

pix+ Droit

D4 : Culture juridique numérique

4.1 Identifier les droits liés aux activités numériques

Mai 2021

Sommaire

4.1.2. Appréhender les atteintes au droit de propriété intellectuelle.

1. *Contenus soumis à droit de propriété intellectuelle*
2. *Diffusion de contenus protégés*
3. *Acteurs de la protection de la propriété intellectuelle*

4.1.3. Maîtriser le cadre juridique du référencement et des liens hypertextes.

1. *Référencements et liens hypertextes : notions.*
2. *Pratiques liées au référencement*
3. *Pratiques liées aux liens hypertextes*

4.1.2 : Appréhender les atteintes au droit de propriété intellectuelle.

Sommaire : Appréhender les atteintes au droit de propriété intellectuelle

1. Contenus soumis à droit de propriété intellectuelle

1. *Protection des œuvres*
2. *Protection des marques, dessins et modèles*

2. Diffusion d'un contenu protégé

1. *Diffusion licite*
2. *Diffusion illicite*
3. *Exceptions*
4. *Accès au contenu protégé*

3. Autorités de protection

1. *HADOPI*
2. *ARCOM*
3. *Autres*

1. Contenus soumis à droit de propriété intellectuelle

- Tout internaute peut publier un contenu sur la Toile.
- Certains contenus sont soumis à un droit de propriété intellectuelle et ne peut être publié que par son auteur ou avec son autorisation, sous peine de contrefaçon.
- Contenus soumis à droit de propriété intellectuelle (1) :
 - *Œuvres : les droits d'auteur (1.1)*
 - *Les droits voisins du droit d'auteur (1.2)*
 - *Marques, dessins et modèles (1.3)*

1. Contenus soumis à droit de propriété intellectuelle

1.1. : Œuvres : les droits personnels à l'auteur.

Qu'est-ce qui est protégé par le droit d'auteur ?

- C'est **l'œuvre** !
- Elle peut être littéraire, musicale, une image, une photo, une sculpture, un logiciel, une création de mode, une vidéo, un son ([voir : art. L. 112-2 CPI](#)) Les simples idées sont exclues.
- L'œuvre suppose une **démarche créatrice et artistique**, l'œuvre ne correspond pas à ce que tout le monde pourrait faire. L'œuvre reflète la personnalité de son auteur, elle est originale. Il est indispensable aussi qu'elle soit perceptible par au moins l'un des sens suivants : vue, ouïe, toucher.
- Exemples : livre, photo, chanson, dessin...
- Vous êtes tous capables de réaliser des œuvres, elles ne sont pas réservées aux grands artistes ! La photo que vous postez sur les réseaux sociaux est une œuvre, le mémoire de fin d'études ou le rapport de stage est aussi une œuvre, elle accède à la protection des œuvres.

1. Contenus soumis à droit de propriété intellectuelle

1.1. : Œuvres : les droits de l'auteur.

Qu'est-ce que le droit d'auteur ?

L'auteur bénéficie de la protection de l'œuvre, il est le seul à avoir des droits sur l'œuvre :

Il y en a plusieurs, d'où l'expression « les droits d'auteur » :

- **Droits moraux** (art. L. 121-1 à -9 CPI) :
 - Droit au respect de son nom et droit au respect de son œuvre : droits imprescriptibles, perpétuels, inaliénables, transmissibles au décès aux héritiers.
 - Droit de divulguer l'œuvre
 - Droit au retrait de l'œuvre
- **Droits patrimoniaux** (art. L. 122-1 à -12 CPI) :
 - Droit de représenter l'œuvre : communication au public de l'œuvre
 - Droit de reproduire l'œuvre : fixation matérielle de l'œuvre permettant sa diffusion : enregistrer, imprimer, photographier...

Faisant partie du patrimoine de l'auteur, ces droits peuvent faire l'objet de contrats.

1. Contenus soumis à droit de propriété intellectuelle

1.1. : Œuvres : les droits de l'auteur.

Qu'est-ce que le droit d'auteur ?

L'auteur bénéficie de la protection de l'œuvre, il est le seul à avoir des droits sur l'œuvre :

Il y en a plusieurs, d'où l'expression « les droits d'auteur » :

- **Droits moraux** (art. L. 121-1 à -9 CPI) :
 - Droit au respect de son nom et droit au respect de son œuvre : droits imprescriptibles, perpétuels, inaliénables, transmissibles au décès aux héritiers.
 - Droit de divulguer l'œuvre
 - Droit au retrait de l'œuvre
- **Droits patrimoniaux** (art. L. 122-1 à -12 CPI) :
 - Droit de représenter l'œuvre : communication au public de l'œuvre
 - Droit de reproduire l'œuvre : fixation matérielle de l'œuvre permettant sa diffusion : enregistrer, imprimer, photographier...

Faisant partie du patrimoine de l'auteur, ces droits peuvent faire l'objet de contrats.

1. Contenus soumis à droit de propriété intellectuelle

1.2. : Œuvres : les droits voisins des droits de l'auteur.

Pourquoi parler de « droits voisins » ?

