

Droits voisins : Google perd contre les éditeurs de presse



Par un arrêt très attendu rendu le 8 octobre 2020 (1), la Cour d'appel de Paris a confirmé la décision de l'Autorité de la Concurrence du 9 avril 2020 (2) qui avait enjoint à Google de **négoier, de bonne foi** sous trois mois, avec les éditeurs et agences de presse concernant la rémunération de l'utilisation de leurs contenus.

L'Autorité considérait que les pratiques de Google à l'encontre des éditeurs de presse étaient susceptibles de constituer un abus de position dominante.

Après avoir annoncé initialement qu'il se conformerait à la décision de l'Autorité de la concurrence, Google avait finalement, à la suite de l'**échec des négociations** avec les éditeurs de presse, décidé de faire appel de celle-ci.

Les faits reprochés par les éditeurs à Google

Les droits voisins prévoient une **rémunération pour les contenus des éditeurs de presse utilisés par des plateformes en ligne**. En effet, l'article L. 218-2 du Code de la propriété intellectuelle, introduit par la loi du 24 juillet 2019 tendant à créer un droit voisin au profit des agences de presse et des éditeurs de presse, dispose que « *l'autorisation de l'éditeur de presse ou de l'agence de presse est requise avant toute reproduction ou communication au public totale ou partielle de ses publications de presse sous une forme numérique par un service de communication au public en ligne* », les modalités de rémunération étant précisé à l'article L. 218-4.

Les éditeurs de presse, regroupés en une société de gestion collective depuis juillet 2020, ont saisi l'Autorité de la concurrence. Ils reprochaient à Google de **ne pas respecter la loi relative aux droits voisins** en réclament une autorisation à titre gratuit pour afficher leurs contenus en entier sur le moteur de recherche. Refusant de requérir une telle autorisation puisqu'il n'affiche que **des extraits des contenus**, Google déclarait se conformer ainsi à la nouvelle réglementation en matière de droits voisins. Il argumentait que le trafic généré sur les sites internet des éditeurs engendrait par ailleurs une rémunération pour les éditeurs.

Une décision très attendue

Le 8 octobre 2020, la Cour d'appel de Paris a rendu sa décision et a rejeté les différents moyens soulevés par Google, tels que la contestation de l'abus de

position dominante, le marché pertinent, l'imposition de conditions inéquitables de transaction, ou le caractère nécessaire et proportionné des mesures conservatoires. La Cour considère que **les pratiques mises en œuvre par le moteur de recherche** entrent dans le champ d'application des dispositions de la loi du 24 juillet 2019 protectrices des éditeurs.

Elle a également condamné Google à payer la somme de 20 000 euros à chacun des trois représentants des éditeurs de presse impliqués (APIG, SEPM et AFP), au titre de l'article 700 du code de procédure civile.

Cette décision contraint ainsi Google à continuer les négociations avec les éditeurs de presse afin d'arriver à **un accord concernant la rémunération de l'utilisation des contenus des éditeurs et agences de presses**.

Cette première décision en la matière, saluée par les éditeurs de presse, pourrait créer un précédent dans les autres pays européens soumis à la directive européenne sur les droits voisins (3) dont la loi est issue. Déjà en 2012 et avant même la transposition de la directive droits voisins, les éditeurs de presse francophone belge, qui reprochaient à Google la reproduction des articles dans le moteur de recherche dédié à l'actualité, avaient conclu avec le géant de l'internet **un accord sur une rémunération des éditeurs**, clôturant une saga judiciaire de plus de 6 ans.

Marie Soulez
Marie Rouxel
Lexing Propriété intellectuelle contentieux

- (1) Décision de la Cour d'appel de Paris du 8 octobre 2020
- (2) Décision de l'Autorité de la concurrence du 9 avril 2020
- (3) Directive 2019-790 du 17 avril 2019 du Parlement européen et du Conseil sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique

L'arsenal législatif existant pour punir les deepfakes



Concernant les outils à la disposition des entreprises pour lutter contre les deepfakes, Alain Bensoussan a répondu aux questions de la rédaction de l'Usine

Nouvelle.

Le « **deepfake** » -contraction de « deep learning » et « fake »- concerne la diffusion de faux contenus réalisés grâce à des outils d'intelligence artificielle (IA).

La réglementation française concernant les deepfakes

En France, « *l'arsenal législatif existant est suffisant pour punir les deepfakes. Il faut désormais le mettre en oeuvre* », différentes réglementations existent en fonction de la victime de l'hypertrucage, le dirigeant, l'entreprise en elle-même ou le public.

« Lorsque des dirigeants sont en cause dans la vidéo, il faut s'appuyer sur le droit à l'image, la protection de la vie privée et des données personnelles ; le dirigeant est pris comme étant une personne physique, même si il s'agit de son environnement professionnel » . Si le contenu porte atteinte à son honneur ou à sa considération, il va pouvoir intenter une action pour injure ou diffamation. S'il s'agit d'un élu de la République, le code électoral prévoit la manipulation d'informations (loi du 22 décembre 2018 sur les fake news).

Les entreprises, en tant que personne morale, peuvent agir pour atteinte à l'honneur et à la réputation. « *Si c'est fait par un concurrent, cela constitue de la concurrence déloyale* » définie et punie par le code de commerce, spécifie Alain Bensoussan.

Lorsque la diffusion de fausses informations concerne une personne physique ou morale, cela relève de la diffamation mais lors qu'elle concerne le public, « *c'est la loi sur la presse du 29 juillet 1881 qui s'applique. C'est l'information falsifiée ou mensongère qui porte atteinte à la paix publique* » .

Il faut bien se rendre compte que « *personne n'est anonyme, même sur Internet. Il suffit de demander à l'autorité judiciaire de révéler l'identité qui se cache derrière l'adresse IP* » .

Lire l'intégralité de l'article :

« *Quels sont les outils à la disposition des entreprises pour lutter contre les deepfakes ?* », interview d'Alain Bensoussan du cabinet Lexing Alain Bensoussan Avocats par Alice VITARD, L'Usine nouvelle le 8 août 2019.

Directeur de la publication factice d'un site : condamnation



Le TGI de Paris condamne le président d'une association éditrice d'un site pour mention d'un directeur de la publication factice , en ses lieu et place.

L'obligation légale de mentionner le nom du directeur de la publication d'un site

La loi pour la confiance dans l'économie numérique du 21 juin 2004 (1) impose aux éditeurs professionnels de communication au public en ligne de mentionner publiquement le nom du directeur de la publication (LCEN, art. 6, III, 1, c) : lorsque le service est fourni par une personne morale, ce directeur de la publication est son représentant légal (L. 82-652, art. 93-2) (2). Est puni d'un an d'emprisonnement et de 75 000 euros d'amende le fait, pour une personne physique ou pour le dirigeant d'une personne morale exerçant une telle activité, de ne pas avoir respecté cette obligation (LCEN, art. 6, VI, 2).

