

# Outils opérationnels de prévention et de lutte contre la contrefaçon en ligne

Rapport à Madame la ministre de la culture et de la communication

Mireille IMBERT-QUARETTA, conseillère d'Etat

Rapporteur : Louis DUTHEILLET DE LAMOTHE, maître des requêtes

Février 2014

# Sommaire

<b>Introduction</b> .....	<b>3</b>
<b>I. La signature de chartes par les acteurs de publicité et de paiement en ligne prenant en compte la protection du droit d’auteur et des droits voisins sur internet</b> .....	<b>5</b>
1. Les acteurs de la publicité et du paiement en ligne ont un rôle majeur à jouer dans la protection du droit d’auteur et des droits voisins sur internet.....	5
2. La signature de chartes impliquant les acteurs de la publicité et du paiement en ligne est de nature à favoriser la lutte contre la contrefaçon à grande échelle sur internet .....	9
<b>II. Une mission publique d’information sur les sites internet qui portent massivement atteinte au droit d’auteur</b> .....	<b>12</b>
1. Un besoin d’intervention publique .....	12
2. La mise en place d’une mission d’information par l’autorité publique.....	13
3. Le choix assumé de l’autorégulation.....	15
<b>III. La création d’une injonction de retrait prolongé</b> .....	<b>16</b>
1. Pour mettre fin à la réapparition des atteintes au droit d’auteur, une autorité administrative pourrait enjoindre un « retrait prolongé » .....	16
2. L’injonction de retrait prolongé s’inscrit dans le cadre de la directive commerce électronique .....	18
3. Le dispositif envisagé.....	19
<b>IV. La mise en place d’un dispositif de suivi dans le temps des décisions judiciaires concernant les sites internet abritant massivement de la contrefaçon</b> .....	<b>21</b>
1. Le contournement des décisions judiciaires constitue une atteinte à leur autorité.....	21
2. L’effectivité des décisions de justice concernant les sites abritant massivement de la contrefaçon doit être recherchée.....	23
<b>Conclusion</b> .....	<b>25</b>
<b>Annexe 1 Lettre de mission</b> .....	<b>27</b>
<b>Annexe 2 Personnes rencontrées</b> .....	<b>30</b>
I. En France .....	31
II. En Europe et à l’étranger .....	36
<b>Annexe 3 Ecosystème du marché de la publicité en ligne : Deux logiques d’achat</b> .....	<b>37</b>

## Introduction

Par lettre de mission du 16 juillet 2013, la ministre de la culture a souhaité que soient élaborés des « *outils opérationnels permettant d'impliquer efficacement les intermédiaires techniques et financiers dans la prévention et la lutte contre la contrefaçon commerciale en ligne* ». <sup>1</sup>

\*\*\*

► Les outils opérationnels proposés tentent d'apporter des réponses pratiques aux constatations faites dans le « *Rapport sur les moyens de lutte contre le streaming et le téléchargement direct illicites* » publié par l'Hadopi le 15 février 2013 et dans le rapport, « *Contribution aux politiques culturelles à l'ère du numérique* » de la mission « Acte II de l'exception culturelle » dirigée par Pierre Lescure, paru en mai 2013. Ces rapports avaient mis en évidence un certain nombre de constats :

1° Les sites hébergeant un très grand nombre d'œuvres contrefaisantes, accessibles à la consultation en ligne (streaming) ou au téléchargement, ou des annuaires de liens renvoyant vers ces œuvres, ont des revenus qui proviennent de la publicité ou d'abonnements<sup>2</sup>. C'est pourquoi, a été préconisé, en complément des mesures qui peuvent déjà être prises à l'égard des sites en cause, lesquels sont souvent domiciliés à l'étranger et très mobiles, de tenter d'assécher leurs ressources financières en impliquant les acteurs de la publicité et du paiement en ligne (approche qui consiste à : « frapper les sites au portefeuille » dite, en anglais, « *follow the money* »).

Ces sites « **massivement contrefaisants** » doivent être distingués des sites participatifs, hébergeant des contenus générés par les utilisateurs (sites UGC ou *user generated content* en anglais), comme YouTube, Dailymotion ou les réseaux sociaux, confrontés incidemment à la présence de contenus contrefaisants mis en ligne par des utilisateurs. L'action menée doit alors être ciblée à l'égard des seuls contenus contrefaisants.

2° Etait déjà apparue l'existence d'une volonté commune de certains acteurs de l'internet de s'impliquer dans la prévention de la contrefaçon à grande échelle sur internet et ce dans un souci de ne pas associer leurs marques et activités à une activité illicite. Cette volonté se manifeste par des démarches d'autorégulation des acteurs et de recours à de « bonnes pratiques ». Ces démarches doivent être encouragées et sécurisées par le recours à des outils qui relèvent, tant que cela est possible, du droit souple<sup>3</sup> plutôt que par des mesures contraignantes ou le recours à des sanctions.

► Ce rapport repose sur quatre convictions :

→ Les actions proposées doivent s'inscrire dans une stratégie globale de lutte contre la contrefaçon sur internet. Trois composantes sont déjà bien connues, à savoir le développement d'une offre légale attractive, la répression pénale des acteurs responsables d'actes de contrefaçon

---

<sup>1</sup> Lettre de mission de la ministre de la culture et de la communication à Mme Mireille Imbert-Quaretta du 16 juillet 2013 (cf. Annexe n°1).

<sup>2</sup> Les sites de contenu hébergent les œuvres protégées mises à disposition sans autorisation des ayants droit. Un contenu hébergé n'est accessible au grand public que si celui-ci connaît l'URL du fichier car ces sites ne proposent en général pas de fonctionnalités de recherche ou un annuaire structuré du contenu qu'ils hébergent.

Pour accéder aux contenus (fichiers) stockés sur ces sites de contenu, des sites de référencement ont été créés. Ceux-ci n'hébergent en général aucun contenu sous forme de fichiers mais ont un rôle d'annuaire, inventoriant les liens hypertextes mis en ligne par les internautes vers des œuvres hébergées sur une ou plusieurs plateformes de streaming ou de téléchargement direct. Le contenu des sites de référencement est directement visible pour le public qui peut aisément identifier l'ensemble des liens répertoriés et les œuvres auxquelles ils renvoient.

<sup>3</sup> Conseil d'Etat – étude annuelle 2013 – Le droit souple.

graves et avérés et la pédagogie à l'égard des internautes sur le nécessaire respect du droit d'auteur. Il s'agit désormais d'ajouter une quatrième dimension : l'implication des intermédiaires qui, sans être responsables d'actes de contrefaçon, engendrent des revenus aux sites engagés massivement dans des actes de contrefaçon.

→ Un équilibre doit être ménagé entre les libertés et droits fondamentaux en jeu : les droits de propriété intellectuelle sur internet d'une part, la liberté de s'informer et de communiquer, la protection de la vie privée des internautes et la liberté d'entreprendre des acteurs de l'internet d'autre part. La conception d'outils opérationnels de défense des premiers et leur mise en œuvre doivent toujours respecter une exigence d'équilibre et de proportionnalité à l'égard des autres.

→ C'est, au premier chef, aux ayants droit d'agir eux-mêmes pour la protection de leurs droits d'auteur et droits voisins : il s'agit de leur propriété et il leur incombe de la protéger, comme ils l'ont fait par exemple dans le cadre de l'affaire Allotstreaming<sup>4</sup>. L'action d'une autorité publique, qui se justifie par l'intérêt général qui s'attache à l'effectivité de ces droits et à la protection de la culture et de la création, ne doit en aucun cas se substituer aux actions judiciaires qui peuvent être engagées par les ayants droit. Elle offre une ressource supplémentaire dont les titulaires de droits pourront se saisir pour lutter contre les atteintes à leurs droits réalisées à grande échelle sur internet, sans constituer un préalable aux saisines du juge.

→ Il importe de prendre en compte les progrès des technologies et le développement de nouveaux services sur internet qui sont intervenus au cours des dernières années : les outils opérationnels proposés veillent à respecter les caractéristiques de l'internet, facteurs de liberté d'innovation et de libre circulation des idées et de l'information, qui ne sauraient rendre illusoire toute démarche visant à y faire respecter la légalité. Au contraire, l'évolution des technologies et des usages laisse aussi la place à une action ciblée et efficace de lutte contre la contrefaçon.

► Pour élaborer le présent rapport, une cinquantaine d'entretiens et de rencontres ont été réalisés, qui ont permis d'entendre plus d'une centaine de personnes<sup>5</sup>. Ces échanges ont confirmé, en grande partie, la pertinence des orientations initiales.

Il n'existe pas une solution unique pour lutter contre la contrefaçon sur internet : il est nécessaire de mettre en place un ensemble d'actions complémentaires et coordonnées impliquant tous les acteurs. La réglementation actuelle est déjà riche et la recherche de solutions innovantes est nécessairement modeste. A ce stade, il est proposé quatre outils opérationnels, qui s'inscrivent dans le cadre de la directive sur le commerce électronique<sup>6</sup>. Ils sont appelés à évoluer, ils devront aussi être complétés et impliquer de nouveaux acteurs en fonction de l'évolution des technologies et des usages sur internet. Ces outils sont les suivants :

- 1<sup>er</sup> outil : Des chartes sectorielles avec les acteurs de la publicité et du paiement en ligne ;
- 2<sup>ème</sup> outil : Une information publique sur les sites internet qui portent massivement atteinte au droit d'auteur et aux droits voisins ;
- 3<sup>ème</sup> outil : Une injonction de retrait prolongé ciblée sur certains contenus contrefaisants ;
- 4<sup>ème</sup> outil : Un dispositif de suivi dans le temps des décisions judiciaires concernant les sites internet abritant massivement de la contrefaçon.

---

<sup>4</sup> Tribunal de grande instance de Paris 3<sup>ème</sup> ch. 28 novembre 2013.

<sup>5</sup> Annexe n°2

<sup>6</sup> Directive 2000/31/CE du 8 juin 2000

## I. La signature de chartes par les acteurs de publicité et de paiement en ligne prenant en compte la protection du droit d'auteur et des droits voisins sur internet

### 1. Les acteurs de la publicité et du paiement en ligne ont un rôle majeur à jouer dans la protection du droit d'auteur et des droits voisins sur internet

► Le « *Rapport sur les moyens de lutte contre le streaming et le téléchargement direct illicites* » du 15 février 2013 a souligné le rôle des acteurs de la publicité et du paiement en ligne dans l'écosystème des sites massivement contrefaisants. En effet, une partie de ces sites abrite un nombre important de bandeaux publicitaires dont ils tirent des revenus. En outre, certains sites proposent également des abonnements, qui permettent notamment à l'internaute d'éliminer la publicité des œuvres qu'il visionne ou qui améliorent le débit de consultation des œuvres. Ces abonnements, qui constituent un autre facteur de rentabilité de ces sites, nécessitent l'utilisation d'un service de paiement en ligne.

Ces acteurs peuvent, dès lors, contribuer à assécher les ressources des sites massivement contrefaisants, selon une approche dite « *follow the money* » ou « frapper au portefeuille ». <sup>7</sup>

A cet égard, les échanges avec les représentants de ces deux secteurs ont fait apparaître qu'ils étaient déjà engagés dans la lutte contre diverses infractions commises sur internet et qu'ils ne souhaitaient pas être associés à la contrefaçon de droits d'auteur et de droits voisins. Ils se sont déclarés prêts à s'engager dans une démarche spécifique de défense de ces droits pour des raisons tenant au souci de la qualité du service rendu, à la protection de leur image de marque et à la promotion d'un climat de confiance sur internet. Une grande partie d'entre eux est ouverte à une action coordonnée, dans le cadre d'instruments de droit souple, à condition de disposer d'éléments suffisamment probants pour garantir leur sécurité juridique. En effet, ces sociétés seraient amenées à prendre diverses mesures vis-à-vis du site mis en cause, qui sont susceptibles d'engager leur responsabilité vis-à-vis de ce site, d'autres intermédiaires ou des internautes.

Il s'agit principalement pour ces acteurs d'étendre au droit d'auteur les actions menées dans d'autres domaines ou de renforcer en France les actions déjà conduites en la matière en leur donnant un cadre et en les systématisant. Ces actions concernent, notamment, la lutte contre la pédopornographie sur internet, le blanchiment d'argent, les jeux de hasards illégaux ou les contrefaçons de droits de propriété industrielle, notamment les contrefaçons de marques.

► S'agissant du secteur du paiement, il convient, à l'image des démarches entreprises aux États-Unis, d'impliquer les acteurs lorsqu'un paiement est effectué par un internaute au profit d'un site massivement contrefaisant<sup>8</sup>. Ces acteurs demeurent encore assez concentrés à ce jour (ex : Visa, MasterCard, PayPal) et leurs engagements peuvent être répercutés le long de la chaîne de contrats impliqués dans le paiement en ligne.