- ✓ Ils ne peuvent pas exister sans le droit d'auteur.
- ✓ Ils ne concernent pas l'auteur de l'œuvre.
- Les droits voisins sont les droits des personnes qui vont donner vie à l'œuvre, avoir une activité de réalisation, ils prolongent l'œuvre.
 - *Ex. : un film peut avoir un auteur et un réalisateur qui permet à l'œuvre de « prendre vie ».*
 - *Ex. : une chanson peut avoir un auteur-compositeur et un interprète qui sans être l'auteur de la chanson, permet de « donner vie à l'œuvre ».*
- Les titulaires de droits voisins (artistes-interprètes, producteurs de phonogrammes ou de vidéogrammes, entreprises de communications audiovisuelle...) bénéficient de la même protection que celle accordée au titre du droit d'auteur, il n'est pas possible, sans leur autorisation, de diffuser un contenu qui reprendrait leur œuvre sur internet.
- Dans le cas d'une chanson interprétée par un artiste qui n'en est pas l'auteur, il y a donc deux autorisations à demander : l'une à l'auteur, et l'autre, à l'artiste-interprète.

1. Contenus soumis à droit de propriété intellectuelle

1.2. : Œuvres : les droits voisins des droits de l'auteur.

Le cas des éditeurs de presse :

Directive du 17 avril 2019, transposition française par la loi du 24 juill. 2019.

- Création d'un droit voisin pour les éditeurs de presse.
- Ils ne sont pas auteurs des articles (ce sont les journalistes), mais ils bénéficient désormais d'un droit voisin permettant une protection : leur autorisation est obligatoire avant toute reproduction sur internet (art. L. 218-2 CPI).
- Les **sites reproduisant les articles des éditeurs de presse** doivent désormais avoir leur autorisation et les rémunérer.

Ex. : Google News.

1. Contenus soumis à droit de propriété intellectuelle

1.3. : Marques, dessins et modèles.

La marque est un **signe** qui permet de distinguer un produit ou une entreprise.

Elle est protégée lorsqu'elle est **déposée à l'INPI**, le dépôt se fait en ligne sur le site : <https://www.inpi.fr/fr/proteger-vos-creations/proteger-votre-marque/les-etapes-cles-du-depot-de-marque>.

La protection dure alors 10 ans, renouvelable sans limite de temps.

Personne d'autre ne peut utiliser une marque déposée, et une imitation est un acte de contrefaçon, punissable pénalement.

Sur internet, on peut citer une marque (ex. : dans un avis), **mais pas l'utiliser dans la vie des affaires.**

1. Contenus soumis à droit de propriété intellectuelle

1.3. : Marques, dessins et modèles.

Les dessins et modèles sont une protection dédiée au **design** des produits. Cette protection suppose un dépôt du dessin auprès de l'INPI et vient s'ajouter à la protection au titre du droit d'auteur.

Le dépôt s'effectue en ligne : <https://www.inpi.fr/fr/proteger-vos-creations/proteger-votre-creation-esthetique/les-etapes-cles-du-depot-de-dessin-et>. Il est aussi possible de consulter les dessins et modèles déposés sur ce site.

La protection dure alors 5 ans, renouvelable jusqu'à atteindre 25 ans.

Personne d'autre ne peut utiliser un dessin et modèle déposé, et une imitation est un acte de contrefaçon, punissable pénalement.

Sur internet, on ne peut pas copier / diffuser une image d'un dessin et modèle déposé.

2. Diffusion d'un contenu protégé sur internet

- Tout internaute peut publier un contenu sur internet.
- Ce contenu pourra être analysé comme une œuvre s'il en remplit les conditions et être protégé par le droit de la propriété intellectuelle (textes, vidéos, photos...). L'autorisation de l'auteur est alors indispensable pour toute publication en ligne.
- Les marques et les dessins et modèles sont insusceptibles d'être reproduits sans accord de leur titulaire.
- Pour une publication licite, une autorisation de l'auteur est indispensable (2.1).
- L'absence d'autorisation suppose un délit de contrefaçon (2.2).
- Il existe des exceptions à la contrefaçon (2.3)
- Le simple accès au contenu n'est pas une contrefaçon (2.4)

2. Diffusion d'un contenu protégé sur internet

2.1. : La diffusion licite d'un contenu protégé.

L'obtention de l'autorisation de l'auteur pour la diffusion de son œuvre sur internet peut prendre la forme d'un **contrat de licence**.

L'auteur est libre de déterminer le contenu du contrat de licence et de permettre d'utiliser /de reproduire son œuvre, mais aussi de poser des limites, ou d'intégrer une rémunération.

Attention : certaines plateformes (réseaux sociaux, Marketplaces...) incluent le contrat de licence dans leurs conditions générales ! En les acceptant, les utilisateurs consentent une licence sur les contenus qu'ils publient sur ces plateformes, le plus souvent en permettant une utilisation et une reproduction par la plateforme sans rémunération (v. l'ex. de Facebook).

Vous possédez les droits de propriété intellectuelle (tels que les droits d'auteur et les marques déposées) de tout le contenu que vous créez et partagez sur Facebook et des autres Produits des entités Facebook que vous utilisez. Aucune disposition des présentes Conditions ne vous prive des droits que vous possédez sur votre propre contenu. Vous êtes libre de partager votre contenu avec quiconque, où vous le souhaitez.