Le directeur de la publication mentionné doit être le directeur de fait, sous peine de condamnation pénale

La 17e chambre correctionnelle du Tribunal de grande instance de Paris, dans un jugement du 14 mars 2017 (3 et 4), s'assure que cette mention désigne le directeur de la publication effectif, de fait : le délit de non mise à disposition du public d'information identifiant l'éditeur d'un service de communication au public en ligne est caractérisé dans une espèce où la mise à disposition du nom du directeur de la publication était factice.

Les mentions légales d'un site désignent comme directeur de publication et directeur adjoint de la publication deux détenus condamnés à de très longues peines. Des associations soulignent alors que l'incarcération des intéressés permet de s'interroger sur leurs conditions d'accès à internet et leur capacité à assurer effectivement les fonctions qui leur sont attribuées. En référé, leur demande de faire mentionner sur le site le nom du véritable directeur de publication est rejetée, le juge estimant que seule une enquête pénale est de nature à démontrer des manquements aux obligations de la LCEN précitées.

Pas de directeur de la publication factice

Dans le cadre de l'enquête pénale alors diligentée, il est démontré que les deux détenus mentionnés ne peuvent être les réels directeurs de publication, eut égard aux circonstances entourant leur incarcération. En effet, ces derniers ne sont pas en contact avec l'extérieur, n'ont pas accès à internet et ne reçoivent plus de visites depuis longtemps. Par ailleurs, toutes les données techniques identifiées (adresses IP, comptes de messagerie, adresses physiques, numéro de téléphone, etc.) démontrent que le service offert par le site est fourni par l'association éponyme -éditrice donc- dont le président, qui doit, selon la loi du 29 juillet 1982 être considéré comme directeur de la publication et qui n'apporte aucun élément pour informer ce constat, est ainsi déclaré coupable de l'infraction précitée caractérisée par l'inexactitude des mentions légales du site.

Les parties civiles avaient demandé cette condamnation, le prévenu « manifestant à l'évidence sa volonté d'échapper aux poursuites en se dissimulant derrière des hommes de paille », le site en question hébergeant des contenus potentiellement illicites. Le juge des référés avait d'ailleurs ordonné à l'association éditrice de mettre en place un dispositif de signalement des contenus illicites, comme l'impose la LCEN (art. 6, I, 7) et le prévenu avait déjà été condamné définitivement à six reprises pour des infractions de presse, dont certaines

aggravées. Ce dernier élément justifie d'ailleurs la lourde condamnation à trois mois d'emprisonnement avec sursis et 5000 euros d'amende, comme le fait que le prévenu ne se soit pas présenté à l'audience et que, la nature même de l'infraction traduise, selon le tribunal, « la volonté évidente de se soustraire à ses responsabilités, qu'elles soient de nature éditoriale ou pénale, et ce en recourant de surcroît en l'espèce à un procédé particulièrement malsain et provocateur consistant à désigner en ses lieu et place deux criminels très lourdement condamnés ».

Le ministère public requérait également la condamnation, tous les éléments du dossier démontrant que le président de l'association était, de fait, le directeur de publication du site.

Il ne sert donc à rien « de cacher la véritable identité de l'éditeur et directeur de la publication d'un site quand toutes ses données techniques permettent de l'identifier » (4), ce qui peut, par ailleurs, révéler un comportement provoquant susceptible d'aggraver la répression.

La recevabilité des constitutions de parties civiles en cas de délit de non mise à disposition du public d'information identifiant l'éditeur d'un service de communication au public en ligne

Certaines associations, ayant « personnellement » souffert du dommage directement causé par l'infraction, en raison de leur objet social, peuvent se constituer partie civile.

Aussi, cinq associations alléguaient que la violation de l'obligation de mentionner un directeur de publication leur portait préjudice, « dans la mesure où, et notamment, elle constituerait un frein aux signalements propageant l'idée que les subterfuges qu'il [le prévenu] utilise rendrait vaine toute poursuite, et les empêcherait d'exercer les actions qui leur sont dévolues pour mettre fin aux dérives constatées, exercice d'un droit de réponse ou poursuites à l'encontre du directeur de la publication ».

La 17ème chambre correctionnelle du Tribunal de grande instance de Paris a cependant considéré que ce préjudice n'avait pas de lien direct avec l'infraction, et a déclaré les constitutions de partie civile irrecevables.

Chloé Legris
Géraldine Camin
Lexing e-réputation

(1) Loi 2004-575 du 21-6-2006 pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN).

(2) Loi 82-652 du 29-7-1982 sur la communication audiovisuelle.

(3) TGI de Paris, 17e ch. corr., jugement du 14-3-2017.

(4) « Condamnation pénale pour fausses mentions liées au directeur de la publication », Légalis.net 15-3-2017.

Dépôt légal et point de départ de la prescription



La question du point de départ du délai de prescription de 3 mois en matière de délits de presse est à nouveau posée.

C'est ce qu'il ressort d'un arrêt de la Chambre criminelle de la Cour de cassation du 15 décembre 2015 (1).

L'article 65, alinéa 1 ef, de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse (2) prévoit pour les délits de presse, par dérogation à la règle de droit commun selon laquelle les délits se prescrivent par trois ans, une prescription abrégée de trois mois.

Le point de départ du délai de trois mois est la date du premier acte de publication, c'est-à-dire la date à laquelle l'écrit est porté effectivement à la connaissance du public et mis à sa disposition.

Dans l'affaire ayant donné lieu à l'arrêt de la Cour de cassation du 15 décembre 2015, une personne avait porté plainte avec constitution de partie civile en diffamation publique envers un particulier en raison d'un propos la concernant dans une note en bas de page d'un ouvrage.

Le juge d'instruction a dit n'y avoir lieu à suivre sur la plainte motif pris de la prescription de l'action publique. La décision du juge d'instruction a été confirmée par la chambre de l'instruction, qui a retenu comme point de départ du délai de prescription la date du dépôt légal de l'ouvrage auprès de la Bibliothèque nationale de France. Pour le juge d'instruction et la chambre de l'instruction les faits étaient prescrits au moment de l'engagement des poursuites.

La Cour de cassation a jugé au contraire que « l'accomplissement de la formalité du dépôt légal n'établit aucune présomption que la publication [de l'ouvrage] ait eu lieu à cette date ». En d'autres termes, la date du dépôt légal de l'ouvrage ne doit être tenue que comme un élément d'appréciation.

Virginie Bensoussan-Brulé
Chloé Legris
Lexing Droit pénal numérique

(1) Cass. crim. 15-12-2015 n°14-80756 M. X

(2) Loi du 29-7-1881, art. 65, al. 1.

Une édition en ligne constitue un usage réel et sérieux de marque



L'exploitation d'une marque pour une édition en ligne constitue un usage « réel et sérieux » de marque sur internet.

La Société du Figaro est titulaire, depuis 1968, d'une marque verbale française JOURS DE FRANCE protégée notamment pour des imprimés, journaux, livres. Cette marque a fait l'objet d'une exploitation pour désigner magazine hebdomadaire papier entre 1954 et 1989. En 2011, la Société du Figaro a repris l'exploitation du signe « Jours de France » sous la forme d'une édition en ligne : une page web sur le site internet du Figaro. En 2013, elle a lancé un complément de son magazine sous format papier sous le titre « Jours de France ».