---

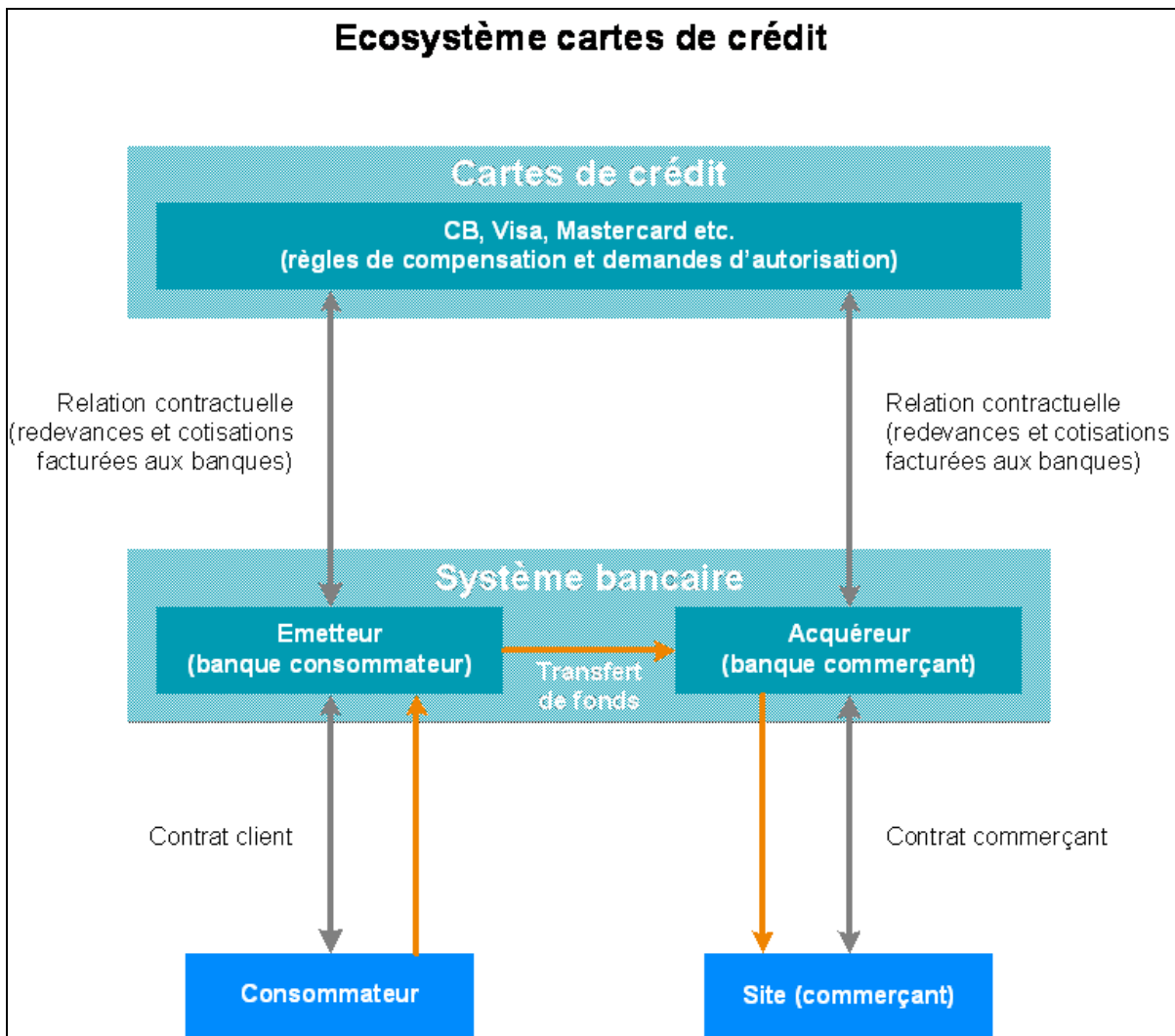
<sup>7</sup> Voir par exemple Cedric Manara, *Lutte contre les contenus illicites : frapper au portefeuille ?*, EDHEC, sept. 2012

<sup>8</sup> A noter qu'on trouve parfois sur ces sites des offres permettant à l'utilisateur de recevoir une rémunération en fonction de la consultation des œuvres qu'il a téléversées sur le site.

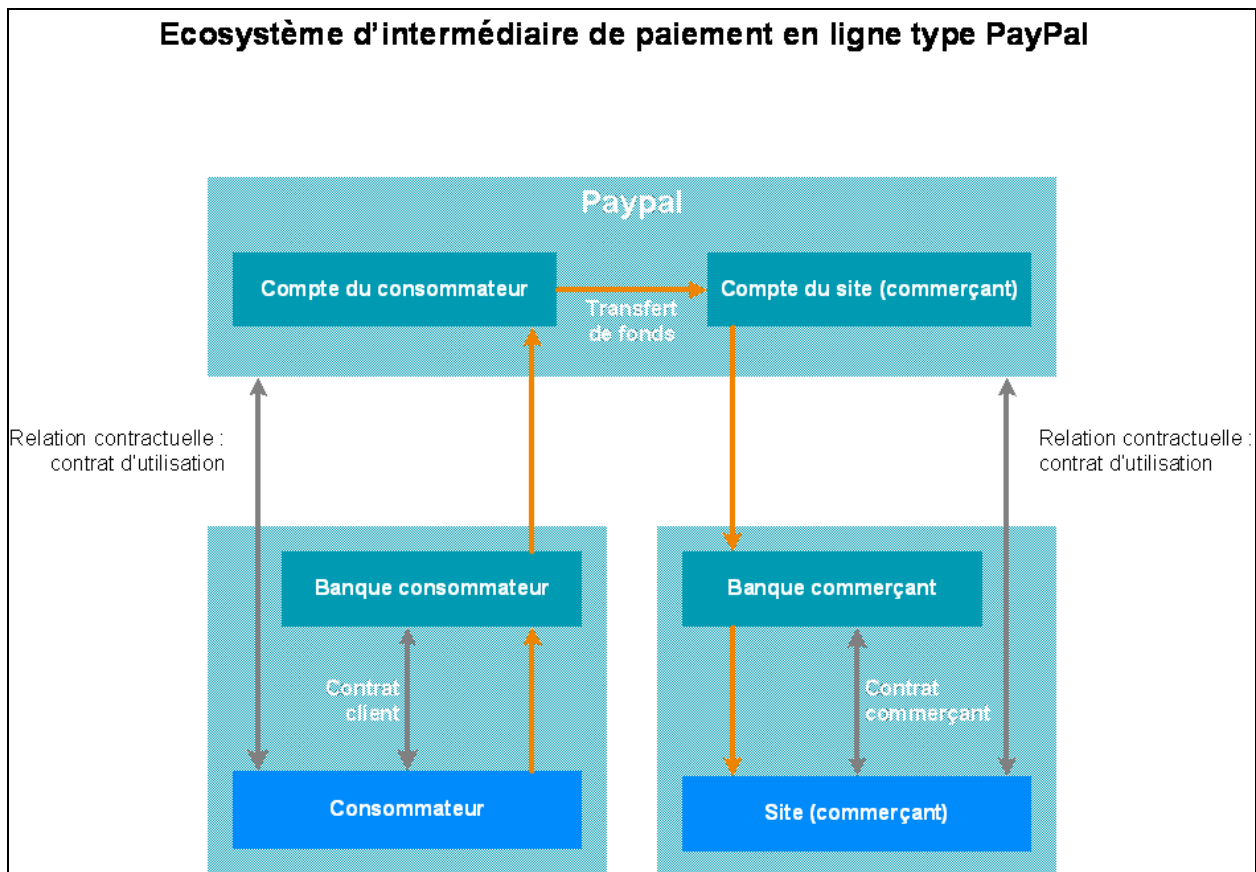
Cette chaîne se présente selon deux modèles principaux :

- dans les systèmes classiques, développés, par exemple, par Visa et Mastercard<sup>9</sup>, le prestataire du paiement électronique n'est pas directement impliqué dans une transaction entre un client et un commerçant mais seulement avec leurs banques respectives ;
- à l'inverse, le système développé par un acteur de paiement en ligne tel que PayPal propose au client et au commerçant de créer directement un compte personnel sur le site de PayPal pour leur paiement en ligne : PayPal est alors, en principe, directement en lien avec le client et le commerçant.

Les schémas ci-après mettent en évidence ces deux types de relations, sachant que la chaîne de contrats peut être complexifiée par l'utilisation d'intermédiaires supplémentaires offrant, par exemple, au commerçant des services intégrés de paiement en ligne.



<sup>9</sup> En France, ce système s'appuie également sur le GIE Carte Bancaire.



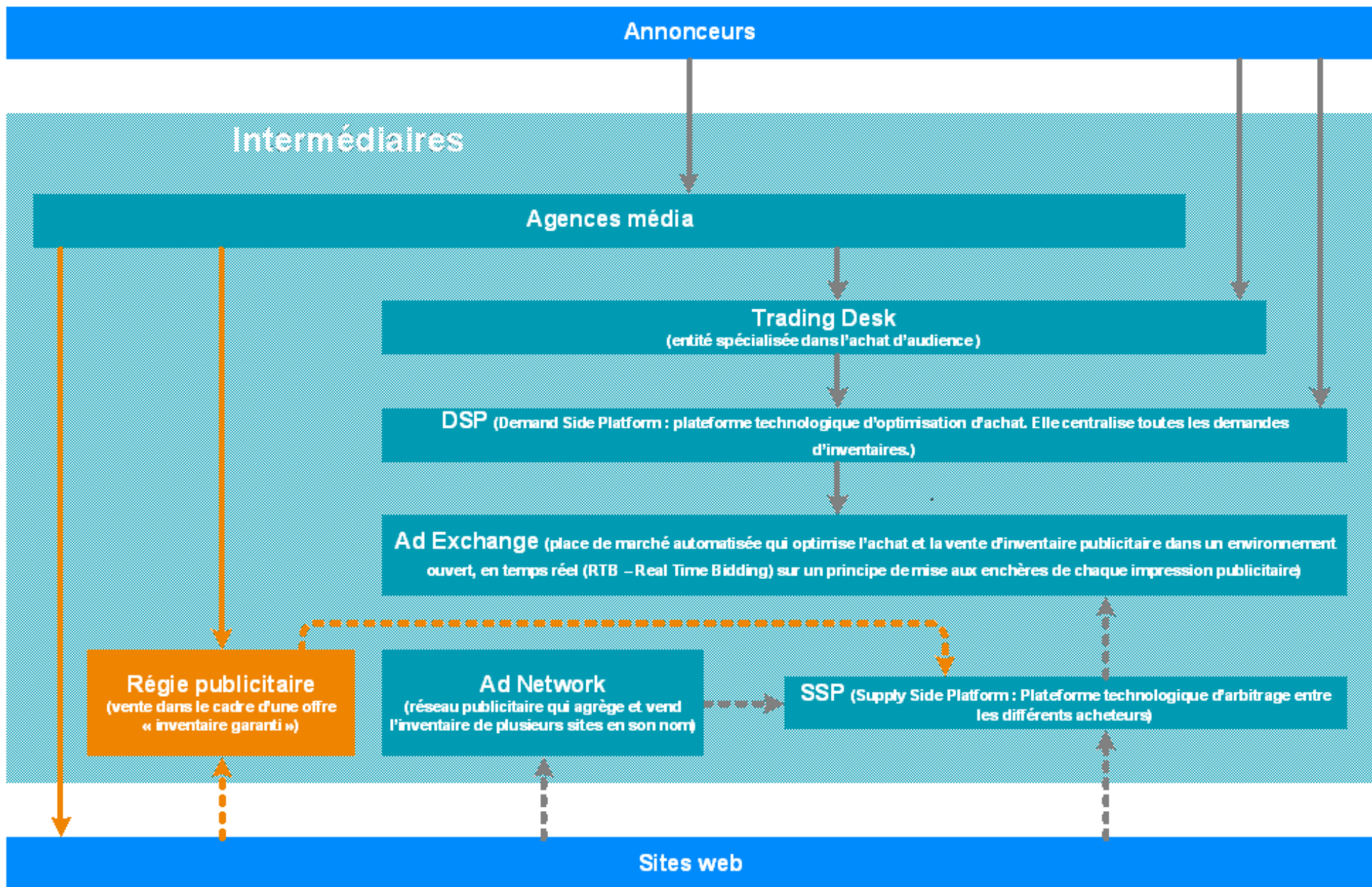
A l'heure actuelle, les services de paiement en ligne ont mis en place des procédures permettant le signalement de certaines atteintes en formalisant une procédure de saisine avec les justificatifs à fournir. Ils consacrent parfois des moyens importants au traitement des saisines qui leur sont adressées (constatations et vérifications). Ils cherchent à mettre en œuvre un suivi des infractions constatées pour limiter les phénomènes de réouverture de compte sous une autre identité. Certains ont étendu cette procédure aux atteintes au droit d'auteur.

