



Le cadre juridique relatif aux plateformes de partage de vidéos

IRIS *Plus*

Une publication
de l'Observatoire européen de l'audiovisuel



IRIS Plus 2018-1**Le cadre juridique relatif aux plateformes de partage de vidéos**

Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2018

ISSN 2079-1070

ISBN 978-92-871-8607-2 (version imprimée)

Directrice de publication – Susanne Nikoltchev, Directrice exécutive

Supervision éditoriale – Maja Cappello, Responsable du département Informations juridiques

Equipe éditoriale – Francisco Javier Cabrera Blázquez, Sophie Valais

Observatoire européen de l'audiovisuel

Auteurs (par ordre alphabétique)

Francisco Javier Cabrera Blázquez, Maja Cappello, Gilles Fontaine, Ismail Rabie, Sophie Valais

Observatoire européen de l'audiovisuel

Traduction

Michael Finn, Marco Polo Sarl, Stefan Pooth, Ulrike Welsch

Relecture

Philippe Chesnel, Johanna Fell, Jackie McLelland

Assistante éditoriale – Sabine Bouajaja

Marketing – Nathalie Fundone, nathalie.fundone@coe.int

Presse et relations publiques – Alison Hindhaugh, alison.hindhaugh@coe.int

Observatoire européen de l'audiovisuel

Editeur

Observatoire européen de l'audiovisuel

76, allée de la Robertsau, 67000 Strasbourg, France

Tel.: +33 (0)3 90 21 60 00

Fax: +33 (0)3 90 21 60 19

iris.obs@coe.int

www.obs.coe.int

Maquette de couverture – ALTRAN, France

Veuillez citer cette publication comme suit

Cabrera Blázquez F.J., Cappello M., Rabie I., Fontaine G., Valais S., *Le cadre juridique relatif aux plateformes de partage de vidéos*, IRIS Plus, Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2018

© Observatoire européen de l'audiovisuel (Conseil de l'Europe), Strasbourg, 2018

Chacune des opinions exprimées dans la publication est personnelle et ne peut en aucun cas être considérée comme représentative du point de vue de l'Observatoire, de ses membres ou du Conseil de l'Europe.

Le cadre juridique relatif aux plateformes de partage de vidéos

Francisco Javier Cabrera Blázquez, Maja Cappello, Gilles Fontaine, Ismail Rabie, Sophie Valais



Avant-propos

Le terme « plateforme » offre un excellent exemple de ces mots qui sont passés d'un sens propre, une surface surélevée de forme plane que la « plateforme » désigne pour la première fois au XVI^e siècle en France, à un sens figuré, celui d'une structure permettant d'échanger des idées comme les plateformes de discussion. Avec l'arrivée des satellites, la plateforme devient une structure de lancement perfectionnée et, depuis l'explosion des applications en ligne, ce terme désigne désormais les espaces d'interaction 2.0 en ligne, qui englobent pour l'essentiel tous les types de services fournis par les réseaux de la société de l'information, y compris les taxis, l'hébergement, les appels téléphoniques ou le partage de fichiers, notamment.

Le partage et la diffusion de fichiers vidéo sur internet relèvent de différents aspects de la réglementation audiovisuelle ; les approches retenues dans ce domaine sont assez diverses : des services tels que YouTube sont qualifiés de « plateformes de partage de vidéos », comme dans la Directive Service de médias audiovisuels qui fait actuellement l'objet d'une révision ; dans d'autres cas, elles sont simplement qualifiées de « plateformes de vidéos », comme dans le récent arrêt rendu par la Cour de justice de l'Union européenne dans l'affaire Peugeot, voire de « plateformes numériques », comme dans les propositions faites par la France en matière de chronologie des médias qui viennent d'être présentées, et dans un rapport italien récemment publié sur la consommation d'informations. Dans le même temps, des services tels que Facebook, qui contiennent de plus en plus de contenus audiovisuels partagés par les utilisateurs, sont appelés « médias sociaux ». Et lorsque l'on regarde les derniers documents publiés par les institutions européennes, il semble y avoir une tendance à s'en tenir à l'appellation « plateformes en ligne », comme dans la Recommandation du Conseil de l'Europe et de l'OSCE sur la liberté d'internet, ainsi que dans la Recommandation de la Commission européenne sur les mesures destinées à lutter de manière efficace contre les contenus illicites en ligne ou dans le Règlement visant à contrer le blocage géographique injustifié.

Compte tenu de ces diverses définitions et de leurs répercussions sur le cadre juridique applicable (faut-il appliquer la Directive SMAV ou la Directive relative au commerce électronique ? Qu'en est-il de la Directive relative à la société de l'information ?), le présent IRIS *Plus* vise à donner un aperçu de l'état actuel de la législation en vigueur aussi bien à l'échelon européen que national, y compris des dernières initiatives réglementaires et des récentes évolutions de la jurisprudence des juridictions compétentes et des autres instances, tout en présentant les initiatives d'autorégulation prises par les professionnels du secteur.

Strasbourg, mai 2018

Maja Cappello

Coordinatrice IRIS

Responsable du Département Informations juridiques

Observatoire européen de l'audiovisuel

Résumé général

Les plateformes de partage de vidéos et les médias sociaux contribuent de plus en plus au développement culturel et économique de la société numérique. Ils permettent en effet aux citoyens d'exprimer leur esprit créatif et d'interagir socialement en diffusant des contenus audiovisuels et en les partageant avec d'autres internautes. Ils offrent également de nouvelles opportunités pour le développement et la création d'entreprises dans les secteurs de la communication, de la publicité et du divertissement, y compris de nouvelles alternatives aux modèles d'entreprise plus traditionnels. Ils proposent souvent différentes formes de services et les plateformes elles-mêmes ont fréquemment un caractère hybride. Le **Chapitre 1** présente le contexte et explore les réalités du marché des plateformes en ligne qui s'inscrivent dans l'écosystème audiovisuel.

En vertu du cadre réglementaire actuellement en vigueur, les plateformes de partage de vidéo ne relèvent pas de la Directive Services de médias audiovisuels (Directive SMAV), puisqu'elles ne sont pas assimilées à des services de médias audiovisuels ; elles ont en réalité la qualité de fournisseurs de services internet au titre de la Directive relative au commerce électronique, qui fait office de texte de loi de référence pour les plateformes de partage de vidéos et les autres services de la société de l'information. La Directive relative au commerce électronique prévoit un régime de responsabilité limitée pour les fournisseurs de services internet, qui est uniquement applicable lorsqu'ils n'ont pas pleinement connaissance de la présence d'activités ou d'informations illicites, ou qu'ils procèdent au retrait rapide des contenus litigieux après en avoir eu connaissance. En leur qualité de fournisseurs de services aux consommateurs et aux « professionnels », les plateformes de partage de vidéos sont également visées par d'autres directives transversales, comme la Directive relative aux pratiques commerciales déloyales, qui contient des dispositions sur les obligations de transparence et de diligence professionnelle afin de garantir la protection des consommateurs. De plus, les modèles commerciaux des plateformes de partage de vidéos qui reposent sur l'utilisation des données à caractère personnel de leurs utilisateurs et sur les algorithmes, ont suscité de nouvelles questions en matière de droits fondamentaux, tels que la protection de la dignité humaine, le respect de la vie privée et familiale, la protection des données à caractère personnel et la liberté d'expression et d'information, qui sont protégés par la législation primaire de l'Union européenne et par la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne. Le **Chapitre 2** donne une vue d'ensemble du cadre juridique applicable en vigueur.

Du point de vue du marché, ces services sont, dans une certaine mesure, directement et indirectement en concurrence avec les services de médias audiovisuels : directement, puisqu'ils distribuent tous deux des contenus audiovisuels et indirectement, car ils se font concurrence pour les recettes publicitaires et le parrainage. Bien qu'elles partagent certaines caractéristiques avec les services de médias audiovisuels, les plateformes de partage de vidéos ne sont pas soumises aux mêmes obligations qu'eux, comme, par exemple, l'obligation de contribuer financièrement à la production d'œuvres européennes ou de lutter contre les contenus préjudiciables en ligne. Ainsi, afin de garantir des conditions de concurrence équitables pour l'ensemble des acteurs et un

degré suffisant de protection en ligne, la question s'est posée à divers niveaux de savoir si et comment adapter le cadre juridique actuel.

A l'échelon national, certains Etats membres de l'Union européenne commencent à juger nécessaire de réglementer avec plus de rigueur les plateformes de partage de vidéos. L'Allemagne, la France, l'Italie et le Royaume-Uni ont par exemple abordé la question de la désinformation en ligne et un certain nombre de projets de loi en ce sens sont examinés ; la France et l'Allemagne ont adopté des dispositions spécifiquement applicables aux plateformes de partage de vidéos afin de leur imposer de contribuer à l'écosystème financier du secteur audiovisuel ; le Royaume-Uni a quant à lui adopté des mesures législatives visant à protéger les mineurs en ligne. Ces initiatives, ainsi que d'autres exemples, sont détaillées au **Chapitre 3**.

L'industrie en ligne a directement pris part à la mise en place de mesures d'autorégulation. Les principales plateformes de partage de vidéos et les réseaux de médias sociaux ont en effet élaboré leurs propres lignes directrices, mécanismes et outils afin d'autonomiser et de protéger différentes catégories d'utilisateurs, à savoir les mineurs, les consommateurs et les titulaires de droits, contre les contenus préjudiciables ou illicites, comme les contenus susceptibles d'être préjudiciables aux mineurs, la désinformation, le discours de haine, les contenus portant atteinte au droit d'auteur et les pratiques commerciales déloyales. Ces initiatives sont souvent menées en étroite coopération avec les autorités nationales, la société civile et les autres parties prenantes concernées. Une vue d'ensemble des initiatives les plus significatives est présentée dans le **Chapitre 4**.

Les plateformes en ligne engendrent par ailleurs un certain nombre de nouvelles questions d'interprétation pour les juges ; elles englobent un large éventail de sujets qui s'étend du respect du droit d'auteur et de la protection des données à la protection des citoyens, des mineurs et des consommateurs. Le **Chapitre 5** présente une sélection de la jurisprudence pertinente de la Cour européenne des droits de l'homme et de la Cour de justice de l'Union européenne, ainsi que des juridictions nationales et des autorités compétentes en matière de concurrence ou de régulation. Il offre certains éclairages sur l'interprétation des grands principes et notions du secteur, comme les définitions des termes « intermédiaires », « plateforme de partage de vidéos », « services de médias audiovisuels », ainsi que la portée du régime de responsabilité limitée applicable aux services de la société de l'information et la notion de fournisseur de services « actif » ou « passif », notamment.

L'évolution de ces services se traduit par la mise à jour actuelle de la législation européenne. La Stratégie de la Commission européenne pour un marché unique numérique pour l'Europe procède à de considérables modifications afin de moderniser le cadre juridique européen. Dans ce contexte, la Directive SMAV fait l'objet d'un important processus de révision, avec l'adoption d'une nouvelle définition de « services de plateforme de partage de vidéos » distincte de celle des « services de médias audiovisuels ». Un nouvel ensemble d'obligations est ainsi envisagé afin de protéger les mineurs et les citoyens des contenus préjudiciables auxquels ils peuvent être confrontés sur les plateformes de partage de vidéo, grâce à la mise en place par ces services de mesures et d'outils appropriés. Pour ce qui est de la Directive relative à la société de l'information, des initiatives ont été prises pour imposer aux services de la société de

l'information l'obligation d'empêcher la mise à disposition de contenus qui enfreignent le droit d'auteur dès que les titulaires des droits concernés leur signalent ces infractions. Ces initiatives législatives et d'autres encore sont détaillées au **Chapitre 6**. Un tableau indiquant l'état actuel des « trilogues » de négociations interinstitutionnelles au sujet de la Directive SMAV figure en annexe au **Chapitre 7**.