La société Entreprendre, également éditrice de presse, diffuse depuis 2010 un magazine papier sous la marque JOUR DE FRANCE dont elle est titulaire depuis 2003. Le 4 septembre 2013, elle met en demeure la Société du Figaro de cesser la diffusion du magazine « Jours de France ». En réponse, cette dernière l'assigne sur les fondements de contrefaçon de marque et de droit d'auteur, concurrence déloyale et parasitaire, sollicitant par ailleurs l'annulation de la marque JOUR DE FRANCE.

En défense, la société Entreprendre a, entre autres, sollicité la déchéance des droits de la Société du Figaro sur la marque JOURS DE FRANCE pour défaut d'usage sérieux pendant une période ininterrompue de cinq ans.

Faisant droit à ces demandes en première instance, le Tribunal de grande instance de Paris a, par jugement du 18 décembre 2014 prononcé la déchéance des droits de la Société du Figaro sur la marque JOURS DE FRANCE, et l'a en conséquence déclaré irrecevable à agir en contrefaçon de marque et a débouté les parties de leurs autres demandes. Les parties ont interjeté appel à titres principal et incident.

Par arrêt du 20 novembre 2015, la Cour d'appel de Paris (1) infirme le jugement rendu, sauf en ce qu'il a rejeté la demande la Société du Figaro au titre du droit d'auteur et débouté la société Entreprendre de ses demandes reconventionnelles.

L'arrêt, particulièrement étayé, apporte plusieurs éclairages intéressants. Tout d'abord, la Cour d'appel de Paris a écarté la prescription de l'action en contrefaçon formée par la société Entreprendre en opérant une distinction entre la demande formée à l'encontre de l'enregistrement de la marque, délit instantané, et celle formée à l'encontre de l'exploitation de ladite marque, délit continu.

Ainsi, si les demandes d'annulation et de contrefaçon formées à l'encontre de la marque JOUR DE FRANCE sont prescrites, en application des articles L.714-4 et L.716-5 al. 3 du Code de la propriété intellectuelle, la demande formée à

l'encontre de l'exploitation de cette marque est toujours recevable, le point de départ de la prescription se trouvant « *reporté à la date de chaque acte d'exploitation argué de contrefaçon* » .

Cette application distributive des règles de prescription peut conduire à des situations paradoxales dans lesquelles la marque arguée de contrefaçon ne pourra plus faire l'objet d'une action en nullité pour indisponibilité à raison de la prescription acquisitive mais verra son exploitation interdite à raison de l'atteinte à des droits de marques antérieurs.

A la lecture de cette décision, il apparaît essentiel, de procéder à la surveillance des dépôts de marques susceptibles de porter atteinte à des droits antérieurs et d'agir à leur encontre même si ces dépôts ne sont pas encore exploités.

L'arrêt mérité également d'être signalé au regard de l'appréciation du caractère réel et sérieux de l'usage d'une marque sujette à déchéance. A cet égard, il convient de rappeler que le propriétaire de la marque qui, sans justes motifs, n'en a pas fait un usage sérieux, pendant une période ininterrompue de cinq ans, encourt la déchéance de ses droits, en application de l'article L.714-5 du Code de la propriété intellectuelle.

L'usage sérieux s'appréciant produit par produit ou service par service, il appartient au propriétaire de la marque poursuivi de rapporter la preuve de l'usage sérieux de la marque pour chaque produit ou service faisant l'objet de l'action en déchéance.

Si le législateur a envisagé la possibilité d'une reprise d'usage sérieux, celui-ci a instauré une période « *suspecte* » de trois mois durant laquelle une reprise d'usage ne peut faire échec à la déchéance : « *l'usage sérieux de la marque commencé ou repris postérieurement à la période de cinq ans visée au premier alinéa du présent article n'y fait pas obstacle s'il a été entrepris dans les trois mois précédant la demande de déchéance et après que le propriétaire a eu connaissance de l'éventualité de cette demande* ».

Au cas d'espèce, la société Entreprendre soutenait que la Société du Figaro avait cessé d'exploiter la marque JOURS DE FRANCE en 1989 et que la reprise de la publication du magazine papier intervenue en août 2013 était insuffisante pour démontrer une reprise d'usage sérieux susceptible de faire échec à l'action en déchéance formée le 7 mars 2014.

La Société du Figaro invoquait précisément une reprise sérieuse d'exploitation résultant, d'une part d'une exploitation sous forme d'une édition en ligne à compter de 2011 et, d'autre part, sous format papier à compter du 7 août 2013, cette reprise ayant été suivie de la publication de huit numéros.

La Cour refuse de prononcer la déchéance de la marque par deux motivations distinctes tenant d'une part à la qualification et au caractère probant de l'exploitation par une édition en ligne et, d'autre part, au caractère sérieux de l'exploitation sous format papier.

Concernant l'exploitation de la marque pour une édition en ligne, la société Entreprendre contestait la valeur probante des pièces produites par la Société du Figaro et, notamment :

- les constats d'huissier réalisés sur internet faisant valoir qu'un tel usage ne pouvait valoir usage de la marque pour une « *publication de presse* » ;
- le rapport d'audience fourni par l'appelant, faisant valoir que l'existence de robots dont le rôle consiste à parcourir le web et à extraire des données est susceptible de fausser les résultats obtenus relatifs à la fréquentation du site.

La Cour ne retient aucun de ces arguments, rappelant qu'une édition en ligne du titre se présentait « *comme une déclinaison, diffusée sur internet, du titre de presse Le Figaro de sorte que la qualification de publication de presse ne peut lui être déniée* ».

Elle rejette également l'argument tiré de la présence des robots susceptibles d'impacter les audiences du site aux motifs que l'impact des robots sur la fréquentation réelle du site est « *hypothétique* » et qu'en tout état de cause, le nombre de visiteurs uniques constaté sur le site n'est pas significativement inférieur au nombre de visiteurs.

Concernant les preuves relatives à l'exploitation en format papier, la Cour rappelle que le critère quantitatif ne constitue pas un critère d'appréciation déterminant du caractère sérieux d'une exploitation (2), retenant, qu'au cas d'espèce, « *l'exploitation de ce magazine papier vient conforter l'usage réel et sérieux de la marque sur internet dans la période de trois mois antérieure à la demande de déchéance* ».

Par conséquent, la Cour rejette l'action en déchéance des droits de la société du Figaro sur la marque JOURS DE FRANCE.

Statuant sur l'action en contrefaçon de la marque JOURS DE FRANCE par l'exploitation de la marque JOUR DE FRANCE, la Cour a procédé à une appréciation globale des signes en présence, retenant que l'impression globale se dégageant des signes est propre à générer un risque de confusion dans l'esprit du consommateur.

Là encore la motivation est intéressante. En effet, compte-tenu de la proximité des signes en cause qui se différenciaient par une seule lettre « S », au demeurant muette, la contrefaçon aurait pu être retenue sur le fondement de l'article L.713-2, sans avoir à rapporter l'existence d'un risque de confusion en application de la jurisprudence communautaire LTJ Diffusion/ Sadas Verbaudet retenant qu'un « *un signe est identique à la marque lorsqu'il reproduit, sans modification ni ajout, tous les éléments constituant la marque ou lorsque, considéré dans son ensemble, il recèle des différences si insignifiantes qu'elles peuvent passer inaperçues aux yeux d'un consommateur moyen* » (3).