► S'agissant du secteur de la publicité en ligne, celui-ci est complexe et fait intervenir une série d'acteurs intermédiaires. Il existe deux systèmes de placement de la publicité sur internet. Le premier ressemble à ce qui existe dans le monde physique et se caractérise par le choix fait par l'annonceur de diffuser sa publicité sur tel ou tel site. Un nouveau système, dit à la performance, prend une place grandissante sur internet. L'annonceur n'achète plus un espace précis mais la diffusion d'un message auprès d'un public ciblé. Ce système se caractérise par le fait que l'annonceur ne sait pas à l'avance où sa publicité sera diffusée, par la multiplicité des acteurs qui y participent et par la mise en œuvre de procédés automatisés, notamment en temps réel<sup>10</sup>.

<sup>10</sup> Annexe n°3 : Ecosystème du marché de la publicité en ligne : deux logiques d'achat



# Intermédiaires publicitaires : achat d'espace vs. achat de performance



A noter : les flèches marquent tous les liens possibles, les différents acteurs peuvent choisir tout ou partie de ces relations.



Les acteurs de la publicité en ligne ont développé des techniques spécifiques leur permettant de vérifier que les publicités diffusées ne se trouvent pas associées à un contenu inapproprié ou illégal qui pourrait compromettre l'image de marque des annonceurs (protection de la marque ou « *brand safety* »). Les outils développés permettent, par exemple, de vérifier, par des techniques de filtrage *a priori* ou de contrôle *a posteriori*, qu'une publicité pour boissons alcoolisées n'apparaît pas sur des sites à destination de mineurs. Ces outils peuvent être paramétrés pour éviter la diffusion de publicités sur des sites dédiés à la contrefaçon de droits d'auteur et de droits voisins. La protection des marques est un enjeu pour l'ensemble des acteurs responsables et peut se concrétiser au sein de chartes.

► Les échanges ont permis de confirmer qu'une action des intermédiaires de paiement et des acteurs de la publicité en ligne contre les sites abritant massivement de la contrefaçon est toujours réalisable. Ainsi, si elle est parfois rendue difficile par la multiplication des intermédiaires, elle est techniquement et juridiquement possible du fait de la chaîne de contrats qui les relie un à un. Des clauses contractuelles prévoient souvent explicitement la faculté pour les acteurs de paiement et de publicité en ligne d'agir en cas de constatation d'une violation, y compris d'une violation de droits de propriété intellectuelle de tiers. Ces échanges ont, en outre, été l'occasion pour les acteurs responsables d'affirmer leur volonté de participer à la lutte contre les pratiques illicites.

## **2. La signature de chartes impliquant les acteurs de la publicité et du paiement en ligne est de nature à favoriser la lutte contre la contrefaçon à grande échelle sur internet**

Le choix retenu ici consiste à se placer, concernant ces acteurs, sur les terrains de l'autorégulation et du droit souple. Il n'est pas nécessaire à ce stade, eu égard à la volonté commune des acteurs d'agir spontanément en ce sens et à la particularité du réseau internet d'envisager des mesures contraignantes.

Plusieurs chartes ou déclarations ont déjà été signées, à l'étranger et en France. Ces initiatives vont dans le bon sens.

La mise en place de nouvelles chartes, pour la France, impliquant les acteurs de la publicité et du paiement en ligne permettrait d'étendre, de formaliser et de systématiser le recours à ce type d'action pour lutter contre les contrefaçons de droits d'auteur à grande échelle sur internet.

### Aperçu des chartes déjà signées en France et à l'étranger :

En **France**, le Syndicat des Régies Internet (SRI) s'est doté d'une « Charte qualité » qui pose « *les engagements du SRI en matière de bonnes pratiques concernant la diffusion de publicité digitale* » au titre desquels les membres du syndicat « *garantissent à leurs partenaires des consignes claires et strictes en matière de qualité de service, de transparence, de déontologie et de confort d'utilisation pour les internautes* ». Cette charte a été modifiée courant 2013, notamment pour viser spécifiquement la protection de la propriété intellectuelle. Ainsi, au titre de leur « *déontologie vis-à-vis de l'annonceur* », les membres du syndicat s'engagent à « *empêcher la diffusion de messages publicitaires sur les sites coupables de manquements répétés aux droits de propriété intellectuelle* ».

Au **Royaume-Uni**, la Police de Londres s'est associée avec les ayants droit<sup>11</sup> et a conclu des accords avec des intermédiaires de paiement<sup>12</sup> et les acteurs de la publicité en ligne<sup>13</sup>. Dans le cadre de ces accords, des intermédiaires de paiement ont fermé des comptes de sites dédiés à la contrefaçon de droits d'auteur. Une opération a également été conduite à l'été 2013 : les noms de sites consacrés à la contrefaçon ont été communiqués aux acteurs de la publicité en ligne, partenaires du dispositif. Parallèlement à cela, depuis décembre 2013, un organisme regroupant des acteurs de la publicité (le *Digital Trading Standards Group*) a publié des bonnes pratiques en matière de publicité en ligne (*UK Good Practice Principles for the trading of Digital Display Advertising*) qui visent de façon générale à réduire les risques de diffusion d'une publicité sur un site non désiré. Ces pratiques s'appuient essentiellement sur l'utilisation d'outils de vérification des contenus (*content verification tool*) et sur un système de listes de sites non désirés.

Aux **Etats-Unis**, des accords ont été conclus en mai 2011, avec le soutien de l'administration Obama, par les ayants droit d'une part (*Best Practices for Rights-holders with Payment Processors*) et les intermédiaires de paiement d'autre part (*Best Practices to address copyright infringement and the sale of counterfeit products on the Internet*<sup>14</sup>). Le dispositif mis en place vise aussi bien les contrefaçons de droits d'auteur que les contrefaçons de marques et fonctionne sur la base de signalements par les ayants droit, suivi d'une vérification effectuée par l'intermédiaire financier ou la banque du site illicite ayant recours aux services de l'intermédiaire. A l'issue de l'échange engagé avec le site, l'intermédiaire financier, le cas échéant au travers de la banque du site, pourra exiger du site qu'il soit mis un terme à l'activité illicite. A défaut, les services de l'intermédiaire financier impliqué pourront cesser de lui être fournis. La procédure est mise en œuvre *via* une plateforme de l'*International AntiCounterfeiting Coalition* (IACC), dont les membres sont des titulaires de droits de propriété intellectuelle (brevet, marque, droit d'auteur). L'IACC est destinataire des signalements des ayants droit, qu'elle examine et transmet ensuite à l'intermédiaire de paiement concerné. Un bilan de la mise en œuvre de l'accord sur un an a été réalisé en octobre 2012. Ce bilan conclut à l'efficacité du dispositif (906 comptes de sites proposant des contrefaçons ont été fermés) mais indique que le dispositif devrait notamment être étendu aux régies publicitaires.

<sup>11</sup> La Federation Against Copyright Theft, la British Recorded Music Industry, l'International Federation of the Phonographic Industry - IFPI - et la Publishers Association.

<sup>12</sup> Visa, MasterCard et PayPal.

<sup>13</sup> L'Internet Advertising Bureau local - IAB-, l'Incorporated Society of British Advertisers et l'Institute of Practitioners in Advertising.

<sup>14</sup> Ces accords sont signés par American express, Discover, MasterCard, PayPal et Visa.

Des acteurs de la publicité en ligne<sup>15</sup> ont publié le 3 mai 2012 une déclaration concernant les bonnes pratiques à adopter pour éviter que les publicités ne viennent involontairement financer ou légitimer l'activité de sites dédiés à la contrefaçon de marques ou de droits d'auteur (*Statement of best practices to address online piracy and counterfeiting*).

En juillet 2013, plusieurs régies publicitaires<sup>16</sup>, avec le soutien de la branche américaine de l'*Interactive advertising bureau*, ont signé une charte de bonnes pratiques en matière de lutte contre la contrefaçon de droits de propriété industrielle et de droits d'auteur (*Best practices guidelines for ad networks to address piracy and counterfeiting*).

En parallèle de ces initiatives, le gouvernement américain, via l'*United States Trade Representative* (USTR), publie chaque année – et tient donc à la disposition de tous les acteurs qui voudraient s'en saisir- la *Notorious Markets List*, qui consiste en une liste des marchés physiques et numériques (en pratique, une liste de sites Internet) dans le monde qui commettent ou incitent vraisemblablement à la commission d'actes de contrefaçon de marques ou de droits d'auteur. Cette liste est établie à la suite de propositions d'inscription faites par les industries concernées et d'un examen par l'USTR. L'inscription d'un site établi dans un Etat donné peut être notamment invoquée par les Etats-Unis dans le cadre de ses relations avec les pays étrangers, pour inviter l'Etat concerné à prendre des mesures appropriées.

Les chartes déjà signées à l'étranger, qui formalisent des outils pour recevoir les notifications des ayants droit et y donner suite, devraient faciliter la mise en place de tels instruments en France. Il s'agit de favoriser un recours plus systématique à ces outils et d'approfondir la coopération entre ayants droit et acteurs de paiement ou de publicité. Ces chartes devront également prendre en compte les spécificités du marché français et la place jouée par l'autorité publique en matière de respect des droits.

C'est pourquoi, il est proposé de prolonger ces initiatives en France par la signature de deux chartes sectorielles sous l'égide de l'autorité publique. Ces chartes auraient vocation à définir un cadre d'implication des acteurs de publicité et de paiement en ligne dans la lutte contre la contrefaçon du droit d'auteur et des droits voisins sur internet et de préciser certaines modalités de leur intervention. Il pourrait être envisagé ultérieurement de compléter ces chartes par d'autres instruments de droit souple concernant notamment les moteurs de recherche ou les hébergeurs techniques (serveurs) les plus importants, afin d'optimiser le traitement des signalements des atteintes aux droits d'auteur qui leur sont adressés par les ayants droit.

Ces chartes pourraient également inciter à la signature d'accords au niveau de l'Union Européenne. Les interlocuteurs rencontrés à la commission européenne - où des réflexions sont en cours à ce sujet - se sont d'ailleurs montrés favorables à la signature d'accords en France, lesquels pourront alimenter les efforts au niveau de textes européens, de la même façon que la « charte de lutte contre la contrefaçon sur Internet » conclue en 2009 en France entre titulaires de

---

<sup>15</sup> L' Association of National Advertisers et l' American Association of Advertising Agencies

<sup>16</sup> 24/7 Media, Adtegrity, AOL, Condé Nast, Google, Microsoft, SpotXchange, et Yahoo!

droits et plateformes de commerce électronique a été portée eu niveau européen en 2011<sup>17</sup>. Enfin, ces chartes participeraient d'un cadre cohérent plus global dans lequel une autorité publique serait amenée à informer les intermédiaires sur les sites abritant massivement de la contrefaçon afin qu'ils puissent prendre des mesures à l'égard de ces sites sans engager leur responsabilité contractuelle (cf. II).

## II. Une mission publique d'information sur les sites internet qui portent massivement atteinte au droit d'auteur

### 1. Un besoin d'intervention publique

► Si les acteurs de la publicité et du paiement en ligne sont favorables à une démarche d'autorégulation pour lutter contre la contrefaçon, il est ressorti des rencontres avec ces acteurs un besoin d'appréciation objective des informations relatives à la présence d'atteintes au droit d'auteur sur des sites hébergeant des contenus contrefaisants ou des sites de référencement renvoyant vers des contenus contrefaisants.

Cette appréciation objective serait apportée par l'intervention de l'autorité publique qui constaterait, notamment à partir d'informations fournies par les ayants droit, les atteintes et qui rendrait ses constatations publiques. Cette intervention présenterait un double intérêt :

1 - En premier lieu la contrefaçon du droit d'auteur et des droits voisins peut être plus délicate à vérifier que d'autres infractions et notamment la contrefaçon de droits de propriété industrielle, en particulier les contrefaçons de marques. Les intermédiaires de paiement ou de publicité en ligne n'ont pas les moyens de s'assurer de la véracité de l'ensemble des réclamations qui leur sont adressées. Il s'agirait donc de faciliter les tâches de vérification pour les intermédiaires auxquels sont signalés des contenus illicites.

2 - En second lieu, il s'agirait de sécuriser les mesures d'autorégulation prises par les intermédiaires. Ceux-ci pourraient alors agir en se reposant sur la fiabilité des informations données par l'autorité publique, qui jouerait en quelque sorte le rôle d'un tiers de confiance. Ce besoin d'appréciation objective et de fiabilité de l'information fournie est d'autant plus grand que ces acteurs pourraient être amenés à engager leur responsabilité contractuelle. Les conséquences tirées des informations fournies sont, en effet, susceptibles de causer un préjudice aux sites, voire à des tiers.

