

MEDIA LAW NEWSLETTER



AJA AVOCATS - 7, avenue de la Bourdonnais - 75007 Paris, France
 jc.zedjaoui@aja-avocats.com + 33 (0) 1 71 19 71 47

Audiovisuel

❖ Publication du décret autorisant les chaînes à détenir des parts de coproduction

Le décret « portant modification du régime de contribution à la production d'œuvres audiovisuelles des services de télévision » a été publié le 27 avril 2015.

Ce texte modifie le régime de contribution des services de télévision à la production d'œuvres audiovisuelles tel qu'il résulte d'une part, du décret n° 2010-747 du 2 juillet 2010, pour les services de télévision diffusés par voie hertzienne terrestre (TNT) et d'autre part, du décret n° 2010-416 du 27 avril 2010, pour les chaînes distribuées par les réseaux n'utilisant pas des fréquences assignées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (distribution par câble, satellite et ADSL).

Le décret a pour principal objet de mettre en œuvre la réforme du régime de contribution à la production indépendante résultant de la nouvelle rédaction adoptée en 2013, de l'article 71-1 de la loi du 30 septembre 1986 « relative à la liberté de communication ».

La loi de 1986 organise en effet un régime de contribution des services de télévision à la production audiovisuelle qui prévoit qu'une part de l'investissement de ces chaînes doit être consacrée à la production indépendante. L'article 71-1 précité renvoie au décret le soin de préciser les conditions dans lesquelles une œuvre audiovisuelle peut être prise en compte au titre de la contribution d'un éditeur de services à la production indépendante en fonction de la part détenue, directement ou indirectement, par l'éditeur de services ou par le ou les actionnaires le contrôlant.

La loi du 15 novembre 2013 « relative à l'indépendance de l'audiovisuel public » a assoupli les termes de l'article 71-1 qui interdisait à l'éditeur de services de détenir, directement ou indirectement, des parts de producteur. Depuis cette réforme, l'éditeur d'une chaîne de télévision est autorisé à prendre des parts de coproducteur dans un programme audiovisuel « **s'il a financé une part substantielle de l'œuvre** ». L'article 71-1 confie en outre au pouvoir réglementaire le soin de préciser le niveau de cette « **part substantielle** » ainsi que « **l'étendue des droits secondaires et des mandats de commercialisation détenus directement ou indirectement par l'éditeur de services lorsqu'il détient des parts de producteurs** ».

Le décret publié le 27 avril 2015 introduit par conséquent dans les décrets des 2 juillet et 27 avril 2010 précités, **un régime identique qui fixe cette part substantielle de financement à 70 % du devis de production d'une œuvre audiovisuelle et encadre les conditions permettant aux éditeurs de devenir ainsi coproducteurs.**

Un éditeur de services peut ainsi détenir, directement ou indirectement, des parts de producteur s'il a financé au moins 70 % du devis de production de l'œuvre annexé au contrat de coproduction dans le respect des conditions

Dans ce numéro :

- Publication du décret autorisant les chaînes à détenir des parts de coproduction
- « *Must carry* » : le CSA demande à FRANCE TELEVISIONS de ne pas s'opposer à la reprise de ses chaînes par PLAYMEDIA
- Apposition de la signalétique « *déconseillée aux moins de 12 ans* » sur le programme Alcotest
- Propos crus dans une émission matinale : intervention du CSA auprès de Fun Radio
- Propos grossiers dans « *Plus belle la vie* » : le CSA appelle France 3 à veiller au langage employé dans ses programmes « *Tous publics* »
- Signature de la Charte des bonnes pratiques dans la publicité pour le respect du droit d'auteur et des droits voisins
- Les FAI sommés de bloquer l'accès au site contrefacteur t411.me
- La Ligue de Football Professionnel obtient la suppression de contenus permettant le visionnage de matches en streaming

suivantes :

