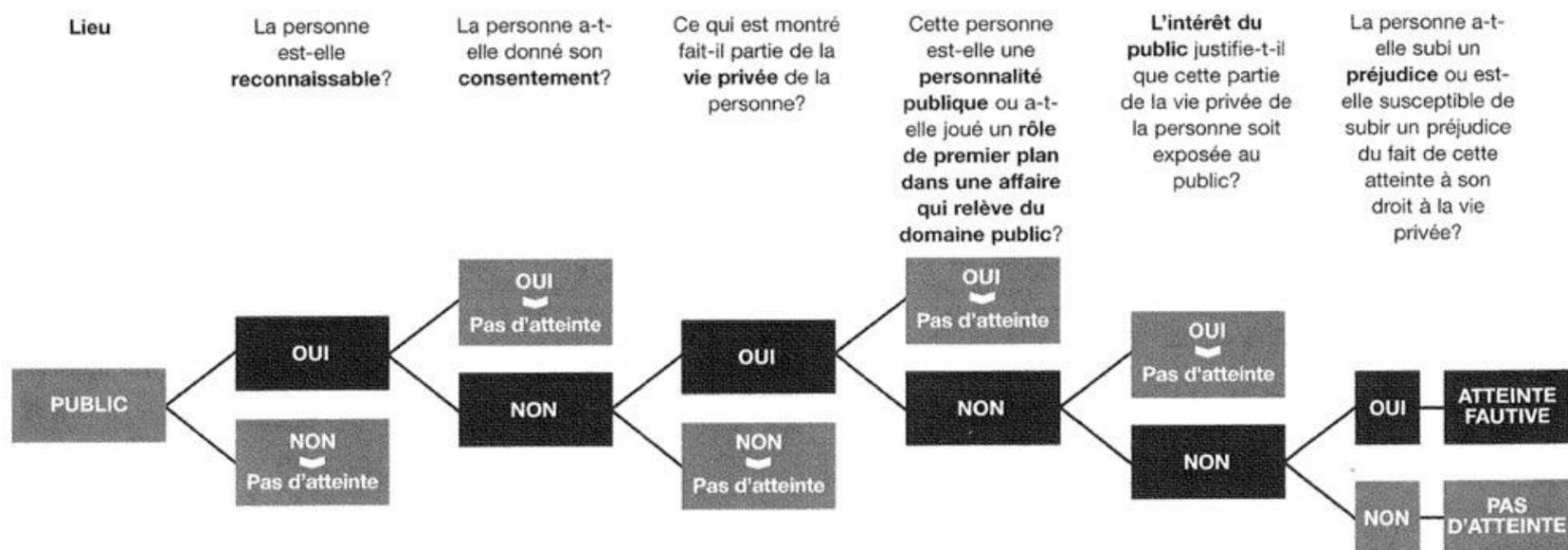


LOI SUR LES DROITS D'AUTEUR

Les **PARTICULIERS** possèdent d'emblée la licence, à moins d'une stipulation contraire

La solution pour contourner cet amendement et conserver pleinement le contrôle sur des œuvres, est de faire signer un contrat à ses clients, dans lequel on peut lire: « **Aucune reproduction n'est permise sans l'autorisation écrite de l'auteur.**»

Sommes-nous en présence d'un cas d'atteinte à la vie privée ou à l'image d'une personne?



Les personnes qui s'estiment lésées doivent démontrer l'intention coupable de celui qui diffuse les images sauf en matière de diffamation où la charge de la preuve est renversée.

LES MÉDIAS SOCIAUX POUR LES PHOTOGRAPHES



Et pourtant, c'est tout faux!



Ça vous semble familier comme affirmations?

- La photo est sur Facebook alors est maintenant dans le domaine public.**
- Tu as mis ta photo sur Twitter et c'est maintenant Twitter qui a les droits sur cette photo**
- Tu as posté ta photo sur Instagram alors maintenant tout le monde peut l'utiliser et même la revendre sans te le demander.**

MÉDIAS SOCIAUX

La vision légale de la propriété des MS

La norme des pros...

L'ASSOCIATION CANADIENNE DES CRÉATEURS PROFESSIONNELS DE L'IMAGE
THE CANADIAN ASSOCIATION OF PROFESSIONAL IMAGE CREATORS



Publier des photographies sur un réseau social n'est pas une action anodine face au droit d'auteur

CAPICMONTREAL.CA

CAPIC.ORG



YVES MARCOUX (H)

L'HISTOIRE de CAPIC

... CAPIC est un organisme non lucratif dédié à la défense et à la promotion des droits et intérêts des photographes et illustrateurs de arts de la communication. D'abord à Vancouver, le CAPIC s'étend maintenant d'Hélieux Vancouver et compte plus de 600 des meilleurs photographes et illustrateurs du pays. Les membres CAPIC créent des photographes et illustrateurs qui sont reconnus dans les catégories tels que: éditorial, publicité, illustration, livres, brochures, etc. En 1976, le principal objectif pour être membre général est la reproduction et la distribution de son travail pour les membres. CAPIC est une association d'artistes qui ont un commun intérêt.

Reconnaissance mondiale

Nous membres sont en cours d'une démarche à long terme d'amélioration et de consolidation de notre domaine. En général, CAPIC, nous nous joignons à eux pour créer la force de l'industrie relative à la défense des principaux des créateurs. Nous collaborons avec le gouvernement afin de promouvoir les droits des artistes. Selon la Loi sur le statut de l'art, nous sommes les principaux responsables pour les négociations concernant les photographes et les illustrateurs. De plus, CAPIC travaille étroitement avec d'autres associations professionnelles de photographes, d'illustrateurs et autres créateurs afin de renforcer la Loi sur le droit d'auteur. CAPIC maintient une liaison étroite avec des associations internationales similaires comme l'American Society of Media Photographers et la Graphic Design Guild. Le droit d'auteur est depuis longtemps l'intérêt principal de l'association. Les lettres Patente de l'Association établissent les objectifs suivants:

Travailler à modifier la loi sur les droits d'auteur

Assister et protéger les droits des membres dans les travaux en faveur de l'art, elle se sur les droits d'auteur, c'est à dire par contrat.

-

illustrateurs. De plus, CAPIC travaille étroitement avec d'autres associations de photographes, d'illustrateurs ou autres créateurs afin de renforcer la Loi. CAPIC maintient une liaison étroite avec des associations internationales, l'American Society of Media Photographers et la Graphic Design Guild. longtemps l'intérêt principal de l'association. Les lettres Patente de l'Association établissent les objectifs suivants:

Travailler à modifier la loi sur les droits d'auteur

FOURNISSEURS

LISTE DES MEMBRES

photographes et illustrateurs créatifs dédiés à la défense des arts de la communication à Vancouver et compte plus de 600 membres CAPIC créent des catégories tels que: éditorial, publicité, illustration, etc. En 1976, le principal objectif pour être membre général est la reproduction et la distribution de son travail pour les membres. CAPIC est une association d'artistes qui ont un commun intérêt.