---

<sup>17</sup> Une charte de lutte contre la vente de produits contrefaisants sur Internet, qui vise donc essentiellement la contrefaçon de marque, a été signée en 2009 entre des plateformes de vente en ligne et des titulaires de droits ; elle compte aujourd'hui une cinquantaine de signataires dont 6 plateformes d'e-commerce, 36 titulaires de droits et 7 fédérations industrielles. La charte de 2009 a été portée au niveau européen en 2011 et, en France, complétée par deux chartes signées en 2012 avec les opérateurs postaux et des sites de petites annonces. Les chartes françaises résultent de deux missions, confiées par le Ministre de l'Economie, des Finances et de l'Industrie, à Bernard Brochand, Député-maire de Cannes et alors Président du Comité National Anti-Contrefaçon (CNAC), et Pierre Sirinelli, Professeur de droit à l'Université Paris I. Les chartes ont été conclues, avec l'appui des pouvoirs publics, notamment de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI) et du Conseil général de l'Industrie, de l'Énergie et des Technologies.

Par ailleurs une résolution du parlement européen souligne le besoin de cohérence en la matière. Cf. point 32 de la résolution du Parlement européen du 20 novembre 2012 sur le Livre vert « Vers un marché européen intégré des paiements par carte, par internet et par téléphone mobile » (2012/2040 (INI)) en vertu duquel le Parlement « estime qu'il est probable que les entreprises dont l'activité dépendra effectivement de la capacité à accepter les paiements par carte seront de plus en plus nombreuses ; considère qu'il est de l'intérêt public de définir des règles objectives déterminant les circonstances et les procédures selon lesquelles les systèmes de paiement par carte pourront refuser unilatéralement de donner leur accord ».

► La publicité donnée à ses constatations par l'autorité publique faciliterait non seulement les actions d'autorégulation de la part des intermédiaires de paiement et des acteurs de la publicité, mais permettrait également d'informer d'autres intermédiaires qui pourraient eux aussi en tirer toutes les conséquences.

Elle permettrait enfin de renseigner le public, qui s'interroge parfois sur la licéité d'un site en particulier. Cette publication ne devrait pas apporter à ces sites un surcroît d'audience. Les plus avertis connaissent déjà les sites sur lesquels on peut trouver un nombre significatif d'œuvres contrefaisantes et peuvent accéder facilement à tel ou tel contenu par les moteurs de recherche. Cette mesure se rapprocherait, par exemple, de l'initiative de liste de sites internet non autorisés proposant du *trading* d'options binaires publiée sur le site de l'Autorité des marchés financiers. Aux Etats-Unis, en matière de droit de la propriété intellectuelle, une liste des sites internet portant massivement atteinte au droit des marques et au droit d'auteur est publiée par le gouvernement américain (cf. encadré p. 10). Existente également des initiatives privées telles que le *Transparency report* de Google<sup>18</sup> et le site *chilling effects*<sup>19</sup>.

## 2. La mise en place d'une mission d'information par l'autorité publique

Pour être développée, l'approche « *follow the money* » doit avoir une assise solide et la plus légitime possible et permettre aux intermédiaires de prendre des mesures proportionnées à la gravité des atteintes constatées. Si les intermédiaires doivent pouvoir s'adresser à des sites avec lesquels ils sont en relation pour leur demander de remédier à des atteintes au droit d'auteur ponctuelles qui ont été constatées, il leur serait utile, pour leur permettre de prendre plus facilement des mesures contraignantes à l'égard de l'ensemble d'un site, de disposer d'une constatation sur le site dans sa globalité.

C'est la raison pour laquelle il est apparu qu'un constat limité au manque de diligence du site au regard de certains contenus qui, après avoir été retirés, réapparaissent, ne serait pas suffisant pour justifier une action du type « *follow the money* ». L'action ciblée à l'égard d'un contenu qui réapparaît garde tout son sens (cf. III) mais ne peut constituer qu'un des éléments à prendre en compte par l'autorité administrative qui doit arriver à fournir une information objective et fiable sur l'activité de certains sites pris dans leur ensemble.

S'il est rare qu'un site contienne 100% de contenus illicites<sup>20</sup>, l'observation de sites hébergeant des contenus illicites ou des liens pointant vers ces contenus, s'appuyant sur un faisceau d'indices, appréciés au cas par cas, permet, en revanche, de constater que l'activité du site est massivement contrefaisante, ce qui peut justifier une action des intermédiaires à leur égard.

► L'autorité publique pourrait ainsi croiser un certain nombre de données et d'analyses pour arriver à une constatation globale sur le site en se fondant sur des indices d'ordre quantitatif et qualitatif. Ils pourraient, en fonction des sites ciblés et des données disponibles, porter, par exemple, sur :

---

<sup>18</sup> Ce rapport de Google a vocation à donner une visibilité au public sur les notifications reçues par le moteur de recherche, il comprend une section consacrée aux demandes de retrait faites sur le fondement d'une atteinte au droit d'auteur.

<sup>19</sup> Au cours des auditions, des critiques ont été formulées par les ayants droit à l'égard du site *Chilling Effects* qui référence, entre autres, les adresses URL retirées par Google à la suite de notifications. Ils ont indiqué que ce site qui reprend l'intégralité des adresses URL constitue un véritable annuaire des œuvres piratées. Si certains liens référencés ont déjà été supprimés, ce n'est pas le cas de tous. La publication proposée ici, qui se limite aux sites, n'a pas les mêmes inconvénients.

<sup>20</sup> Cf. le rapport sur les moyens de lutte contre le streaming et le téléchargement direct illicites de février 2013.

- des indices quantitatifs :
  - le nombre d'œuvres mises en ligne sur le site sans autorisation des ayants droit, notamment par rapport au nombre total de fichiers hébergés et à la fréquentation estimée du site ;
  - le nombre et le contenu des demandes de retrait réalisées par les ayants droit, notamment par rapport à la fréquentation estimée du site ;
  - le nombre de liens pointant vers des contenus illicites, notamment par rapport au nombre total de liens proposés sur un site et à sa fréquentation estimée ;
- des indices qualitatifs formels et juridiques :
  - la diligence pour la suppression d'œuvres illicites ou de liens à la suite d'une demande des ayants droit ;
  - la transparence concernant les responsables du site (mentions éditoriales, informations « Whois », moyens de contact, ...) ;
  - les réponses apportées par le site aux éventuelles interrogations de l'autorité administrative ;
  - le respect ou la méconnaissance d'injonctions de retrait prolongé (cf. III) ou d'injonctions judiciaires ;
  - la présence sur des listes similaires dans d'autres pays ;
  - les éventuels jugements nationaux ou étrangers concernant l'activité du site ;
- des indices qualitatifs relatifs au contenu et au modèle économique :
  - le type et le contenu des publicités présentes sur le site ;
  - le danger éventuel en termes de sécurité informatique pour les utilisateurs (exploitation de failles ou incitation à télécharger des logiciels malveillants) ;
  - les interactions, notamment économiques, avec d'autres sites eux même largement contrefaisants, comme par exemple les programmes d'affiliation ;
  - la rémunération ou non des téléverseurs en fonction de la consultation du contenu téléversé ;
  - le type d'avantages mis en avant lors de la souscription d'abonnements à un site.

► Pour réaliser une observation approfondie et parvenir à des constatations fiables, l'autorité devrait être investie du pouvoir d'observer et analyser les sites en utilisant, le cas échéant, les services proposés. Elle devrait également avoir la possibilité d'obtenir des informations auprès d'autres autorités administratives. Elle pourrait, au titre de l'instruction menée, interroger le site, les ayants droit et les personnes éventuellement concernées.

Ces constatations s'inscriraient dans le cadre d'une procédure contradictoire, permettant au site en cause de faire valoir ses arguments avant toute publication et prendrait en compte la nécessaire protection des données personnelles.

Cette phase d'instruction pourrait permettre à l'autorité publique d'engager, si possible, une médiation avec les responsables du site. En effet, les entretiens avec les ayants droit et les retours d'expérience en France<sup>21</sup> et à l'étranger ont montré que la mise en œuvre de procédures pouvait conduire des sites à se conformer volontairement à la législation. Une partie de l'offre légale de

---

<sup>21</sup> L'ARJEL (Autorité de régulation des jeux en ligne) indique dans son rapport annuel que certains sites de jeu en ligne se conforment à la législation française après avoir reçu une mise en demeure en sollicitant un agrément ou en suspendant leur activité sur le territoire français. « Sur ces 2126 sites, 1941 sont en conformité avec la législation française : 1108 l'étaient « spontanément », 833 le sont devenus suite à l'envoi de mises en demeure par l'ARJEL, parfois suivies, en tant que nécessaire, de procédures de blocage d'accès ». Source : ARJEL, Rapport d'activité 2012, p. 29 : <http://www.arjel.fr/IMG/pdf/rapport-activite-2012.pdf>

contenus culturels en ligne d'aujourd'hui est constituée des sites illicites d'hier. Les sites peuvent s'engager dans la voie de la légalisation de leur activité, en obtenant des licences et autorisations de la part des ayants droit, en mettant en place des instruments de lutte contre la contrefaçon, en permettant la valorisation de certains contenus et en recentrant leur activité sur des contenus non protégés. Ainsi, la Police de Londres estime qu'un cinquième des sites faisant l'objet d'une procédure ferme volontairement ou met en œuvre un plan d'action pour légaliser son activité.

Concernant les sites non coopératifs, cette procédure, qui concernerait notamment des sites dédiés à la contrefaçon hébergés dans des pays peu protecteurs des droits d'auteur, pourrait être plus rapide et se limiterait de facto à adresser un avis au contact indiqué sur le site pour faire courir un délai, à l'issue duquel, à défaut de réponse, l'autorité publique pourrait publier ses constatations.

L'instruction serait poursuivie par différents constats de l'autorité permettant d'arriver à une appréciation sur le site lui-même. La décision de publication par l'autorité publique d'un constat d'atteintes graves ou répétées au droit d'auteur sur un site de téléchargement, de *streaming* ou de référencement pourrait faire l'objet d'un recours de la part des intéressés.

### **3. Le choix assumé de l'autorégulation**

Les constatations de l'autorité publique permettraient d'informer, en particulier, les acteurs de paiement et de publicité en ligne sur le caractère massivement illicite de l'activité abritée par ces sites internet pour qu'ils prennent des mesures volontaires en se reposant sur la fiabilité des informations données allant du simple rappel des obligations contractuelles jusqu'à la rupture du contrat.

L'autorité publique pourrait ensuite demander à ces acteurs les suites qu'ils ont données à ces informations pour rendre compte publiquement des résultats obtenus et des éventuelles difficultés auxquelles ils ont été confrontés.

L'autorégulation qui est ici préconisée à l'égard des intermédiaires de paiement et de publicité pour répondre aux enjeux de la contrefaçon de droits d'auteur sur internet fait le pari que la collaboration des acteurs de bonne volonté est plus efficace que la contrainte. C'est la raison pour laquelle il n'est pas envisagé de confier à l'autorité publique un pouvoir d'injonction à l'égard des acteurs de paiement et de publicité en ligne ou de séquestre des fonds liés aux activités contrefaisantes. Il n'est pas non plus proposé d'instituer des sanctions administratives ou de permettre à l'autorité administrative de saisir le juge pour solliciter des mesures visant à prévenir ou faire cesser les atteintes au droit d'auteur. Cette dernière démarche relève d'une autre voie procédurale laissée au libre choix des titulaires de droits.

Le rôle de l'autorité administrative consisterait en revanche à informer, en s'appuyant sur le levier de la publicité, et à coordonner les actions des intermédiaires.

L'approche de droit souple qui est privilégiée ici pourrait également permettre, le cas échéant, d'impliquer non seulement les intermédiaires déjà engagés dans la signature de chartes mais tous ceux qui pourraient se saisir de cette information afin de participer à la lutte contre la contrefaçon de droits d'auteur sur internet.



### III. La création d'une injonction de retrait prolongé

#### 1. Pour mettre fin à la réapparition des atteintes au droit d'auteur, une autorité administrative pourrait enjoindre un « retrait prolongé »

La réapparition des contenus supprimés constitue la principale limite des procédures de notification des contenus contrefaisants hébergés sur les sites. En effet, les ayants droit, qui ont recours à la notification prévue à l'article 6 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique, sont confrontés à la réapparition permanente des contenus et des liens dont ils demandent le retrait. Un fichier contrefaisant retiré à la suite d'une notification réapparaît très souvent, peu après, sur le même site internet, hébergé sur une autre URL, ce qui oblige à procéder à de nouvelles notifications alors que le caractère contrefaisant du fichier a été admis. Pour réduire cette difficulté, il est proposé de confier à l'autorité administrative la possibilité d'enjoindre à un site de communication au public en ligne de faire cesser et de prévenir, pendant une durée déterminée, la réapparition de contenus qui lui ont été signalés comme constituant une atteinte aux droits d'auteur ou aux droits voisins sur le site.