Tout en admettant le caractère négligeable de la suppression de la lettre « S » au sein de la marque JOUR DE FRANCE, la Cour apprécie néanmoins l'existence d'un risque de confusion entre les signes en cause, traduisant une appréciation stricte de la notion de contrefaçon par reproduction.

Virginie Brunot
Pauline Perez
Lexing Droit Propriété industrielle

(1) CA Paris, 5e Pôle 2e ch. 20-11-2015 n°14/00649, Société du Figaro c/ Entreprendre.

(2) CJCE 11-3-2003, C-40/01, Ansuł BV et Ajax Brandbeveiliging BV
et CJCE 27-1-2004, C-259/02, La Mer Technology Inc. et Laboratoires Goemar SA.
(3) CJCE plen. 20-3-2003, C-291/00, LTJ Diffusion SA et Sadas Vertbaudet SA.

Droits et libertés à l'ère numérique : 100 recommandations



La commission de l'Assemblée nationale sur le numérique a rendu son rapport d'information le 8 octobre 2015 (1).

Le rapport est divisé en cinq points clés qui recourent les principales problématiques liées au numérique :

- renforcer le droit à l'information à l'ère du numérique ;
- défendre la liberté d'expression à l'ère du numérique ;
- repenser la protection de la vie privée et des données à caractère personnel ;
- définir de nouvelles garanties indispensables à l'exercice des libertés à l'ère du numérique ;
- dessiner une nouvelle frontière entre propriété et communs numériques.

Parmi les propositions listées dans le rapport, la commission prône un renforcement du droit à l'information par la création d'un droit à la libre communication et à la réutilisation des données publiques. Plus généralement, le groupe de travail souhaiterait que la culture de l'open data soit généralisée. L'une des recommandations invite ainsi à inscrire dans la loi un principe de libre réutilisation des données publiques grâce à l'utilisation de bases de données et de licences libres.

Le deuxième point abordé par la commission traite de la « défense de la liberté d'expression à l'ère du numérique ». Le régime juridique de la liberté d'expression sur internet a été pour l'essentiel fixé par la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN). La loi prévoit un système de responsabilité allégée pour les hébergeurs, une catégorie d'acteur qui ne peut matériellement assurer une surveillance de tous les contenus publiés. Ce régime doit être combiné avec l'application de la loi sur la liberté de la presse du 29 juillet 1981. Ce système issu de la loi sur la presse permet d'instaurer un équilibre entre lutte contre les contenus illicites et respect de la liberté d'expression. Toutefois, la commission estime que les défis posés par la lutte contre les contenus illicites sur internet ne doivent pas conduire à une régression progressive de la liberté d'expression. La commission appelle notamment à préserver le principe de l'anonymat sur internet. Elle estime en

effet, que la LCEN offre des possibilités suffisantes pour rechercher les auteurs de contenus illicites grâce au recours à l'autorité judiciaire.

La commission préconise de mettre un terme au transfert dans le Code pénal des infractions à la liberté d'expression relevant de la loi sur la presse. En effet, dès le 16 janvier 2015, dans un communiqué de presse, la garde des Sceaux a annoncé sa volonté de sortir les injures et diffamations de la loi du 29 juillet 1881 pour les introduire dans le Code pénal lorsqu'elles sont aggravées par une circonstance liée au racisme, à l'antisémitisme, à l'homophobie. La commission préconise de conserver ces infractions dans la loi sur la presse afin de ne pas vider le texte de sa substance, dans la mesure où ce dernier assure un juste équilibre entre abus et liberté d'expression.

Ce rapport insiste également sur la nécessité de conserver la dichotomie entre éditeur et hébergeur en réaffirmant la responsabilité limitée de l'hébergeur, garante de la liberté d'expression sur internet. La commission s'oppose aux propositions récentes visant à introduire de nouvelles catégories intermédiaires entre l'éditeur et l'hébergeur. Le rapport préconise également d'introduire le principe du contradictoire dans la procédure LCEN de notification des contenus illicites et de créer une base de données des contenus supprimés par les hébergeurs pour plus de transparence.

La commission souhaite par ailleurs renforcer les moyens d'action contre les contenus illicites publiés sur internet, notamment en instaurant un traitement prioritaire par le parquet des plaintes portant sur des contenus particulièrement odieux (en particulier les contenus d'apologie du terrorisme et de provocation au terrorisme) et par la mise en place une procédure judiciaire accélérée pour les contenus déjà supprimés et de nouveau publiés. La commission propose de réaffirmer la place du juge comme garant de la liberté d'expression et se prononce en défaveur du blocage des contenus illicites par les autorités administratives indépendantes.

Le rapport préconise en outre, la standardisation et la simplification des dispositifs de signalement des contenus illicites, notamment par l'utilisation de la plateforme de signalement Pharos.

S'agissant du respect de la vie privée, la commission encourage l'augmentation des sanctions pécuniaires applicables en cas de violation de données à caractère personnel et souhaite que soient mis en œuvre tous les principes énoncés dans le futur règlement européen sur les données personnelles (« guichet unique », coopération européenne, etc.). Une partie du rapport est consacrée au respect du consentement des personnes concernées pour le traitement des données les concernant. La commission propose notamment d'imposer une solution alternative si ces personnes ne souhaitent pas que leurs données fassent l'objet d'une collecte ou d'un traitement.

La commission préconise également de consacrer le droit au déréférencement et de créer une action collective destinée à faire cesser les manquements à la législation sur les données personnelles.

La plupart des dispositions ont été intégrées dans les projets de lois actuels, comme le projet de loi pour une République numérique. C'est notamment le cas du libre accès aux données publiques.

Virginie Bensoussan-Brulé

E-réputation : quelle stratégie adopter pour la sauvegarder



La diffusion de bad buzz, informations négatives diffusées sur le net, est susceptible d'affecter durablement l'image d'une entreprise, d'une marque ou d'une collectivité territoriale sur le net, encore dénommée « e-réputation ».

Les PME sont tout autant susceptibles d'en être les victimes que les grands groupes. Marie Soulez précise, pour Décideurs en région, les éléments de stratégie à adopter pour contrôler le contenu informationnel diffusé sur la toile et maîtriser sa e-réputation.

Il revient à l'entreprise ou la collectivité concernée de suivre attentivement les contenus la concernant publiés en ligne, grâce à l'instauration d'outils internes de veille. En parallèle, il est conseillé à l'entreprise ou la collectivité de diffuser un contenu positif sur son site internet, voire même sur des blogs ou des réseaux sociaux.

Une action en justice peut aussi être envisagée. Il convient alors d'agir avec diligence, les contenus publiés sur Internet dépendant de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse, qui fixe à trois mois le délai maximal pour mener une action en diffamation ou injure publique.