à long terme d'amélioration et de consolidation de notre domaine. En général, CAPIC, nous nous joignons à eux pour créer la force de l'industrie relative à la défense des principaux des créateurs. Nous collaborons avec le gouvernement afin de promouvoir les droits des artistes. Selon la Loi sur le statut de l'art, nous sommes les principaux responsables pour les négociations concernant les photographes et les illustrateurs. De plus, CAPIC travaille étroitement avec d'autres associations professionnelles de photographes, d'illustrateurs et autres créateurs afin de renforcer la Loi sur le droit d'auteur. CAPIC maintient une liaison étroite avec des associations internationales similaires comme l'American Society of Media Photographers et la Graphic Design Guild. Le droit d'auteur est depuis longtemps l'intérêt principal de l'association. Les lettres Patente de l'Association établissent les objectifs suivants:

MÉDIAS SOCIAUX

On aime les médias sociaux

POUR PROMOUVOIR SON TRAVAIL

POUR AVOIR SON 15 MINUTES DE GLOIRE

POUR COMMUNIQUER (PUBLIER)

POUR APPRENDRE ET S'INSPIRER



MÉDIAS SOCIAUX

On aime pas les médias sociaux

PEUR DE SE FAIRE COPIER OU VOLER

PEUR DE LA COMPLEXITÉ ET DE LA
SURCHARGE D'INFORMATION

PEUR DU JUGEMENT DES AUTRES



POUR COMMUNIQUER

POUR SE VALORISER ET SE DISTINGUER

POUR S'INSPIRER

POUR VOUS TROUVER



LISE GAGNÉ LA REINE DE ISTOCKPHOTO



© Lise Gagné

jminforme.ca - Un **photographe québécois gagne 103 000\$ en prix ...**

S.V.P. visitez notre Website Information page pour une **liste des navigateurs compatibles**.
Un **photographe québécois gagne 103 000\$ en prix pour une photo ...**

[Lise Gagne Becomes First iStockphoto Photographer to Reach 500000 ...](#)

Lise Gagne, a Canadian microstock **photographer**, just reached 500000 image downloads through iStockphoto. A registered member since 2003, **Gagne** was the first ...

rising.blackstar.com/lise-gagne-becomes-first-istockphoto-photographer-to-reach-500-000-downloads

Lise Gagné: La reine de iStockphoto, par Véronica Gill

Avec plus de 720 000 images téléchargées, un portfolio de près de 6 000 photos (en date de juillet 2008) et des revenus annuels de six chiffres, la Québécoise Lise Gagné est sans contredit la contributrice la plus populaire de tout iStockphoto. Récit d'un succès inattendu. >>>



© Lise Gagné



**communication horizontale
humaine et ouverte**



**peu de contrôle et laisse des traces
permanentes et reproductibles**

LES MÉDIAS SOCIAUX POUR LES PHOTOGRAPHES

RÈGLES D'OR :

- Être généreux et positif
- Likes réguliers et honnêtes, mais, like...
- Tous les matins Twitter
- FB en arrivant au bureau et le soir – Pinterest : le soir.



G O O G L E

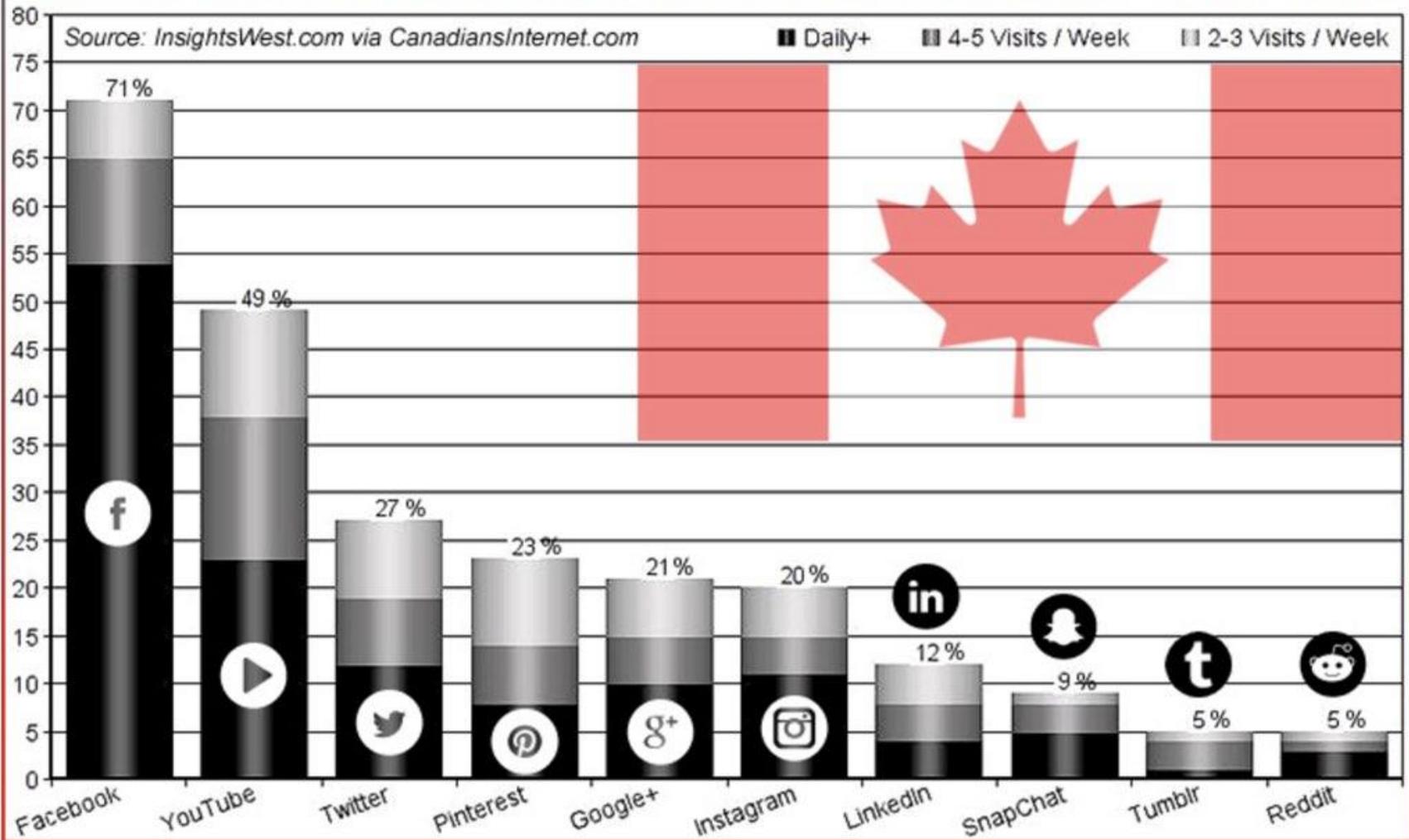
A P P L E

F A C E B O O K

A M A Z O N

M I C R O S O F T

2016 CANADIAN SOCIAL MEDIA USAGE



Google+

Ce dernier aurait été créé pour concurrencer directement Facebook et, est considéré comme le second réseau social le plus important. Les dernières statistiques affichent 90 millions d'utilisateurs.

Chez G+, vous êtes suivi et suivez des profils, vous publiez des posts.

“Certains de nos Services vous permettent de soumettre des contenus. Vous conservez tous vos droits de propriété intellectuelle sur ces contenus. Ce qui est à vous reste à vous. »

Google+

Google+

Rechercher

Accueil

Collections

Rejoindre Google+

Laisser un avis

Aide



Protection de l'environnement
Hubert Lambin

SUIVRE



Recettes sucrées fait maison
Kaderick k en k

SUIVRE



Causes sociétales - Societal causes
Fratani Marie Noëlle

SUIVRE



Mining Vehicle Heritage
Kjell Strandberg

SUIVRE



Jardins et extérieurs
Aude Zapater

SUIVRE



Revue du web RH
Parlons RH

SUIVRE



Sculptures - Sculpturen - Esculturas - Скульптуры
Arts Ysebaert Louiseize

SUIVRE



PAGES d' HISTOIRE et PREHISTOIRE
Jean Michel Molines

SUIVRE



Civilisations. LE MAROC. TERRE & HISTOIRE.