Table de matières

1	Le contexte	1
1.1	L'offre des plateformes de partage de vidéos et des médias sociaux et leur impact économique.....	1
1.1.1	Des offres et des acteurs hybrides	1
1.1.2	La difficile estimation de l'audience générée par le partage de vidéos.....	4
1.1.3	L'impact économique des plateformes de partage de vidéos et des médias sociaux.....	5
1.2	Les principaux défis juridiques posés par les plateformes de partage de vidéos et de médias sociaux.....	6
1.2.1	Le défi de parvenir à une définition juridique commune	6
1.2.2	Les défis relatifs à la compétence territoriale et l'application de la loi.....	10
1.2.3	Les défis posés au regard du droit de la concurrence.....	10
1.2.4	Les défis posés au regard des droits fondamentaux	11
<hr/>		
2	Le cadre juridique international et de l'Union européenne	15
2.1	Le Conseil de l'Europe.....	15
2.1.1	Les activités normatives liées à l'environnement en ligne.....	15
2.1.2	La Recommandation sur les rôles et les responsabilités des intermédiaires d'internet.....	17
2.2	Le cadre juridique de l'Union européenne	19
2.2.1	Une réglementation distincte pour des services différents ?.....	19
2.2.2	Le régime général de responsabilité applicable aux plateformes de partage de vidéos et aux médias sociaux.....	21
2.2.3	Les communications commerciales sur les plateformes de partage de vidéos et dans les médias sociaux	24
2.2.4	La protection des mineurs et de la dignité humaine sur les plateformes en ligne	27
2.2.5	La protection des données et le respect de la vie privée	37
2.2.6	L'application des législations nationales et des dispositions en matière de territorialité	42
<hr/>		
3	La transposition nationale	45
3.1	Le régime général de responsabilité	45
3.1.1	France.....	46
3.2	Les fausses informations (<i>Fake news</i>).....	47
3.2.1	Allemagne.....	47
3.2.2	France.....	48
3.2.3	Italie.....	49
3.2.4	Royaume-Uni.....	50

3.3	La protection des mineurs.....	50
3.4	Le financement des contenus	53
3.5	La protection du droit d'auteur.....	54
3.5.1	La France.....	54

4 L'autorégulation et les initiatives paneuropéennes 57

4.1	La protection des enfants et des jeunes sur les plateformes de partage de vidéos et dans les médias sociaux.....	57
4.1.1	L'approche des plateformes de partage de vidéos et des médias sociaux	58
4.2	La protection contre le discours de haine et les « fausses informations » sur les plateformes de partage de vidéos et dans les médias sociaux.....	62
4.2.1	Les initiatives d'autorégulation en matière de lutte contre le discours de haine en ligne.....	62
4.2.2	Les initiatives d'autorégulation visant à lutter contre les « fausses informations » en ligne.....	65
4.3	La protection des contenus protégés par le droit d'auteur sur les plateformes de partage de vidéos et dans les médias sociaux.....	67
4.4	L'encadrement de la publicité ciblée sur les plateformes en ligne	70

5 La jurisprudence..... 75

5.1	La Cour européenne des droits de l'homme	75
5.1.1	Liberté d'expression et discours de haine sur les plateformes de partage de vidéos et les médias sociaux	75
5.2	La Cour de justice de l'Union européenne.....	80
5.2.1	La définition d'une plateforme de partage de vidéos	80
5.2.2	Les plateformes en ligne et les atteintes au droit d'auteur	81
5.2.3	Les plateformes en ligne et les données à caractère personnel.....	90
5.2.4	Les plateformes en ligne et l'abus de position dominante	93
5.3	Jurisprudence nationale (sélection).....	95
5.3.1	La notion de « plateforme ».....	96
5.3.2	La protection des mineurs.....	97
5.3.3	La protection des citoyens	99
5.3.4	La publicité et la protection des consommateurs	102
5.3.5	La protection des données	104
5.3.6	La protection du droit d'auteur.....	108

6 Etat des lieux..... 117

6.1.	Les mesures proposées dans le cadre de la révision de la Directive SMAV.....	117
6.1.1.	La définition d'une plateforme de partage de vidéos et les principes généraux	118
6.1.2.	Les dispositions applicables aux plateformes de partage de vidéos	119

6.1.3. L'établissement des fournisseurs de plateformes de partage de vidéos	121
6.1.4. L'obligation faite aux plateformes de partage de vidéos de rendre certaines informations accessibles aux utilisateurs.....	121
6.2. Les mesures proposées dans le cadre de la révision de la Directive relative au droit d'auteur.....	122
6.3. Les initiatives prises dans le cadre de la Stratégie pour un marché unique numérique en Europe	124
6.3.1. La révision (ou non) de la Directive relative au commerce électronique	124
6.3.2. Les initiatives prise en matière de désinformation et de « fausses informations ».....	125
6.3.3. Les initiatives relatives à la protection des consommateurs	128
6.3.4. Les initiatives relatives aux régimes fiscaux.....	129

7 Annexe	131
-----------------------	------------

Tableaux

Tableau 1.	Les organismes d'autorégulation de la publicité en ligne	73
Tableau 2.	Sélection de jurisprudence de l'Union européenne concernant la notion de fournisseur « d'hébergement »	82
Tableau 3.	Sélection de jurisprudence de l'Union européenne concernant la responsabilité des fournisseurs de « liens hypertextes »	85
Tableau 4.	Sélection de jurisprudence de l'Union européenne concernant la responsabilité secondaire des services de la société de l'information	88
Tableau 5.	Sélection de jurisprudence nationale concernant la notion de plateforme en ligne	96
Tableau 6.	Sélection de jurisprudence nationale concernant la protection des mineurs sur les plateformes en ligne	98
Tableau 7.	Sélection de jurisprudence nationale concernant la protection des citoyens sur les plateformes en ligne	100
Tableau 8.	Sélection de jurisprudence nationale concernant la protection des consommateurs sur les plateformes en ligne	103
Tableau 9.	Sélection de jurisprudence nationale concernant la protection des données sur les plateformes en ligne	105
Tableau 10.	Sélection de jurisprudence concernant la protection du droit d'auteur sur les plateformes en ligne	109
Tableau 11.	Processus de révision: définitions et principes généraux (Article 1 SMAV)	131
Tableau 12.	Processus de révision: Dispositions applicables aux plateformes de partage de vidéo (Article 28 bis SMAV)	133
Tableau 13.	Processus de révision: Dispositions applicables à l'établissement des plateformes de partage de vidéo (Article 28b SMAV)	142
Tableau 14.	Processus de révision : Dispositions applicables à l'obligation de rendre certaines informations sur les plateformes de partage de vidéos accessibles aux utilisateurs (Article 28c SMAV)	145



1 Le contexte

1.1 L'offre des plateformes de partage de vidéos et des médias sociaux et leur impact économique

1.1.1 Des offres et des acteurs hybrides

1.1.1.1 Les plateformes de partage de vidéos

Les plateformes de partage de vidéos ont longtemps été les seuls services permettant aux internautes de mettre à disposition leurs vidéos auprès d'une communauté d'utilisateurs. YouTube, Dailymotion¹ en constituent les deux principaux exemples. Accès ouvert à tous, absence d'intervention de la plateforme dans le choix des contenus publiés, curation algorithmique ou humaine des contenus, financement par la publicité, contrôle a posteriori à l'initiative des ayants droit ou de la plateforme elle-même en sont les principales caractéristiques. Les plateformes de partage de vidéos se sont dotées, avec plus ou moins de succès, de fonctions que l'on peut qualifier de sociales. Google, propriétaire de YouTube a ainsi cherché à intégrer son réseau social Google+ au sein de la plateforme. Il a plus récemment (2017) lancé la fonction « YouTube communities » pour faciliter la mise en réseau des créateurs et de leurs « fans ». La plupart des plateformes permettent également la publication des vidéos sur des réseaux sociaux tiers.

Plus récemment, les réseaux sociaux ont soit étendu à la vidéo leur offre de contenus partagés entre membres d'un même groupe (Facebook, Snapchat, Instagram), soit ils se sont développés sur le concept même de partage de vidéos (Periscope, BIGO, Live.me, Twitch). Si, à l'origine, les vidéos étaient publiées sous la forme de liens vers les plateformes de partage de vidéos, elles sont de plus en plus fréquemment disponibles sur les serveurs des réseaux sociaux eux-mêmes.

Les deux catégories de services demeurent différentes par leur objet principal : d'une part des plateformes de partage de vidéos dotées de fonctionnalités sociales ;

¹ Voir ci-dessous l'évolution récente de l'offre de Dailymotion.



d'autre part des réseaux sociaux permettant notamment le partage de vidéos. Pour autant, on peut considérer dans une certaine mesure qu'elles interviennent sur le même marché :

- Du point de vue des consommateurs, qui peuvent y trouver des vidéos de nature comparable (par exemple des vidéos de courte durée ou les contenus créés par les utilisateurs) ;
- Du point de vue des créateurs, pour lesquels ces différentes plateformes de partage de vidéos peuvent constituer des alternatives pour la distribution des contenus ;
- Du point de vue du modèle économique, les différentes plateformes intervenant sur le même marché publicitaire.

1.1.1.2 Des contenus générés par les utilisateurs aux contenus professionnels

Le concept de « contenu généré par l'utilisateur »² est étroitement associé à celui de plateforme de partage de vidéo. Théoriquement, ces plateformes sont en effet avant tout utilisées pour mettre à disposition des contenus personnels. Mais l'offre de vidéo des plateformes de partage va bien au-delà de ces contenus personnels.

- Si une partie des contenus a pu être réellement créée par l'utilisateur, celui-ci a pu également mettre à disposition des contenus par exemple enregistrés à partir d'une source tierce (par exemple une chaîne de télévision).
- Les différentes plateformes de vidéos cherchent à encourager l'émergence de « créateurs », c'est-à-dire de producteurs qui, ayant atteint un certain niveau de notoriété, fournissent en permanence des contenus originaux spécifiques et ont conclu des accords généraux avec les plateformes. Ces accords incluent notamment les dispositifs suivants :
 - L'accès pour les producteurs à une part des revenus publicitaires générés par leurs vidéos³, éventuellement assorti d'un minimum garanti ;
 - Des opérations de promotion ;
 - Un soutien technique sous la forme de formation ou de mise à disposition de matériel (YouTube Space) ;
 - Une capacité de poster plus de vidéos sur la plateforme, par exemple via un compte payant⁴.

² Le contenu généré par l'utilisateur, également appelé contenu créé par l'utilisateur, comprend les blogs, « wikis », forums de discussion, messages (« posts », « chats », « tweets »), podcasts, images numériques, vidéos, fichiers audio, publicités et autres formes de médias, créés par les utilisateurs d'un système ou service en ligne, souvent mis à disposition via des sites Web de médias sociaux. Pour plus de détails, voir par exemple, Katsarova, I., EPRS, European Parliamentary Research Service, Briefing EU Legislation in Progress, « The Audiovisual Media Service Directive », http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/583859/EPRS_BRI%282016%29583859_EN.pdf.

³ Voir par exemple les conditions proposées par [YouTube](#), [Facebook](#) ou [Dailymotion](#).

⁴ Voir par exemple les conditions proposées par [Vimeo](#).



- Des programmes produits par les acteurs traditionnels des médias, qu'il s'agisse de bénéficier d'une nouvelle fenêtre d'exploitation, de distribuer des contenus conçus à l'origine pour le cinéma n'ayant pas réussi à trouver de distribution en salles, ou de produire des programmes conçus ou adaptés pour les plateformes de partage⁵.