Cependant, afin que nous puissions fournir nos services, vous devez nous accorder certaines autorisations légales (appelées « licences ») pour utiliser ce contenu. Ceci est uniquement dans le but de fournir et d'améliorer nos Produits et services, tels que décrits dans la Section 1 ci-dessus.

En particulier, lorsque vous partagez, publiez ou importez du contenu protégé par des droits de propriété intellectuelle sur ou en rapport avec nos Produits, vous nous accordez une licence non exclusive, transférable, sous-licenciable, gratuite et mondiale pour héberger, utiliser, distribuer, modifier, exécuter, copier, représenter publiquement ou afficher publiquement, traduire et créer des œuvres dérivées de votre contenu (conformément à vos paramètres de confidentialité et d'application). Cela signifie, par exemple, que si vous partagez une photo sur Facebook, vous nous autorisez à la stocker, la copier et la partager avec d'autres personnes (une nouvelle fois, conformément à vos paramètres), telles que des fournisseurs de services qui prennent en charge notre service ou les autres Produits Facebook que vous utilisez. Cette licence prend fin lorsque votre contenu est supprimé de nos systèmes.

Reproduction de l'article 3 §3 des CGU de Facebook, tel qu'il a pu être consulté en avril 2021 ; <https://www.facebook.com/legal/terms>

2. Diffusion d'un contenu protégé sur internet

2.1. : La diffusion licite d'un contenu protégé.

On peut distinguer entre plusieurs **licences** (même si la liberté contractuelle reste la règle).

- 1. Licence libre** : l'auteur permet les utilisations et les reproductions de son œuvre, ainsi que les modifications.
- 2. Licence gratuite** : l'auteur permet l'utilisation de son œuvre par d'autres internautes, mais pas la modification de son œuvre.
- 3. Licence payante (ou propriétaire)** : l'auteur soumet l'utilisation de son œuvre au paiement d'un prix.
4. Il existe également les **licences Creative Commons**, dont l'objectif est de démocratiser l'utilisation des licences sur internet avec un système de pictogrammes utilisables dans le monde entier.

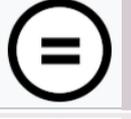
2. Diffusion d'un contenu protégé sur internet

2.1. : La diffusion licite d'un contenu protégé.

- La licence Creative Commons concilie protection des œuvres et diffusion en ligne.
- Ces licences sont faites pour les personnes qui souhaitent mettre leurs œuvres gratuitement à disposition du public sur internet, et permettre sous conditions une utilisation de ces œuvres par ce public.
- Il existe 6 licences creative commons que les auteurs peuvent demander gratuitement sur le site français de l'organisation (<https://creativecommons.fr/>).
- Les licences sont conçues pour être parfaitement explicites et disponibles à proximité des œuvres, elles sont le plus souvent sous forme de **symbole** et/ou de **lettres** (issues des termes en anglais) :
 - **BY** : Attribution de l'œuvre à son auteur (minimum en France, c'est le droit moral).
 - **SA** : Share Alike : partage de l'œuvre permis dans les mêmes conditions que la publication
 - **NC** : Non commercial : pas d'utilisation commerciale possible
 - **ND** : Non Derivs : aucune modification possible.

2. Diffusion d'un contenu protégé sur internet

2.1. : La diffusion licite d'un contenu protégé.

Licence		Caractéristiques
CC-BY		Utilisation libre de l'œuvre à condition d'en mentionner l'auteur. L'auteur ne donne pas son accord sur les utilisations faites de son œuvre
CC-BY-SA	 	Mention de l'auteur + partage dans les mêmes conditions que la publication initiale
CC-BY-ND	 	Mention de l'auteur + pas de modification de l'œuvre possible
CC-BY-NC	 	Mention de l'auteur + pas d'utilisation commerciale de l'œuvre possible
CC-BY-NC-SA	  	Mention de l'auteur + pas d'utilisation commerciale + partage dans les mêmes conditions que la publication initiale
CC-BY-NC-ND	  	Mention de l'auteur + pas d'utilisation commerciale + pas de modification de l'œuvre

2. Diffusion d'un contenu protégé sur internet



Papillon « Paon du jour »
Paul De Lille



Compte tenu de la licence Creative Commons, je peux dire :

- Cette photo peut être partagée sur n'importe quel site internet sans accord de l'auteur
- Cette photo peut être utilisée à condition de citer l'auteur
- Cette photo peut être utilisée par une entreprise pour une publicité
- Cette photo peut être modifiée

2. Diffusion d'un contenu protégé sur internet



Papillon « Paon du jour »
Paul De Lille



Compte tenu de la licence Creative Commons, je peux dire :

-  Cette photo peut être partagée sur n'importe quel site internet sans accord de l'auteur
-  Cette photo peut être utilisée à condition de citer l'auteur
-  Cette photo peut être utilisée par une entreprise pour une publicité
-  Cette photo peut être modifiée

2. Diffusion d'un contenu protégé sur internet

2.2. : Contenu en ligne et contrefaçon.