SUIVRE



Dijon
Carl Hervier

SUIVRE



BWPhotography
Fabrice DENO

SUIVRE



Publicités et Marketing
Stephanie Zen

SUIVRE



Un moment de partage

louise tanguay photo

Après un long temps d'arrêt, un passage obligé de plus de deux ans,
je compte reprendre contact avec vous de façon plus sédentaire, en trois volets.

En partageant

Ma santé ne me permettant plus d'organiser des voyages-photo, des ateliers et des conférences, en fait tout ce que je faisais «avant», j'aimerais continuer à partager mes connaissances à travers les médias sociaux.

En racontant

J'ai toujours écrit. Pour moi. Maintenant, j'aurais le goût de vous raconter quelques petits bouts de vie dans ce récit tragico-comique plus ou moins fictif.

En jasant

Une plate-forme ouverte sans censure, où on peut parler d'à peu près tout. Les rêves, les déceptions, l'espoir, la maladie. Poésie, récits, histoires drôles et moins drôles. Un endroit d'échange. On jase...

Ce site est et sera toujours un «work-in-progress».

Je me réserve le droit, en tout temps, d'éditer, d'ajouter, d'enlever, de réviser, de déplacer textes et photos, selon mes humeurs et les tendances du jour.

 [J'aime](#) [Partager](#)

Side by side

5 cameras compared



Nikon D7200



Nikon D7100



Sony Alpha 7R II



Fujifilm X-T2



Olympus OM-D E-M1 Mark II

Sensor type	CMOS	CMOS	BSI-CMOS	CMOS	CMOS
Processor	Expeed 4		Bionz X	X-Processor Pro2	TruePic VIII
Color space	sRGB, Adobe RGB		sRGB, AdobeRGB	sRGB, Adobe RGB	sRGB, Adobe RGB
Color filter array	Primary color filter		Primary color filter	X-Trans	Primary color filter
▼ Image					
ISO	Auto, 100-25600, expands to 102400 (black and white only)	ISO 100 - 6400, Lo-1 (ISO 50), Hi-1 (ISO 12,800), Hi-2 (ISO 25,600)	Auto, 100-25600 (expands to 50-102400)	Auto, 200 -12800 (expands to 100-51200)	Auto, 200-25600 (expands down to 64)
Boosted ISO (minimum)		50	50	100	64
Boosted ISO (maximum)	102400	25600	102400	51200	
White balance presets	12	12	10	7	7
Custom white balance	Yes	Yes	Yes	Yes (3 slots)	Yes (4 slots)
Image stabilization	No	No	Sensor-shift	No	Sensor-shift
Image stabilization notes			5-axis (4.5 stops per CIPA standard)		up to 5.5 stops of shake reduction
Uncompressed format	RAW	RAW	RAW	RAW	RAW
JPEG quality levels	Fine, normal, basic		Extra fine, fine, standard	Fine, normal	
File format	<ul style="list-style-type: none"> • JPEG (EXIF v2.3) • Raw (Nikon NEF, 12 or 14-bit, lossless) 	<ul style="list-style-type: none"> • JPEG • NEF (RAW) • NEF (RAW) + JPEG 	<ul style="list-style-type: none"> • JPEG (DCF 2.0, EXIF 2.3) • RAW (ARW 2.3) 	<ul style="list-style-type: none"> • JPEG (Exif v2.3) • Raw (Fujifilm RAF, 14-bit) 	<ul style="list-style-type: none"> • JPEG (Exif 2.3) • Raw (Olympus ORF)
	x 2000; 1.3x crop: 4800 x 3200. 3600 x 2400.	3200, 4800 x 2696, 4494 x 3000. 4496 x	3448, 3984 x 2656), APS-C (5168 x 3448.	x 2000), 16:9 (6000 x 3376. 4240 x 2384.	

NE DEMANDE PAS LA PROPRIÉTÉ DES IMAGES



Instagram, le partage de photos et vidéos



Instagram

« ...Will not be distributed outside the Instagram Services »

Instagram, le partage de photos et vidéos



Instagram

Développé par Facebook, Instagram, lancé en 2010

Instagram est un réseau social visuel, la publication d'images et de vidéos y sont maîtres.



Pas la possibilité de vendre à des tiers les images du réseau

Instagram propose de publier les photographies sur d'autres plateformes communautaires tel que Facebook

300 millions de « hits » par mois

LE PLUS « PÉNÉTRANT »

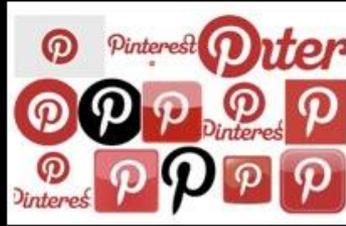


PINTEREST : Créer des tableaux thématiques.

85% des femmes jeunes avec \$

67% millénium (- de 35 ans)

Pinterest, créé en 2010, est un savant mélange de réseau social et d'album photo.



IMAGER, DÉCOUPER ET PLIER EN ACCORDÉON
FORMAT 2,5" X 4,5" À GARDER DANS VOTRE
SAC CAMÉRA

**Aventures
photo**

CINQ TRUCS
POUR DEVENIR UN
MEILLEUR
PHOTOGRAPHE



Ce que vous devez vraiment savoir

L'EXPOSITION EST LA CLÉ

1. une bonne exposition permet de contrôler la profondeur de champ - **OUVERTURE**
 2. influera sur la netteté, le bougé ou le flou de mouvement - **VITESSE**
 3. sur la définition de celle-ci - **ISO**
- Et surtout vous donnera le maximum de latitude créative au moment de la postproduction - **ADOBE Photoshop Lightroom**

format **Toujours, toujours prendre
vos photos au format RAW.**

RAW

- Un fichier RAW conserve plus de détails fins dans les zones de hautes lumières
 - Un format RAW peut contenir jusqu'à 68 milliards de couleurs contre un jpg qui contient 16 millions de couleurs
- RÉSULTAT: plus de richesse dans les dégradés de couleurs

L'EXPOSITION AURA UNE INCIDENCE SUR LA QUALITÉ DE VOS IMAGES

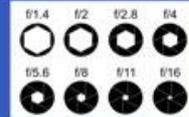
LE TRIANGLE DE L'EXPOSITION

Changer un de ces éléments affectera l'exposition



OUVERTURE - DIAPHRAGME

- f/1.4 = plus de lumière dans la caméra
- f/16 = moins de lumière dans la caméra



- Sur-exposition = perte de détails dans les hautes lumières
- Sous-exposition = perte de détails et apparition de bruit (effet de grains coloré) dans les ombres.

1.

L'OUVERTURE AFFECTE L'EXPOSITION DE DEUX FAÇONS

VOUS AVEZ DES QUESTIONS ?