#### **D'autres pays européens ont déjà consacré l'intervention d'une autorité publique pour optimiser les notifications des atteintes aux droits d'auteur à des sites.**

En **Italie**, l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni italienne (AGCOM) a adopté le 12 décembre 2013 un règlement de protection du droit d'auteur sur les réseaux de communication électroniques.

Ce règlement institue un comité pour le développement et la protection de l'offre légale des œuvres digitales (art. 4) qui est conçu comme un lieu de rencontre et de négociation entre les représentants des ayants droit, des consommateurs, de la société civile et des pouvoirs publics. Le comité a pour objectif la conclusion d'accords favorables au développement de l'offre légale sur internet. Il peut adopter des codes de conduite, en particulier pour impliquer les services de paiement en ligne dans la lutte contre l'offre d'œuvres contrefaisantes sur internet. Le comité est enfin chargé de missions de pédagogie auprès du grand public.

Les articles 5 à 9 du règlement instituent une nouvelle procédure de protection du droit d'auteur sur internet, qui permet aux ayants droit et aux sociétés de gestion collective de saisir l'AGCOM lorsqu'une œuvre est rendue disponible sur internet en violation du droit d'auteur. L'AGCOM, sauf à classer sans suite la requête pour des raisons formelles ou du fait de son caractère manifestement infondé, ou lorsqu'une procédure judiciaire est déjà en cours pour les mêmes faits, conduit alors une instruction contradictoire qui implique, autant que possible, la personne ayant téléversé l'œuvre sur le site, le gestionnaire du site internet, le gestionnaire de la page internet, et les prestataires de services (fournisseurs d'accès à internet et hébergeurs) impliqués. Ces acteurs ont alors le choix d'adhérer spontanément à la requête, ce qui classe la plainte, ou de contester son bien-fondé. L'instruction est conduite par l'AGCOM dans un délai de trente cinq jours, qui peut être aménagé ; une procédure accélérée est, en outre, prévue lorsque l'autorité est saisie à nouveau des mêmes faits.

Après instruction, soit le collège prend une décision de rejet de la requête, soit, s'il retient la méconnaissance du droit d'auteur, il peut prononcer trois sortes d'injonctions, dans le respect du principe de proportionnalité :

- si le site mis en cause est hébergé sur un serveur présent sur le territoire italien, le collège peut ordonner aux hébergeurs de retirer les œuvres en cause des données hébergées ;

- en cas de violation massive, le collège peut ordonner une mesure de blocage ciblée sur ces œuvres ;

- si le serveur hébergeant les œuvres est hors du territoire national, le collège peut ordonner aux fournisseurs d'accès à internet de procéder au blocage du site entier (DNS ou IP) ;

Enfin, si le collège procède à une mesure de blocage des œuvres ou du site, il peut ordonner la redirection automatique des requêtes concernant les pages ou le site bloqué vers une page rédigée selon leurs directives.

Le règlement prévoit que le non respect de ces décisions peut faire l'objet de lourdes sanctions administratives pécuniaires prononcées par l'autorité. Des dispositions spécifiques sont prévues pour les services de média linéaires et non linéaires.

Le règlement devrait entrer en vigueur en avril prochain.

En **Espagne**, la loi 2/2011 du 4 mars 2011, dite loi Sinde, institue, en particulier, un dispositif de notification des atteintes aux droits d'auteur constatées sur les sites Internet. Cette procédure est mise en œuvre par une commission de propriété intellectuelle, rattachée au ministère de la culture, qui est divisée en deux sections : la première section est chargée d'exercer des fonctions de médiation et d'arbitrage avec les sociétés de gestion collective ; la seconde a pour mission de veiller à la sauvegarde des droits de propriété intellectuelle.

La commission de propriété intellectuelle est saisie par les ayants droit qui constatent la présence d'un ou plusieurs contenus contrefaisants sur un site<sup>22</sup>. Si la commission juge recevable la demande au regard des conditions posées par la loi, elle enjoint au responsable du site internet de faire en sorte que le contenu ne soit plus accessible ou de faire valoir ses observations dans un délai de 48 heures.

Au terme de la procédure et en l'absence de retrait volontaire, la commission peut prendre une décision constatant l'atteinte aux droits d'auteur et demander le retrait des contenus contrefaisants ou l'interruption de l'activité qui porte atteinte aux droits d'auteur. L'exécution forcée de cette décision est subordonnée à une autorisation du juge, qui peut, en particulier, demander aux intermédiaires techniques d'exécuter la décision (retrait des contenus litigieux, blocage du site, déréférencement, cessation de fourniture des services d'hébergement).

La commission a été saisie de 326 demandes concernant 98 sites depuis sa création et a transmis 400 notifications : la plupart des sites auxquels elle adresse des notifications sont situés hors Espagne mais sont accessibles en Espagne et portent atteinte à des œuvres protégées par la loi espagnole.

Un projet de loi sur la propriété intellectuelle amendant notamment la loi Sinde a été adopté en Conseil des ministres le 22 mars 2013 et devrait être transmis au Parlement durant le premier semestre 2014. Les principales innovations consistent à :

---

<sup>22</sup> Est visé par la loi tout service poursuivant un but lucratif (direct ou indirect) ou causant un préjudice patrimonial aux ayants droit. Le projet de loi déposé le 22 mars 2013 prévoit une substitution de définition : seront désormais visés les sites portant directement atteinte aux droits de propriété intellectuelle de manière significative, au regard du nombre d'œuvres mises à disposition sans autorisation et à leur modèle économique.

- élargir explicitement la compétence de la commission aux sites de référencement à condition que leur activité ne se limite pas à un simple rôle neutre d'intermédiaire technique ;
- permettre à la commission de demander le retrait de toutes les œuvres d'un catalogue d'un ayant droit, au lieu des seules œuvres signalées dans la saisine ;
- permettre à la commission d'impliquer, en plus des intermédiaires techniques de l'internet, les intermédiaires de paiement et de publicité en ligne pour qu'ils suspendent leur service à l'égard du site en manquement ;
- permettre à la commission de prononcer une amende administrative contre le site en manquement d'un montant de 30 000 à 300 000 euros.

L'injonction proposée concernerait tous les sites, y compris les sites participatifs (plateforme *UGC*) qui peuvent également être confrontés à des faits de contrefaçon. Elle les obligerait à recourir, pendant une durée limitée, à des moyens efficaces pour protéger certains contenus identifiés. L'injonction serait probablement d'une moindre utilité pour les sites massivement contrefaisants, domiciliés à l'étranger. Cependant, on ne peut exclure que, dans certains cas et dans le cadre de la médiation mise en place par l'autorité dédiée (cf. II), certains sites se montrent collaboratifs. Selon le cas, et sur la base de l'observation quantitative et qualitative du site par l'autorité, ce site pourrait faire l'objet d'une information facilitant l'action de la part des intermédiaires déterminés à lutter contre la contrefaçon à grande échelle.

Techniquement, cette injonction ne se heurte pas (ou ne se heurte plus) à des difficultés majeures. En effet, il existe, en particulier, des outils de reconnaissance de contenus qui permettent de comparer automatiquement l'empreinte de l'œuvre avec celle des contenus mis en ligne par les internautes, afin d'éviter la réapparition de contenus contrefaisants sur un site. Il serait donc possible d'enjoindre au prestataire du service de communication au public en ligne de mettre en œuvre des mesures pour éviter la répétition d'atteintes au droit d'auteur liées à un ou plusieurs contenus particuliers, qui ont déjà été notifiés. Des outils ont d'ailleurs spontanément été mis en place par des plateformes comme Dailymotion et YouTube. En France, l'Institution National de l'Audiovisuel commercialise un outil de ce type.

## **2. L'injonction de retrait prolongé s'inscrit dans le cadre de la directive commerce électronique**

La directive 2000/31 du 8 juin 2000 sur le commerce électronique a créé un régime de responsabilité particulier pour les intermédiaires techniques de l'internet. Outre les intermédiaires responsables du réseau lui-même (intermédiaires de transport) et les intermédiaires de stockage temporaire (« *caching* »), ce régime s'applique aux intermédiaires de stockage, c'est-à-dire au premier chef aux sociétés qui louent des serveurs mutualisés ou dédiés connectés au réseau internet à des personnes physiques ou morales désirant créer un site internet. Il concerne également certains prestataires de services de communication au public en ligne qui se contentent d'offrir aux internautes des possibilités de stockage d'informations sans avoir un rôle actif sur ces informations. Ces intermédiaires ne sont pas responsables des informations hébergées à condition, selon l'article 14 de la directive, qu'ils n'en aient pas effectivement connaissance et qu'ils agissent promptement, à chaque fois qu'ils ont connaissance de l'illicéité d'une information, pour la retirer ou rendre l'accès à celle-ci impossible.

Toutefois, le législateur communautaire a souhaité poser une limite à une protection absolue du statut d'hébergeur. Il a permis, au point 3 de l'article 14 de la directive : « *qu'une juridiction ou une autorité administrative, conformément aux systèmes juridiques des Etats membres, [exige] du prestataire qu'il mette un terme à une violation ou qu'il prévienne une violation* » et a ajouté que les Etats membres avaient la possibilité : « *d'instaurer des procédures régissant le retrait de ces informations ou les actions pour en rendre l'accès impossible.* ». Ainsi, l'hébergeur n'est pas soumis à une obligation permanente, mais il peut être soumis à des obligations spécifiques, relatives à « une violation ». Ces injonctions sont toutefois limitées par la disposition de l'article 15 de la même directive, qui interdit aux Etats membres que soit imposée aux hébergeurs « *une obligation générale de surveiller les informations* » stockées.

► Une possibilité d'injonction en cas d'atteinte au droit d'auteur a été spécialement prévue en droit français, par l'article L. 336-2 du code de la propriété intellectuelle<sup>23</sup>. Cet article transpose les dispositions du 3 de l'article 8 de la directive 2001/29 relative au droit d'auteur, selon lequel « *Les Etats membres veillent à ce que les titulaires de droits puissent demander qu'une ordonnance sur requête soit rendue à l'encontre des intermédiaires dont les services sont utilisés par un tiers pour porter atteinte à un droit d'auteur ou à un droit voisin.* ». En tant qu'il s'applique aux intermédiaires techniques de l'internet, dont les hébergeurs, et permet de leur enjoindre d'agir, alors même qu'ils ne sont pas responsables des violations en cause, cette possibilité d'injonction met en application la possibilité posée au 3 de l'article 14 de la directive de 2000.

► Cette proposition viserait à utiliser la faculté offerte par la directive d'autoriser les autorités administratives à prendre des mesures pour faire cesser et prévenir une atteinte particulière à des droits sur des œuvres artistiques. Son champ d'application serait plus circonscrit que celui de l'article L. 336-2 du code de la propriété intellectuelle, il ne concernerait que la persistance d'un contenu notifié ou la réapparition d'un tel contenu sur un site et ne pourrait viser que le retrait de ce contenu déterminé. Cette injonction aurait, en outre, un régime différent et plus limité.

### **3. Le dispositif envisagé**

L'injonction de retrait prolongé, lorsqu'elle concernerait les sites hébergeurs, ne leur imposerait pas « *une obligation générale de surveiller les informations qu'ils (...) stockent ou une obligation générale de rechercher activement des faits ou des circonstances révélant des activités illicites* », proscrite par l'article 15 de la directive sur le commerce électronique, dans la mesure où elle serait ciblée et non générale et s'assurerait de l'équilibre entre la liberté d'entreprendre des services de communication au public en ligne, la liberté d'expression et la protection des données personnelles des internautes, d'une part, et la protection des droits d'auteur, d'autre part.

1 – L'autorité devrait être obligatoirement saisie par les titulaires de droits sur les œuvres ou leurs ayants droit ou par les organismes de défense professionnelle. Elle ne pourrait s'auto-saisir pour délivrer une injonction. Cette procédure consisterait en une faculté nouvelle qui s'ajouterait aux autres dispositifs et ne constituerait en aucun cas un préalable pour une action judiciaire. Elle permettrait aussi à certains titulaires de droits, qui ne disposent pas des ressources suffisantes

---

<sup>23</sup> « *En présence d'une atteinte à un droit d'auteur ou à un droit voisin occasionnée par le contenu d'un service de communication au public en ligne, le tribunal de grande instance, statuant le cas échéant en la forme des référés, peut ordonner à la demande des titulaires de droits sur les œuvres et objets protégés, de leurs ayants droit, des sociétés de perception et de répartition des droits visées à l'article L. 321-1 ou des organismes de défense professionnelle visés à l'article L. 331-1, toutes mesures propres à prévenir ou à faire cesser une telle atteinte à un droit d'auteur ou un droit voisin, à l'encontre de toute personne susceptible de contribuer à y remédier.* ».

pour notifier aux hébergeurs de façon répétée, voire industrielle, les atteintes à leurs droits, de voir reconnaître ceux-ci et de les faire respecter.