- a) L'investissement de l'éditeur de services en parts de producteur n'excède pas la moitié des dépenses de l'éditeur de services dans l'œuvre et l'investissement, avant la fin de la période de prise de vues, en parts de producteur, n'est pris en compte au titre des dépenses, que dans la mesure où les sommes ont été intégralement versées avant la fin de la période de prise de vues ;
- b) Dans le respect des droits d'exploitation de l'œuvre reconnus à l'entreprise de production, les mandats de commercialisation et les droits secondaires font l'objet d'un contrat distinct et doivent être négociés dans des conditions équitables, transparentes et non discriminatoires, précisées par les conventions et les cahiers des charges prenant en compte les accords conclus entre les éditeurs de services et les organisations professionnelles de l'industrie audiovisuelle. Les droits d'exploitation de l'œuvre sur un service de télévision de rattrapage ne sont pas regardés comme des droits secondaires ;
- c) En l'absence de mentions particulières dans la convention ou le cahier des charges prenant en compte des accords conclus postérieurement à l'entrée en vigueur du décret n° 2015-483 du 27 avril 2015 avec une ou plusieurs organisations professionnelles représentatives de l'industrie audiovisuelle, l'éditeur de services ne peut détenir, directement ou indirectement, des mandats de commercialisation que lorsque le producteur ne dispose pour l'œuvre en cause ni d'une

capacité de distribution, interne ou par l'intermédiaire d'une filiale, ni d'un accord-cadre conclu avec une entreprise de distribution ;

d) L'éditeur de services s'engage à exploiter dans un délai de dix-huit mois à compter de leur acquisition les droits de diffusion de l'œuvre en France sur un service de télévision qu'il édite ou qui est édité par l'une de ses filiales ou les filiales de la société qui le contrôle au sens de l'article 41-3 de la loi du 30 septembre 1986, s'il acquiert ces droits à l'issue de la période initiale des droits de diffusion qui lui ont été cédés. Dans les conditions que fixeront les conventions et les cahiers des charges, cette disposition ne s'applique pas aux séries dont l'éditeur de service a acquis les droits de diffusion de nouveaux épisodes ;

e) S'il détient le mandat de commercialisation en France de l'œuvre, l'éditeur de services s'engage à l'exploiter, sur un service de télévision, à l'issue de la période initiale des droits de diffusion qui lui ont été cédés.

☞ *Décret n° 2015-483 du 27 avril 2015 portant modification du régime de contribution à la production d'œuvres audiovisuelles des services de télévision*

❖ **« Must carry » : le CSA demande à FRANCE TELEVISIONS de ne pas s'opposer à la reprise de ses chaînes par PLAYMEDIA**

La société PLAYMEDIA, qui édite un service de diffusion gratuite et sans abonnement de chaînes de télévision accessibles sur son site internet playtv.fr, a alerté le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) du refus de FRANCE TELEVISIONS de contracter avec elle pour la reprise dans son offre des chaînes France 2, France 3, France 4, France 5 et France Ô. Cette démarche constitue une nouvelle étape dans les relations litigieuses qui opposent ces deux sociétés (cf. MEDIA LAW NEWSLETTER n°18).

S'agissant du régime du « must carry », la délibération prise par le CSA le 25 février 2015 rappelle que l'article 34-2 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, prévoit que « sur le territoire métropolitain, tout distributeur de services sur un réseau n'utilisant pas de fréquences terrestres assignées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel met gratuitement à disposition de ses abonnés les services des sociétés mentionnés au I de l'article 44 et la chaîne Arte, diffusés par voie hertzienne terrestre en mode analogique ainsi que la chaîne TV 5, et le service de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre en mode numérique ayant pour objet de concourir à la connaissance de l'outre-mer, spécifiquement destiné au public métropolitain, édité par la société mentionnée au I de l'article 44, sauf si ces éditeurs estiment que l'offre de services est manifestement incompatible avec le respect de leurs missions de service public ».