ÉCRIVEZ-MOI
michel@AVENTURES-photo.com



43000 videos visionnées chaque minute
soit 1, 460 milliards par an

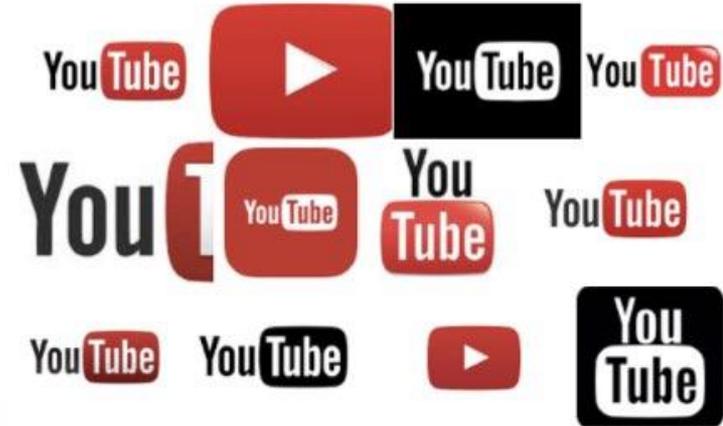
Crée en 2005

Beaucoup de sociétés ont crée des chaines You tube

Tutorials

Apprendre la Photo

Accueil Vidéos Playlists Chaînes Discussion À propos



plaisir en photographiant !" en cliquant ici ! :)
<http://ap7.fr/youtube>

Dans ce premier épisode, je vous apprend comment bien tenir votre appareil photo, ce qui vous évitera notamment les photos floues !

Pour aller plus loin :
<http://apprendre-la-photo.fr> - Des centaines d'articles...
[Lire la suite](#)

Apprendre la Photo, Ensemble et pas à pas !



#1 : Comment bien tenir son appareil photo ? - Apprendre la Photo
Apprendre la Photo
53 495 vues · il y a 8 mois



#2 : L'exposition - Apprendre la Photo
Apprendre la Photo
72 438 vues · il y a 7 mois

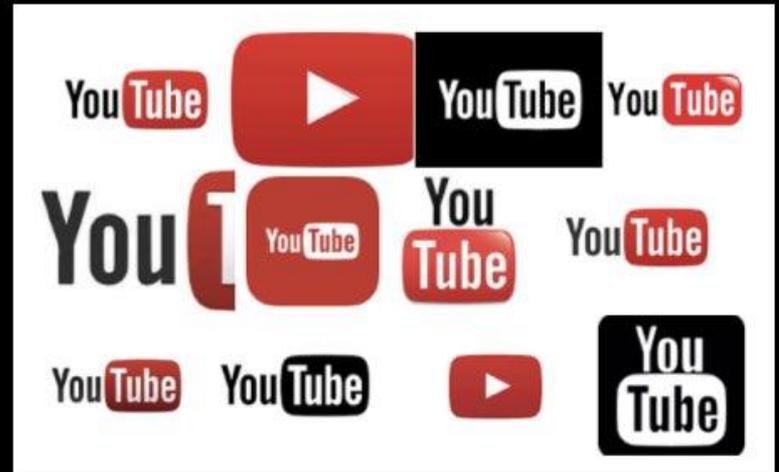


#3 : L'ouverture du diaphragme - Apprendre la Photo
Apprendre la Photo
48 618 vues · il y a 7 mois



#4 : La vitesse d'obturation - Apprendre la Photo
Apprendre la Photo
44 813 vues · il y a 6 mois

Tutorials



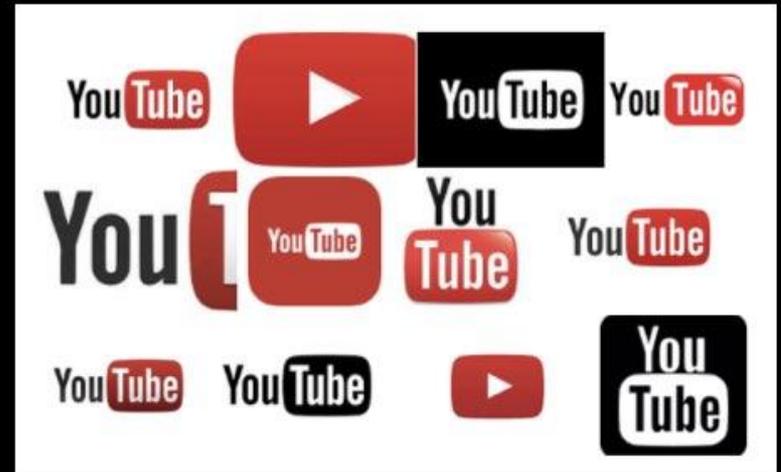
*There's a
creator
in all
of us.™*

C CreativeLive G+

CreativeLive

S'abonner 276 840

Tutorials



TED Ideas worth spreading

[WATCH](#) [DISCOVER](#) [ATTEND](#) [PARTICIPATE](#) [ABOUT](#) [LOG IN](#) 

Sebastião Salgado:

The silent drama of photography

TED2013 · 16:53 · Filmed Feb 2013

 30 subtitle languages 

 View interactive transcript



Watch later



Favorite



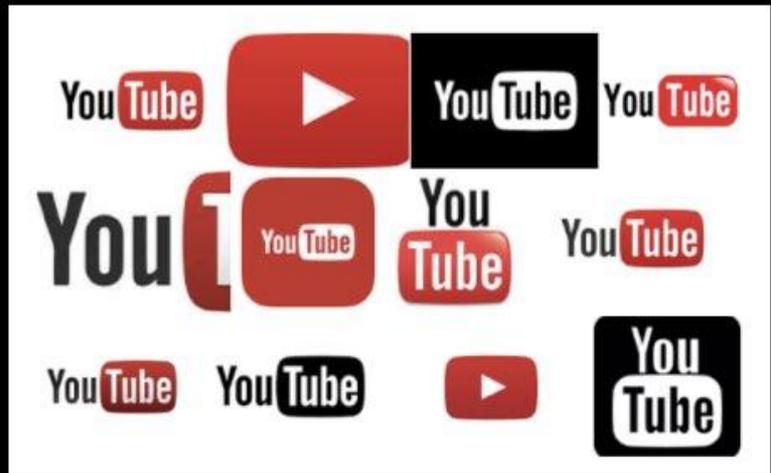
Download



Rate

1,467,904 Total views

Tutorials



TED Ideas worth spreading

[WATCH](#) [DISCOVER](#) [ATTEND](#) [PARTICIPATE](#) [ABOUT](#) [LOG IN](#) 

Amy Tan:

Where does creativity hide?

TED2008 · 22:52 · Filmed Feb 2008

 34 subtitle languages 

 View interactive transcript



Watch later



Favorite



Download

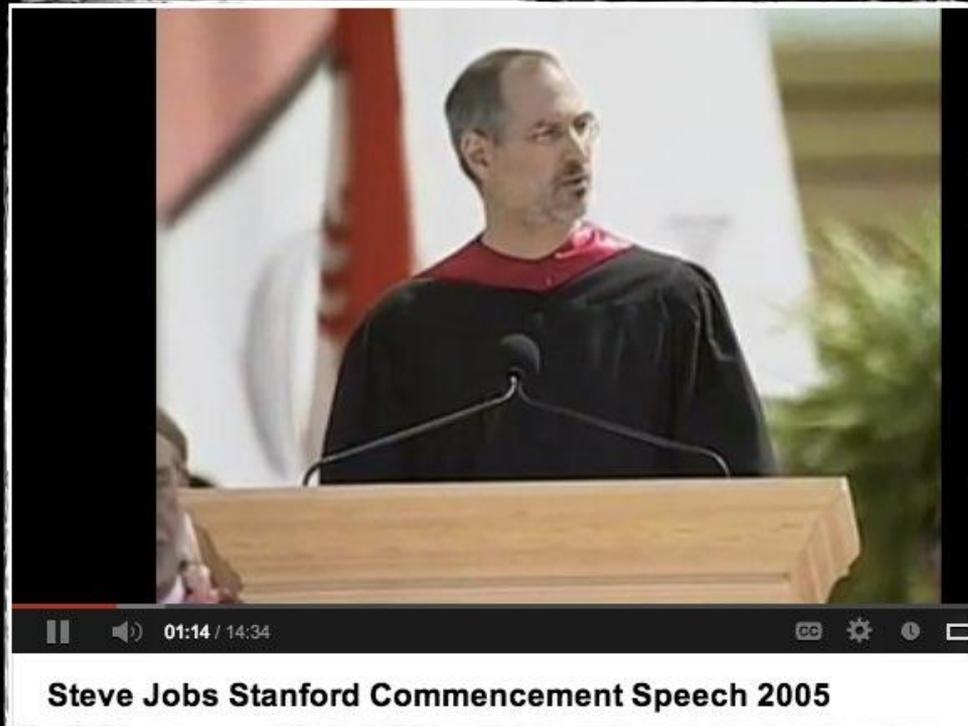


Rate

Share this idea



2,306,590 Total views



"STAY HUNGRY, STAY FOOLISH"