Compte-tenu des données disponibles, il n'est pas possible de déterminer le poids de ces différents contenus au sein des catalogues des plateformes, ni la part des usages qu'ils représentent. On peut néanmoins noter que les contenus purement générés par les utilisateurs ne sont pas rétribués sous la forme d'un partage des recettes publicitaires. Les autres catégories de contenus, semi-professionnels ou professionnels, bénéficient donc de l'essentiel des revenus reversés par les plateformes aux producteurs ou ayants droit. Et les différents services proposant des fonctions de partage de vidéos semblent mettre l'accent de manière de plus en plus significative sur les contenus de « créateurs » ou de groupes de médias. Dailymotion semble ainsi avoir restreint son service aux contenus de « créateurs » et de groupes de médias. Facebook Watch privilégie également ces types de contenus.

1.1.1.3 Les frontières poreuses avec les services de médias audiovisuels

Outre la collaboration privilégiée des plates-formes de partage de vidéos avec un cercle restreint de fournisseurs qui mettent leurs contenus à disposition, des initiatives ont été prises par certaines des plateformes pour acquérir des droits selon un modèle qui semble proche de celui des services de médias audiovisuels. Ainsi, YouTube (pour le service YouTube Red) et Facebook (pour sa rubrique « Facebook Watch ») ont financé un nombre limité de programmes selon des modalités financières variables. Il est possible que ces investissements aient principalement vocation à accroître le trafic sur YouTube Red et sur Facebook Watch pour convaincre des créateurs (y compris les groupes de médias) de produire des contenus exclusifs pour le service, rémunérés sous la forme d'un partage des revenus⁶. Ils n'annonceraient donc pas nécessairement une évolution vers un service de média traditionnel au sens traditionnel du terme. Pour autant, les plateformes deviendraient ainsi des acteurs sur le marché de la production et de l'exploitation des droits audiovisuels, tout en suivant des modèles économiques différents.

D'autres exemples d'hybridation entre les plateformes de partage de vidéos, les médias sociaux et les services de médias audiovisuels peuvent être mis en évidence. YouTube propose directement depuis sa plateforme un service d'achat de films à la demande, différent de celui proposé par GooglePlay, les deux services étant opérés par Google.

⁵ Ne sont pas mentionnés ici les contenus promotionnels largement présents sur les plateformes vidéo.

⁶ Techcrunch – « Facebook launches Watch tab of original video shows – 09/08/2017, <https://techcrunch.com/2017/08/09/facebook-watch/>.



A l'inverse, certains services de médias audiovisuels peuvent s'ouvrir à la publication de contenus produits par des tiers, et ce, sans les avoir sélectionnés individuellement. Ainsi Amazon Video Direct propose aux détenteurs de droits d'intégrer leurs programmes soit au sein d'Amazon Video (un service orienté principalement vers la vidéo à la demande transactionnelle)⁷, soit même au sein d'Amazon Prime (un service de vidéo à la demande par abonnement). Les détenteurs de droits ne sont pas rémunérés sous la forme d'un achat de droits, mais d'un partage de revenus⁸.

On peut enfin mentionner le rôle de distributeurs de services audiovisuels que peuvent jouer certaines plateformes de partage de vidéos. C'est en particulier le cas de YouTube, qui propose aux Etats-Unis un service de télévision à péage sous la marque YouTube TV. Le consommateur peut souscrire à une sélection de chaînes par ailleurs également disponibles dans les offres des distributeurs traditionnels.

1.1.2 La difficile estimation de l'audience générée par le partage de vidéos

Les données abondent sur le nombre d'utilisateurs des plateformes de partage de vidéos et des médias sociaux ainsi que sur le nombre de vidéos consommées sur ces plateformes. Celles-ci traduisent un usage régulier de ces plateformes par une large fraction des internautes⁹. Il est plus complexe de mettre en perspective leur audience avec celle des autres services audiovisuels, linéaires ou à la demande, sur une base comparable. En effet la mesure du temps passé, qui est le principal indicateur dans le domaine de l'audiovisuel, n'est que partiellement utilisée dans le secteur des services en ligne. De plus, les indicateurs sont parfois inopérants : le temps passé à regarder la télévision est comparé avec le temps passé sur Internet, que celui-ci soit occupé ou non à regarder des vidéos. Le temps consacré à regarder de la vidéo sur Internet recouvre des programmes de nature et d'origine très diverses : télévision de rattrapage sur les sites des chaînes de télévision ; services de vidéo-à-la demande par abonnement ; sites de partages de vidéos ; la comptabilisation du temps passé à regarder des vidéos varie selon les sites Internet. Enfin, les données relatives aux différents terminaux permettant tous d'accéder à la vidéo en ligne (ordinateur, mobiles, téléviseurs connectés etc.) ne sont pas nécessairement réconciliées.

⁷ Selon un modèle qui présente des analogies avec les services d'édition de livre soit directe (Amazon Direct Publishing, proposé aux maisons d'édition) soit en auto-édition (Amazon Self-Publishing, proposé aux auteurs).

⁸ Le lancement par Amazon d'un service de partage de vidéo a été rapporté par la presse, mais cette information n'a pas été confirmée par Amazon : Techcrunch - Amazon filed for 'AmazonTube' trademark after Google pulled YouTube from the Echo Show – 20/12/2017 - <https://techcrunch.com/2017/12/20/amazon-filed-for-amazontube-trademark-after-google-pulled-youtube-from-the-echo-show/>.

⁹ YouTube revendique ainsi un milliard et demi d'internautes connectés chaque mois, <https://techcrunch.com/2017/06/22/youtube-has-1-5-billion-logged-in-monthly-users-watching-a-ton-of-mobile-video/>.



Dans un rapport publié en 2015¹⁰, l'Observatoire européen de l'audiovisuel estimait, sur la base de données portant sur 2014 relatives à certains pays européens, que le temps passé à regarder tout type de vidéos en ligne sur un ordinateur représentait entre 5 et 10% du temps total passé à regarder de la vidéo selon les pays¹¹. Selon Nielsen, au premier trimestre 2017, le temps passé aux Etats-Unis à regarder de la vidéo sur un ordinateur ou sur un terminal mobile représentait environ 8% du temps total consacré à regarder de la vidéo.¹² Mais, comme indiqué plus haut, les vidéos concernées ne sont pas uniquement celles proposées par les plateformes de partage de vidéos et les médias sociaux.

Dans son étude « Digital Day »¹³, le régulateur britannique, OFCOM adopte une démarche plus fine qui permet d'identifier non seulement les terminaux, mais également les catégories de vidéos regardées. Selon cette étude, la catégorie des « programmes courts en ligne » représente environ 3% du temps total consacré à regarder de la vidéo¹⁴ pour les 16 ans et plus, mais 21% pour les 6-15 ans. Ce dernier chiffre s'explique d'une part par la montée en puissance de l'usage des plateformes de partage par les adolescents, mais également par une consommation de télévision traditionnellement plus faible.

On peut, sur la base de ces quelques chiffres, estimer que la consommation des programmes spécifiques aux plateformes de partage de vidéos reste, en moyenne, encore faible au regard de celle de la télévision, linéarisée ou délinéarisée, ou des nouveaux services de vidéo-à-la-demande en particulier par abonnement. Mais l'usage de ces plateformes parmi les jeunes consommateurs peut annoncer une croissance rapide de leur poids.

1.1.3 L'impact économique des plateformes de partage de vidéos et des médias sociaux

Si l'évaluation de la taille de l'audience des plateformes est déjà assez difficile, il l'est encore plus de déterminer leur part de marché publicitaire. La question se pose en effet de savoir quel marché publicitaire considérer. Une première approche pourrait être de considérer que c'est l'utilisation relativement récente de la publicité vidéo, qui a permis de monétiser le contenu vidéo sur les plateformes de partage de vidéos. Cette approche repose sur l'hypothèse que la publicité vidéo permet désormais aux services en ligne (en particulier les services de partage de vidéos) d'offrir une véritable alternative à la publicité sur écran de télévision.

¹⁰ Fontaine, G, Grece, C., « Measurement of fragmented audiences », Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, November 2015, <https://rm.coe.int/16807835c0>.

¹¹ Hors DVD et Blu-ray.

¹² Hors DVD et Blu-ray.

¹³ <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/multi-sector-research/general-communications/digital-day>.

¹⁴ Hors DVD et Blu-ray.



Cette approche n'est pas entièrement satisfaisante. En effet, les vidéos proposées par les plateformes de partage de vidéos (comme généralement par les autres sites) ne sont pas uniquement monétisées sous la forme de publicité vidéo. A l'inverse, les publicités vidéo peuvent être insérées dans des contenus non vidéo.

Néanmoins, selon cette approche, la publicité vidéo en ligne représenterait environ 3 milliards d'euros en Europe en 2016¹⁵, soit environ 7,5% de la publicité vidéo (télévision et Internet combinés), contre seulement 2% en 2011. Si la part de marché de la publicité en ligne de Facebook et de Google aux Etats-Unis, soit environ 60%, est similaire en Europe, et s'ils ont ensemble la même part de marché de la publicité vidéo, la publicité générée par les médias sociaux et par les plateformes de partage de vidéos représenterait un montant de l'ordre de 1,8 milliard d'euros, soit environ 5% de la publicité vidéo (télévision et Internet combinés). Mais cette estimation est critiquable à la fois par l'équivalence entre contenus vidéo et publicité vidéo, et par le fait que la vidéo contribue à l'accroissement du trafic des sites comme les réseaux sociaux, et donc à leurs recettes publicitaires totales (et non seulement vidéo).

Au-delà de leur poids actuel et à venir sur le marché publicitaire, les médias sociaux et les plateformes de partage de vidéos sur le marché publicitaire pourraient avoir un impact essentiel sur le modèle même de financement et d'exploitation des programmes audiovisuels. En se positionnant comme une solution de distribution universelle ouverte aux créateurs, producteurs ou groupes de médias, les médias sociaux et plateformes de partage de vidéos développent un modèle où la mise à disposition de contenus est rémunérée sous la forme d'un partage des recettes. N'intervenant que marginalement dans le préfinancement, les plateformes laisseraient alors reposer le risque sur les producteurs. Ceux-ci, en contrepartie, pourraient espérer bénéficier d'une part plus importante des recettes générées grâce à un circuit de distribution simplifié. Mais ceci impliquerait qu'ils disposent des ressources financières pour préfinancer la création de contenus originaux.

1.2 Les principaux défis juridiques posés par les plateformes de partage de vidéos et de médias sociaux

1.2.1 Le défi de parvenir à une définition juridique commune

D'un point de vue juridique, les plateformes de partage de vidéos donnent lieu à un certain nombre de nouvelles situations, questions et difficultés d'application de la législation. Mais l'une des toutes premières difficultés juridiques à résoudre consiste à parvenir à une entente commune sur le sens précis à donner au terme plateforme de

¹⁵ Source : Statista.



partage de vidéos. L'établissement d'une définition juridique claire de ce terme est en effet la première condition préalable à une bonne appréciation des droits et obligations attachés à ces sujets du droit.

Dans le cadre de sa consultation publique lancée en septembre 2015,¹⁶ la Commission européenne avait tout d'abord proposé de définir le terme « plateforme en ligne » comme suit :

« une entreprise opérant sur des marchés bidirectionnels (ou multilatéraux) et permettant des interactions entre deux ou plusieurs groupes d'utilisateurs interdépendants via internet, de façon à créer de la valeur pour au moins l'un des groupes ».