2 - Au moins dans un premier temps, l'injonction de retrait prolongée ne concernerait que le contenu des sites internet, c'est-à-dire les fichiers des œuvres contrefaisantes, et non les liens hypertextes renvoyant vers ces œuvres, que l'on peut trouver sur les annuaires de liens ou les moteurs de recherche.

La Cour de justice de l'Union Européenne a récemment jugé qu'à certaines conditions, un tel lien peut constituer une atteinte au monopole de l'auteur<sup>24</sup>. En tout état de cause, un lien hypertexte vers une œuvre contrefaisante contribue au préjudice causé aux ayants droit et une action sur ce lien peut être, à certaines conditions, légitime. Comme les œuvres, les liens retirés réapparaissent souvent peu de temps après leur retrait et la mise en place d'outils technologiques assurant, pendant un certain temps, pour certaines œuvres et à certaines conditions de proportionnalité, leur retrait durable, pourrait s'avérer à l'avenir pertinent. L'accès aux œuvres contrefaisantes se fait, en effet, souvent par de tels liens et leur retrait prolongé, là où il est efficace, pourrait suppléer un défaut d'exécution de l'injonction de retrait prolongé du contenu.

3 - Le champ d'intervention de l'injonction serait le contenu des notifications préalablement adressées aux hébergeurs. L'injonction serait prononcée pour des contenus précisément identifiés. L'ayant droit qui aurait préalablement notifié la présence d'un contenu à une plateforme pourrait saisir l'autorité publique afin de bénéficier d'une injonction de retrait prolongé concernant ce contenu.

4 - L'injonction serait limitée dans le temps à une durée maximale inférieure à six mois. La décision donnerait lieu à une appréciation de la part de l'autorité et ne serait jamais automatique. En particulier, la durée dépendrait de la nature des œuvres et de leurs différentes modalités d'exploitation : les œuvres cinématographiques font souvent l'objet d'exclusivités et connaissent plusieurs modes de diffusion successifs organisés par la chronologie des médias. La popularité des œuvres musicales ou littéraires peut être, quant à elle, relancée par un événement occasionnel comme un concert ou la sortie d'un nouveau format.

Une procédure contradictoire, enfermée dans des délais de nature à garantir son efficacité, permettrait d'examiner les arguments du prestataire du service de communication au public en ligne sur la faisabilité et la proportionnalité de la mesure pour permettre à l'autorité publique de prendre en compte la charge matérielle, organisationnelle et financière des mesures à mettre en œuvre dans le prononcé de l'injonction. Au cas par cas, les autres personnes intéressées seraient appelées à transmettre leurs observations.

Les mesures demandées au site en cause ne présenteraient pas un caractère absolu : l'injonction impliquerait seulement que soient mises en œuvre les diligences raisonnables qui devraient permettre, eu égard à l'état de l'art des techniques, d'assurer un retrait prolongé de l'atteinte. En outre l'injonction ne vaudrait que pour l'avenir, ce qui dispenserait notamment les plateformes d'aller vérifier l'intégralité des données déjà stockées dans leur base de données. En conséquence, s'agissant des contenus déjà mis en ligne, les ayants droit devraient continuer à adresser des notifications pour préciser leur localisation et obtenir leur retrait.

Ces différentes conditions de mise en œuvre excluent – semble-t-il – que l'injonction soit analysée comme : « une obligation de surveillance généralisée » proscrite par la directive du 8

---

<sup>24</sup> CJUE, 13 février 2014, *Nil Svensson, Sten Sjörgen, Madelaine Sahlman et Pia Gadd c/ Retriever Sverige AB*, C 466/12.

juin 2000, dès lors que la directive ne peut pas ne pas avoir de portée utile. L'interprétation de cette notion faite par la CJUE dans son arrêt SABAM du 16 février 2012 C 360/10 et par la Cour de cassation dans ses arrêts du 12 juillet 2012<sup>25</sup> implique que la mesure proposée puisse être mise en œuvre en conformité avec le droit européen dès lors qu'elle respecte, en plus des conditions déjà énoncées, l'exigence de proportionnalité. En effet, outre le caractère limité dans le temps, limité aux nouvelles mises en ligne et limité à certaines œuvres, l'injonction ne serait prononcée qu'en fonction d'une analyse au cas par cas des possibilités techniques du site internet et de la proportionnalité de la mesure. Devront être mis en balance les atteintes aux droits et libertés des internautes et la protection de leurs données personnelles, les atteintes aux droits et libertés du prestataire du service de communication au public en ligne, en particulier s'agissant du coût de la mesure d'une part, avec les droits de propriété intellectuelle défendus d'autre part. Les éventuels effets de bord devront être pris en compte.

En définitive, c'est dans le prononcé de chaque injonction et l'appréciation de la mesure que l'autorité devra veiller à ne pas instituer une obligation de surveillance généralisée.

5 - L'autorité publique pourrait décider de rendre publique l'injonction prononcée et suivre sa mise en œuvre. Toutefois il n'est pas proposé, dans la continuité des orientations générales de ce rapport, d'imposer une régulation et de prévoir un pouvoir de sanction administrative en cas de non respect de l'injonction. Ce non respect engagerait cependant la responsabilité du prestataire du service de communication au public en ligne et les ayants droit seraient donc fondés à demander réparation du préjudice causé par le renouvellement de l'atteinte à leurs droits sur ce site. Si les injonctions restaient lettre morte dans des proportions importantes et que l'autorégulation marque le pas, il pourrait être envisagé de permettre à l'autorité publique en charge du prononcé de ces mesures de saisir le juge du non respect de l'injonction afin d'obtenir une mesure d'exécution, comme le prononcé d'une astreinte.

6 – Comme cela a été dit, les mesures envisagées respectent l'équilibre entre, d'une part, la liberté d'expression et la protection des données personnelles des internautes et, d'autre part, la protection de la propriété intellectuelle. S'agissant, en particulier, des technologies de reconnaissance de contenus qui permettent d'empêcher la réapparition des contenus préalablement identifiés elles sont déjà utilisées volontairement par certaines plateformes, de sorte qu'elles sont, par hypothèse acceptées par elles et intégrées dans leur activité. Elles sont également connues des internautes usagers de la plateforme, pour lesquels l'effet produit par les outils est identique, qu'il ait été mis en place dans le cadre d'un accord entre le site et un ayant droit ou sur injonction d'une autorité publique.

#### **IV. La mise en place d'un dispositif de suivi dans le temps des décisions judiciaires concernant les sites internet abritant massivement de la contrefaçon**

##### **1. Le contournement des décisions judiciaires constitue une atteinte à leur autorité**

► En présence d'une atteinte à un droit d'auteur ou un droit voisin occasionné par un service de communication au public en ligne, les ayants droit peuvent solliciter du tribunal de grande instance qu'il ordonne, sur le fondement de l'article L. 336-2 du code de la propriété intellectuelle, à toute personne de prendre toutes les mesures propres à prévenir ou faire cesser

---

<sup>25</sup> Cass. civ. 12 juillet 2012, n° 11-13-666 ; n° 11-15-165 et 11-15-188 ; n° 11-13-669

l'atteinte. Ces mesures, particulièrement utiles s'agissant de sites portant atteinte au droit d'auteur situés à l'étranger, peuvent consister en une injonction de blocage d'un service de communication au public en ligne adressée à un fournisseur d'accès à internet ou en une injonction de déréférencement de ce service adressée à un moteur de recherche.

Toutefois, il existe des possibilités de contournement des mesures ordonnées par le tribunal ; ainsi le site en cause peut offrir un service identique en utilisant une adresse ou un nom de domaine non bloqué : on parle alors de site miroir. Ces manœuvres interviennent le plus souvent très peu de temps après la décision du juge. Et malgré celle-ci, ce nouveau site, avec un contenu identique ou similaire au site précédent - et qui porte atteinte au droit d'auteur ou à un droit voisin - n'est pas bloqué et demeure référencé par les moteurs de recherche. Le juge est donc confronté à un problème d'effectivité de sa décision.

► Pour contrecarrer ce procédé, dans l'affaire *Allostreaming* qui a donné lieu au jugement du tribunal de grande instance de Paris du 28 novembre 2013, rendu en la forme des référés, les représentants des ayants droit avaient demandé au juge « *que soit prise une décision les autorisant à faire évoluer ses données principales par l'intermédiaire d'un outil qu'ils décrivent comme permettant l'actualisation des injonctions du tribunal* » pour prévenir les risques d'apparition de sites miroirs. Une demande similaire avait été formée à l'égard des moteurs de recherche.

Le tribunal n'a pas accédé à ces demandes en relevant « *qu'en l'état de la législation applicable, la présente juridiction ne dispose d'aucun moyen lui permettant de contrôler l'exécution de sa décision, soit directement, soit par l'intermédiaire d'un agent public qui en aurait la charge, les modalités proposées par les demandeurs ne constituant pas un tel outil à la disposition de la juridiction* ».

Il a néanmoins souligné la pertinence de suivre dans le temps l'effectivité des mesures de blocage et de déréférencement prononcées à l'encontre des fournisseurs d'accès et des moteurs de recherche en envisageant les modalités qui permettraient d'actualiser sa décision :

- Il a indiqué que rien ne faisait obstacle à ce que l'actualisation du blocage se fasse par accord entre les parties, ayants droit, fournisseurs d'accès à internet et moteurs de recherche. Faute d'accord, les parties devraient le saisir à nouveau pour obtenir cette actualisation.

- Il a également ouvert la voie à des solutions d'exécution ou de suivi particulières de ce type d'injonction qui ne seraient pas entre les mains des parties mais à la disposition du juge et qui lui permettraient « *soit directement, soit par l'intermédiaire d'un agent public* », de réagir rapidement à l'apparition d'un « site miroir ».

► En effet les possibilités de contournement des décisions de justice ne remettent pas en cause l'opportunité des mesures prises. Il a été d'ailleurs rappelé en introduction qu'il n'existe pas une solution unique permettant d'éradiquer la contrefaçon mais qu'il est nécessaire de prévoir un ensemble de mesures complémentaires qui permettent, notamment, d'affaiblir la rentabilité des services de communication en ligne dont l'économie repose sur la contrefaçon à grande échelle. Enfin, et selon les termes de la décision *Allostreaming*, le juge, répondant à l'argumentation des fournisseurs d'accès, a affirmé que « *l'impossibilité d'assurer une complète et parfaite exécution des décisions susceptibles d'être prises ne doit pas entraîner l'absence de reconnaissance des droits des ayants droit par les juridictions* ».



## 2. L'effectivité des décisions de justice concernant les sites abritant massivement de la contrefaçon doit être recherchée

Une solution pourrait consister à confier à un service indépendant des parties au litige, placé sous l'autorité fonctionnelle du juge, le suivi des décisions judiciaires concernant les sites internet abritant massivement de la contrefaçon. Dans cette hypothèse, le juge reste, en principe, saisi de l'affaire jusqu'à l'exécution totale des mesures qu'il a ordonnées et en conserve la maîtrise. Cela évite la réitération des saisines de la justice aux mêmes fins.

► Cette proposition doit prendre en compte une série d'éléments :

En premier lieu, le juge doit garder un contrôle étroit sur toute actualisation d'une injonction de blocage ou de déréférencement qu'il a prononcée. Dès lors, il ne saurait être envisagé une forme de délégation de pouvoir du juge, mais plutôt de confier au service la charge d'observer les effets des mesures prononcées en vue de faciliter leur actualisation. Par exemple, la mesure de blocage peut ne plus s'avérer nécessaire compte tenu de la disparition de l'atteinte sur le site ou de la régularisation de sa situation et justifier une levée de la mesure, en sens inverse, l'apparition d'un site miroir peut justifier d'étendre la décision initiale de blocage. Le service en cause pourrait non seulement constater qu'il s'agit d'un site miroir mais aussi vérifier s'il y a accord entre les parties<sup>26</sup> ou encore instruire, dans des formes simplifiées, le désaccord.<sup>27</sup>

En deuxième lieu, le blocage d'un site miroir ne se résume pas à une simple question d'exécution de l'injonction judiciaire. En effet, la difficulté ne tient pas tant à l'obstacle mis dans l'exécution de la mesure par l'intermédiaire lui-même, qu'à d'éventuels contournements du fait des responsables de site qui sont des tiers à la procédure. Il ne s'agit pas d'une simple exécution de l'injonction initiale mais son actualisation qui requiert validation de la part du juge.