02:03 / 19:29

Elizabeth Gilbert: Your elusive creative genius



TED.COM

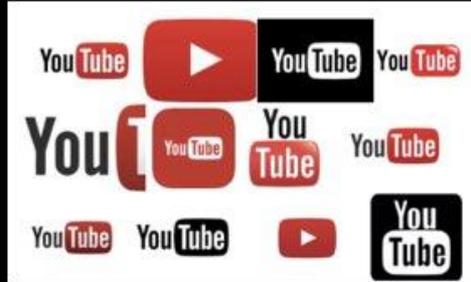
Brene Brown : le pouvoir de la vulnérabilité.

FILMED JUN 2010 • POSTED DEC 2010 • TEDxHouston



TED.COM

Tutorials



Lynda.com[®]
FROM LINKEDIN

LIBRARY ▾

Search for the software or skills you want to learn



Sign In

Sign Up

[Start a Free Trial](#) [Reactivate](#)

[Need to train 5 or more people?](#)

Start your free trial now, and begin learning software, business and creative skills—anytime, anywhere—with video instruction from recognized industry experts.

[Start Your Free Trial Now](#)

Photography > Cameras + Gear

Photography 101

[Share](#)



Related Courses



Introduction to Photography

with Ben Long

1h 52m • Beginner



Getting Started in Photography

with Jim Heid

39m 52s • Beginner



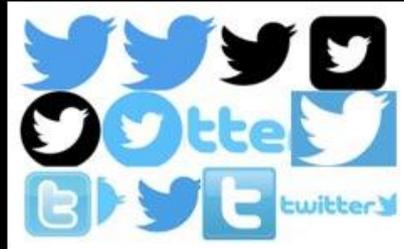
The Elements of Effective Photographs

with Natalie Fobes

1h 36m • Beginner

[Contents](#)

[Notebook](#)



500 millions d'utilisateurs à travers le monde

micro-blogging créée en 2006

#tag : associe le tweet à tous ceux utilisant le même #tag. Les tags servent à augmenter la visibilité. #tag photo : #photo.

Oui, faire de la tranche de vies. 20/80

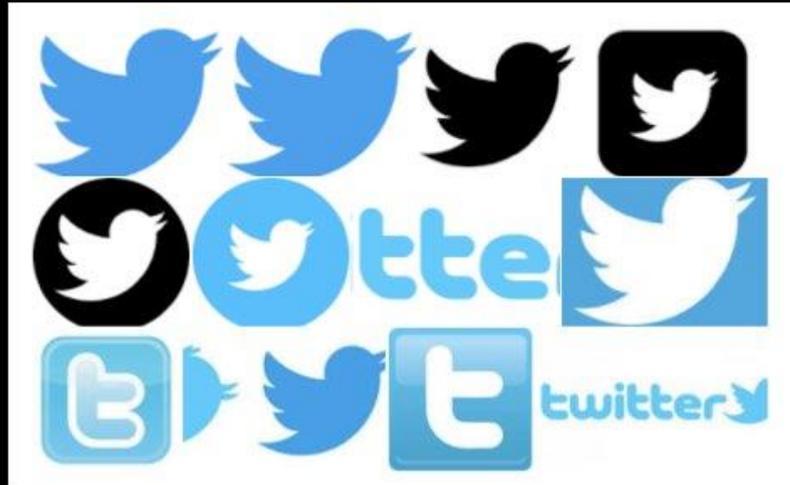
TWITTER en 140 caractères

Pertinent, compréhensible, amusant avec du contenu enrichi.

Chez Twitter, les personnes qui vous suivent sont vos followers, vous tweetez des informations, vous retweetez des contenus et vous vous abonnez à des comptes.

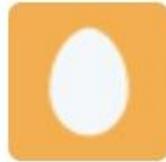
#soldes chez @marsan#photo #formation #janvier #-50%

Il est très souvent conseillé de publier sur Twitter minimum 5 fois par jour.



En soumettant, postant ou publiant des Contenus sur ou par le biais des Services, vous nous accordez une licence mondiale, non-exclusive, gratuite, incluant le droit d'accorder une sous-licence, d'utiliser, de copier, de reproduire, de traiter, d'adapter, de modifier, de publier, de transmettre, d'afficher et de distribuer ces Contenus sur tout support.

Cette licence signifie que vous nous autorisez à mettre vos Tweets **à la disposition du reste du monde** et que vous permettez aux autres d'en faire de même.(...) ce qui vous appartient vous appartient – vous restez propriétaire de vos Contenus (et vos photos font partie de ces Contenus).



Michel Proulx
@bladmip013

Apprendre-photo.net

LA PHOTOGRAPHIE POUR DÉBUTANTS

RÉGLAGES DE BASE · RÉGLAGES APPAREIL PHOTO · TECHNIQUES PHOTO · ACTUS & CONSEILS

*** Réglages Appareil Photo ***

MAÎTRISER LA MISE AU POINT

18 Septembre 2014 · Anthony Szczerbal · 331 Views



Les différentes façons de faire la mise

MON REVENDEUR DE CONFIANCE



A PROPOS DE L'AUTEUR

FACEBOOK



INSTAGRAM



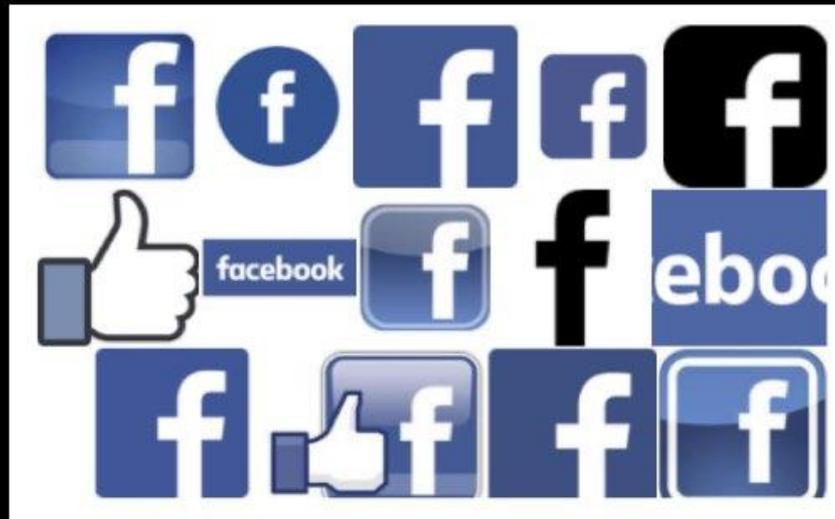
HÉBERGEURS



Politique d'utilisation des données

Nous vous donnons la possibilité de partager afin de rendre le monde plus ouvert à la communication. La présente politique indique le type de données que nous recueillons, l'utilisation que nous en faisons et la façon dont nous les partageons. Retrouvez d'autres outils et plus d'informations à la section Principes de base liés à la confidentialité.