Parmi les plateformes en ligne, la Commission européenne a ensuite établi une distinction entre les plateformes dites « audiovisuelles et musicales » (en donnant comme exemples Deezer, Spotify, Netflix et Apple TV), les plateformes de partage de vidéos (par exemple YouTube et Dailymotion) et les réseaux sociaux (comme Facebook, LinkedIn, Twitter et Tuenti), tout en excluant expressément les fournisseurs d'accès internet du champ d'application de la définition.

Cette classification n'est cependant pas parfaitement claire, dans la mesure où certains services cités à titre d'exemples par la Commission européenne sont, d'un point de vue juridique, déjà assimilés à des « services de médias audiovisuels » et, en tant que tels, relèvent d'un cadre juridique différent de celui applicable aux services de la société de l'information¹⁷, qui comprend un ensemble d'obligations spécifiques, notamment la protection des mineurs, la promotion des œuvres européennes et la publicité. Il peut en outre s'avérer difficile de déterminer la différence entre certains fournisseurs de contenus de divertissement en ligne et des plateformes telles que YouTube, qui offrent un accès à des contenus aussi bien produits par les internautes que par des sociétés de médias, comme mentionné précédemment.

Cette définition initiale retenue par la Commission européenne a cependant été contestée par la majorité des répondants à la consultation publique¹⁸, qui la jugeaient à la fois trop étendue et trop restrictive. Les parties prenantes du secteur s'inquiétaient quant à elles du fait que la réglementation soit fondée sur le « statut de plateforme » et ont au contraire suggéré de mettre l'accent sur les activités et les modèles commerciaux des plateformes en ligne de manière à garantir une certaine cohérence et un principe

¹⁶ Consultation publique de la Commission sur l'environnement réglementaire concernant les plateformes, les intermédiaires en ligne, les données et l'informatique en nuage, ainsi que l'économie collaborative, du 24 septembre 2015 au 6 janvier 2016, disponible en anglais sur :

<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/public-consultation-regulatory-environment-platforms-online-intermediaries-data-and-cloud>

¹⁷ Directive 2010/13/EU du Parlement européen et du Conseil du 10 mars 2010 visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels (Directive « Services de médias audiovisuels »),

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32010L0013&from=EN>.

¹⁸ Rapport de synthèse de la consultation au sujet des plateformes en ligne, disponible en anglais sur :

http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=15877.



d'équité, à appliquer la réglementation existante et à préciser son champ d'application. La plupart des répondants estiment qu'une définition unique risquerait inévitablement d'empiéter sur la définition retenue pour les intermédiaires en ligne et les prestataires de services de la société de l'information. La distinction proposée au sein des « plateformes » portait sur les plateformes de type B2B (plateformes d'échanges commerciaux entre les professionnels – *Business to Business*), de type B2C (plateformes d'échanges commerciaux entre les entreprises et les particuliers – *Business to Consumer*) et de type C2C (plateformes d'échanges entre particuliers – *Consumer to Consumer*), c'est-à-dire des plateformes qui font office « d'intermédiaire passif » par rapport aux plateformes plus « actives » ou qui exercent des « activités éditoriales »¹⁹.

Dans la Communication²⁰ qui a fait suite à la consultation publique, ainsi que dans le document de travail²¹ qui l'accompagnait, la Commission européenne avait conclu que « *il n'existe aucun consensus sur une définition unique des plateformes en ligne puisqu'une définition précise serait probablement trop restrictive ou, au contraire, qu'elle s'appliquerait à un bien trop large éventail de services internet* ». La Commission a préféré opter pour l'établissement d'une liste de cinq « caractéristiques importantes et bien spécifiques » propres aux plateformes en ligne, en particulier du fait que :

- elles permettent de créer et de façonner de nouveaux marchés, de remettre en cause les marchés traditionnels et d'organiser de nouvelles formes de participation ou d'exercer une activité sur la base de la collecte, du traitement et de la mise en forme de gros volumes de données ;
- elles fonctionnent sur des marchés multifaces mais avec des degrés variables de contrôle sur les interactions entre groupes d'utilisateurs ;
- elles bénéficient d'un effet de réseau en vertu duquel, globalement, la valeur des services augmente en fonction du nombre d'utilisateurs ;
- elles font souvent appel aux technologies de l'information et des communications pour atteindre instantanément et facilement leurs utilisateurs ;
- elles jouent un rôle essentiel dans la création de valeur numérique, notamment en acquérant une valeur significative (y compris par l'accumulation de données), en facilitant de nouveaux projets d'entreprise et en créant de nouvelles dépendances stratégiques.

Parmi les plateformes en ligne et les modèles commerciaux identifiés, la Commission européenne a distingué dans sa communication les domaines suivants :

- les marchés et plateformes de commerce en ligne ;

¹⁹ Voir le Chapitre 5 de la présente publication.

²⁰ Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions, « Les plateformes en ligne et le marché unique numérique – Perspectives et défis pour l'Europe », COM(2016) 288 final, Bruxelles, 25 mai 2016, <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2016/FR/1-2016-288-FR-F1-1.PDF>.

²¹ Document de travail des services de la Commission au sujet des plateformes en ligne, disponible en anglais sur : <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-staff-working-document-online-platforms>.



- les écosystèmes mobiles et les plateformes de distribution d'applications ;
- les services de recherche sur internet ;
- les médias sociaux et les plateformes de contenus ;
- les plateformes publicitaires en ligne.

Tout en reconnaissant l'absence d'une définition générale propre aux plateformes de « médias sociaux », la Commission a mentionné une définition qu'elle avait donnée dans le cadre de la décision de fusion entre Facebook et WhatsApp²², où elle définissait les services de réseaux sociaux comme des « *services permettant aux utilisateurs de se connecter, de partager, de communiquer et de s'exprimer en ligne ou par l'intermédiaire d'une application mobile* ».

La Commission a traité ensemble les plateformes de médias sociaux et les « points de vente de contenu créatif », dans la mesure où elle a estimé que ces deux services avaient les mêmes caractéristiques, à savoir qu'ils permettaient des interactions sociales et offraient souvent un ensemble de services, parmi lesquels des services de communication, de partage de contenu et de diffusion de publicités ; elle a également énuméré les quelques exemples suivants : Facebook, Twitter, Instagram, Google+, MySpace, Pinterest, Snapchat, YouTube, Soundcloud, Origin, Wordpress et WhatsApp.

Dans la proposition de révision de la Directive Services de médias audiovisuels (Directive SMAV)²³ adoptée en mai 2016, la Commission a défini un « service de plateforme de partage de vidéos » comme suit:

- un service qui consiste à stocker une grande quantité de programmes ou de vidéos créées par les utilisateurs, qui ne relèvent pas de la responsabilité éditoriale du fournisseur de la plateforme de partage de vidéos ;
- un service dans lequel l'organisation du contenu stocké est déterminée par le fournisseur du service, à l'aide notamment de moyens automatiques ou d'algorithmes, en particulier l'hébergement, l'affichage, le balisage et le séquençement ;
- un service dont l'objet principal proprement dit ou une partie dissociable de ce service est la fourniture de programmes et de vidéos créées par les utilisateurs dans le but d'informer, de divertir ou d'éduquer le grand public ;
- un service qui est fourni par des réseaux de communications électroniques.

Cette question de définition pourrait devenir plus pressante compte tenu des actuels débats sur l'adoption d'une réglementation sectorielle supplémentaire applicable aux

²² Affaire n° COMP/M.7217 – Facebook/WhatsApp, 3 octobre 2014, paragraphe 46, disponible en anglais sur : http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7217_20141003_20310_3962132_EN.pdf.

²³ Proposition de Directive du Parlement européen et du Conseil modifiant la Directive 2010/13/UE visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels, compte tenu de l'évolution des réalités du marché, COM(2016) 287 final, Bruxelles, 25 mai 2016, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016PC0287&from=FR>



plateformes de partage de vidéos et aux médias sociaux en plus des principales dispositions européennes qui leur sont déjà applicables, comme la liberté des marchés, le droit de la concurrence, la protection des consommateurs et la protection des données à caractère personnel, notamment²⁴.

1.2.2 Les défis relatifs à la compétence territoriale et l'application de la loi

La dimension et la portée mondiale des plateformes en ligne de manière générale, y compris les plateformes de partage de vidéos et les médias sociaux, représentent une difficulté pour les législations nationales, qui se limitent par essence à l'étendue d'un territoire. Cela vaut en particulier pour l'application des éléments protecteurs de la législation (le droit du travail, le droit de la consommation, le droit d'auteur ou le droit relatif au respect de la vie privée), mais aussi pour le droit fiscal, où les différences de réglementation et de jurisprudence d'un pays à l'autre rendent plus difficile encore l'adoption d'une approche commune à l'échelle mondiale et laissent la porte ouverte à la recherche opportuniste de la juridiction la plus avantageuse en cas de contentieux.

Certaines grandes plateformes en sont l'illustration, en particulier les sociétés dont le siège est aux Etats-Unis, qui tirent parti de la législation la plus avantageuse pour payer le moins d'impôts possible, en s'appuyant sur des dispositifs complexes d'érosion et de transfert des bénéfices réalisés par leurs filiales, ce qui génère depuis déjà de nombreuses années des contentieux judiciaires avec les gouvernements des pays membres de l'Union européenne²⁵.

1.2.3 Les défis posés au regard du droit de la concurrence

Bien qu'il soit en règle générale plus simple d'apporter une réponse réglementaire dans les domaines relevant de la compétence et de l'autorité de l'Union européenne (DG Concurrence), le droit de la concurrence est toutefois remis en cause par les plateformes en ligne à divers égards. En termes d'accès au marché, par exemple, En termes d'accès au marché, par exemple, les réglementations relatives à l'exploitation des services au niveau national devront peut-être être adaptées pour tenir compte des spécificités des plateformes de partage de vidéo et des médias sociaux et de « l'économie de partage ».

²⁴ Voir également A. Strowel, « *Digital Platforms: To Regulate or Not To Regulate? Message to Regulators: Fix the Economics First, Then Focus on the Right Regulation* », page 2, (en anglais), http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2016-7/ucloouvain_et_universit_saint_louis_14044.pdf.

²⁵ <https://www.reuters.com/article/us-france-amazon-tax/amazon-settles-tax-row-with-france-value-undisclosed-idUSKBN1FP1FU>.



En outre, pour pouvoir faire respecter le droit de la concurrence, il faut accorder plus d'importance au pouvoir de ces plateformes sur le marché, étant donné leur nature multidimensionnelle, et le marché en cause sur lequel elles opèrent doit être correctement évalué. Il s'agit, en amont, de la relation entre la plateforme et ses utilisateurs, à travers l'offre de services gratuits en échange de la collecte de données issues de la libre saisie des utilisateurs de la plateforme; et, en aval, de la relation entre la plateforme et les annonceurs.

Comme le souligne la *Monopolkommission* allemande dans son rapport sur les défis posés par les marchés numériques²⁶, d'un point de vue antitrust, les abus potentiels des réseaux sociaux peuvent être doublement pertinents: premièrement, ces plateformes peuvent exclure des concurrents, par exemple en empêchant d'autres entreprises de proposer leurs services aux utilisateurs ou en étendant leurs services d'une manière anticoncurrentielle ; deuxièmement, lorsque ces plateformes collectent des données de manière excessive et limitent la capacité des utilisateurs à restreindre cette collecte de données, cela pourrait également constituer un abus potentiel.

Les plateformes de partage de contenus audiovisuels sont par ailleurs soumises à une réglementation différente de celle qui s'applique aux médias traditionnels, par exemple en matière de protection des mineurs, de publicité ou de promotion d'œuvres européennes, ce qui peut éventuellement accroître le risque d'une distorsion de la concurrence au détriment des médias traditionnels lorsque ces plateformes exercent leurs activités sur le même marché.