Le Conseil poursuit en constatant que l'offre proposée par la société PLAYMEDIA s'adresse désormais à des abonnés : « en effet, les utilisateurs de cette offre souscrivent, pour y accéder, à un engagement de nature contractuelle matérialisé à tout le moins par l'acceptation de conditions générales d'utilisation et par le renseignement de plusieurs informations personnelles telles que leur adresse email, leur date de naissance et leur sexe ».

Le CSA considère par ailleurs que l'offre de services proposée par la société PLAYMEDIA n'est « pas manifestement incompatible avec le respect des missions de service public assignées à FRANCE TELEVISIONS, le simple fait que le groupe ne disposerait pas des droits nécessaires à la diffusion de ses programmes sur l'internet

ouvert ne permettant pas de faire obstacle au respect des dispositions législatives ci-dessus rappelées ». Pour le Conseil, il appartient à ce titre, au groupe FRANCE TELEVISIONS « d'obtenir, préalablement à leur diffusion, les droits nécessaires sur les programmes qu'il diffuse afin de pouvoir se conformer à ses obligations ».

Au terme de son analyse des conditions d'exploitation du service PLAYMEDIA, le CSA a donc « demandé à FRANCE TELEVISIONS de ne pas s'opposer à la reprise de ses services par la société PLAYMEDIA et de conclure dans les plus brefs délais les démarches nécessaires à la régularisation de cette situation ».

☞ *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, Assemblée plénière du 25 février 2015, publiée le 20 avril 2015*

❖ **Apposition de la signalétique « déconseillée aux moins de 12 ans » sur le programme Alcotest**

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) a été saisi par l'Association nationale de prévention en alcoologie et addictologie (ANPAA) au sujet du programme Alcotest diffusé sur France 4, en octobre 2014, avec une signalétique de catégorie II (« Déconseillé aux moins de 10 ans »).

Chacun des épisodes de cette série était constitué d'une part, d'un reportage où l'on pouvait suivre des jeunes dans des lieux festifs afin d'appréhender leur rapport à l'alcool et d'autre part, d'expérimentations réalisées en studio, sous contrôle médical. Au cours de ces expériences, de jeunes majeurs étaient amenés à boire et soumis à divers tests en vue de démontrer les influences de l'alcool sur leur comportement et les risques encourus.

Le CSA a relevé que la chaîne avait pris des précautions dans le traitement du sujet en veillant à mettre en avant les risques liés à la consommation d'alcool et en diffusant régulièrement à l'écran des messages de prévention. Il a par conséquent estimé que le programme répondait dans son ensemble à l'objectif de sensibilisation recherché. Le Conseil a toutefois considéré que ces émissions étaient susceptibles « de troubler les mineurs de 12 ans en raison de sa thématique et du contenu de certaines séquences, susceptibles de banaliser la consommation d'alcool, voire de la présenter sous un jour positif ».

Le CSA a donc demandé à la chaîne d'apposer une signalétique de catégorie III (« Déconseillé aux moins de 12 ans ») sur ce programme lors d'éventuelles rediffusions. Il a souligné à cette occasion la nécessité de « veiller à ce que le public ne soit pas conduit, par la convivialité de l'atmosphère, à considérer l'alcoolisation sous un jour trop favorable dans une émission ayant vocation à en dénoncer les dangers ».

☞ *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, Assemblée plénière du 25 février 2015, publiée le 20 avril 2015*

❖ **Propos crus dans une émission matinale : intervention du CSA auprès de Fun Radio**

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) est intervenu auprès de la radio Fun Radio à la suite de la diffusion au cours de l'émission matinale « Bruno dans la radio », d'une annonce promotionnelle pour l'émission Lovin'Fun, contenant l'extrait d'un échange de propos crus et explicites relatifs à la sexualité féminine.

Le Conseil a estimé que le choix de cet extrait était inapproprié au regard de l'horaire de sa diffusion, en

application de la délibération du 10 février 2004 relative à la protection de l'enfance et de l'adolescence qui prévoit « *qu'aucun programme susceptible de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs ne soit mis à disposition du public par un service de radiodiffusion sonore, sauf lorsqu'il est assuré par le choix de l'heure de diffusion que des mineurs ne sont pas normalement susceptibles de les entendre. Ainsi, aucun service de radiodiffusion sonore ne doit diffuser entre 6 h et 22 h 30 de programmes susceptibles de heurter la sensibilité des auditeurs de moins de 16 ans* ».