Veillez garder à l'esprit que notre politique s'applique à toutes les marques, tous les produits et tous les services de Facebook qui ne disposent pas d'une politique de confidentialité distincte ou qui sont reliés à la présente politique, et que nous appelons les « Services Facebook » ou « Services ».



Contrairement à la croyance populaire, un photographe mettant une photo sur Facebook ne **perd pas son droit d'auteur**. La photo ne peut être partagée sur Facebook que par la fonction “**partager**/share” et seulement si le photographe le permet via les paramètres de sécurité et de vie privée... **qui changent tout le temps.**



« Privacy settings »

Conditions générales d'utilisation très intrusives, et peu respectueuses des droits d'auteur

«an irrevocable, perpetual, non exclusive, transferable, fully paid, worldwide license (with the right to sublicense) to use, copy, publicly display, reformat, translate, excerpt and distribute such User Content for any purpose, commercial, advertising or otherwise, on or in connection with the Site or the promotion there of... »

Introducing the Bluetooth Beacon

Beacons send a Bluetooth signal to your customers' phones to build an immersive in-store experience, create a community and make meaningful connections with your customers.

aux Etats-Unis et Facebook juge donc que ce recours collectif est « non fondé ».

Le site compterait 3,5 millions d'abonnés dans la province. Tous les Britanno-colombiens inscrits sur Facebook entre janvier 2011 et le 30 mai 2014 pourraient être éligibles à ce recours collectif.

ACCUEIL | SOCIÉTÉ | COLOMBIE-BRITANNIQUE ET YUKON

Un recours collectif autorisé contre Facebook en Colombie-Britannique

PUBLIÉ LE SAMEDI 31 MAI 2014



Debbie Douez

ED PRESS

Owner at Video4Web Productions
Lives in Vancouver, British Columbia

La photo de Debbie Douez, de Colombie-Britannique, comme elle apparaissait sur le site Facebook le 2 avril 2012. PHOTO : RADIO-CANADA

la Colombie-Britannique donne raison à une femme r un recours collectif contre Facebook. Debbie au social d'avoir utilisé, sans sa permission, ses ans une publicité. Le géant américain a déjà tera le jugement.



1,8 million DE PHOTOS utilisées en 2012 À L'INSU DES UTILISATEURS pour des liens avec « histoires commanditées »

Une personne qui « aimait » la page d'une entreprise ou d'un groupe pouvait ensuite faire l'objet d'un placement publicitaire.

Facebook se défend en indiquant que les usagers accordent automatiquement leur consentement lorsqu'ils « aiment » une page. L'entreprise affirme que les usagers peuvent modifier leurs paramètres de confidentialité pour éviter que leur contenu soit réutilisé.

les « histoires commanditées » ne sont plus disponibles sur leur site



Partage de votre contenu et de vos informations

Le contenu et les informations que vous publiez sur Facebook **vous appartiennent**, et vous pouvez contrôler la façon dont nous partageons votre contenu, grâce aux **paramètres de confidentialité** et des applications. En outre :

Pour le contenu protégé par les droits de propriété intellectuelle, comme les photos ou vidéos (propriété intellectuelle), **vous nous donnez spécifiquement la permission** suivante, conformément à vos paramètres de confidentialité et des applications : **vous nous accordez une licence** non-exclusive, transférable, sous-licenciable, sans redevance et mondiale pour l'utilisation des contenus de propriété intellectuelle que vous publiez sur Facebook ou en relation avec Facebook (licence de propriété intellectuelle).

Cette licence de propriété intellectuelle se termine **lorsque vous supprimez vos contenus** de propriété intellectuelle ou votre compte, sauf si votre compte est partagé avec d'autres personnes qui ne l'ont pas supprimé.

Facebook et les photographes

Page perso (PROFIL) versus PAGE PRO

Facebook applique un algorithme de **compression** beaucoup moins destructeur

720, 960 ou 2048 pixels sur le plus long côté

Permet aussi d'utiliser le format de fichier PNG plutôt que JPG (un PNG mis en ligne sur un compte personnel sera converti en JPG)

DNG (Digital Negative)

PNG (Portable Negative File)

Facebook et les photographes

1. Assurez-vous de bien choisir la catégorie de votre page, car celle-ci aura une incidence sur les fonctionnalités de votre page. Voici les différentes catégories :

- Entreprise, organisme ou association
- Marque ou produit
- Lieu ou commerce local
- Artiste, groupe ou personnalité publique
- Divertissement
- Cause ou communauté



Pour des raisons étranges certains profils ou page sont détruits sans explication par FB

Nous avons déterminé que vous n'aviez pas le droit d'utiliser Facebook. Cette décision est finale. Malheureusement, pour des raisons de sécurité, nous ne pouvons pas vous fournir d'informations supplémentaires sur les raisons qui ont conduit à la désactivation de votre compte. Pour plus d'informations sur notre règlement, consultez les conditions d'utilisation de Facebook.

Vous avez
récemment

Comme ce
téléchargement

Cliquez sur le
lien ci-dessous

Remarque : pour
des raisons de

https://
www.facebook.co



facebook-michelproulx....zip
32,1/120 Mo, 3 min restan...

Télécharger vos données

Recevez une copie des données que vous avez publiées sur Facebook.

Il s'agit d'une copie de toutes les informations que vous avez publiées sur Facebook. C'est pour protéger vos données que nous vous demandons de confirmer votre mot de passe.

[Télécharger l'archive](#)

Attention : protégez votre archive

Votre archive Facebook contient des informations de nature sensible telles que les publications sur votre mur, vos photos et les données de votre profil. N'oubliez pas cela avant d'enregistrer ou d'envoyer votre archive.





Lumières Abstraites

Groupe public

Membre ▾

Partager ↗

Alertes ⏮

⋮

Discussion

Membres

Évènements

Photos

Fichiers

Effectuer une recherche dans ce gr 🔍

Message ✉ Photo/vidéo 📷 Créer un sondage 🗳 Plus ⋮



Écrivez quelque chose...

PUBLICATION ÉPINGLEE



Jean Vigneault

20 novembre, à 10:18

"Tout ce qui se manifeste est vision de l'invisible." [Anaxagore] . Bravo à tous et toutes qui ,semaines après semaines, remplissez cette page de vos visions abstraites délectables. Une sélection parmi les coups de coeur à partir des photos publiées hors des défis. Félicitation à Marcel Houle, Josée Dufour, Carole Coulombe, Christine Simard, Simone Hébert Allard et Annie Potier !

Lumières Abstraites



AJOUTER DES MEMBRES

+ Saisissez un nom ou une adresse courriel...