Contrefaçon : délit pénal puni de 3 ans de prison et 300 000 € d'amende (L. 335-2 CPI) :

- Aucun internaute ne peut utiliser un dessin et modèle protégé dans un contenu publié en ligne (acte de contrefaçon).
- Aucun internaute ne peut utiliser une marque dans un contenu publié en ligne (acte de contrefaçon).
- Seul l'auteur de l'œuvre peut la publier / la reproduire en ligne (droit de représentation / de reproduction, exclusif à l'auteur).
 - *Il peut accepter qu'un autre internaute la représente ou la reproduise sur internet.*
 - *Avant toute publication d'une œuvre, tout internaute doit demander **l'autorisation de l'auteur.***
 - *Sans autorisation, la publication d'une œuvre par quelqu'un d'autre que son auteur est un acte de contrefaçon.*
- *Art. L.122-4 CPI : Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite. Il en est de même pour la traduction, l'adaptation ou la transformation, l'arrangement ou la reproduction par un art ou un procédé quelconque.*

2. Diffusion d'un contenu protégé sur internet

2.2. : Contenu en ligne et contrefaçon.

Cas particulier des **fournisseurs de services de partage de contenus en ligne** :

Directive (UE) 2019/790 du Parlement européen et du Conseil du 17 avril 2019 sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique (art. 17)

Loi n° 2020-1508 du 3 déc. 2020 : laisse au gouvernement un délai de 6 mois pour transposer par ordonnance, parmi d'autres, cette disposition (3 mai 2021).

- Ces fournisseurs de services de partage de contenus en ligne (ex.: Instagram, Youtube...) sont considérées comme **effectuant une communication au public d'œuvres** en donnant accès aux internautes à des œuvres protégées par le droit d'auteur, quand bien même ces œuvres sont téléversées par des internautes.
- Leur responsabilité est désormais engagée : la plateforme doit obtenir l'autorisation des titulaires des droits, notamment par la conclusion de contrats de licence avec eux. Ce ne serait donc plus à l'internaute d'obtenir l'autorisation de l'auteur de l'œuvre qu'il est en train de mettre en ligne (sur ce point, les précisions de l'ordonnance sont attendues).
- Elle peut s'exonérer de cette responsabilité en montrant qu'elle a fourni ses meilleurs efforts pour obtenir l'autorisation, et qu'elle a agi promptement pour bloquer l'accès aux œuvres dès réception d'une notification motivée du titulaire des droits.

2. Diffusion d'un contenu protégé sur internet

2.3. : Exceptions au délit de contrefaçon.

- Le cas particulier du **téléchargement illégal** d'œuvres (musiques, films...) : Application de la réponse graduée par l'HADOPI (loi à venir pour fusionner cette autorité avec le CSA, pas de changement prévu pour la procédure). (Voir : <https://www.hadopi.fr/organisation/reponse-graduee>).
- **1^{ère} étape** : constat des faits, requête auprès de l'opérateur en identification de l'abonné.
- **2^{ème} étape** : envoi d'un e-mail : recommandation.
- **3^{ème} étape** : en cas de nouvelle constatation de faits dans les 6 mois suivant la 1^{ère}, nouvel e-mail et lettre recommandée avec avis de réception.
- **4^{ème} étape** : en cas de nouvelle constatation de faits dans les 12 mois de la 2^{ème}, envoi d'un nouvel e-mail, d'une lettre recommandée avec avis de réception pour « constat de négligence caractérisée », le courrier informe l'internaute que les faits sont susceptibles de poursuites pénales.
- **5^{ème} étape** : délibération de l'Autorité administrative pour transmission au procureur de la République.
- **6^{ème} étape** : Si le procureur de la République poursuit l'internaute, possibilité de prononcé d'une amende d'un montant maximum de 1 500 € (infraction de négligence caractérisée).

2. Diffusion d'un contenu protégé sur internet

2.3. : Exceptions au délit de contrefaçon.

Liberté de diffusion sur internet des œuvres suivantes (pas d'autorisation de l'auteur à demander) :

- Œuvres dont l'auteur est décédé depuis plus de 70 ans : ces œuvres sont dans le domaine public, aucune autorisation à demander (art. L. 123-1 CPI).
 - Ex. : je peux représenter sur internet une mosaïque romaine, et de nombreux tableaux de l'histoire de la peinture sans autorisation à demander.
- Œuvres architecturales / sculptures visibles depuis la rue : photos possibles et aucune autorisation à demander pour une publication en ligne (art. L. 122-5, 11° CPI).
 - Ex. : Publier une photo des Tours de la Défense
- Droit de parodie et de caricature (art. L. 122-5, 4° CPI).
 - Ex. : parodie d'une chanson

2. Diffusion d'un contenu protégé sur internet

2.3. : Exceptions au délit de contrefaçon.

En dehors d'une publication en ligne, liberté d'utilisation des œuvres dans les cas suivants (pas d'autorisation de l'auteur à demander) :

- Copier dans un **contexte privé**, une œuvre : c'est la copie privée, elle permet aussi de représenter une œuvre, un film par exemple dans un contexte familial (L. 122-5, 1° et 2° CPI).
- J'achète de la musique en ligne, je peux la copier sur mon téléphone.
- J'achète un film en DVD, je peux le regarder avec ma famille
- Utiliser l'œuvre dans un **contexte pédagogique ou de recherche** (enseignement et travaux universitaires) (art. L. 122-5, 3° e CPI)

2. Diffusion d'un contenu protégé sur internet

2.4. : Accès à un contenu protégé.