D'autres questions se posent également, qui, bien qu'elles ne soient généralement pas d'ordre juridique, sont pertinentes pour l'ensemble de l'écosystème audiovisuel, par exemple comment faire en sorte que tous les acteurs contribuent à l'offre de contenu et à l'objectif de diversité culturelle, et comment créer des conditions de concurrence équitables.

1.2.4 Les défis posés au regard des droits fondamentaux

Les plateformes de partage de vidéos et les médias sociaux soulèvent plus de préoccupations en matière de droits fondamentaux que tout autre type de plateformes de commerce électronique en raison de leur rôle spécifique dans la transmission et l'affichage numérique de contenus audiovisuels et de leur impact potentiel sur le processus de formation de l'opinion des utilisateurs. A cet égard, il revient à l'Etat de garantir le pluralisme, l'accès à l'information et la diversité culturelle sur ces plateformes.

²⁶ *Monopolkommission*, la politique en matière de concurrence (en Allemagne) : « *The challenges of digital markets* », rapport spécial n° 68, juillet 2015, disponible en anglais sur : <http://www.monopolkommission.de/index.php/en/press-releases/52-competition-policy-the-challenge-of-digital-markets>.



Les contenus audiovisuels transmis par le biais des plateformes de partage vidéo et des médias sociaux élargissent les sources d'information et de divertissement pour les utilisateurs afin d'inclure tous les contenus qui correspondent à leurs préférences, en s'appuyant dans une large mesure sur des systèmes complexes de processus de décision automatisés basés sur des algorithmes qui filtrent le contenu afin de personnaliser les recommandations aux utilisateurs. Les algorithmes facilitent la collecte, le traitement et la réutilisation de grandes quantités de données et d'images²⁷. Ils sont utilisés pour le suivi et le profilage en ligne de personnes dont les habitudes de navigation sont enregistrées par des « cookies » et des technologies similaires telles que les empreintes numériques, et agrégées à des requêtes de recherche. Les données de comportement sont en outre traitées à partir d'appareils intelligents, comme les appareils de géolocalisation et autres capteurs via les applications mobiles, soulevant des défis croissants pour la vie privée et la protection des données. Les algorithmes soulèvent des préoccupations générales en raison de leur opacité et de leur imprévisibilité. Comme l'a souligné le Comité d'experts sur les intermédiaires d'internet (MSI-NET) du Conseil de l'Europe, une plus grande transparence, une plus grande responsabilité et certaines normes éthiques seraient souhaitables dans leur utilisation, en l'absence de tout cadre normatif dans ce domaine²⁸.

En effet, outre leur impact direct sur le droit au respect de la vie privée et à la protection des données à caractère personnel, les algorithmes mettent également en évidence les difficultés complexes que présente pour la société dans son ensemble la sauvegarde des droits fondamentaux et de la dignité humaine face à l'évolution rapide des technologies, notamment le droit à la liberté d'expression, qui comporte le droit de recevoir et de communiquer des informations, le droit à des élections libres, le droit à un procès équitable et l'Etat de droit, etc. Par exemple, à la suite des attentats terroristes perpétrés en Europe et aux États-Unis, des responsables politiques ont demandé aux plateformes de médias sociaux en ligne d'utiliser leurs algorithmes à des fins de sécurité nationale pour détecter les comptes depuis lesquels des contenus extrémistes sont générés et ainsi identifier d'éventuels terroristes. Le recours à des algorithmes peut, dans ces circonstances, se justifier pour des questions de sécurité nationale, mais soulève néanmoins un certain nombre de préoccupations spécifiques quant au respect des normes en matière de procès équitable, comme la présomption d'innocence et le principe d'égalité, auxquelles il convient de répondre.

En outre, l'utilisation d'algorithmes soulève de nouvelles difficultés spécifiques en matière d'accès aux contenus et de pluralisme de l'information. En effet, les plateformes de partage de vidéos et les médias sociaux, tout comme les médias traditionnels,

²⁷ Il convient en outre de noter que les données relatives à la consommation de contenus audiovisuels comportent une fonction identitaire très forte. Les algorithmes qui traitent ces données sont nombreux et variés : notamment les moteurs de recommandation et la publicité programmatique.

²⁸ Voir l'« Etude sur les dimensions des droits humains dans les techniques de traitement automatisé des données (en particulier les algorithmes) et éventuelles implications réglementaires », Comité d'experts sur les intermédiaires d'internet, MSI-NET (2016)06, Conseil de l'Europe, <https://rm.coe.int/etude-sur-les-algorithmes-version-finale/1680770cc2>.



transmettent des contenus audiovisuels aux utilisateurs, leur permettant ainsi de se forger une opinion sans le contrôle éditorial qui caractérise les médias traditionnels. A l'instar de ces derniers, les plateformes de partage de vidéos et les médias sociaux fonctionnent selon un certain nombre de principes économiques ; toutefois, contrairement aux médias traditionnels, l'orientation vers les préférences des utilisateurs fait partie intégrante de leur modèle économique, dans la mesure où les services en question sont principalement financés par la publicité. Le fait de privilégier les préférences des utilisateurs augmente la probabilité que ceux-ci liront les contenus qui leur sont proposés et visionneront la publicité qui pourra leur être présentée en fonction de leurs centres d'intérêt (« publicité ciblée »)²⁹. Dans ce contexte, le souci du pluralisme de l'information et de l'accès à l'information est soulevé par ces plateformes, car les utilisateurs peuvent ne pas être conscients du lien entre le contenu affiché et les fins publicitaires et lucratives qui le sous-tendent.

Enfin, l'utilisation des algorithmes par les plateformes de partage de vidéos et les médias sociaux soulève d'importantes questions au sujet de la diversité culturelle³⁰. D'une part, elle peut contribuer à cette diversité culturelle en facilitant la découverte d'œuvres audiovisuelles qui ne seraient probablement pas programmées du fait de leur petit budget, ou en raison de l'absence d'un distributeur ou d'un budget de promotion. Ainsi, grâce aux moteurs de recommandation, certains films peuvent trouver un public même si ces films ne sont pas programmés par les chaînes de télévision traditionnelles. Mais ces algorithmes peuvent également conduire à des effets inverses, à savoir enfermer les individus dans une personnalisation des services en fonction de leurs goûts et opinions. Si tel était le cas, il pourrait en résulter une atteinte au libre choix, une homogénéisation de l'information, une polarisation des contenus autour de visions dominantes en opposition avec l'objectif de diversité culturelle.

Au-delà des algorithmes eux-mêmes, l'utilisation de processus semi-automatisés ou automatisés de filtrage et de suppression de contenus par les plateformes de partage de vidéos et les médias sociaux peut avoir des répercussions sur la liberté d'expression et soulever des inquiétudes au sujet de l'Etat de droit, sur le plan de la légalité, de la légitimité et de la proportionnalité³¹. En outre, les mécanismes de filtrage automatisés et autres outils mis en place par Facebook et YouTube pour supprimer les vidéos à caractère extrémiste suscitent d'autres préoccupations à propos des critères utilisés pour déterminer quelles vidéos sont de nature « extrémiste » ou présentent un « contenu clairement illicite », ce qui pose le problème d'une « censure privée ». Contrairement aux

²⁹ Voir également, *Monopolkommission*, la politique en matière de concurrence (en Allemagne) : « *The challenges of digital markets* », op. cit.

³⁰ Voir CSA Lab, « Le rôle des données et des algorithmes dans l'accès aux contenus », « Les mutations de la mise à disposition de contenus audiovisuels à l'ère du numérique : conséquences et enjeux, Rapport 1 », janvier 2017, <http://www.csa.fr/Etudes-et-publications/Les-etudes-thematiques-et-les-etudes-d-impact/Les-publications-du-CSA-Lab/Les-mutations-de-la-mise-a-disposition-de-contenus-audiovisuels-a-l-ere-du-numerique-consequences-et-enjeux-Le-role-des-donnees-et-des-algorithmes-dans-l-acces-aux-contenus>.

³¹ Voir, par exemple, « *Facebook removes image of Copenhagen's little mermaid statue for breaking nudity rules* », <http://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/news/little-mermaid-copenhagen-denmark-removed-by-facebook-nudity-rules-a6799046.html>.



pouvoirs publics qui interviennent dans ce domaine, les acteurs privés ne sont pas soumis au contrôle de la constitutionnalité de leurs actes. On pourrait en fin de compte estimer qu'il s'agit là d'une relation contractuelle privée entre les plateformes de partage de vidéos et les utilisateurs et que les utilisateurs sont pleinement conscients des règles du jeu lorsqu'ils mettent en ligne leurs vidéos.

Il s'agit uniquement de quelques exemples des nouvelles questions soulevées par l'existence des plateformes de partage de vidéos et des médias sociaux et qui sont au cœur des vifs débats qui opposent les gouvernants et la société civile, aussi bien à l'échelon national qu'au niveau de l'Union européenne.



2 Le cadre juridique international et de l'Union européenne

2.1 Le Conseil de l'Europe

2.1.1 Les activités normatives liées à l'environnement en ligne

Le Conseil de l'Europe vise à garantir qu'internet fournisse un environnement sûr et ouvert, propice à la liberté d'expression et de réunion, au respect de la vie privée, à la diversité, à la culture, à l'éducation et au savoir. Pour atteindre ce but, l'organisation a élaboré des conventions internationales dans des domaines tels que la cybercriminalité, la protection des données et la protection des mineurs. Elle élabore également des modèles de législation, sous la forme de recommandations à ses Etats membres, ainsi que des lignes directrices à l'intention des acteurs d'internet relevant du secteur privé.

La Convention européenne des droits de l'homme³² constitue le principal pilier de la protection des droits fondamentaux. La Cour européenne des droits de l'homme³³, qui statue sur des requêtes alléguant des violations de la Convention, a déjà rendu des arrêts concernant, notamment, le droit à la liberté d'expression et d'accès à l'information et le droit au respect de la vie privée, qui ont des répercussions sur l'environnement en ligne³⁴.

Le Comité des Ministres³⁵, à savoir l'organe décisionnel du Conseil de l'Europe, a ces dernières années adressé aux Etats membres un certain nombre de recommandations relatives à la liberté d'expression et aux droits de l'homme sur les plateformes internet³⁶ :

³² Convention européenne des droits de l'homme et ses Protocoles, <https://www.echr.coe.int/Pages/home.aspx?p=basictexts&c=fr>.

³³ <https://www.echr.coe.int/Pages/home.aspx?p=home&c=fr>.

³⁴ Voir le Chapitre 5 de la présente publication. Voir également Voorhoof, D. et autres et McGonagle, T. (sous la direction de), La liberté d'expression, les médias et les journalistes : la jurisprudence de la Cour européenne des droits de l'homme, IRIS Thèmes, Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2016, <https://rm.coe.int/iris-themes-vol-iii-ed-2016-fr-07-april-2017-pdf/16807834d0>

³⁵ Le Comité des Ministres se compose des ministres des Affaires étrangères des 47 Etats membres du Conseil de l'Europe, ou de leurs représentants permanents à Strasbourg, voir :



- Recommandation CM/Rec(2016)5 sur la liberté d'internet³⁷ ;
- Recommandation CM/Rec(2016)1 sur la protection et la promotion du droit à la liberté d'expression et du droit à la vie privée en lien avec la neutralité du réseau³⁸ ;
- Recommandation CM/Rec(2015)6 sur la libre circulation transfrontière des informations sur internet³⁹ ;
- Recommandation CM/Rec(2014)6 sur un Guide des droits de l'homme pour les utilisateurs d'internet⁴⁰ ;
- Recommandation CM/Rec(2013)1 sur l'égalité entre les femmes et les hommes et les médias⁴¹ ;
- Recommandation CM/Rec(2012)3 sur la protection des droits de l'homme dans le contexte des moteurs de recherche⁴² ;
- Recommandation CM/Rec(2012)4 sur la protection des droits de l'homme dans le cadre des services de réseaux sociaux⁴³ ;
- Recommandation CM/Rec(2011)7 sur une nouvelle conception des médias⁴⁴ ;
- Recommandation CM/Rec(2010)13 sur la protection des personnes à l'égard du traitement automatisé des données à caractère personnel dans le cadre du profilage⁴⁵ ;
- Recommandation CM/Rec(2007)16 sur des mesures visant à promouvoir la valeur de service public de l'Internet⁴⁶.