Un procès-verbal devra notamment être dressé par un huissier afin de constituer une preuve susceptible d'être produite en justice. Les contenus litigieux seront également à porter à la connaissance de l'hébergeur afin qu'il procède à leur suppression. L'entreprise ou la collectivité pourra également faire valoir son droit de réponse auprès de l'éditeur du site concerné, sauf à ce que des zones de commentaires soient prévues à la suite de l'article incriminé.

Nombre de sociétés publient en interne un guide de bonnes pratiques visant à sensibiliser leurs collaborateurs aux risques inhérents à l'usage des nouvelles technologies, notamment les réseaux sociaux.

Marie Soulez pour Décideurs en région, « De l'art de contrôler sa e-réputation », 27 mars 2015

Rôle des hyperliens dans l'acte de communication au public



Hyperliens – La fourniture d’hyperliens vers des œuvres librement disponibles sur un autre site internet ne constitue pas un acte de communication au public au sens du droit de l’Union européenne. C’est ce qu’a jugé la Cour de Justice de l’Union Européenne dans un arrêt rendu le 13 février 2014 (1).

La Cour s’est prononcée dans le cadre d’un litige opposant des journalistes à une société au sujet d’une indemnisation qui leur serait due en compensation du préjudice qu’ils estiment avoir subi du fait de l’insertion sur le site Internet de cette société d’hyperliens vers des articles de presse sur lesquels ils sont titulaires du droit d’auteur. La demande des journalistes étant rejetée en première instance, ils interjettent appel et la Cour d’appel suédoise décide alors de surseoir à statuer et de poser à la CJUE quatre questions préjudicielles en interprétation.

La principale question porte sur le point de savoir si le fait pour toute autre personne que celle titulaire des droits d’auteurs sur une œuvre de fournir des hyperliens vers cette œuvre sur son site internet constitue un acte de communication. Subsidiairement, le juge suédois demande au juge européen si, le fait que le site d’origine soit ouvert à tous ou au contraire réservé à certains usagers est de nature à influencer la réponse à la question principale. La troisième question porte sur l’impression pour l’internaute de rester sur le même site en cliquant sur des hyperliens ; même si le contenu se trouve en réalité sur un autre site, cette impression permet-elle de conclure à un acte de communication ?

Enfin, une question plus large porte sur le point de savoir si un Etat membre dispose de la faculté d’établir une législation interne plus favorable à la protection du droit d’auteur que ne l’est le droit européen, en accroissant d’autant la notion d’acte de communication.

La Cour répond à toutes les questions posées dans un arrêt exceptionnellement bref. Il faut tout d’abord noter qu’elle rappelle dans la droite ligne de sa jurisprudence que le droit de communication au public doit être interprété de manière large, toutefois elle défend aux Etats membres de protéger les titulaires d’un droit d’auteur davantage que le droit européen, en accroissant trop largement la notion de communication au public.

C'est pourquoi elle adopte une interprétation plutôt restrictive de la notion d'acte de communication en déniait cette qualification à la fourniture sur un site internet d'hyperliens vers un autre site. Reprenant les critères déjà dégagés pour l'identification d'un acte de communication au public (notamment dans un arrêt rendu le 18 mars 2010, arrêt SGAE), elle rappelle qu'il faut premièrement un acte de mise à disposition, c'est-à-dire de communication, d'une œuvre de l'esprit, et deuxièmement qu'un public nouveau doit être touché.

Or en l'espèce, si la fourniture d'hyperliens vers les articles des demandeurs constituait sans aucun doute un acte de mise à disposition, le deuxième critère n'était pas rempli dans la mesure où le site d'origine ne comportait aucune mesure restrictive d'accès. Or la Cour considère qu'en l'absence de restrictions d'accès, le public d'un site correspond à l'ensemble des usagers d'Internet.

Faisant totalement abstraction de la notion de public ciblé, elle énonce ainsi que tous les usagers potentiels du site sur lesquels figuraient les hyperliens auraient pu consulter les œuvres sur le site d'origine ; faute de public nouveau, l'autorisation des titulaires du droit d'auteur ne s'imposait donc pas. Les deux premières questions préjudicielles sont ainsi résolues, car a contrario il semble que si le site d'origine avait comporté des restrictions d'accès, l'acte de communication au public aurait été caractérisé.

Un principe de liberté conditionnelle est donc posé en la matière : la fourniture d'hyperliens vers des œuvres de l'esprit figurant sur un autre site ne constitue a priori pas un acte de communication au public, si tant est que le site d'origine soit accessible à tous les usagers d'Internet. Contrairement à la réponse apportée par les juridictions françaises, le fait que l'internaute ait l'impression de rester sur le même site en cliquant sur des d'hyperliens ne modifie pas ce principe.

Le juge européen considère en effet que malgré les apparences, le contenu se trouve bien sur un autre site, ce qui suffit à écarter l'acte de communication au public à l'aide d'hyperliens.

Virginie Bensoussan-Brulé
Alix Dorion

Lexing Droit pénal numérique

(1) CJUE du 13-02-2014, Aff. C-466-12, Nils Svensson et autres contre Retriever Sverige AB

**Reproduction d'articles après signature
d'une convention de cession**



Un journaliste a rédigé, entre janvier 2005 et avril 2009, près de 70 articles destinés à être publiés dans la version papier de la revue Historia. Constatant la publication de 66 de ses articles sur le site internet www.historia.fr et 7 autres articles dans la version papier de la revue brésilienne Historia, il a assigné Sophia Publications, éditrice de la revue Historia, pour atteinte à ses droits patrimoniaux, faute de cession préalable des droits de reproduction numérique et de diffusion pour d'autres revues.

Sophia Publications avait invoqué le bénéfice de l'article L.132-36 du Code de la propriété intellectuelle, lequel dispose que la convention liant un journaliste à un titre de presse emporte cession exclusif au bénéfice du titre de presse des droits d'exploitation sur les œuvres réalisées par le journaliste pour le titre de presse en question.

La Cour de cassation, le 30 janvier 2014, a rappelé que cette disposition introduite par la loi Hadopi du 12 juin 2009 « n'avait pas vocation à s'appliquer aux conventions conclues antérieurement à cette date ». Or, « les articles de presse litigieux rédigés entre janvier 2005 et avril 2009 n'avaient pas fait l'objet d'une convention de cession expresse autorisant leur reproduction sur de nouveaux supports ». La Cour d'appel en a déduit, à bon droit, que la société Sophia publications n'était pas investie du droit de procéder à une nouvelle publication des articles sur internet.

Le journaliste reprochait également à Sophia Publications d'avoir porté atteinte à son droit moral par la publication de six de ses interviews sans mention de son nom. En défense, Sophia Publication soutenait que le journaliste ne démontrait pas « avoir mis en forme les informations livrées par les interviewés » pour bénéficier des droits d'auteur. Pourtant, la Cour de cassation a confirmé la position de la Cour d'appel de Paris le 11 mai 2012 : « M. X avait retranscrit les entretiens en cause sous une forme littéraire, en ménageant des transitions, afin de donner à l'expression orale une forme écrite élaborée, fruit d'un investissement intellectuel, en sorte que les articles litigieux étaient éligibles à la protection conférée par le droit d'auteur ».