- Lecture et streaming : L'internaute qui regarde une vidéo en ligne / écoute de la musique en ligne ou lit une œuvre écrite en ligne ne porte pas atteinte aux droits d'auteurs car il ne représente pas l'œuvre, et ne la reproduit pas. Aussi, la source légale ou illégale de l'œuvre que l'internaute regarde n'a pas d'importance pour lui.
- Téléchargement et copie : L'internaute qui télécharge ou copie un texte trouvé en ligne procède quant à lui à un acte de reproduction de l'œuvre qui doit nécessairement recevoir le consentement de l'auteur.
 - Copie privée : il est possible de copier dans un contexte privé une œuvre accessible en ligne sans atteinte aux droits d'auteur (article, musique sur site de téléchargement légal, films en téléchargement sur une plateforme légale...) par exemple pour mettre le fichier sur un téléphone.
 - Il n'y a pas d'exception de copie privée pour une œuvre qui est disponible sur internet de manière illégale, c'est-à-dire sans respect des droits d'auteurs (ex. : un fichier musical téléchargé sur un site peer to peer gratuit ne peut être copié sur un téléphone, puisque sa source n'est pas légale).

2. Diffusion d'un contenu protégé sur internet

2.5. : Exercice.

Eric s'est récemment promené à Paris, il a l'intention de partager sur les réseaux sociaux certaines photos prises lors de cette promenade, et se demande s'il peut publier sans demander d'autorisation les photos suivantes :

1. La photo d'un immeuble futuriste, juste achevée par un architecte renommé aux multiples projets.
2. La photo des Noces de Cana du peintre renaissance italien Véronèse, prise au Louvre.
3. La photo d'une œuvre de street art, réalisée par un artiste il y a quelques jours.
4. Une photo de deux pages du livre qu'Éric lisait dans le métro.
5. La photo d'une veste réalisée par un couturier renommé, qu'il a prise dans un magasin.

2. Diffusion d'un contenu protégé sur internet

2.5. : Exercice (réponse).

Eric s'est récemment promené à Paris, il a l'intention de partager sur les réseaux sociaux certaines photos prises lors de cette promenade, et se demande s'il peut publier sans demander d'autorisation les photos suivantes :

1. La photo d'un immeuble futuriste, juste achevée par un architecte renommé aux multiples projets.
Sans autorisation : exception à l'autorisation : l'immeuble est visible depuis l'espace public (L. 122-5, 11° CPI)
2. La photo des Noces de Cana du peintre renaissance italien Véronèse, prise au Louvre.
Sans autorisation : le peintre est mort depuis plus de 70 ans (en 1588) (L. 123-1 CPI)
3. La photo d'une œuvre de street art, réalisée par un artiste il y a quelques jours.
Avec autorisation : même visible dans l'espace public, l'œuvre n'est pas concernée par les exceptions à l'autorisation de l'art. L. 122-5 CPI.
4. Une photo de deux pages du dernier livre d'un auteur policier publié en 2021 qu'Éric lisait dans le métro.
Avec autorisation : il s'agit de la reproduction d'une œuvre littéraire.
5. La photo d'une veste réalisée par un couturier renommé, qu'il a prise dans un magasin.
Avec autorisation : il s'agit de la représentation sur internet d'une œuvre : la création de mode.

3. Acteurs de la protection de la propriété intellectuelle sur internet

3.1 : l'HADOPI.

La Haute Autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur internet (Hadopi) (L. 331-12 et s. CPI) a pour mission de :

1. Encourager au développement de l'offre légale
2. Observer l'utilisation licite et illicite des œuvres et des objets auxquels est attaché un droit d'auteur ou un droit voisin sur internet
3. Mettre en place le label « offre légale »
4. Mettre en place la « réponse graduée » face aux téléchargements illégaux.
5. Protéger les œuvres à l'égard des atteintes aux droits d'auteurs commises sur internet.
6. Réguler et faire une veille dans le domaine des mesures techniques de protection et d'identification des œuvres et des objets protégés par un droit d'auteur ou par un droit voisin.

<https://www.hadopi.fr/>

3. Acteurs de la protection de la propriété intellectuelle sur internet

3.1 : l'HADOPI.

La **Commission de protection des droits** de l'Hadopi met en place un dispositif de réponse graduée qui permet de garantir le respect des droits d'auteur sur internet d'abord avec une phase pédagogique (les avertissements) avant une phase répressive (transmission au Procureur de la République du constat d'infraction).

- L'avertissement consiste en un e-mail transmis au titulaire de l'abonnement sur lequel sont pratiqués des téléchargements illégaux (cf. étapes vues ci-dessus).
- Au 3^e avertissement, la CPD peut décider de saisir la justice pour
 - Infraction de négligence caractérisée : qui peut sanctionner le titulaire de l'abonnement d'une amende de 1 500 €
 - Délit de contrefaçon : sanction du titulaire de l'abonnement jusqu'à 3 ans d'emprisonnement et 300 000 € d'amende.

3. Acteurs de la protection de la propriété intellectuelle sur internet

3.2 : l'ARCOM.