✉ Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, Assemblée plénière du 25 février 2015, publiée le 20 avril 2015

❖ **Propos grossiers dans « Plus belle la vie » : le CSA appelle France 3 à veiller au langage employé dans ses programmes « Tous publics »**

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) a été saisi par plusieurs téléspectateurs au sujet de l'emploi fréquent de propos grossiers dans la série « *Plus belle la vie* » diffusée sur France 3.

Pour le CSA, **la vulgarité du langage fait partie des critères pouvant justifier l'apposition d'une signalétique jeunesse**, selon les catégories de programmes définies dans sa recommandation du 7 juin 2005 concernant la signalétique jeunesse et la classification des programmes.

En l'espèce, le Conseil a relevé **la présence de propos vulgaires récurrents** dans les épisodes diffusés les 8 et 13 janvier 2015 à 20 h 20. Ces épisodes ne comportaient pas de signalétique. Il a néanmoins constaté que **le langage employé venait illustrer certains sujets de société traités dans ces épisodes. De plus, il n'a pas relevé d'image ou de scène susceptibles de heurter des mineurs de dix ans**. Dans ces conditions, le CSA a considéré que ces deux épisodes restaient dans la limite des programmes de catégorie I (« Tous publics »), tels que définis dans la recommandation du 7 juin 2005 précitée.

Pour autant, il a appelé l'attention de la chaîne sur **la nécessité de veiller au langage employé dans les programmes « Tous publics » diffusés à la télévision**, a fortiori lorsqu'ils s'adressent à un public familial et sont diffusés à une heure de grande écoute.

✉ Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, Assemblée plénière du 25 février 2015, publiée le 20 avril 2015

Internet

❖ **Signature de la Charte des bonnes pratiques dans la publicité pour le respect du droit d'auteur et des droits voisins**

Les principaux acteurs de la publicité se sont associés aux représentants des ayants droit pour signer une Charte destinée à lutter contre la contrefaçon du droit d'auteur et des droits voisins sur Internet.

La « *Charte des bonnes pratiques dans la publicité pour le respect du droit d'auteur et des droits voisins* » signée le 23 mars 2015, réunit l'Interactive Advertising Bureau (IAB France) qui représente les acteurs de la communication digitale, le Syndicat des régies internet (SRI), l'Union des Entreprises de Conseil et Achat Média (UDECAM), l'Union des annonceurs (UDA), l'Association de Lutte Contre la Piraterie Audiovisuelle (ALPA), le Syndicat national de l'édition (SNE), le Syndicat des

éditeurs de logiciels de loisirs (SELL), le Syndicat National du Jeu Vidéo (SNJV), la Société des Auteurs, Compositeurs et Editeurs de musique (SACEM), la Société civile des Producteurs Phonographiques (SCPP) et la Société Civile des Producteurs de Phonogramme en France (SPPF).

Cette initiative constitue la première mesure du plan d'action engagé par le Ministère de la Culture pour lutter contre le piratage sur Internet et qui s'articule autour de trois axes : **assécher les ressources financières des sites illicites, renforcer la coordination de l'action interministérielle et la responsabilisation des plateformes numériques**.

Les engagements pris dans le cadre de cette Charte reposent d'une part, sur « **le partage d'informations pour identifier les sites pirates et de bonnes pratiques pour les exclure de leurs relations commerciales** », et d'autre part, sur « **la mise en place d'une gouvernance paritaire pour rendre la démarche pérenne et dynamique** ».

Les différentes organisations professionnelles représentées dans cette Charte affirment ainsi « *leur attachement à la propriété intellectuelle et artistique et s'engagent à faire leurs meilleurs efforts pour inciter leurs adhérents et l'ensemble des acteurs de leurs secteurs respectifs, à ne pas proposer à la vente, ni conseiller, ni acheter des espaces media sur des sites qui contreviennent massivement au droit d'auteur et aux droits voisins* ».