Sur le plan procédural, la Cour de cassation a rappelé que, si l'article 906 du Code de procédure civile dispose que les conclusions d'appel et les pièces doivent être communiquées simultanément par l'avocat de chacune des parties à celui de l'autre partie, seule l'absence de conclusions dans le délai de trois mois prévu à l'article 908 du même code est sanctionnée par la caducité de l'appel. En l'espèce, Sophia Publications avait demandé le rejet des pièces communiquées par le journaliste près de trois semaines après les conclusions de ce dernier. Mais la Cour de cassation, sur le fondement de l'article 15 du Code de procédure civile, a considéré que la Cour d'appel avait « souverainement constaté que, les pièces ayant été communiquées en temps utile, il n'y avait pas lieu de les écarter ».

Marie Soulez
Josephine Weil
Lexing Contentieux Propriété intellectuelle

Que risquent les auteurs de tweets racistes et antisémites ?



Interviewée par France Bleu le 9 octobre 2013, Virginie Bensoussan-Brulé revient sur les poursuites susceptibles d'être engagées à l'encontre d'auteurs de tweets racistes et antisémites postés sur le site de micro-blogging de Twitter. Ce même jour, Twitter était assignée devant le Tribunal de grande instance de Paris, saisi en référé par l'Union des étudiants juifs de France, requérant la suppression des messages à caractère raciste et antisémite.

Selon Virginie Bensoussan-Brulé, les auteurs de ces tweets, s'ils sont identifiés, pourraient être poursuivis sur deux fondements juridiques : l'injure raciale et la provocation à la haine ou à la discrimination raciale.

E-réputation : l'hébergeur contraint de retirer un contenu illicite



Pierre angulaire du droit de l'e-réputation, l'article 6 I de la loi pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN) pose le principe de l'irresponsabilité pénale des prestataires de stockage du fait des contenus de tiers qu'ils hébergent, sauf s'ils avaient effectivement connaissance de l'activité ou de l'information illicite ou si, du moment où ils en ont eu connaissance, ils n'ont pas agi promptement pour les retirer.

Le Conseil constitutionnel, dans sa décision du 10 juin 2004 (1), avait toutefois émis une réserve d'interprétation considérant que l'inertie de l'hébergeur ne pouvait être sanctionnée que si le caractère illicite du contenu dénoncé est manifeste ou qu'un juge en a ordonné le retrait.

Or, dans la pratique, et en l'absence d'une définition de la notion de « manifestement illicite », de nombreux hébergeurs se soustraient à leur obligation

en se retranchant derrière l'absence de démonstration du caractère « manifeste » de l'illicéité du contenu mis en cause.

Les faits qu'avaient à connaître le Tribunal de grande instance de Brest, dans son jugement du 11 juin 2013 (2), illustrent parfaitement cette situation.

Sur un blog d'une ancienne collègue de travail, une femme était la cible récurrente d'accusations « objectivement délirantes » portant atteinte à son honneur et sa considération et d'invectives et propos foncièrement outrageants.

Constatant cela, la victime adresse une mise en demeure à l'hébergeur du blog afin d'obtenir la suppression des propos, lequel décide de ne pas exécuter la mise en demeure considérant « qu'il ne lui appartenait pas de se prononcer sur le caractère illicite des contenus publiés ». Elle poursuit alors l'auteur du blog pour diffamation et injure publiques sur le fondement de la loi du 29 juillet 1881 et l'hébergeur pour complicité par aide ou assistance.

Pour condamner ce dernier, le tribunal va se livrer à une interprétation de l'article 6 I de la LCEN à la lumière de la décision du Conseil constitutionnel du 10 juin 2004 en mettant en avant qu'il n'est pas exigé que « le contenu soit certainement illicite, mais seulement qu'il le soit manifestement ».

Et à lui d'ajouter, « tel est notamment le cas lorsque les propos litigieux comportent l'imputation de faits dont la vérité est très improbable en raison de leur nature même, de leur caractère outrancier et du contexte dans lequel ils sont émis ».

Si l'on peut regretter l'absence d'une définition claire de la notion de contenu « manifestement illicite », on peut néanmoins se féliciter de cette position allant à l'encontre du fort courant doctrinal appréhendant cette formulation comme ne visant que « les atteintes graves à l'ordre public, la défense nationale, la sécurité, mais pas de simples violations de la loi ».

S'il est confirmé en appel, ce jugement pourrait servir de base aux victimes d'e-réputation pour obtenir plus facilement des hébergeurs le retrait de contenus illicites sans avoir à obtenir une décision judiciaire.

Virginie Bensoussan-Brulé
Julien Kahn
Lexing Droit presse et pénal numérique

(1) Décision n° 2004-496 DC du 10-6-2004.

(2) TGI Brest 11-6-2013 Josette B./Catherine L., SAS Overblog.

Loi Evin : dernières actualités jurisprudentielles



Loi Evin – Après une période d'accalmie sur le plan judiciaire, l'actualité se trouve soudain marquée par deux nouvelles décisions relatives à l'application de la loi Evin. La plus récente est un arrêt de la 1ère chambre civile de la Cour de cassation du 3 juillet 2013 (1), qui rejette le pourvoi formé par la SA Ricard à l'encontre de l'arrêt de la Cour d'appel de Paris qui avait jugé illicite la campagne titrant « Un Ricard des rencontres ». Elle fait l'objet d'un commentaire dans notre Blog tendances sous l'intitulé « La publicité intrusive dans le domaine des boissons alcooliques ».

L'autre décision a été prononcée le 23 mai 2013 par le Tribunal de grande instance de Paris (2) et concerne deux annonces publicitaires parues en faveur du champagne de la marque Tsarine dans le journal Le Monde du 28 février 2011, et une communication en relation avec ces annonces sur le site internet de l'annonceur.

Les condamnations

Les promoteurs de cette campagne – l'annonceur, son agence de communication et le support- ont été condamnés à verser à l'ANPAA des dommages et intérêts qui se caractérisent par leur mode de calcul et leur montant. Les dommages et intérêts alloués à l'ANPAA pour la parution unique des deux annonces dans le journal Le Monde s'élèvent à la somme de 15 000 euros, qui correspond au coût de l'espace acquis par l'annonceur auprès du support. L'avertissement est à prendre au sérieux et l'importance du plan média d'une campagne doit donc être dorénavant pris en considération dans l'évaluation des risques encourus dans ce secteur particulier.

Les pages du site Internet ont donné lieu à l'allocation à l'ANPAA d'une somme de 8 000 euros à titre de dommages et intérêts, fixée en considération du fait que cette diffusion, dont la durée n'a pas été précisée, « a touché un public plus ciblé d'amateurs et clients potentiels ayant eux-mêmes pris l'initiative de consulter ce site ».

La campagne

La première des deux annonces presse représentait une bouteille de champagne Tsarine sur un fond neutre, désignée par la mention « Fournisseur Officiel » figurant sous la mention César Académie des Arts et Techniques du Cinéma, illustrée par la statuette remise aux gagnants de ce prix. La seconde annonce représentait également, sur toute sa partie droite, une bouteille de champagne Tsarine et une liste faisant référence aux catégories des nominés au meilleur film, meilleur acteur, etc., au milieu de laquelle apparaissait la mention « meilleur champagne » désignant le produit de l'annonceur.