Projet de loi relatif à la régulation et à la protection de l'accès aux œuvres culturelles à l'ère numérique présenté en Conseil des ministres le 8 avril 2021 (<https://www.senat.fr/leg/pjl20-523.pdf>) :

- ❑ Fusion du Conseil supérieur de l'audiovisuel et de l'Hadopi au sein de **l'Autorité de Régulation de la Communication audiovisuelle et numérique**.
- ❑ L'ARCOM a un périmètre plus large incluant les médias et l'internet, et a pour objectif de lutter contre le piratage et la contrefaçon
- ❑ Les compétences de l'Hadopi sont transférées, inchangées, à la nouvelle autorité (Commission de la Réponse graduée).
- ❑ Possibilité pour les auteurs de saisir l'autorité en cas de téléchargement illégal (cela n'était pas un mode de saisine de l'Hadopi).
- ❑ L'ARCOM a également une mission d'établir une liste des sites portant atteinte de manière grave et répétée au droit d'auteur et aux droits voisins

3. Acteurs de la protection de la propriété intellectuelle sur internet

3.3 : Autres autorités impliquées dans la protection de la propriété intellectuelle sur internet.

- **Le juge pénal** : délits de contrefaçon, infraction de négligence caractérisée (la qualification délictuelle permet un dépôt de plainte qui déclenche une enquête dirigée par le Procureur de République en recherche des suspects, cette enquête peut être bien utile alors que soi-même, l'identification de l'auteur d'une atteinte à un droit de propriété intellectuelle peut être complexe).
- **Le juge civil** : dommages et intérêts consécutifs à la caractérisation d'un délit de contrefaçon et actions en concurrence déloyale (not. marques, dessins et modèles). L'action devant le juge civil ne peut pas se faire contre « x », il est indispensable d'avoir identifié l'auteur du dommage.
- **Les modes alternatifs de règlement des litiges** : médiation en ligne et arbitrage en ligne, notamment pour des litiges de nature contractuelle (un contrat de licence par ex.). Le passage par un mode de résolution amiable des différends avant saisine du juge a été rendu obligatoire pour tout litige civil d'un enjeu inférieur à 5 000 € (art. 750-1 C. proc. civ., décret du 11 déc. 2019).

4.1.3. Maîtriser le cadre juridique du référencement et des liens hypertextes.

Sommaire : Maîtriser le cadre juridique du référencement et des liens hypertextes

1. Référencements et liens hypertextes : notions.

1. *Référencement*

2. *Lien hypertexte*

2. Pratiques liées au référencement

1. *Référencement payant : achat de mots-clés*

2. *Référencement payant : limites d'utilisation de mots-clés*

3. Pratiques liés aux liens hypertextes

1. *Responsabilité de l'auteur du lien hypertexte*

2. *Lien hypertexte vers un œuvre protégée au titre de la propriété intellectuelle*

3. *Exercice*

1. Notions de référencement et de liens hypertextes

1.1 : Le référencement sur internet

- L'accès aux sites internet est facilité par le recours aux moteurs de recherches qui permettent, grâce aux mots de la recherche, d'orienter les internautes vers le site le plus pertinent pour leur recherche.
- Le référencement désigne un ensemble de pratiques utilisées pour améliorer la position d'un site internet dans les pages de résultats des moteurs de recherche, en partant du principe que les internautes vont très rarement au-delà des premières pages de résultats, voire de la première page.
 - **Référencement « naturel »** : Il existe des pratiques gratuites permettant d'être mieux référencé par les moteurs de recherches en agissant sur les éléments que ces moteurs de recherches utilisent pour référencer l'ensemble des sites
 - Insérer des métatags dans les métadonnées du site (des mots décrivant le contenu)
 - Insérer des mots-clés dans le site internet
 - Multiplier les liens hypertextes dirigeant vers le contenu
 - Mettre le site régulièrement à jour
 - Apporter du soin à la concordance entre les titres et le contenu...
 - **Référencement payant** : Il est également possible de « sponsoriser » son référencement, c'est-à-dire payer le moteur de recherches pour apparaître dans les premiers résultats pour un (ou plusieurs) mot-clé donné.

1. Notions de référencement et de liens hypertextes

1.2 : Liens hypertextes

- Le lien hypertexte ou hyperlien est un élément d'une page internet qui permet l'accès à un contenu sur le même site ou sur un site externe.
- Le lien peut être inséré sous forme de mot, de groupes de mots (souvent soulignés), mais aussi d'une image.
- Le lien hypertexte permet également d'intégrer dans une page web les éléments d'une autre page, donnant parfois l'impression qu'il s'agit du même site.
- Non réglementé par la loi, le lien hypertexte a été encadré par la jurisprudence européenne, et par la jurisprudence interne qui fait application des décisions de la CJUE.