Après avoir reconnu « *la pertinence de la démarche qui consiste à assécher les revenus des sites contrevenant massivement au droit d'auteur et aux droits voisins* », le préambule de la Charte souligne que « **les différents professionnels de la publicité peuvent maîtriser, sur le plan opérationnel, via différents outils, la diffusion des messages publicitaires et peuvent ainsi, dans le cadre de la présente charte, mettre en œuvre, avec leurs meilleurs efforts, des mesures permettant d'éviter que les messages publicitaires de leurs clients soient publiés sur des Sites Contrevenants, chacun selon son rôle et sa place** ».

Au titre des engagements souscrits, chaque partie mettra en œuvre « **des recommandations claires et transparentes destinées à empêcher les Sites Contrevenants d'engager toute relation commerciale avec eux** ». Elles veilleront également à donner une large publicité à ces recommandations et à en faciliter l'application et le respect.

Les signataires s'engagent par ailleurs « *à mettre en œuvre les moyens à leur disposition, chacun selon son rôle et sa place, afin d'éviter de diffuser des publicités sur les Sites Contrevenants* ». Chaque partie pourra notamment établir « *une liste d'adresses url de sites internet en se référant aux informations fournies par les autorités compétentes, en utilisant éventuellement des outils technologiques, et en collaboration avec les ayants droit qui sont les seuls à avoir la connaissance des droits qui s'appliquent* ». Ces listes pourront servir de référence pour refuser, même formellement dans le cadre de leurs contrats commerciaux, de collaborer avec un site contrefacteur.

Parallèlement aux engagements pris, la Charte prévoit la **création d'un Comité de suivi** au sein duquel les parties signataires pourront apprécier les effets des pratiques issues de la présente charte. Ce Comité communiquera aux parties « *toute information utile sur les sites contrevenants* » et fera état des « *bonnes pratiques mises en place par les signataires* ». Il aura aussi notamment pour mission de participer à la sensibilisation des professionnels concernés et à la valorisation « *des acteurs vertueux participant à cette démarche, auprès des professionnels et du grand public* ».

« Charte des bonnes pratiques dans la publicité pour le respect du droit d'auteur et des droits voisins » signée le 23 mars 2015

❖ **Les FAI sommés de bloquer l'accès au site contrefacteur t411.me**

Le Tribunal de Grande Instance de Paris a ordonné aux principaux fournisseurs d'accès à Internet (FAI) de mettre en œuvre toute mesure propre à empêcher l'accès en France, à la plateforme de téléchargement illicite accessible sous le nom de domaine t411.me.

Le site T411 est la renaissance sous un nouveau nom du site QUEBEC TORRENT dont l'illicéité a été reconnue par la Cour Supérieure du Québec. La société française de perception et de répartition des droits des producteurs phonographiques, dite SCPP, a fait constater que le site T411 permettait le téléchargement sans autorisation de très nombreux albums et enregistrements phonographiques appartenant à son répertoire. Les agents de la SCPP ont relaté avoir accédé au site T411 par l'intermédiaire des quatre FAI français que sont ORANGE, FREE, SFR et BOUYGUES TELECOM. La société de gestion collective a par conséquent saisi le tribunal en la forme des référés, pour qu'il fasse injonction à ces opérateurs de mettre en œuvre toutes les mesures propres à empêcher l'accès au site T411 à partir du territoire français par leurs abonnés.

A l'exception de FREE qui demandait le rejet des demandes de la SCPP, les FAI ne contestaient pas que les mesures sollicitées étaient de nature à empêcher ou réduire l'atteinte aux droits de propriété intellectuelle invoqués. Ils demandaient toutefois au tribunal de faire application du principe de proportionnalité, de limiter l'étendue des mesures de blocage, de laisser les FAI libres du choix de ces mesures techniques et de mettre le coût de ce blocage à la charge de la SCPP.