En troisième lieu, les procédures de blocage des sites de jeu en ligne, initiées par l'Autorité de régulation des jeux en ligne (ARJEL) sont riches d'expérience et peuvent inspirer le dispositif à envisager. Ces procédures montrent qu'il n'existe pas, dans cette matière, un outil unique et automatisé permettant d'identifier les sites miroirs, dont pourrait disposer directement le juge lui-même. Il s'agit davantage pour les agents assermentés de l'ARJEL d'analyser un ensemble de données, à l'aide d'outils qui peuvent en partie être automatisés. En outre, la collaboration entre l'ARJEL et le tribunal de grande instance de Paris a permis de mettre en œuvre ces procédures dans des délais raisonnables grâce à un calendrier d'audience permettant de fixer des rendez-vous judiciaires réguliers.

En quatrième lieu, la nécessité de suivre les décisions de justice à l'encontre de sites sur internet peut à l'avenir dépasser les problématiques actuelles du blocage des sites auprès des fournisseurs d'accès à internet ou de leur déréférencement dans les moteurs de recherche, compte tenu de l'évolution rapide des technologies dans ce secteur et concerner demain d'autres intermédiaires.

En cinquième lieu, il apparaît que les difficultés liées à l'actualisation des décisions de justice sont partagées quelle que soit la législation sur le fondement de laquelle la décision est prise. Aujourd'hui sont concernés les jeux en ligne et la propriété littéraire et artistique, mais aussi d'autres domaines relevant de la cybercriminalité.

---

<sup>26</sup> Il ressort de l'expérience anglaise qu'il y a souvent accord entre les fournisseurs d'accès à internet et les représentants des ayants droit sur l'actualisation de l'injonction de blocage.

<sup>27</sup> En matière d'exécution, il est possible pour le juge de recourir à une instruction simplifiée et de tenir compte d'une instruction préparatoire opérée par une autorité administrative ; cf. par analogie, les dispositions de l'article R. 931-6 du code de justice administrative.

► Ce sujet est d'ailleurs pris en compte par le groupe de travail interministériel chargé de l'adaptation du dispositif de lutte contre la cybercriminalité<sup>28</sup> dont la présidence a été confiée à Marc ROBERT, Procureur général près la cour d'appel de Riom.

Les solutions à envisager, qui ont pour objectif de donner des moyens opérationnels aux tribunaux judiciaires pour faire appliquer leurs décisions, doivent donc tenir compte de la dimension transversale de ces sujets. C'est pourquoi, sont évoquées s'agissant du choix de la structure à laquelle pourrait être confiée une telle mission, de simples pistes de réflexion.

1. Une première solution consisterait à confier une mission de suivi de l'exécution des décisions judiciaires concernant les sites internet abritant massivement de la contrefaçon à l'autorité administrative qui serait en charge de la lutte contre les atteintes aux droits d'auteur sur internet. Cette mission s'inscrirait alors dans le prolongement de la mission d'observation visant à constater des atteintes au droit d'auteur sur les sites de contenu ou de référencement (Cf. II). Les ayants droit disposeraient ainsi du même interlocuteur au stade de l'appréciation sur l'activité du site initial et du site miroir.

2. Une deuxième option consisterait à confier cette mission à une structure transversale ayant une compétence générale dans l'actualisation de telles mesures sur internet, qu'elles soient motivées par la lutte contre la contrefaçon, la pédopornographie ou la cybercriminalité. Un tel regroupement permettrait de mutualiser les compétences d'enquête sur internet dans ces différents domaines, qui se recoupent en partie, et de donner au juge un interlocuteur unique.

---

<sup>28</sup> Ce groupe de travail créé par la Ministre de la justice, le Ministre de l'économie et des finances, le Ministre de l'intérieur et la Ministre déléguée chargée des petites et moyennes entreprises, de l'innovation et de l'économie numérique. (Lettre de mission du 17 juin 2013).

## Conclusion

Les outils proposés dans ce rapport tentent, en tenant compte des particularités du réseau internet, qui dépasse les frontières nationales et qui accueille des usages en constante évolution, d'apporter des réponses cohérentes au développement de sites internet permettant la consultation ou le téléchargement d'un très grand nombre d'œuvres contrefaisantes.

Chacun des quatre outils est conçu en cohérence avec les trois autres, mais peut aussi être développé de façon indépendante. Ils constituent autant de réponses distinctes conduisant progressivement à la mise en place d'une action efficace de lutte contre les sites internet tirant profit d'une exploitation massive de la contrefaçon.

Au centre du dispositif demeure le titulaire des droits et ses différents représentants. C'est à eux seuls d'apprécier l'opportunité de recourir à une action, privée ou publique, administrative ou judiciaire, pour la défense de leurs droits. Si, constatant des atteintes à ceux-ci, ils choisissent d'agir, il est d'intérêt public qu'ils disposent de moyens de protéger leur propriété.

Toutefois, l'autorité publique n'est pas absente, car elle permet de préserver au mieux l'équilibre entre les différents droits en cause et de garantir le respect de la vie privée. Le rôle qui lui est confié ici est innovant, en ce qu'elle accompagne, par la médiation et l'incitation, les régulations mises en œuvre à l'initiative des différents acteurs.

**Remerciements aux services de la Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet**

Et en particulier à :

Sarah JACQUIER, directrice juridique, et Rose-Marie HUNAUT, directrice de la protection des droits, qui, avec Louis DUTHEILLET DE LAMOTHE, m'ont assistée pendant toute la durée de la mission ;

Toutes celles et ceux qui m'ont apporté leur concours, et notamment Stephan EDELBROICH, directeur des systèmes d'information, pour ses éclairages techniques ;

Eric WALTER, secrétaire général, qui a encouragé et facilité cette assistance et ces concours.

## **Annexe 1**

### **Lettre de mission<sup>29</sup>**

---

---

<sup>29</sup> Louis Dutheillet de Lamothe, maître des requêtes au Conseil d'Etat, a été nommé rapporteur en remplacement de Fabrice Aubert, appelé à d'autres fonctions

*Ministère de la Culture et de la Communication*

*La Ministre*

Madame Mireille IMBERT-QUARETTA  
Conseillère d'Etat  
Conseil d'État  
1, place du Palais-Royal  
75100 PARIS Cedex 01

16 JUIL. 2013

Nos Réf.: CC/717/LTA

Madame la Conseillère d'Etat,

Remis le 13 mai 2013, le rapport de la mission confiée à Monsieur Pierre Lescure pour un « Acte II de l'exception culturelle » offre une réflexion approfondie sur les enjeux du numérique pour tous les secteurs de création et présente des propositions détaillées.

S'agissant des atteintes au droit d'auteur, il invite à mieux distinguer les pratiques occasionnelles et personnelles, sans objectif d'enrichissement, des activités lucratives déployées par certains acteurs de l'Internet, reposant de manière systématique sur la diffusion illicite d'œuvres protégées par le droit d'auteur. Certains sites Internet de streaming, de téléchargement direct ou de référencement se sont en effet spécialisés dans l'exploitation à l'échelle industrielle de contenus illicites dont ils tirent des profits importants, engendrés par les paiements des utilisateurs et/ou par les revenus publicitaires.

Le rapport propose en conséquence de mettre l'accent sur la lutte contre les sites qui diffusent ou encouragent la diffusion des contenus protégés sans autorisation des ayants droit et sont à la fois les premiers maillons et les véritables bénéficiaires de la chaîne du piratage.

Si l'arsenal pénal existant offre d'ores et déjà l'ensemble des instruments nécessaires pour sanctionner ces pratiques, les poursuites contre les sites dédiés à la contrefaçon se heurtent à des obstacles importants qui tiennent, notamment, à la mobilité quasi instantanée des contenus, à la difficulté de rechercher les preuves ou d'identifier les personnes responsables et aux lacunes de la coopération entre les États.

Afin de répondre à ces difficultés, le rapport remis par Monsieur Lescure préconise donc d'impliquer les intermédiaires techniques et financiers (hébergeurs, moteurs de recherche, services de paiement, acteurs de la publicité en ligne, voire fournisseurs d'accès à Internet et opérateurs de nommage), sans pour autant redéfinir les règles de responsabilité posées par la directive 200/31/CE du 8 juin 2000 sur le commerce électronique ou remettre en cause la neutralité du net.

Ces constats et ces propositions convergent largement avec ceux du rapport de février 2013 sur « *les moyens de lutte contre le streaming et le téléchargement direct illicites* », que vous avez rédigé dans le cadre de la mission qui vous avait été confiée par la présidente de la Haute Autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet. Compte-tenu de l'expertise que vous avez délivrée à travers ce rapport, et plus généralement de votre parcours professionnel, je souhaite vous confier la mission d'élaborer les outils opérationnels permettant d'impliquer efficacement les intermédiaires techniques et financiers dans la prévention et la lutte contre la contrefaçon commerciale en ligne. Les outils en question pourront reposer sur des mesures volontaires, tels qu'un accord rassemblant les parties prenantes, voire sur des mesures législatives et réglementaires.

Afin de valider vos propositions sur le plan technique, juridique et économique, vous pourrez procéder à l'audition des acteurs représentatifs des secteurs tant économiques que culturels directement concernés, ainsi que de l'ensemble des représentants de la société civile intéressés. Vos analyses seront utilement éclairées par les solutions équivalentes mises en œuvre dans d'autres pays, notamment au sein de l'Union européenne ou aux États-Unis.

Pour l'accomplissement de cette mission, vous serez assistée dans votre travail par Monsieur Fabrice Aubert, auditeur au Conseil d'État, qui assurera les fonctions de rapporteur.

Vous pourrez prendre appui sur mon cabinet et sur les services du ministère de la Culture et de la Communication. Vous pourrez également, si vous l'estimez nécessaire, faire appel aux services de la Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet sur la compétence desquels vous vous êtes appuyée notamment lors de la rédaction de votre rapport sur le streaming.

Je vous engage à solliciter en tant que de besoin l'assistance des services du ministère de l'Économie et des Finances et du ministère de la Justice dans des conditions que ceux-ci définiront.

Je souhaite disposer du résultat de vos travaux le 15 janvier 2014.

Je vous remercie vivement d'avoir accepté d'assurer la conduite de cette mission et vous prie d'agréer, Madame la Conseillère d'Etat, l'expression de ma considération distinguée.



Aurélie FILIPPETTI



## **Annexe 2**

### **Personnes rencontrées**

---

Sont listés ci-après les organismes et personnes ayant apporté leur concours à la mission dans le cadre d'auditions, rencontres et prises de contact.

## **I. En France**

### **Autorité de régulation des jeux en ligne (ARJEL)**

Frédéric GUERCHOUN - Directeur juridique

### **Autorité des marchés financiers (AMF)**

Nathalie LEMAIRE - Directrice des relations avec les épargnants

### **Association française des éditeurs de logiciels et solutions internet (AFDEL)**

Loïc RIVIERE - Délégué général

Diane DUFOIX - Responsable des affaires publiques et réglementaires

### **Association française pour le nommage Internet en coopération (AFNIC)**

Pierre BONIS - Directeur général adjoint

### **Association de lutte contre la piraterie audiovisuelle (ALPA)**

Frédéric DELACROIX - Délégué général

### **Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP)**

François D'AUBERT - Président

Stéphane MARTIN - Directeur général

Brice BASTIE - Juriste conseil, chargé des relations avec les institutions professionnelles

### **Association des sites internet communautaires (ASIC)**

Giuseppe DE MARTINO - Président

Benoît TABAKA - Secrétaire général

**Jean BERBINAU** - Ingénieur général des télécommunications, membre du Collège de l'Hadopi

### **Bureau de liaison de l'industrie cinématographique (BLIC)**

Julie LORIMY - Déléguée générale du BLIC et de la Fédération nationale des distributeurs de films (FNDF)

Hortense de LABRIFFE - Déléguée générale de l'Association des producteurs indépendants (API)

Jean-Yves MIRSKI - Délégué général du Syndicat de l'édition vidéo numérique (SEVN)

### **Bureau de liaison des organisations du cinéma (BLOC)**

Frédéric GOLDSMITH - Délégué général de l'Association des producteurs de cinéma (APC), présidence du BLOC pour l'année 2013

Juliette PRISSARD-ELTEJAYE - Déléguée générale du Syndicat des producteurs indépendants (SPI), présidence du BLOC pour l'année 2014

Sylvie CORREARD - Déléguée générale du Syndicat des distributeurs indépendants réunis européens (DIRE)

Christian ODDOS - Délégué général du Syndicat des distributeurs indépendants (SDI)

Cyril SMET - Délégué cinéma du SPI

Laurène ATTIA – Assistante juridique APC

### **Canal Plus**

Laurent VALLEE - Secrétaire général

Christine N'GUYEN - Directrice juridique

Séverine FAUTRELLE - Responsable des affaires européennes

**Chambre syndicale de l'édition musicale (CSDEM)**

Angélique DASCIER - Déléguée générale

**Comité national anti-contrefaçon (CNAC)**

Richard YUNG – Président

**Conseil général de l'économie, de l'industrie, de l'énergie et des technologies (CGEIET)**

Dominique VARENNE - Contrôleur général économique et financier

Maurice SPORTICHE - Administrateur civil

**Conseil national du numérique (CNNum)**

Jean-Baptiste SOUFRON- Secrétaire général

Yann BONNET - Rapporteur général

**Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique (CSPLA)**

Pierre-François RACINE – Président

**Criteo**

Estelle WERTH - Global Privacy Officer

Sabrina BOUGUessa - Legal counsel

**CSPH International**

Philippe HARDOUIN – Managing partner

**Direction générale des douanes**

Stéphane PICHEGRU - Inspecteur à la Direction générale des douanes et droits indirects