2. Pratiques liées au référencement

2.1 : Référencement payant : achat de mots-clés

- Le référencement payant ou sponsorisé est une pratique visant à garantir la présence d'un site internet dans les premiers résultats pour une recherche donnée. Il s'agit de l'achat d'un mot-clé.
 - Ex. : En cherchant « bague » sur Google :
 - Les premiers résultats apparaissent sous le terme « annonce » ce qui signifie que les sites concernés ont pratiqué le référencement payant pour apparaître dans les premiers résultats pour ce mot-clé.
 - Les résultats suivants dirigent vers les sites qui ont utilisé les techniques du référencement gratuit (liens multiples, mots clés à plusieurs endroits, titres...)
 - Art. L. 117-1 C. conso. : obligation pour le moteur de recherches d'indiquer à l'internaute l'existence de la rémunération dès lors que celle-ci a une influence sur le référencement (not. par la présence du terme « annonce » lorsque le référencement est sponsorisé).

2. Pratiques liées au référencement

2.1 : Référencement payant : limites d'utilisation des mots-clés

- Tout mot-clé peut être « acheté » auprès d'un moteur de recherches mais :
- Pour un terme du langage courant : la réservation du mot-clé n'empêche pas d'autres sites de réserver le même.
- Pour une marque déposée : l'usage de la marque est exclusivement réservé à son titulaire pour les produits visés. La réservation en tant que mot-clé auprès d'un moteur de recherche relève du parasitisme (concurrence déloyale) s'il est le fait d'un concurrent.
- CA Paris, 29 nov. 2013, n° 12/14553 : La réservation d'un terme inclus dans le nom commercial et le nom de domaine d'un concurrent est un comportement parasitaire à l'égard de ce concurrent.

2. Pratiques liées au référencement

2.2 : Référencement payant : limites d'utilisation des mots-clés

- Utilisation d'une marque dans le référencement payant : précisions jurisprudentielles :
- **CJUE, 23 mars 2010, aff. C-236/08 à C-238/08, *Google France***, spéc. n° 99 : L'utilisation d'une marque déposée comme mot-clé permettant de pratiquer un référencement payant reste possible puisque la CJUE pose comme condition pour interdire cette utilisation une utilisation commerciale et une confusion dans l'esprit du consommateur sur celui qui est à l'origine de l'annonce qu'il voit après sa recherche. En d'autres termes, il s'agit de savoir si, dans l'esprit du consommateur moyen, ce référencement payant sème le trouble et laisse penser que l'annonce provient du titulaire de la marque.
- Cela permet, comme en droit des marques classique, de garantir en ligne le principe de spécialité de la marque, c'est-à-dire qu'elle est déposée pour un type de produit particulier, et que rien n'empêche une entreprise d'utiliser la même marque pour un produit différent, s'il n'en résulte pas une confusion pour le consommateur.

2. Pratiques liées au référencement

2.2 : Référencement payant : limites d'utilisation des mots-clés

- Utilisation d'une marque dans le référencement payant : précisions jurisprudentielles :
- **CJUE, 22 sept. 2011, aff. C-323/09, Interflora** : L'interdiction d'utilisation d'une marque dans le référencement payant suppose une atteinte à l'une des fonctions de la marque :
 - Fonction d'indication d'origine : permettant au consommateur moyen de savoir si une annonce provient du titulaire de la marque ou d'un tiers.
 - Fonction de publicité.
 - Fonction d'investissement : le référencement en question gêne le titulaire de la marque dans l'acquisition ou la conservation de sa notoriété, ou dans la fidélisation des consommateurs.
- La jurisprudence veille également à ce que cette utilisation ne participe pas d'un passage de la marque dans le langage courant (dilution) ou si elle vient porter atteinte à sa renommée (ternissement).

La CJUE considère dans cet arrêt que : *le titulaire d'une marque renommée n'est pas habilité à interdire, notamment, des publicités affichées par des concurrents à partir de mots clés correspondant à cette marque et proposant, sans offrir une simple imitation des produits ou des services du titulaire de ladite marque, sans causer une dilution ou un ternissement et sans au demeurant porter atteinte aux fonctions de la marque renommée, une alternative par rapport aux produits ou aux services du titulaire de celle-ci.*

3. Pratiques liées aux liens hypertextes

3.1. : Responsabilité de l'auteur du lien hypertexte

L'auteur d'un lien hypertexte est assimilé par la jurisprudence de la CJUE à un **hébergeur** de contenus sur internet :

- Il n'est pas, en principe, responsable du contenu vers lequel son lien dirige l'internaute.
- Il peut devenir responsable en cas de **connaissance de l'illégalité du contenu** vers lequel dirige son lien, en particulier s'il n'agit pas pour le retirer. Il existe aussi un cas de présomption de connaissance de l'illégalité du contenu : si l'auteur du lien agit dans un but lucratif :
 - **CJUE, 8 sept. 2016, aff. C-160/15, GS Media** : La publication d'un lien hypertexte sans consentement de l'auteur de l'œuvre vers laquelle il dirige n'est pas une communication au public si celui qui réalise le lien agit sans but lucratif et sans connaître l'illégalité de la publication initiale. La CJUE précise que le fait d'agir dans un but lucratif emporte présomption de connaissance de l'illégalité de la publication initiale de l'œuvre. Cette présomption est simple et l'auteur du lien peut prouver qu'il a procédé aux vérifications destinées à s'assurer que l'œuvre a été publiée de manière légale.
- L'auteur d'un lien hypertexte qui sait que le lien renvoie vers un contenu contrefaisant peut être condamné pénalement au titre du délit de contrefaçon :
 - Insérer des liens renvoyant vers des œuvres illégalement disponibles sur un site constitue un acte de contrefaçon (**CA Paris, 2 fév. 2016, n° 12/20444**).