Le jugement rendu le 2 avril 2015 rappelle la nécessité de déterminer préalablement le caractère illicite de l'activité du site T411, car « **ni le téléchargement ni le streaming ne sont en soi une activité illicite et ils sont tout à fait légaux quand ils interviennent dans le cadre d'une cession légale des droits des auteurs et d'un droit d'exploitation donné par les producteurs** ». Le tribunal s'est ainsi livré à ce travail d'examen de la licéité du site « *alors que la SCPP ne s'en est pas donné la peine en se contentant d'affirmer que cela ressort des procès-verbaux sans en faire elle-même une analyse exhaustive* ». Il ressort de cet examen qu'en « *procurant aux internautes la possibilité de télécharger les œuvres à partir du nom de domaine t411.me, le site T411 a permis aux internautes de procéder au téléchargement des œuvres litigieuses en fournissant la mise à disposition des contenus c'est-à-dire a donné aux internautes les moyens de reproduire des œuvres, dont ils ne détenaient pas les droits. Il est d'ailleurs admis par les sociétés défenderesses que ce réseau ne demandait pas l'autorisation des titulaires des droits pour mettre à disposition les œuvres et même revendiquait le caractère de partage des sites, c'est-à-dire l'offre de téléchargement des phonogrammes sans en avoir obtenu les droits de sorte que l'absence d'autorisation donné par les ayants droit peut être retenue* ».

FREE soutenait par ailleurs que l'absence de poursuites à l'encontre de l'opérateur NUMERICABLE et des éditeurs des sites litigieux compromettrait la validité des mesures sollicitées au regard du principe de proportionnalité.

Le jugement relève que la SCPP justifiait des actions menées à l'encontre des éditeurs de sites et que ces derniers « *ont pour politique de changer les adresses des sites et de varier leur*

hébergement dans les serveurs ce qui rend très aléatoire toute action formée à leur rencontre ». Il retient surtout que les dispositions de l'article L.336-2 du Code de la propriété intellectuelle, sur lequel se fondait la SCPP, « *sont précisément destinées à permettre aux ayants-droit et organismes de défense professionnelle concernés d'exercer une action distincte de celle par laquelle les premiers peuvent faire juger qu'une contrefaçon leur cause un préjudice dont ils demandent réparation aux auteurs de cette contrefaçon, en l'occurrence l'opérateur de sites contrefaisants* ». **La mise en cause des éditeurs de sites ne constitue donc pas un préalable obligatoire** à la mise en œuvre d'une action « *par laquelle des mesures provisoires peuvent être sollicitées à l'encontre de toute personne susceptible de contribuer à remédier aux atteintes à leurs droits* ». L'absence de NUMERICABLE ne constituait pas davantage une atteinte au principe de proportionnalité dès lors que cet opérateur ne traite « *que 5% du trafic* » et que l'action en cause était « *formulée à l'encontre des principales sociétés qui offrent ce service, représentant, de notoriété publique, plus de 90% des abonnés français* ».

FREE soutenait également que les mesures de contournement mises à la disposition des internautes risquaient de rendre inefficace la décision du tribunal. Il est cependant jugé que « **l'impossibilité d'assurer une complète et parfaite exécution des décisions susceptibles d'être prises n'est pas un obstacle à la décision d'autoriser des mesures empêchant l'accès aux sites concourant à la diffusion des contrefaçons sur internet et ne doit pas entraîner l'absence de reconnaissance des droits des ayants-droit par les juridictions. En conséquence, la demande de blocage de l'accès aux sites internet visés expressément dans les demandes de la SCPP est le seul moyen réellement efficace dont disposent actuellement les titulaires de droits de propriété intellectuelle pour lutter contre la contrefaçon sur internet** ».