Il convient également de mentionner les Lignes directrices de 2017 sur la protection des personnes à l'égard du traitement des données à caractère personnel à l'ère des mégadonnées⁴⁷ et les Lignes directrices de 2008 pour la coopération entre organes de répression et fournisseurs de services internet contre la cybercriminalité⁴⁸.

<https://www.coe.int/fr/web/cm/about-cm>.

³⁶ Pour de plus amples informations, voir « Recommandations et Déclarations du Comité des Ministres du Conseil de l'Europe dans le domaine des médias et de la société de l'information », <https://rm.coe.int/16806461dc>.

³⁷ <https://rm.coe.int/09000016806415d8>.

³⁸ <https://rm.coe.int/09000016805c1ecd>.

³⁹ <https://rm.coe.int/09000016805c3f76>.

⁴⁰ <https://rm.coe.int/09000016804b8447>.

⁴¹ <https://rm.coe.int/09000016805c7cac>.

⁴² <https://rm.coe.int/09000016805caa93>.

⁴³ <https://rm.coe.int/09000016805caaad>.

⁴⁴ <https://rm.coe.int/09000016805cc2ca>.

⁴⁵ <https://rm.coe.int/09000016805cdd0e>.

⁴⁶ <https://rm.coe.int/09000016805d4a4f>.

⁴⁷ <https://rm.coe.int/16806ebf23>.

⁴⁸ <https://rm.coe.int/16802fa3a7>.



2.1.2 La Recommandation sur les rôles et les responsabilités des intermédiaires d'internet

Le 7 mars 2018, le Comité des Ministres du Conseil de l'Europe a adopté une Recommandation sur les rôles et responsabilités des intermédiaires d'internet⁴⁹. Le texte invite les Etats membres à prévoir un cadre fondé sur les droits de l'homme et l'Etat de droit qui précise les principales obligations des Etats membres en matière de protection et de promotion des droits de l'homme dans l'environnement numérique et les responsabilités respectives des intermédiaires. Le Comité des Ministres recommande aux Etats membres :

- de mettre en œuvre les lignes directrices figurant dans la présente recommandation, lors de l'élaboration et de l'application de cadres législatifs concernant les intermédiaires d'internet, conformément à leurs obligations pertinentes découlant des instruments législatifs du Conseil de l'Europe⁵⁰, et de les promouvoir dans les enceintes internationales et régionales ;
- de prendre toutes les mesures nécessaires pour que les intermédiaires d'internet assurent leurs responsabilités en matière de respect des droits de l'homme⁵¹ ;
- de prendre en compte, pour la mise en œuvre des lignes directrices, les recommandations pertinentes du Comité des Ministres⁵² ;
- de mettre en œuvre les lignes directrices en s'accordant sur le fait qu'elles ont pour objectif de faire évoluer et de renforcer les lignes directrices visant à aider les fournisseurs de services internet⁵³ ;
- d'engager un dialogue avec tous les acteurs concernés, afin de partager et d'examiner des informations, et de promouvoir une utilisation responsable des dernières évolutions technologiques liées aux intermédiaires d'internet qui ont des répercussions sur l'exercice et la jouissance des droits de l'homme, ainsi que leurs aspects juridiques et politiques ;
- d'encourager et de promouvoir la mise en œuvre de programmes d'éducation aux médias et à l'information en coopération avec toutes les parties prenantes concernées ;

⁴⁹ Recommandation CM/Rec(2018)2 du Comité des Ministres aux Etats membres sur les rôles et les responsabilités des intermédiaires d'internet (adoptée par le Comité des Ministres le 7 mars 2018 lors de la 1309^e réunion des Délégués des Ministres), <https://rm.coe.int/1680790e37>.

⁵⁰ La Recommandation mentionne la Convention européenne des droits de l'homme, la Convention pour la protection des personnes à l'égard du traitement automatisé des données à caractère personnel, la Convention sur la cybercriminalité, la Convention du Conseil de l'Europe sur la protection des enfants contre l'exploitation et les abus sexuels et la Convention du Conseil de l'Europe sur la prévention et la lutte contre la violence à l'égard des femmes et la violence domestique.

⁵¹ Conformément aux Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme et à la Recommandation CM/Rec (2016)3 du Comité des Ministres aux Etats membres sur les droits de l'homme et les entreprises.

⁵² Voir le point 2.1.1. de la présente publication.

⁵³ <https://rm.coe.int/16805a39d6>.



- de réexaminer périodiquement les mesures prises pour mettre en œuvre la recommandation en vue d'améliorer leur efficacité.

Les lignes directrices à l'attention des Etats sur les actions à prendre à l'égard des intermédiaires d'internet, qui figurent en annexe de la recommandation, se composent de deux parties distinctes :

- Obligations des Etats à l'égard de la protection et de la promotion des droits de l'homme et des libertés fondamentales dans l'environnement numérique : il importe que les Etats membres respectent les principes de légalité, de sécurité juridique et de transparence, de protection de la liberté d'expression, les garanties en matière de protection de la vie privée et des données à caractère personnel, ainsi que d'accès à un recours effectif.
- Responsabilités des intermédiaires d'internet en matière de droits de l'homme et de libertés fondamentales que les Etats devraient viser à assurer : les lignes directrices soulignent la responsabilité des intermédiaires d'internet dans le respect des droits de l'homme et des libertés fondamentales, ainsi que les principes de transparence et de responsabilité. Elles contiennent également des dispositions relatives à l'utilisation des données à caractère personnel et à l'accès à un recours effectif.

Pour ce qui est de la modération des contenus, les droits des utilisateurs à recevoir, à produire et à communiquer des informations, des opinions et des idées sont primordiaux. En conséquence, toute mesure prise pour limiter l'accès à un contenu, y compris la suppression ou le blocage, sur ordre ou requête d'un Etat membre devrait être exécutée par les moyens les moins restrictifs. Lorsque les intermédiaires restreignent l'accès au contenu conformément à leurs propres politiques en matière de restriction de contenu, ils devraient le faire de manière transparente et sans aucune forme de discrimination ; toutes les restrictions d'accès à un contenu devraient être mises en œuvre par les moyens techniques les moins contraignants et être limitées, dans leur ampleur et leur durée, à ce qui est strictement nécessaire pour éviter toute restriction ou suppression collatérale de contenu licite. Toute restriction de contenu devrait avoir une portée limitée à l'objet précis de l'ordre ou de la requête et être accompagnée d'une information au public expliquant quel contenu a fait l'objet d'une restriction et quel en est le motif juridique. Il importe que l'utilisateur en question et les autres parties concernées en soient informés, sauf si cette notification risque d'interférer avec les activités en cours des services d'application de la loi.

Les lignes directrices font preuve d'un certain scepticisme quant à l'utilisation de moyens automatisés d'identification de contenus visant à empêcher la réapparition d'éléments spécifiques déjà restreints. Les intermédiaires devraient mesurer minutieusement les incidences qu'une gestion automatisée des contenus peut avoir sur le plan des droits de l'homme et procéder à un contrôle humain si nécessaire, tout en tenant compte du risque de blocages insuffisants ou au contraire excessifs dus à des systèmes d'algorithmes inexacts, et des effets que ces algorithmes pourraient avoir sur les services fournis par ces intermédiaires en matière de débat public. Les restrictions d'accès à un

contenu identique ne devraient toutefois pas empêcher l'utilisation légitime du contenu en question dans d'autres contextes.

2.2 Le cadre juridique de l'Union européenne

2.2.1 Une réglementation distincte pour des services différents ?

La législation de l'Union européenne qui règle la fourniture de contenus audiovisuels au moyen de réseaux de communications électroniques repose pour l'essentiel sur deux cadres juridiques distincts. Premièrement, la Directive Service de médias audiovisuels (Directive SMAV)⁵⁴ vise à l'application de dispositions spécifiques aux services (services de radiodiffusion télévisuelle de vidéo à la demande) qui répondent à un certain nombre de caractéristiques, notamment la responsabilité éditoriale du service en question⁵⁵. Deuxièmement, la Directive relative au commerce électronique⁵⁶ englobe quasiment tout le reste, y compris, notamment, les plateformes de partage de vidéos et les médias sociaux⁵⁷.

Le fait d'englober les services audiovisuels disponibles à la demande dans le cadre juridique prévu par la Directive SMAV avait été considéré comme une avancée majeure lors de l'adoption de la directive en 2007. Cette intégration avait finalement permis de résoudre les points litigieux entre ces deux pans de la réglementation audiovisuelle, selon lesquels :

⁵⁴ Directive 2010/13/UE du Parlement européen et du Conseil du 10 mars 2010 visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels (Directive Services de médias audiovisuels) (version codifiée), <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32010L0013&from=FR>.

⁵⁵ Voir le point 2.2.1.2 de la présente publication. Pour de plus amples informations sur le champ d'application matériel de la Directive SMAV, voir Cabrera Blázquez, F.J., Cappello, M., Fontaine, G. et Valais, S., « Services à la demande et champ d'application matériel de la Directive SMAV », IRIS Plus, Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2016, <https://rm.coe.int/services-a-la-demande-et-champ-d-application-materiel-de-la-directive-/168078835f>. Voir également Cabrera Blázquez, F.J., « Les services à la demande : créés à l'image de la télévision ? », dans IRIS plus 2013-4, Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2013, <https://rm.coe.int/1680783bec>.

⁵⁶ Directive 2000/31/CE du Parlement européen et du Conseil du 8 juin 2000 relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur (Directive relative au commerce électronique), JO n° L 17/2000, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32000L0031&from=EN>.

⁵⁷ Voir Cabrera Blázquez, F.J., « Les plateformes de contenus générés par l'utilisateur et le droit d'auteur », IRIS Plus, Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2008, <https://rm.coe.int/16807833fb>.



- la « radiodiffusion télévisuelle » relève du cadre réglementaire fixé par la Directive Télévision sans frontières (89/552/CEE)⁵⁸ ;
- les services de « vidéo à la demande » sont pris en compte par la Directive 2000/31/CE relative au commerce électronique, qui reprend la définition de « services de la société de l'information » énoncée à l'article 1(2) de la Directive 98/38/CE⁵⁹, telle que modifiée par la Directive 98/48/CE⁶⁰.

Cette approche réglementaire à deux niveaux s'est traduite par des clauses de déconnexion qui distinguent clairement les deux cadres réglementaires : la radiodiffusion télévisuelle n'est pas assimilée à un service de la société de l'information, dans la mesure où elle n'est pas fournie à la suite d'une demande individuelle, alors que la VoD, qui est transmise de point à point, revêt quant à elle la qualité de service de la société de l'information.