3. Pratiques liées aux liens hypertextes

3.2. : Lien hypertexte vers une œuvre protégée au titre de la propriété intellectuelle.

L'auteur d'un lien hypertexte est assimilé par la jurisprudence de la CJUE à un **hébergeur** de contenus sur internet :

- Il n'est pas, en principe, responsable du contenu vers lequel son lien dirige l'internaute.
- Il peut devenir responsable en cas de **connaissance de l'illégalité du contenu** vers lequel dirige son lien, en particulier s'il n'agit pas pour le retirer. Il existe aussi un cas de présomption de connaissance de l'illégalité du contenu : si l'auteur du lien agit dans un but lucratif :
 - **CJUE, 8 sept. 2016, aff. C-160/15, GS Media** : La publication d'un lien hypertexte sans consentement de l'auteur de l'œuvre vers laquelle il dirige n'est pas une communication au public si celui qui réalise le lien agit sans but lucratif et sans connaître l'illégalité de la publication initiale. La CJUE précise que le fait d'agir dans un but lucratif emporte présomption de connaissance de l'illégalité de la publication initiale de l'œuvre. Cette présomption est simple et l'auteur du lien peut prouver qu'il a procédé aux vérifications destinées à s'assurer que l'œuvre a été publiée de manière légale.
- L'auteur d'un lien hypertexte qui sait que le lien renvoie vers un contenu contrefaisant peut être condamné pénalement au titre du délit de contrefaçon :
 - Insérer des liens renvoyant vers des œuvres illégalement disponibles sur un site constitue un acte de contrefaçon (**CA Paris, 2 fév. 2016, n° 12/20444**).

3. Pratiques liées aux liens hypertextes

3.2. : Lien hypertexte vers une œuvre protégée au titre de la propriété intellectuelle.

La jurisprudence a permis de construire un régime des liens hypertextes lorsqu'ils renvoient vers une œuvre protégée au titre des droits d'auteurs :

- Insérer un lien hypertexte vers une œuvre protégée disponible sur un autre site internet **constitue, selon la jurisprudence interne, une reproduction de cette œuvre**, soumise à autorisation de l'auteur :
- **C. Cass., crim., 2 nov. 2016, n° 15-87,163** : Le délai de prescription de l'infraction de diffamation démarre au jour de la publication du texte. La reproduction du texte en question constitue une publication nouvelle qui fait démarrer un nouveau délai de prescription. De même, le fait de rendre le texte à nouveau accessible par le biais d'un lien hypertexte caractérise une telle reproduction, qui fait également démarrer un nouveau délai de prescription.
- **C. Cass., crim., 1^{er} sept. 2020, n° 19-84.505** : « un lien hypertexte qui, comme au cas présent, renvoie directement à un écrit qui a été mis en ligne par un tiers sur un site distinct, **constitue une reproduction** de ce texte ».

3. Pratiques liées aux liens hypertextes

3.3. : Exercice.

Un grand quotidien français indique sur son site internet un lien vers une vidéo d'un internaute tournée lors d'un incendie en région parisienne. Cette vidéo a été mise en ligne par un journaliste à qui l'auteur l'avait envoyée par What'sApp.

- Il a besoin de l'autorisation de l'auteur de la vidéo.
- Il n'a pas besoin de l'autorisation de l'auteur de la vidéo.

Un site STREAMFREE propose un pack « premium streaming » à 30 € par mois pour permettre d'accéder, par des liens, à des vidéos accessibles en ligne sans publicité. Ces vidéos sont des séries américaines connues ou des films pour lesquels les sites en question n'ont pas d'autorisation des auteurs.

- STREAMFREE ne fait que publier des liens, il n'est pas responsable du contenu.
- STREAMFREE engage sa responsabilité en publiant ces liens.

3. Pratiques liées aux liens hypertextes

3.3. : Exercice (réponse).

Un grand quotidien français indique sur son site internet un lien vers une vidéo d'un internaute tournée lors d'un incendie en région parisienne. Cette vidéo a été mise en ligne par un journaliste à qui l'auteur l'avait envoyée par What'sApp.

Il a besoin de l'autorisation de l'auteur de la vidéo.

~~Il n'a pas besoin de l'autorisation de l'auteur de la vidéo.~~

Justification : Besoin de l'autorisation car : communication vers un public nouveau, l'œuvre n'étant pas à l'origine accessible à tous les internautes.

Un site STREAMFREE propose un pack « premium streaming » à 30 € par mois pour permettre d'accéder, par des liens, à des vidéos accessibles en ligne sans publicité. Ces vidéos sont des séries américaines connues ou des films pour lesquels les sites en question n'ont pas d'autorisation des auteurs.

~~STREAMFREE ne fait que publier des liens, il n'est pas responsable du contenu.~~

STREAMFREE engage sa responsabilité en publiant ces liens.

Justification : l'agissement à des fins commerciales fait présumer, chez l'auteur du lien, la connaissance du caractère illégal de la publication initiale, cette connaissance entraînant sa responsabilité.

