



Le sportif sponsorisé : partenaire commercial ou mannequin salarié ?

Un athlète qui s'engage à présenter les produits d'une entreprise pour en assurer la promotion devient-il un mannequin lorsqu'il perçoit en contrepartie une rémunération ?

Il convient de rappeler que l'activité de mannequinat, en droit français, est présumée être une activité salariée.

La Cour de cassation a apporté récemment un éclairage utile à cette question dont l'enjeu est essentiel pour les sponsors comme pour les athlètes : l'athlète qui assure la promotion des produits d'une entreprise devient-il un mannequin salarié ?

La présentation directe au public d'un produit par un athlète à l'occasion d'exhibitions sportives entre dans le champ d'application de la présomption de salariat, y compris en l'absence d'obligation pour le sportif de participer à ces manifestations.

A l'issue d'un contrôle effectué par l'URSSAF, ont été réintégrées dans l'assiette des cotisations d'une société le montant des sommes versées à des sportifs de haut niveau chargés de promouvoir les équipements de sa marque.

La cour d'appel d'Aix-en-Provence a rejeté la demande de l'Urssaf tendant à la condamnation de la société au paiement des sommes visées dans la contrainte.

➤ **Ce que les juges du fond ont retenu**

Ils ont retenu que les sportifs en relation commerciale avec la société recevant une contrepartie financière dans le cadre de contrats de sponsoring ne relevaient pas de l'activité de mannequinat, au sens de l'article L. 7123-2 du code du travail, et qu'en l'absence d'activité de mannequinat, la présomption de salariat ne pouvait être retenue.

➤ **La position de la Cour de cassation**

Dans un arrêt du 12 mai 2021 (pourvoi n° 19-24.610), la Cour de cassation reproche à la cour d'appel d'avoir statué ainsi, alors qu'il ressortait de ses propres constatations que les conventions litigieuses emportaient pour les athlètes concernés l'obligation, moyennant rémunération, de porter les équipements de la marque en vue d'en assurer la promotion à l'occasion de diverses manifestations, de sorte que ces contrats étaient présumés être des contrats de travail de mannequin, et qu'il appartenait à la société de renverser cette présomption en apportant la preuve de l'absence de lien de subordination.

La Haute juridiction judiciaire précise que la présentation directe au public d'un produit par un athlète à l'occasion de diverses manifestations et notamment, d'exhibitions sportives, avec ou sans compétition, entre dans le champ d'application de la présomption de salariat.

La qualification de salariat va entraîner des conséquences pour le sponsor (redressement par les URSSAF notamment) mais aussi pour l'athlète (application du régime général de la sécurité sociale par la CPAM notamment).

Il est donc nécessaire de porter une attention particulière dans la rédaction des contrats de sponsoring et, en amont de cette rédaction, anticiper les conséquences pour les deux parties des prestations que le sponsor souhaite obtenir de l'athlète qu'il accompagne.