Le site internet représentait la bouteille de champagne Tsarine accompagnée de la mention « signe extérieur de richesse intérieure » et comportait, sous une rubrique consacrée à l'actualité du cinéma, une invitation à « retrouver les champagnes Tsarine dans les films » en consultant un défilé d'affiches de films.

L'analyse du tribunal

Après avoir rappelé les termes de l'article L 3323-4 du Code de la santé publique, le tribunal a déclaré qu'« il suffit que la publicité mette en valeur une boisson alcoolisée en dépassant le cadre autorisé par la loi Evin et l'article précité, notamment en l'associant à un contexte festif ou à des personnalités valorisantes, pour que l'infraction aux dispositions légales soit constituée ».

L'association d'une marque de champagne à la cérémonie des Césars et aux meilleurs acteurs et personnalités du cinéma a donc été considérée comme un exemple d'infraction à ce texte. Le titre de « fournisseur officiel » de l'Académie des Césars n'a pas suffi à justifier la présentation, pourtant épurée pour l'une et humoristique pour l'autre, de ces annonces sur le fondement de l'article L 3323-4 en cause, qui autorise « les références (...) aux distinctions obtenues ».

Cette autorisation aurait pourtant pu être utilisée pour valider ces annonces, à tout le moins la première, dans la mesure où le texte ne définit pas cette notion de « distinctions obtenues », ce qui permet d'en déduire que la sélection d'une marque de champagne par un organisme constitue une distinction, obtenue au terme d'un appel d'offres.

Ces annonces ne comportaient par ailleurs aucune référence à des personnalités déterminées et leur présentation était d'une sobriété qui contraste avec les fastes inhérents au monde du cinéma, tels qu'ils sont déployés lors des cérémonies annuelles de remises de prix.

Ces considérations auraient pu, à tout le moins, dissuader l'ANPAA d'engager des poursuites judiciaires à raison de ces annonces, mais le fait qu'elles n'ont pas eu cet effet démontre l'importance que représentent pour elle les associations d'idées entre les boissons alcooliques et les univers dominés par des personnalités, même si elles ne sont ni dénommées, ni représentées.

Il est vrai que l'association de certaines marques d'alcool particulièrement prisées par un jeune public à des sportifs de haut niveau dénommés et mis en scène sur des sites internet dédiés à l'opération n'a pas été critiquée, ce qui est surprenant, au vu des principes invoqués au soutien des actions judiciaires engagées à l'encontre de producteurs de vins français.

Ces principes doivent néanmoins être pris en considération, quitte à les combattre quand ils vont au-delà des exigences du législateur.

Tel est, à notre sens, le cas lorsque l'ANPAA déclare que « les seules distinctions officielles du champagne Tsarine sont énumérées sur son site à la rubrique « actualités et récompenses » et consistent en étoiles et médailles décernées par un guide des vins et lors de concours ».

Il convient en effet d'observer que l'article L 3323-4 ne réduit pas les « distinctions obtenues » à celles qui sont délivrées par la profession, pas plus qu'il ne définit la notion de « profession » ou les personnes qui sont aptes à délivrer ces « distinctions ».

Tout débat sur ce point n'est donc pas clôt et il serait utile de le poursuivre devant la Cour d'appel de Paris, en lui posant clairement la question du bien fondé d'un jugement reposant sur une interprétation d'une notion, en l'occurrence celle de « distinctions obtenues », visée dans un texte de loi qui ne prévoit

aucune disposition visant à la restreindre à des hypothèses clairement déterminées. La réponse à cette question conditionne l'appréciation de la légalité des autres éléments de ces annonces, puisqu'ils illustrent la référence à la distinction obtenue par le champagne de la marque Tsarine et son producteur.

Les suites possibles de cette procédure doivent donc être suivies avec attention.

Alain Bensoussan Avocats
Lexing Droit des médias

(1) Cass. 1^{er} civ. n° 12-22633, 3-7-2013.

(2) TGI Paris 23-5-2013

Diffamation : le renouveau de l'exception de vérité



Par une décision du 7 juin 2013, le Conseil constitutionnel, saisi d'une question prioritaire de constitutionnalité, a parachevé son œuvre de détricotage de l'article 35 de la loi sur la liberté de la presse du 29 juillet 1881. Appelés pour la seconde fois à se pencher sur la constitutionnalité de la loi pivot de la liberté de la presse, les Sages se sont à nouveau attaqués aux exceptions qui touchent au droit d'une personne accusée de diffamation d'apporter la preuve de la vérité des faits diffamatoires.

C'est déjà sur ce terrain que, le 20 mai 2011, ils avaient conclu à l'inconstitutionnalité de l'article 35 b) de la loi du 29 juillet 1881 qui interdit de rapporter la preuve d'une diffamation de plus de dix ans.

C'est désormais au tour de l'article 35 c), qui empêche de rapporter la preuve de la vérité d'un fait diffamatoire constituant une infraction amnistiée ou prescrite, ou qui a donné lieu à une condamnation effacée par la réhabilitation ou la révision, de faire les frais de la procédure de QPC. Le Conseil constitutionnel considère que cette disposition, de par sa portée trop générale, porte une atteinte disproportionnée à la liberté d'expression et aux droits de la défense.

La justice n'étant pas irrémédiablement gage de vérité, contrairement à ce qui a longtemps fait foi, cette position de la Haute juridiction fait écho à une évolution des mœurs qui tend de plus en plus à considérer qu'un fait qui n'est plus sanctionnable ou sanctionné par les tribunaux n'en demeure pas moins condamnable par l'opinion publique.

Tous les regards sont désormais posés vers l'article 35 a) qui fait interdiction d'apporter la preuve d'une diffamation lorsque l'imputation concerne la vie

privée de la personne, qui pourrait bien être le prochain à passer sous le couperet de la juridiction suprême.

Virginie Bensoussan-Brulé
Julien Kahn
Lexing Droit Pénal numérique

Menaces de mort sur internet : canular ou vraies menaces



Virginie Bensoussan-Brulé a été interviewé par 20 minutes à propos de l'adolescent qui a menacé sur Internet de commettre une fusillade à Strasbourg. Pour cette dernière, ces agissements pourraient constituer un délit de publication de fausses nouvelles (article 27 de la loi du 29 juillet 1881) puisque « la paix publique a été troublée et un désordre a été créé », près de 750 policiers et gendarmes ayant en effet été mobilisés. Il pourrait également s'agir de menaces de mort au sens de l'article 222-17 du Code pénal, qui plus est, exercées avec violence morale du fait de la préméditation (article 222-13-9° du Code Pénal).

Canular ou vraies menaces de mort ? Dans un cas comme dans l'autre, c'est un délit qui pourrait lui coûter jusqu'à 45 000 euros et trois ans d'emprisonnement s'il se fait attraper.

Virginie Bensoussan-Brulé pour 20 minutes, le 15 mai 2013.