Luc STROHMANN - Responsable Cyberdouane

**Bernard DENIS-LAROQUE - Expert judiciaire**

**Direction des affaires civiles et du Sceau**

Carole CHAMPALAUME - Directrice

Julie SAINT-PAUL - Rédactrice au bureau du droit commercial

**Facebook France**

Delphine REYRE - Directrice des affaires publiques

Anton'Maria BATTESTI- Public Policy Manager Affaires publiques

Hugo BORENSZTEIN - Interne Affaires Publiques Facebook France

**Fédération française des télécoms (FFT)**

Estelle CLAUSTRE - Responsable juridique Orange

Olivier HENRARD - Secrétaire général de SFR et Président de la Commission des contenus

Jean-Marie LE GUEN - Directeur délégué aux contenus

Emmanuel PARET - Responsable IP/IT Bouygues Telecom

**GIE Cartes Bancaires**

Gilbert ARIRA – Administrateur

Pierre CHASSIGNEUX - Directeur des Risques et de l'Audit

**Google/YouTube**

Alexandra LAFERRIERE - Senior Policy Manager

Benjamin AMAUDRIC DU CHAFFAUT - Senior Legal counsel

Virginie SCHWARTZ - Legal counsel

**Institut national de l'audiovisuel (INA)**

Mathieu GALLET - Président

Jean-François DEBARNOT - Directeur juridique

Gabriel MINEL - Responsable développement et missions

### **Interactive advertising bureau (IAB)**

Jérôme de LABRIFFE – Président - Directeur data value development BNP Paribas

Stéphane HAUSER - Délégué général

David LACOMBLED - Administrateur - Directeur délégué à la stratégie de contenus  
Orange

Olivier BENOIST - Consultant à Lighthouse Europe

Paul D'AMECOURT - Consultant à Lighthouse Europe

**Cédric MANARA** –auteur du rapport *Lutte contre les contenus illicites en ligne : frapper au portefeuille ?*, 2012 Professeur associé à l'EDHEC Business School

### **Mastercard**

Ludovic ESPITALIER-NOEL - Business Leader Public Policy

Olivia ESNARD - Senior Regional Counsel

Aprizio PEREIRA - Security and Risk Services Manager & Business Leader

Gabriel DAUBECH - Consultant à Communication & Institution

### **Microsoft/Bing**

Marc MOSSE - Directeur des affaires juridiques et publiques

Béatrice OEUVRARD - Juriste senior en charge des services BtoC

Quang-Minh LEPESCHEUX - Juriste propriété intellectuelle

### **Orange**

David GROSZ - Directeur juridique

Michael TRABBIA - Directeur des affaires publiques

Eric EDELSTEIN - Chef ingénieur sécurité

Jérôme FLAMENT - Juriste

### **OVH**

Alban SCHMUTZ - Senior Vice-President, Business Development & Public Affairs

Romain BEECKMAN - Directeur juridique

### **PayLib**

Alain BERTHELEMY - Président

Françoise MALBO - Service corporate, concurrence, marchés financiers et assurances  
- direction juridique pour La Banque Postale

Fabrice SEVE - Responsable du Départements des Grand Contrats BNP-Paribas

Christophe VAN CAUWENBERGHE - Moyens de paiement – Stratégie pour la  
Société Générale

Etienne MAURET - Responsable juridique des moyens de paiement et produits pour  
la Société Générale

### **PayPal**

Fabienne WEIBEL - Directrice des affaires publiques PayPal pour l'Europe

Emmanuelle GARRAULT - Directrice des affaires publiques PayPal pour la France

Jean-Luc ARCHAMBAULT - Consultant, Président de Lysios

**Marc ROBERT** - Procureur général près la cour d'appel de Riom, Président du groupe de travail interministériel chargé de l'adaptation du dispositif de lutte contre la cybercriminalité

### **SFR**

Olivier HENRARD - Secrétaire général

Solange VIEGAS DOS REIS - Responsable contenus, médias et SPRD - Direction  
juridique marketing et commerce

Frédéric DEJONCKHEERE – Responsable réglementation et multimédia

David GAVARRET - Expert architecte de la Direction Technique

**Société civile des auteurs multimédia (SCAM)**

Hervé RONY - Directeur général

Nicolas MAZARS - Responsable juridique de l'audiovisuel et de l'action professionnelle

**Société civile des producteurs phonographiques (SCPP)**

Marc GUEZ - Directeur général

Laurence MARCOS - Directrice juridique

**Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SACEM)**

David EL SAYEGH - Secrétaire général

Caroline BONIN - Directrice juridique adjointe

Mylène INNOCENTE - Service anti-piraterie

**Société des auteurs dans les arts graphiques et plastiques (ADAGP)**

Marie-Anne FERRY-FALL - Directrice générale

Thierry MAILLARD - Directeur juridique

**Société des auteurs et compositeurs dramatiques (SACD)**

Pascal ROGARD - Directeur général

Hubert TILLIET - Directeur des affaires juridiques

**Christian SOULIE**, Avocat à la cour

**Syndicat de l'Édition vidéo numérique (SEVN)**

Jean-Yves MIRSKI - Délégué général

Aurélien POZZANA - Consultant, Directeur du cabinet Affaires Publiques  
Consultants

**Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs (SELL)**

David NEICHEL - Président

Emmanuel MARTIN - Délégué général

**Société des producteurs de phonogrammes en France (SPPF)**

Karine COLIN - Directrice juridique

**Syndicat des régies internet (SRI)**

Hélène CHARTIER - Directrice générale

**Syndicat national de l'édition (SNE)**

Christine de MAZIERES - Déléguée Générale

Julien CHOURAQUI - Chargé de mission juridique

**Syndicat national de l'édition phonographique (SNEP)**

Guillaume LEBLANC - Directeur général

Alexandre LASCH - Directeur juridique

**TF1**

Sébastien FRAPIER - Directeur juridique groupe

Anthony LEVEL - Responsable juridique nouveaux médias

**Jacques TOUBON** - Ancien ministre, ancien membre du collège de l'Hadopi

**Tribunal de grande instance de Paris**

Magali BOUVIER - Première vice-présidente

**Union des annonceurs (UDA)**

Pierre-Jean BOZO - Directeur général

Laura BOULET - Directrice des affaires publiques et juridiques

Laureline FROSSARD - Juriste senior

**Union des entreprises de conseil et achat media (UDECAM)**

Bertrand BEAUDICHON - Président

Françoise CHAMBRE - Déléguée générale

Arnaud SCHMITE - Commission juridique

**Union des fabricants (Unifab)**

Philippe LACOSTE - Vice-président

David SAUSSINAN - Juriste

**Union des producteurs de films (UPF)**

Marie-Paule BIOSSE DUPLAN - Déléguée générale

**Visa**

Roland ENTZ - Directeur des relations extérieures

Catherine KOULOURATH - Directrice de la communication

Diana CARRASCO - Responsable Risk

Laurence DUBOIS DE LIEGE - Juriste senior

**David ZNATY** - Expert judiciaire

## **En Europe et à l'étranger**

### **Commission européenne**

Jean BERGEVIN - Chef d'unité lutte contre la contrefaçon et le piratage (D3) – DG Marché intérieur

Jorgen GREN - Chef d'unité croissance et emplois (F1) - DG Réseaux de communication contenu et technologies

Maria MARTIN PRAT - Chef d'unité droit d'auteur (D1) – DG Marché intérieur

Denis SPARAS - Legal officer – Unité services en ligne (E3) – DG Marché intérieur

Werner STENGG - Chef d'unité services en ligne (E3) – DG Marché intérieur

### **Espagne**

#### **Ministerio de Educación, Cultura y Deporte**

Carlos GUERVOS MAILLO - Subdirector General de Propiedad Intelectual.

### **Italie**

#### **Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM)**

Maja CAPPELLO - Dirigente Ufficio diritti digitali - Direzione servizi media

### **Etats Unis**

#### **Office of the United States Trade Representative (USTR)**

Susan Francesca WILSON - Director for Intellectual Property and Innovation

#### **US patent and trademark office - Department of commerce**

Levin GARRETT - Attorney Advisor, office of Policy and International affairs

Urban JoALLEN - Trade advisor at US government

Smith MICHAEL - Attorney Advisor, office of Policy and International affairs

Shira PERLMUTTER - Chief policy officer and director for international affairs

### **Royaume Uni**

#### **Department for Culture Media & Sport (DCMS)**

Adrian BRAZIER - Head of Digital Economy Act Implementation

#### **Intellectual Property office (IPO)**

Steve CODD - Deputy Director for IP Enforcement

**Lord Justice ARNOLD**, Royal court of justice,

#### **Office of communications (OFCOM)**

Campbell COWIE - Director of Internet policy

Stephen McCONNELL - International team

#### **Police de Londres**

Stephen HEAD - Commander, National coordinator economic crime

## **Annexe 3**

### **Ecosystème du marché de la publicité en ligne : Deux logiques d'achat**

---



Objectif de l'annonceur	Image de marque (Branding)	Performance
<b>Monnaie d'échange</b>	Améliorer la notoriété ou l'image de la marque ou du produit de l'annonceur.	Engendrer des actions de la part de l'internaute : génération de trafic sur site, inscription, ventes
<b>Tarification</b>	<p>Impressions</p> <p>CPM (Coût Pour Mille) L'annonceur paye une certaine somme pour 1000 publicités affichées. Le CPM est donc le coût pour l'exposition de mille impressions publicitaires (ou contacts). C'est l'<b>exposition à la publicité</b> qui est recherchée.</p>	<p>Action (clic, acquisition, formulaire d'inscription (lead)...)  <p>CPC (Coût Par Clic) ou CPA (Coût par Action) ou CPL (coût par lead). L'annonceur est donc uniquement facturé lorsque l'individu clique sur la publicité ou lorsqu'il effectue un nombre d'action à la suite de ce même clic. La <b>performance de la publicité</b>, ou la «réponse directe» est donc recherchée à travers ce mécanisme.</p> </p>
<b>Nature des espaces publicitaires achetés</b>	Premium / inventaires garantis	Non premium / inventaires non garantis
	<p>Les campagnes de branding visent à créer de la notoriété, renforcer l'image de marque, lancer un nouveau produit...</p> <p>Les campagnes de branding mixent souvent :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• des sites à fort trafic (comme les portails par exemple)</li> <li>• des sites qualitatifs choisis pour leur audience et/ou leur contexte (sites de presse, sites féminins, sites auto, sites high-tech...).</li> </ul> <p>L'offre « inventaires garantis » répond aux exigences des annonceurs qui souhaitent acheter de la visibilité sur un ou plusieurs sites identifiés.</p>	<p>Le contenu n'est pas le critère qualifiant. Les campagnes à la performance ont un objectif de transformation immédiate : faire cliquer l'internaute pour qu'il achète quelque chose, qu'il s'abonne à une newsletter, qu'il laisse son adresse e-mail...</p> <p>Comme il faut délivrer beaucoup d'impressions pour avoir un nombre suffisant de clics, les campagnes à la performance sont achetées en masse essentiellement :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• sur des sites à très fort trafic (les portails ou réseaux sociaux par exemple).</li> <li>• Via des réseaux publicitaires (Adexchange (place de marché), blind Network (achat dit à "l'aveugle"))</li> </ul> <p>Cette offre répond aux exigences des annonceurs qui souhaitent acheter de la performance.</p>
<b>Exemple</b>	Sites médias; Chaines thématiques; Page d'accueil ou pages thématiques des portails	Sites à fort trafic, réseaux proposant des packs thématiques
<b>Régies</b>	<p>Régies publicitaires ou adnetworks premium (réseau publicitaire qui agrège l'inventaire de plusieurs éditeurs en son nom) qui vendent de l'espace sur des sites et des emplacements identifiés.</p> <p>Exemples : groupes de média, portails internet ou marques pure player (présentes uniquement sur Internet).</p>	<p>Régies publicitaires, adnetworks ou places de marché premium qui proposent des offres à la performance sur leur réseau de sites.</p> <p>Régies au volume qui représentent un grand nombre de sites et/ou de pages web (+ de 100 url) et qui vendent des espaces sur des sites non identifiés.</p>
<b>Avantages</b>	Contexte sécurisé en adéquation avec la cible	Une rentabilité facile à calculer, une gestion ROIste (retour sur investissement)
<b>Inconvénients</b>		Une diffusion sur un ensemble de sites non identifiés