MEMBRES

1 859 membres (26 nouveaux)



MEMBRES SUGGÉRÉS

Plus de détails



Sylvie Arsenault

Ajouter un membre



Michel Doyon

Ajouter un membre

DESCRIPTION

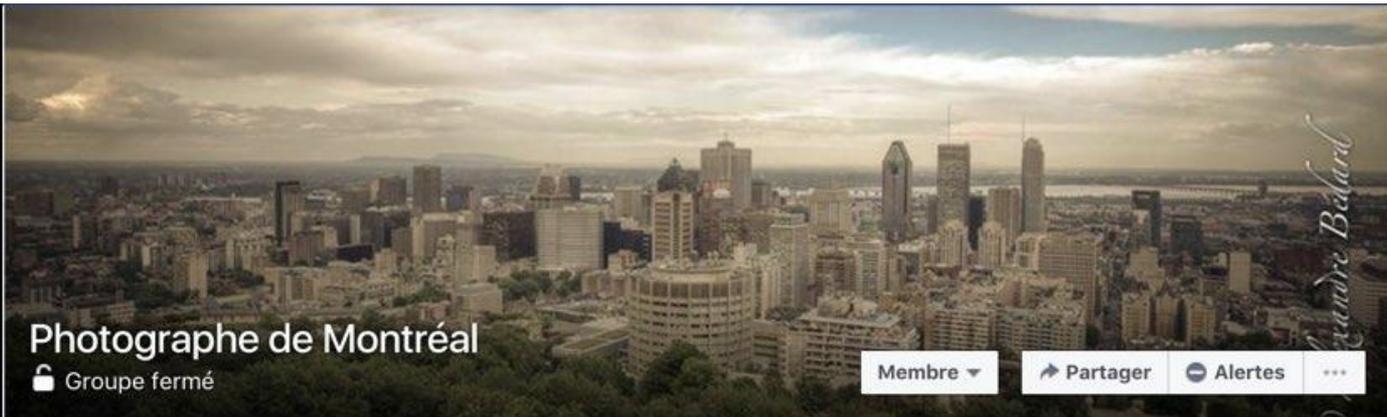
Défi éclair en cours : #Plastique

Défi hebdomadaire en cours ... Afficher la suite

CRÉER DE NOUVEAUX GROUPES

Grâce aux groupes, vous pouvez partager encore plus facilement avec vos amis, votre famille et vos collègues.

Créer un groupe



Discussion

Publications de vente

Membres

Vidéos

More ▾

Effectuer une recherche dans ce gr 🔍

- Vendre un article
- Lancer une discussion
- Créer un sondage
- Plus

Que vendez-vous?

Effectuer une recherche dans ce groupe 🔍

PUBLICATION ÉPINGLEÉE



Alexandre Bédard

7 novembre 2014

Dans ce groupe nous sommes à 98% des photographes. S.V.P évitez de faire de l'auto promotion.

Suite à un sondage effectué le 13 mai 2016, il est maintenant interdit de partager et de publié des photos. Le groupe a toujours été utilisé pour partager des informations à propos de la photographie. Des questionnements à propos de divers sujets, des annonces... etc... Par contre quelques fois certains membres publient leurs photos. Il y a plein de groupe destiné à cela. Par... [Afficher la suite](#)

Yana Bernier, Louise Morin et 63 autres personnes

14 commentaires

AJOUTER DES MEMBRES

+ Saisissez un nom ou une adresse courriel...

MEMBRES

2 441 membres (127 nouveaux)



MEMBRES SUGGÉRÉS

[Plus de détails](#)



Maria Claudia Quijano

[Ajouter un membre](#)



Julie Dupras

[Ajouter un membre](#)

DESCRIPTION

J'ai créé ce groupe pour partager avec d'autres photographes de ... [Afficher la suite](#)

TYPE DE GROUPE

Achats/Ventes

MOTS CLÉS

Photographie

À VENDRE



Pourquoi un like sur Facebook ne vaut plus rien

Le désir de faire une bonne photo et d'avoir beaucoup de « like » sur Facebook est profondément ancré en nous et est le principal obstacle à notre ouverture à la créativité.

N'aimez ou ne partagez pas vos propres posts, n'harcelez pas les gens pour être suivi, vous aurez exactement l'effet contraire.

Pour 19,54 \$, vous avez 1000 mentions « J'aime »

Une étudiante montréalaise perce le marché noir des faux «J'aime»



300,000\$ par mois en revenus pour le pirate

top 50 facebook pages.

#1. coca cola.



What's on the page: "Coke took my teeth, No regrets!", a fan wrote on the company's wall.

What's cool: This page was created by a fan and his buddy. The page grew exponentially and caught Coca Cola's attention. The soft drink giant made this page official while keeping the creators in control of the page. Like what TBM said, the result is an organic fan-centric page without a corporate feel.

No. of fans: 4,007,785

#2. starbucks.



What's on the page: Most people are declaring their favorite drinks and wishing they could have them now. Oh and Starbucks has this "Around The World" tab that brings you to the Facebook page of your location.

What's cool: According to [Charlotte LI](#), Starbucks is top in terms of web engagement. It is the brand with the most number of Facebook fans so far.

No. of fans: 5,114,222

#3. disney.

The Walt Disney Company

What's on the page: A mixture of old school cartoons and new movie trailers. Fans shared over 3,000 photos of their Disney experience. It just makes you feel happy when you're on this page.

What's cool: If you can't afford to go to Disneyland, its Facebook Page is the next best alternative.

No. of fans: 2,432,350

#4. victoria's secret.

VICTORIA'S
SECRET

What's on the page: It introduces interesting apps (like gaining access to Victoria's Secret backstage) and of course, music.

What's cool: Within a week of launching this page in May, Apple's digital downloading service iTunes already hit more than 1 million fans.

No. of fans: 1,087,402

#5. itunes.



What's on the page: It introduces interesting apps (like gaining access to Victoria's Secret backstage) and of course, music.

What's cool: Within a week of launching this page in May, Apple's digital downloading service iTunes already hit more than 1 million fans.

No. of fans: 1,087,402

#1. coca cola.



What's on the page: "Coke took my teeth, No regrets!", a fan wrote on the company's wall.

What's cool: This page was created by a fan and his buddy. The page grew exponentially and caught Coca Cola's attention. The soft drink giant made this page official while keeping the creators in control of the page. Like what TBM said, the result is an organic fan-centric page without a corporate feel.

No. of fans: 4,007,785

Source: TBM
by Willis Wee • Penn Olson



En quoi pouvons-nous vous aider?



À propos des droits d'auteur

Signalement des infractions aux droits d'auteur

Préc. ←

Signalement des infractions aux droits d'auteur

- ▶ Comment dénoncer une infraction au droit d'auteur ?
- ▶ Que dois-je inclure lorsque j'envoie à Facebook un signalement alléguant une infraction à mes droits d'auteur ?
- ▶ Quelles sont les informations communiquées à l'auteur d'un contenu supprimé suite à une réclamation pour infraction aux droits d'auteur ?
- ▶ Dois-je posséder un compte Facebook pour signaler une infraction présumée à des droits ?
- ▶ Quelles sont les coordonnées de votre agent DMCA (Digital Millennium Copyright Act) ?
- ▶ Puis-je signaler une infraction aux droits d'auteur d'un tiers ?
- ▶ Que se passe-t-il après l'envoi à Facebook d'une réclamation pour infraction aux droits d'auteur ?

Linkedin, le réseau des pros



Le but premier de LinkedIn, crée en 2003, est le réseautage entre pros

LinkedIn 12%

500

500
500

500 500px
500

500 500
∞



Photography



Popular



Wallpapers

Png

Vector

Icon



flickr

flickr™ flickr

flickr



flickr



flickr



flickr

LE STATUT D'HÉBERGEUR EST EN MUTATION SUITE À CERTAINS PROBLÈMES DE PROPRIÉTÉ ET DE VENTES DE PHOTOS.