Cette véritable double approche a pris fin en 2007 avec l'adoption de la Directive SMAV, qui englobait dans son champ d'application les services à la demande, tout en assouplissant la réglementation applicable à ces types de services, et indiquait expressément qu'en cas de conflit avec une disposition de la Directive relative au commerce électronique, la Directive SMAV devait prévaloir. La nouvelle approche à deux niveaux se caractérise par la répartition réglementaire suivante :

- un service à la demande comparable à de la télévision et relevant de la responsabilité éditoriale d'un fournisseur de médias est réglementé par la Directive SMAV ;
- tous les autres contenus audiovisuels à la demande fournis par l'intermédiaire de services en ligne, comme les contenus hébergés par des plateformes de partage de vidéos en ligne ou par des intermédiaires, continuent à être assimilés à des services de la société de l'information et relèvent par conséquent de la Directive relative au commerce électronique.

Le choix d'opter pour une réglementation distincte des services de médias audiovisuels (SMAV) et des services de la société de l'information (SSI) pouvait à l'origine s'expliquer

⁵⁸ Directive 89/552/CEE du Conseil, du 3 octobre 1989, visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle,

<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31989L0552:FR:HTML>. Modifiée par la Directive 97/36/CE du Parlement européen et du Conseil du 30 juin 1997 modifiant la Directive 89/552/CEE du Conseil visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle,

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:31997L0036&from=en>.

⁵⁹ Directive 98/34/CE du Parlement européen et du Conseil du 22 juin 1998 prévoyant une procédure d'information dans le domaine des normes et réglementations techniques,

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:31998L0034&from=EN>.

⁶⁰ Directive 98/48/CE du Parlement européen et du Conseil du 20 juillet 1998 portant modification de la Directive 98/34/CE prévoyant une procédure d'information dans le domaine des normes et réglementations techniques, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:31998L0048&from=EN>.



en raison de la rareté des fréquences et afin de garantir une diversité d'opinions. C'est pourquoi il existe un ensemble d'obligations auxquelles doivent se conformer les services de médias audiovisuels, qui en revanche ne s'appliquent pas aux services de la société de l'information. Toutefois, puisque l'offre de services audiovisuels s'est à présent développée sous diverses formes et que les modes de consommation des téléspectateurs ont également évolués, la classification d'un certain nombre de services n'est plus assez précise. C'est le cas, par exemple, des plateformes de partage de vidéos telles que YouTube et Dailymotion ou des médias sociaux, qui offrent un accès à des contenus audiovisuels produits par différents types d'utilisateurs, non seulement des particuliers, mais aussi des sociétés de médias et des fournisseurs de biens et services. En outre, au-delà de la question de la classification de certains services, la notion « d'intermédiaire d'internet » et le régime de responsabilité qui lui est applicable ont récemment été contestés⁶¹. D'aucuns ont critiqué le fait que la distinction entre éditeur et hébergeur ne reflète pas les véritables responsabilités des fournisseurs de services dans la distribution de contenus en ligne⁶².

2.2.2 Le régime général de responsabilité applicable aux plateformes de partage de vidéos et aux médias sociaux

La Directive relative au commerce électronique a pour objectif de contribuer au bon fonctionnement du marché intérieur en assurant la libre circulation des services de la société de l'information entre les Etats membres. Elle harmonise certaines dispositions nationales applicables aux services de la société de l'information qui concernent le marché intérieur, l'établissement de fournisseurs de services, les communications commerciales, les contrats électroniques, la responsabilité des intermédiaires, les codes de bonne conduite, le règlement extrajudiciaire des litiges, les recours juridictionnels et la coopération entre Etats membres. Cette directive complète le droit communautaire applicable aux services de la société de l'information sans préjudice du niveau de protection, notamment en matière de santé publique et des intérêts des consommateurs, établi par les instruments communautaires et la législation nationale les mettant en œuvre dans la mesure où cela ne restreint pas la libre prestation de services de la société de l'information.

Les articles 12 à 14 de la Directive relative au commerce électronique prévoient une exonération de la responsabilité des services de la société de l'information dans les trois cas suivants :

⁶¹ Voir, par exemple, le Rapport d'information fait au nom de la commission des lois constitutionnelles, de législation, du suffrage universel, du Règlement et d'administration générale (1) par le groupe de travail sur l'évaluation de la loi n° 2007-1544 du 29 octobre 2007 de lutte contre la contrefaçon (2), Par MM. Laurent Bêteille et Richard Yung, Sénateurs. Page 42 et suivantes, n° 296 Sénat, Session Ordinaire de 2010-2011, Enregistré à la Présidence du Sénat le 9 février 2011, <https://www.senat.fr/rap/r10-296/r10-2961.pdf>.

⁶² Pour davantage de précisions sur ce point, voir les Chapitres 3 et 6 de la présente publication.



- le simple transport (article 12 de la Directive relative au commerce électronique)⁶³
- la forme de stockage dite « *caching* » (article 13 de la Directive relative au commerce électronique)⁶⁴
- l'hébergement (article 14 de la Directive relative au commerce électronique).

Les plateformes de partage de vidéos et les médias sociaux relèvent en règle générale du régime de responsabilité applicable aux fournisseurs d'hébergement. Conformément à l'article 14 de la Directive relative au commerce électronique, l'hébergement est un service de la société de l'information qui consiste à stocker des informations fournies par un destinataire du service. Un tel service n'est pas responsable des informations stockées par l'utilisateur, à condition que :

- le prestataire n'ait pas effectivement connaissance de l'activité ou de l'information illicite et, en ce qui concerne une demande en dommages-intérêts, n'ait pas connaissance de faits ou de circonstances selon lesquels l'activité ou l'information illicite est apparente ; ou
- le prestataire, dès le moment où il en a connaissance, agisse promptement pour retirer les informations ou en rendre l'accès impossible.

Cette exonération de responsabilité n'est toutefois pas applicable lorsque l'utilisateur du service agit sous l'autorité ou le contrôle du prestataire.

Un tribunal ou une autorité administrative peut néanmoins ordonner à un fournisseur de services de mettre fin à une violation ou de l'empêcher, si toutefois cette possibilité est prévue par le système juridique de l'Etat membre en question. Les Etats membres conservent par ailleurs la possibilité d'instaurer des procédures visant à supprimer l'information ou à en bloquer l'accès.

L'article 15 de la Directive relative au commerce électronique interdit aux Etats membres d'imposer aux prestataires de services de la société de l'information une obligation générale de contrôle des informations qu'ils transmettent ou stockent, ou de leur demander de rechercher activement des faits ou des circonstances révélant des activités illicites⁶⁵. Ce régime général de responsabilité ne concerne toutefois pas les

⁶³ C'est-à-dire un service de la société de l'information qui consiste à transmettre sur un réseau de communication un contenu fourni par l'utilisateur du service ou un service qui fournit un accès à un réseau de communication. Ces activités de « simple transport » englobent également le stockage automatique, intermédiaire et transitoire des informations transmises, pour autant que ce stockage serve exclusivement à l'exécution de la transmission sur le réseau de communication.

⁶⁴ Le « *caching* » désigne le stockage automatique, intermédiaire et temporaire d'informations sur un réseau de communication, effectué dans le seul but de rendre plus efficace la transmission ultérieure de l'information à la demande d'autres destinataires du service.

⁶⁵ Les Etats membres peuvent librement choisir d'imposer aux prestataires de services de la société de l'information l'obligation d'informer promptement les autorités publiques compétentes d'activités illicites alléguées qu'exerceraient les destinataires de leurs services ou d'informations illicites alléguées que ces derniers fourniraient ou de communiquer aux autorités compétentes, à leur demande, les informations



obligations de surveillance applicables à des cas spécifiques et, notamment, ne fait pas obstacle aux décisions prises par les autorités nationales en vertu de la législation de l'Etat membre concerné (considérant 47 de la Directive relative au commerce électronique). Les Etats membres peuvent en outre exiger des fournisseurs d'hébergement qu'ils fassent preuve de vigilance, comme le précise le considérant 48 de la Directive relative au commerce électronique :

[L]a présente directive n'affecte en rien la possibilité qu'ont les Etats membres d'exiger des prestataires de services qui stockent des informations fournies par des destinataires de leurs services qu'ils agissent avec les précautions que l'on peut raisonnablement attendre d'eux et qui sont définies dans la législation nationale, et ce afin de détecter et d'empêcher certains types d'activités illicites (considérant 48 de la directive sur le commerce électronique).

La Directive relative au commerce électronique encourage en outre à l'échelon de l'Union européenne l'élaboration de codes de conduite⁶⁶ et d'accords volontaires entre les professionnels du secteur, ainsi que de procédures de « notification et de retrait »⁶⁷, afin que les fournisseurs de services puissent promptement supprimer ou rendre impossible l'accès au contenu illicite. Ce principe, également qualifié de « notification et action », concerne généralement une procédure qui vise à imposer à un intermédiaire de supprimer ou d'empêcher l'accès à une information ou à une activité, consécutive à une notification d'infraction. Le blocage peut se révéler l'unique solution lorsque le retrait est impossible du fait que l'activité ou l'information illicite en question est hébergée dans un pays différent de celui où se trouvent les serveurs du fournisseur de services internet.

D'autres directives posent également les jalons en vue d'un rôle actif des fournisseurs de services internet afin de garantir un meilleur respect du droit d'auteur en ligne. Ainsi, la Directive relative au respect des droits de propriété intellectuelle⁶⁸ prévoit, par exemple, que les Etats membres veillent, d'une part, à ce que les titulaires de droits soient en mesure de demander la prise d'une ordonnance contre les fournisseurs de services internet dont les services sont utilisés par un tiers pour porter atteinte aux droits de propriété intellectuelle (articles 9 et 11) et, d'autre part, encouragent l'élaboration de codes de conduite d'autorégulation dans ce domaine (article 17)⁶⁹.

permettant d'identifier les destinataires de leurs services avec lesquels ils ont conclu un accord d'hébergement (article 15(2) de la Directive relative au commerce électronique)..

⁶⁶ Article 16 de la Directive relative au commerce électronique.

⁶⁷ Considérant 40, article 21(2) de la Directive relative au commerce électronique.

⁶⁸ Directive 2004/48/CE du Parlement européen et du Conseil du 29 avril 2004 relative au respect des droits de propriété intellectuelle,

[http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32004L0048R\(01\)&from=EN](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32004L0048R(01)&from=EN).

⁶⁹ Pour davantage de précisions sur ce point, voir F.J. Cabrera Blázquez, M. Cappello, C. Grece et S. Valais., « *Le respect du droit d'auteur en ligne : politiques et mécanismes* », IRIS Plus, Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2015, <https://rm.coe.int/1680783484>.



2.2.3 Les communications commerciales sur les plateformes de partage de vidéos et dans les médias sociaux

Les principales dispositions applicables aux communications commerciales diffusées sur les plateformes en ligne, et par conséquent sur les plateformes de partage de vidéos et dans les médias sociaux, sont énoncées par la Directive relative au commerce électronique et la Directive relative aux pratiques commerciales déloyales⁷⁰.

2.2.3.1 La Directive relative au commerce électronique

L'article 2(f) de la Directive relative au commerce électronique définit une communication commerciale comme « toute forme de communication destinée à promouvoir, directement ou indirectement, des biens, des services, ou l'image d'une entreprise, d'une organisation ou d'une personne ayant une activité commerciale, industrielle, artisanale ou exerçant une profession réglementée ». De cette définition sont exclues :

- les informations permettant l'accès direct à l'activité de l'entreprise, de l'organisation ou de la personne, notamment un nom de domaine ou une adresse de courrier électronique,
- les communications relatives aux biens, aux services ou à l'image de l'entreprise, de l'organisation ou de la personne élaborées d'une manière indépendante, en particulier lorsqu'elles sont fournies sans contrepartie financière.