Internet et droit : Facebook relève de la sphère privée sous condition



Alain Bensoussan commente la récente décision qui place Facebook dans la sphère privée, non sans certaines conditions (« Sud-Ouest »).

Les propos que chacun publie sur des réseaux sociaux ne sont pas des propos tenus en public et ne sont donc pas susceptibles de faire l'objet de poursuites pour diffamation ou injure publiques, à la condition que les termes employés ne soient « accessibles qu'aux seules personnes agréées par l'intéressée, en nombre très restreint ».

En l'espèce, la Cour a considéré plusieurs points, et notamment qu'il s'agit d'un groupe fermé auquel l'accès n'est possible que sur invitation de l'administrateur,... un peu comme le sont les groupes d'amis dans la vie réelle. Le monde réel et le virtuel ne doivent-ils pas être soumis aux mêmes règles ?

Alain Bensoussan, pour Sud-Ouest, le 29-4-2013.

On n'est pas dupes du caractère incontrôlable de Twitter



Alain Bensoussan était l'invité de Sophie Jousselein dans l'émission « On n'est pas dupes » du jeudi 7 février 2013 sur RTL consacrée à Twitter.

Il nous présente la loi française et la position de Twitter vis-à-vis de la loi américaine en ce qui concerne le contrôle des messages et le respect de la loi française.

A la suite de déferlements de mini-messages racistes en octobre dernier, Twitter a été traîné en justice par plusieurs associations.

(Ecouter l'interview...)

Les éditeurs de presse irlandais déclarent la guerre aux liens hypertextes



Les éditeurs de presse irlandais déclarent la guerre aux liens hypertextes. Alain Bensoussan interviewé par Jérôme Hourdeaux pour Mediapart, commente l'action des éditeurs de presse irlandais qui ont décidé de réclamer à des sites le paiement d'une redevance pour avoir fait des liens hypertextes vers leurs articles.

Maître Bensoussan estime qu'en France, la proposition de réforme législative lancée par l'association de la presse d'intérêt politique et générale (IPG) n'a pas la même philosophie.

L'Irlande veut rendre payant tout lien profond, c'est-à-dire renvoyant à un contenu spécifique, pour n'autoriser que les liens de premier rang, renvoyant vers la page d'accueil du site. En France, on ne vise que les moteurs de recherche. Il s'agit plus d'une réglementation sectorielle.

Alain Bensoussan pour Mediapart, le 6 janvier 2013.

Les dérives homophobes, racistes et antisémites sur Twitter



Les dérives homophobes, racistes et antisémites sur Twitter. Alain Bensoussan, invité à participer au Journal télévisé de Canal + du 28 décembre 2012, s'est exprimé sur la discrimination sur les réseaux sociaux après les dérives homophobes, racistes et antisémites sur Twitter.

Twitter en tant que tel est un simple hébergeur et la loi ne prévoit sa responsabilité qu'après que les victimes aient notifié les messages anormaux. Une concertation devrait être mise en place pour essayer de réguler par des filtres les propos contraires à la dignité humaine...

– Intervention au JT de Canal +, du vendredi 28 décembre 2012.

Twitter et les limites à la liberté

d'expression : que dit la loi ?



Twitter et les limites à la liberté d'expression : que dit la loi française ? Virginie Bensoussan-Brulé a été interviewée à propos des messages à caractère haineux, raciste, antisémite ou homophobe qui se multiplient sur le net notamment via les hashtags du réseau social Twitter.

Twitter se retranche derrière la vision extensive de la législation américaine sur la liberté d'expression, mais qu'en est-il du respect de la loi française...

- interview dans le 19/20 national de France 3 (dimanche 6 janvier 2013) ;
- interview sur la radio France Bleu (mardi 8 janvier 2013) ;
- interview sur la radio RTBF (mardi 8 janvier 2013).

Vague de racisme et d'homophobie sur Twitter...



Vague de racisme et d'homophobie sur Twitter... Interviewé par Aude Baron pour Le Plus Nouvel Observateur sur les hashtags (mots clés dont s'emparent les utilisateurs) homophobes et racistes qui ont circulé ce week-end sur Twitter, Alain Bensoussan rappelle que le réseau social doit réagir « promptement » en retirant les propos homophobes signalés conformément à l'article 6 de la Loi pour la Confiance de l'Economie Numérique.

Alain Bensoussan pour Le Plus, le 24 décembre 2012

Vidéo : Racisme et antisémitisme sur internet



Virginie Bensoussan Brulé a été interviewée le 1er novembre 2012 pour l'édition nationale du 19/20 de France 3 sur le thème « **Racisme et antisémitisme sur internet** » concernant les messages postés sur les réseaux sociaux.

« Les réseaux sociaux tels que Facebook ou Twitter sont souvent basés aux Etats-Unis. En consultant leurs conditions générales d'utilisations on peut constater que ces sites sont soumis à la loi américaine et protégés par le premier amendement de la constitution américaine, ils sont donc beaucoup plus libre en terme de liberté d'expression que sous les lois françaises. »

Après les plaintes contre # UnBonJuif : quels risques pour Twitter ?



Après les plaintes contre # UnBonJuif : quels risques pour Twitter ? Alors que le MRAP et SOS Racisme ont porté plainte contre les propriétaires des comptes à partir desquels des tweets antisémites ont été postés sur #UnBonJuif, Le Monde.fr et Le Plus ont demandé aux avocats parisiens du cabinet Bensoussan, des précisions sur les actions juridiques possibles dans ce contexte, et les risques encourus par les différents protagonistes.

Alain Bensoussan, Virginie Bensoussan-Brulé pour Le Monde.fr, le 18 octobre 2012, et Le Monde, le 22 octobre 2012

Virginie Bensoussan-Brulé pour Le Plus, le 20 octobre 2012.

Rihanna et le hoax de sa mort : TF1 a-t-elle intérêt à porter plainte ?



Virginie Bensoussan-Brulé, sollicitée par Henri Rouillier pour Le Plus, a répondu aux questions suscitées par un hoax diffusé sur le site de la

chaîne TF1.

En l'espèce, il s'agissait de l'annonce de la mort de la chanteuse Rihanna par une capture d'écran du site d'informations de TF1, reprise par plusieurs médias.

L'information étant erronée et l'image étant un montage, Rihanna et TF1 ont-elles intérêt à porter plainte ? Quelles procédures sont susceptibles d'être engagées ?

Virginie Bensoussan-Brulé pour Le Plus, le 30 août 2012

Dépôt d'une plainte pour injure contre une célèbre chanteuse américaine



Une plainte pour injure a été déposée contre une célèbre chanteuse américaine filmée lors d'un concert.

Virginie Bensoussan-Brulé commente l'affaire sur le site Le Plus.fr. La projection d'un clip vidéo, lors d'un concert donné par une célèbre chanteuse américaine au stade de France, a conduit une femme politique française, apparaissant dans la vidéo avec une croix gammée sur le front, à porter plainte pour injure publique.

Les images litigieuses ayant été diffusées auprès d'un public français, la chanteuse encourt une peine d'amende de 12.000 euros.

Virginie Bensoussan-Brulé pour Le Plus, le 17 juillet 2012