L'ensemble des parties s'accordaient sur la nécessité de laisser aux FAI le choix des initiatives à prendre pour interdire l'accès des internautes aux sites litigieux. **Le tribunal a ainsi ordonné aux opérateurs de mettre en œuvre « toutes mesures propres à empêcher l'accès, à partir du territoire français et/ou par leurs abonnés à raison d'un contrat souscrit sur ce territoire, par tout moyen efficace et notamment par le blocage du nom de domaine t411.me »**. Ces mesures devront être prises au plus tard dans les quinze jours suivant la signification de cette décision et pendant une durée de douze mois, à charge pour les FAI de tenir la SCPP informée de leurs conditions de réalisation. En cas d'évolution du litige, « *notamment par la suppression des contenus contrefaisants constatés ou la disparition du site visé, ou par la modification du nom de domaine ou chemin d'accès* », la SCPP pourra saisir le juge d'une demande d'actualisation des premières mesures ordonnées.

La question de la prise en charge du coût du blocage a enfin été tranchée en faveur des opérateurs. Le tribunal relève d'abord que la SCPP ne justifiait d'aucune disposition légale particulière au profit des titulaires de droits de propriété intellectuelle, relative à la prise en charge financière des mesures. S'appuyant sur la jurisprudence de la Cour de Justice de l'Union Européenne, le jugement rappelle qu'une telle injonction pourrait limiter la liberté d'entreprendre des FAI en les obligeant à prendre des mesures susceptibles de représenter un coût important alors même qu'ils ne sont pas les auteurs des atteintes alléguées. Les opérateurs pourront par conséquent demander à la SCPP le paiement des frais résultant des « *mesures effectivement prises* » et des « *dépenses engagées spécifiquement pour l'application des injonctions qui leur sont faites* ».

☞ Tribunal de Grande Instance de Paris, 3^{ème} Chambre, 1^{ère} Section, jugement du 2 avril 2015

❖ **La Ligue de Football Professionnel obtient la suppression de contenus permettant le visionnage de matches en streaming**

La Ligue de Football Professionnel (LFP) a obtenu du Tribunal de Grande Instance de Paris qu'il ordonne à l'éditeur espagnol des sites accessibles aux adresses www.rojadirecta.me et www.rojadirecta.es de supprimer tout contenu permettant le visionnage de matches de football organisés par elle.

La Ligue de Football Professionnel a concédé à titre exclusif aux chaînes de télévision CANAL PLUS et beIN, les droits d'exploitation audiovisuelle en direct des championnats de ses ligues 1 et 2 pour les saisons courant de 2012 à 2020. Les sites internet YOUTUBE, DAILYMOTION et l'EQUIPE ainsi que l'opérateur de téléphonie mobile ORANGE ont pour leur part, bénéficié du droit de diffuser ces tournois en différé.

Or, la société espagnole PUERTO 80 proposait sur son site internet ROJADIRECTA, **un agenda sportif assorti de plusieurs liens hypertextes permettant de visionner gratuitement, en direct ou en léger différé, plusieurs matches** dont ceux relevant de la LFP.

La Ligue de Football Professionnel a saisi le tribunal pour qu'il soit fait injonction à PUERTO 80 de mettre un terme à cette exploitation de contenus permettant le visionnage non autorisé de compétitions sportives. La société espagnole se présentait au contraire comme un simple hébergeur permettant à « une communauté de plus de 865.000 utilisateurs » de saisir eux-mêmes les informations et les liens qu'ils souhaitent publier. Elle contestait en outre le droit de la LFP à agir à son encontre.

Le jugement rendu le 19 mars 2015 s'est fondé sur les articles L.332-2 et R333-2 du Code du sport, dont il ressort que la « **Ligue Professionnelle commercialise à titre exclusif les droits d'exploitation audiovisuelle et de retransmission en direct ou en léger différé, en intégralité ou par extraits, quel que soit le support de diffusion, de tous les matchs et compétitions qu'elle organise** », pour juger la LFP recevable à agir. La Ligue détenait ainsi un droit à agir sur le fondement de la responsabilité civile (article 1382 du Code civil) « **puisque'ayant un intérêt pécuniaire important à préserver, sans concurrence déloyale de diffusions gratuites, à savoir l'exclusivité de la vente de ses droits à prix élevé à ses partenaires commerciaux** ». Des constats d'huissiers démontraient par ailleurs que le site « ROJADIRECTA » permettait « **de voir des matches de club français en France et en français** ». Le juge français était donc compétent pour statuer et appliquer la loi française au litige qui lui était soumis.