PHOTOSHELTER



PHOTOSHELTER

PHOTOSHELTER

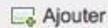
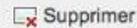
PHOTOSHELTER



OneDrive

NIKON IMAGE SPACE

Nikon

 Ajouter Supprimer Taille Trier

Édition d'une photo :

_DSC9555

Ajouter une description

Ajouter des tags

Ajouter des personnes

Ajouter à des albums

Ajouter à des groupes

Paramètres du propriétaire

Licence

- Aucun (Tous droits réservés) **Terminé !**
- Aucun (Tous droits réservés)
- Public Domain Work
- Public Domain Dedication (CC0)
- Paternité-Pas d'utilisation commerciale- Partage selon les Conditions Initiales Creative Commons
- Paternité-Pas d'utilisation commerciale Creative Commons
- Paternité-Pas d'utilisation commerciale-Pas de modification Creative Commons
- Paternité Creative Commons
- Paternité-Partage selon les Conditions Initiales Creative Commons
- Paternité-Pas de modifications Creative Commons

Confidentialité

- Visible par tout le monde [modifier](#)
- Visible dans les recherches publiques [modifier](#)

Filtres de contenu

- Niveau de sécurité : sécurisé [modifier](#)
-  Type de contenu : Photo [modifier](#)

Licence

- Aucun (Tous droits réservés) **Terminé !**
- Aucun (Tous droits réservés)
- Public Domain Work
- Public Domain Dedication (CC0)
- Paternité-Pas d'utilisation commerciale- Partage selon les Conditions Initiales Creative Commons
- Paternité-Pas d'utilisation commerciale Creative Commons
- Paternité-Pas d'utilisation commerciale-Pas de modification Creative Commons
- Paternité Creative Commons
- Paternité-Partage selon les Conditions Initiales Creative Commons
- Paternité-Pas de modifications Creative Commons

Confidentialité

- Visible par tout le monde [modifier](#)
- Visible dans les recherches publiques [modifier](#)

Filtres de contenu

- Niveau de sécurité : sécurisé [modifier](#)
-  Type de contenu : Photo [modifier](#)

LES SECRETS DE LA RÉUSSITE #medias#bonheur :

ÉCOUTEZ!

OBSERVEZ

SOYEZ CURIEUX

POSEZ DES QUESTIONS

RÉGLEZ VOS PROBLÈMES

CONTACTS ET RELATIONS





GÉNÉROSITÉ



PASSION



TRAVAIL



MOTIVATION

SUCCÈS



FOCUS



EXCELLENCE

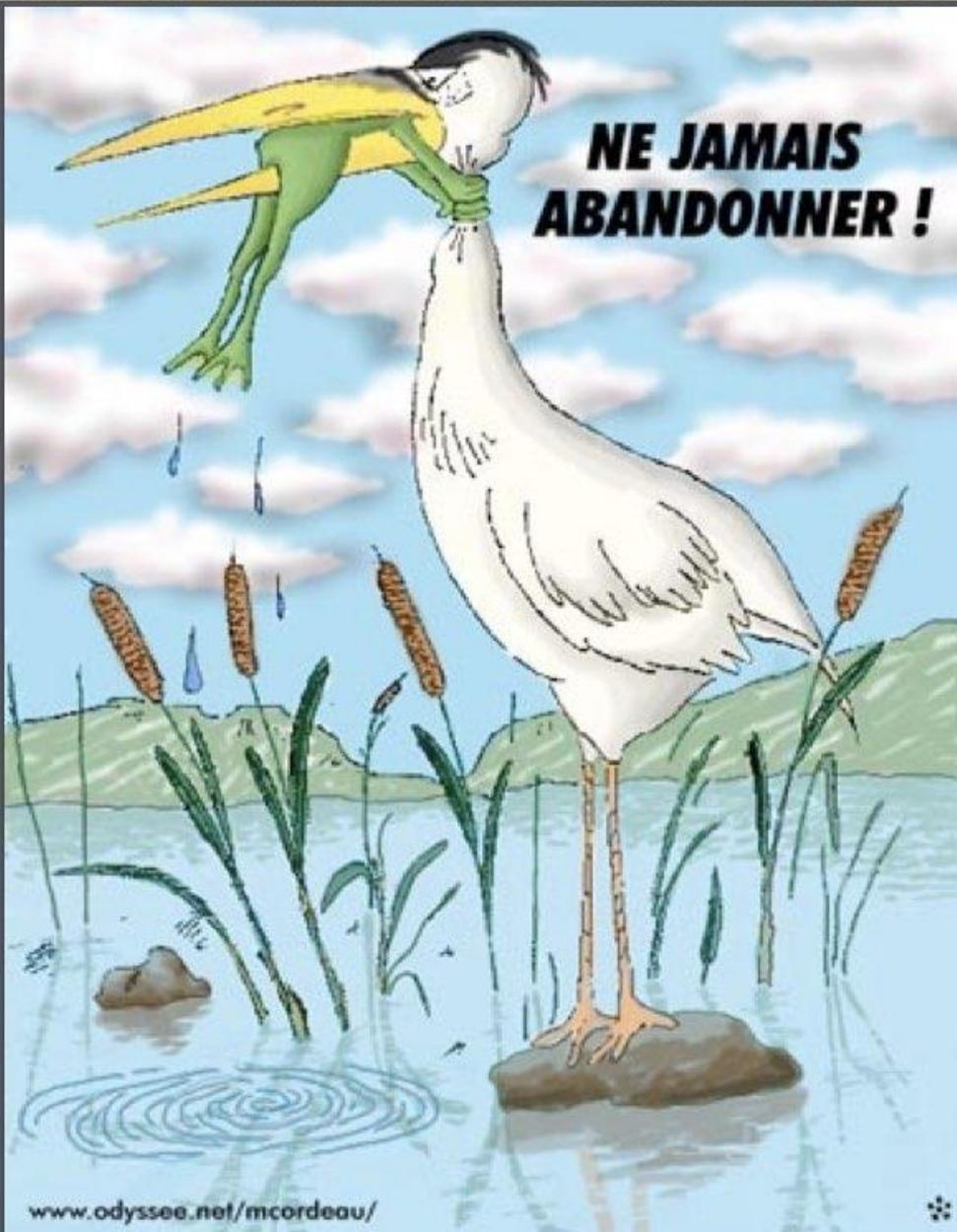


IDÉES



PRÉCÉVÉRANCE

**NE JAMAIS
ABANDONNER !**



VOL DE VOS PHOTOS

WATERMARK dans un coin

BASSE RÉOLUTION

« NAME AND SHAME »

PAS DE POURSUITE \$\$\$

RAPPORTEZ À FACEBOOK, GOOGLE, WIX, ETC

DIGIMARK.COM (99\$)

Google Image, fonction de recherche inversée, pour trouver les fraudeurs.



PHOTO ORIGINALE

Copyright de vos idées



1- LE SUJET EST-IL ACCESSIBLE À TOUS ?



2- EST-CE UNE PHOTO D'UN PRODUIT ?

3- Y A-T-IL DES POSSIBILITÉS LIMITÉES DE PHOTOGRAPHER CE SUJET EN PARTICULIER ?

4- À QUEL POINT LE PHOTOGRAPHE A-T-IL LUI-MÊME ORCHESTRÉ LES ÉLÉMENTS DE LA PHOTO ?

5- UNE TECHNIQUE PARTICULIÈRE AU PHOTOGRAPHE A-T-ELLE ÉTÉ UTILISÉE?



Tutoriel: Comment
enlever le filigrane ©
d'une photo sans
Photoshop



I - LE SUJET EST-IL ACCESSIBLE À TOUS ?

MÊME S'IL SEMBLE ÉVIDENT QUE CERTAINS SUJETS APPARTIENNENT À TOUS, CHAQUE PHOTOGRAPHE DÉTIENT LÉGALEMENT LES DROITS D'AUTEUR SUR CHAQUE PHOTO, ET POURRAIT TECHNIQUEMENT POURSUIVRE UN AUTRE PHOTOGRAPHE