S'agissant du statut de PUERTO 80, cette société invoquait la qualité de « *simple hébergeur* », alors que pour pouvoir la qualifier d'éditeur, il fallait « *établir qu'elle joue un rôle actif lui donnant la connaissance et le contrôle des liens qu'elle propose au public pour visionner les matches dont l'association LFP a l'exclusivité et qui sont de nature à constituer une atteinte fautive à ses droits sur le fondement de l'article 1382 du Code civil* ». Le tribunal a toutefois retenu la **qualification d'éditeur** ne pouvant bénéficier du régime de responsabilité allégué accordé aux hébergeurs : « *si techniquement « rojadirecta » se présente sous l'apparence d'un hébergeur au-delà de cet aspect technique, dont relève accessoirement son « forum », elle organise en fait sciemment, intentionnellement et à titre principal une sélection, un choix éditorial sur un thème précis, à savoir des compétitions sportives d'actualité dans des domaines ciblés mis à jour en permanence, avec un agenda horaire et un moteur de recherche adéquat, permettant à tout public d'accéder facilement et gratuitement à des contenus protégés réservés à un public restreint d'abonnés, à savoir des compétitions de la ligue en cours, en direct et en*

intégralité ».

Il a par conséquent été ordonné à PUERTO 80 de **procéder à la suppression sur son site internet, de tout contenu, en ce inclus les liens hypertextes, permettant de visionner en direct ou léger différé depuis le territoire français toute compétition organisée par la LFP, ainsi que de toute rubrique consacrée exclusivement à ces contenus**. Cette injonction est assortie d'une astreinte de 5.000 euros par jour et par lien constaté, à compter du huitième jour suivant la signification du jugement. Elle est en outre complétée par l'obligation, sous la même astreinte, de « **rendre impossible pour l'avenir la mise en ligne des contenus précités incluant les liens hypertextes en rapport** ».

Ces mesures sont accompagnées d'une **publication judiciaire destinée à informer les internautes** approvisionnant le site litigieux, « *de l'interdiction de la publication de compétitions organisées par la LFP en direct ou léger différé* ». Le jugement ordonne par conséquent l'insertion sur le site « ROJADIRECTA » d'un « *encart lisible lors de la connexion et pendant un temps limité qui sera fixé à quinze jours* », et ce sous astreinte de 5.000 euros par jour de retard.

La LFP s'est enfin vue allouer la somme de 100.000 euros en indemnisation du **préjudice résultant de sa « perte de crédibilité** » provenant de « *la nécessité de pouvoir justifier à ses partenaires les mesures mises en place pour garantir les droits concédés* » et du « *risque de mise en difficulté pour négocier à l'avenir la cession de ses droits en exclusivité* ».

✉ Tribunal de Grande Instance de Paris, 5^{ème} Chambre, 2^{ème} Section, jugement du 19 mars 2015



Media Law Newsletter est éditée par la société d'avocats AJA-AVOCATS. Elle est réservée à l'usage personnel de ses destinataires. Son objet est de présenter une information non exhaustive dans le domaine du droit des médias. AJA-AVOCATS ne saurait être tenue pour responsable de tout dommage, direct ou indirect, résultant de tout usage que ses destinataires pourraient faire des informations contenues dans Media Law Newsletter.

AJA AVOCATS

7, avenue de la Bourdonnais
75007 PARIS, FRANCE

Téléphone :

+33 (0) 1 71 19 71 47

Fax :

+33 (0) 1 71 19 77 38

Site :

<http://aja-avocats.fr>

Rédacteur :

Juan-Carlos ZEDJAOUI
jc.zedjaoui@aja-avocats.com