L'article 5 de la Directive relative au commerce électronique dresse la liste des informations générales auxquelles un fournisseur de services est tenu de permettre l'accès. L'article 6 de cette même directive énumère par ailleurs les conditions auxquelles devront satisfaire les communications commerciales qui font partie d'un service de la société de l'information ou le constituent :

- la communication commerciale doit être clairement identifiable comme telle ;
- la personne physique ou morale pour le compte de laquelle la communication commerciale est faite doit être clairement identifiable ;
- lorsqu'elles sont autorisées dans l'Etat membre où le prestataire est établi, les offres promotionnelles, telles que les rabais, les primes et les cadeaux, doivent être clairement identifiables comme telles et les conditions pour en bénéficier doivent être aisément accessibles et présentées de manière précise et non équivoque ;
- lorsqu'ils sont autorisés dans l'Etat membre où le prestataire est établi, les concours ou jeux promotionnels doivent être clairement identifiables comme tels

⁷⁰ Pour de plus amples informations sur cette directive et sur d'autres directives relatives aux communications commerciales, voir F.J. Cabrera Blázquez, M. Cappello, C. Grece et S. Valais, « *Les communications commerciales dans la révision de la Directive SMAV* », IRIS Plus, Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2017, <https://rm.coe.int/1680783492>.



et leurs conditions de participation doivent être aisément accessibles et présentées de manière précise et non équivoque.

En ce qui concerne les communications commerciales non sollicitées par courrier électronique, l'article 7 de la Directive sur le commerce électronique exige que ces communications commerciales « puissent être identifiées de manière claire et non équivoque dès leur réception par le destinataire ».

2.2.3.2 La Directive relative aux pratiques commerciales déloyales

La Directive relative au commerce électronique et l'acquis communautaire pertinent en matière de protection des consommateurs s'appliquent en principe de manière complémentaire. En vertu de son article 1 (3), la Directive relative au commerce électronique « complète le droit communautaire applicable aux services de la société de l'information sans préjudice du niveau de protection, notamment en matière de santé publique et des intérêts des consommateurs, établi par les instruments communautaires et la législation nationale les mettant en œuvre dans la mesure où cela ne restreint pas la libre prestation de services de la société de l'information ». La Directive relative aux pratiques commerciales déloyales⁷¹ est l'un de ces « instruments communautaires » qui traite des intérêts des consommateurs. Elle s'applique aux transactions entre les entreprises et les consommateurs (B2C) et vise à contribuer « au bon fonctionnement du marché intérieur » et à atteindre « un niveau élevé de protection des consommateurs en rapprochant les dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres relatives aux pratiques commerciales déloyales qui portent atteinte aux intérêts économiques des consommateurs » (article 1 de la Directive relative aux pratiques commerciales déloyales). Les communications commerciales, et en particulier la publicité, y sont identifiées comme une pratique commerciale de type B2C (article 2(d) de la Directive relative aux pratiques commerciales déloyales).

Un document de travail des services de la Commission⁷² apporte des éléments d'orientation sur la mise en œuvre/l'application de la Directive relative aux pratiques commerciales déloyales. Les plateformes de partage de vidéos relèvent en général de cette directive. Cependant, étant donné que cette directive ne s'applique qu'aux situations

⁷¹ Directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la Directive 84/450/CEE du Conseil et les Directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le Règlement (CE) no 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32005L0029&from=EN>.

⁷² Document de travail des services de la Commission – Orientations concernant la mise en œuvre/l'application de la Directive 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales, accompagnant le document Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions – Une approche globale visant à stimuler le commerce électronique transfrontière pour les citoyens et les entreprises d'Europe (SWD/2016/0163 final), <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:52016SC0163&from=EN>.



où des entreprises s'adressent aux consommateurs (B2C), la première étape pour apprécier si cette directive s'applique au prestataire d'une plateforme en ligne donnée consiste à évaluer s'il revêt la qualité de « professionnel » au sens de l'article 2(b) de la Directive relative aux pratiques commerciales déloyales. La deuxième étape vise quant à elle à déterminer si le fournisseur du service se livre à des « pratiques commerciales d'entreprises à consommateurs » (article 2 (d) de la directive) à l'égard des utilisateurs (fournisseurs et bénéficiaires) ayant qualité de « consommateurs » (article 2(a) de cette même directive).

Le fournisseur de services d'une plateforme ayant qualité de « professionnel » doit toujours respecter la législation de l'Union européenne en matière de protection des consommateurs et de marketing en ce qui concerne ses propres pratiques commerciales. Les professionnels sont notamment tenus aux obligations de transparence énoncées aux articles 6 et 7 de la Directive relative aux pratiques commerciales déloyales, qui leur imposent de s'abstenir de toute action ou omission trompeuse lorsqu'ils réalisent la promotion, la vente ou la fourniture d'un produit aux consommateurs. En outre, en vertu de l'article 5(2) de cette même directive, aucun prestataire de plateforme ayant qualité de « professionnel » ne devrait contrevenir aux exigences de diligence professionnelle dans ses pratiques commerciales à l'égard des consommateurs⁷³.

Les obligations de diligence professionnelle imposées à ces professionnels au titre de la Directive relative aux pratiques commerciales déloyales se distinguent du régime d'exonération de responsabilité établi par l'article 14 de la Directive relative au commerce électronique. Ainsi, lorsqu'une plateforme de partage de vidéos est assimilée à un « professionnel » au sens de l'article 2(b) de la Directive relative aux pratiques commerciales déloyales, elle est tenue d'agir avec un niveau de diligence professionnelle (article 5(2) de la directive) correspondant à son domaine d'activité spécifique (article 2(h) de cette même directive) et de ne pas induire en erreur ses utilisateurs/consommateurs par une quelconque action ou omission, notamment au regard de l'article 6(1)(f) et 7(1) et (2) de la Directive relative aux pratiques commerciales déloyales. Il convient que les plateformes assimilées à des « professionnels » prennent des mesures appropriées, qui ne doivent toutefois pas s'apparenter à une obligation générale de surveillance ou de vérification des faits (voir l'article 15(1) de la Directive relative au commerce électronique), visant à permettre, d'une part, aux professionnels tiers de se conformer aux exigences de la législation européenne relative aux consommateurs et aux pratiques commerciales et, d'autre part, aux utilisateurs de savoir précisément avec qui ils concluent d'éventuels contrats.

Si des plateformes de partage de vidéos, ainsi que de médias sociaux, qui relèvent du champ d'application de la Directive relative aux pratiques commerciales déloyales, ne respectent pas ces exigences de diligence professionnelle ou qu'elles effectuent de

⁷³ La « diligence professionnelle » est le niveau de compétence spécialisée et de soins dont le professionnel est raisonnablement censé faire preuve vis-à-vis du consommateur, conformément aux pratiques de marché honnêtes et/ou au principe général de bonne foi dans son domaine d'activité (Article 2(h) de la Directive relative aux pratiques commerciales déloyales).



manière déloyale la promotion, la vente ou la fourniture d'un produit aux utilisateurs, leurs activités peuvent être jugées contraires à la législation de l'Union européenne en matière de protection des consommateurs et de pratiques commerciales et elles ne peuvent par conséquent pas invoquer l'exonération de responsabilité des intermédiaires prévue par la Directive relative au commerce électronique⁷⁴.

2.2.4 La protection des mineurs et de la dignité humaine sur les plateformes en ligne

A l'échelon de l'Union européenne, la question de la protection des mineurs dans l'environnement médiatique fait débat depuis de longues années. Elle est même devenue ces derniers temps un sujet récurrent, du fait de la convergence des technologies numériques et de l'usage accru des terminaux mobiles par les enfants, y compris des services de médias à la demande sur internet et des jeux vidéo en ligne. Pour limiter et interdire la diffusion de contenus de médias illicites et préjudiciables auprès des jeunes, le régulateur européen doit parvenir à un délicat équilibre entre divers droits fondamentaux et mettre en place les instruments réglementaires appropriés. Il convient en particulier de mettre en balance la liberté d'expression des fournisseurs de contenus et l'objectif d'intérêt général qu'est la protection des mineurs, lequel s'accompagne souvent d'opérations de contrôle, d'outils de filtrage et de censure. La question de la protection des mineurs dans les services audiovisuels et en ligne a, en conséquence, été abordée à différents niveaux de l'ordre juridique de l'Union européenne, de la législation primaire du Traité sur l'Union européenne (TUE)⁷⁵ et de la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne (CDFUE)⁷⁶, à la législation dérivée, en passant par différentes directives et recommandations.

La principale disposition en la matière est l'article 6(3) du Traité de l'Union européenne, qui porte sur la liberté d'expression et incorpore l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme dans le cadre juridique de l'Union européenne. La liberté d'expression est également mentionnée dans l'article 11 de la Charte des droits fondamentaux, laquelle énumère, dans son article 53, certaines libertés fondamentales définies par la Convention européenne des droits de l'homme. L'article 24 de la Charte européenne, qui aborde les droits des enfants, dispose que ces derniers ont droit à la protection et aux soins nécessaires à leur bien-être et que dans tous les actes relatifs aux enfants accomplis par des autorités publiques ou des institutions privées, « l'intérêt supérieur de l'enfant doit être une considération primordiale ». Enfin, l'article 7 de la

⁷⁴ Voir le Chapitre 5 de la présente publication pour davantage de précisions sur la jurisprudence relative au régime de responsabilité des intermédiaires d'internet.

⁷⁵ Version consolidée du Traité sur l'Union européenne, Journal officiel de l'Union européenne n° 2010/C 83/01, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=OJ:C:2010:083:FULL&from=en>.

⁷⁶ Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne (2010/C 83/02), <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:083:0389:0403:fr:PDF>.



Charte européenne affirme que toute personne a droit au respect « de sa vie privée et familiale, de son domicile et de ses communications ».

En matière de législation dérivée, l'Union européenne a traité la question de la protection des mineurs dans les services audiovisuels et en ligne à l'occasion de nombreuses directives et recommandations⁷⁷. Elle a ainsi fixé des dispositions en matière de respect de la vie privée et de protection des données à caractère personnel dans sa Directive relative à la protection des données et sa Directive « Vie privée et communications électroniques », qui s'appliquent toutes deux aux contenus en ligne et concernent aussi bien les adultes que les enfants. S'agissant de la protection des mineurs dans les services de médias audiovisuels, les principales dispositions sont établies par la Directive Services de médias audiovisuels (Directive SMAV) qui fixe certaines normes minimales et établit une reconnaissance mutuelle dans ce domaine. Elle s'applique aux services audiovisuels linéaires et non linéaires. Selon l'article 4(8) de la Directive SMAV, tous les autres services passant par les réseaux de communication électroniques relèvent de la Directive relative au commerce électronique en leur qualité de services de la société de l'information. La Directive relative au commerce électronique autorise uniquement les Etats membres à restreindre les services qui « porte[nt] atteinte » ou « constitue[nt] un risque sérieux et grave d'atteinte » à la protection des mineurs. Elle établit en revanche une dérogation, pour les services qui bénéficient d'une exonération de responsabilité dans certaines circonstances (par exemple les services se limitant au simple transport, au *caching* ou à l'hébergement), vis-à-vis des obligations imposées par les Etats membres, ce qui limite les incidences des autres instruments juridiques relatifs à la protection des mineurs dans les services d'information. Dans ce contexte, il est de plus en plus habituel de réserver les approches traditionnelles à la réglementation de la protection des jeunes spectateurs, tandis que le législateur de l'Union appelle à l'adoption de nouvelles mesures, telles que l'autorégulation, la corégulation et les instruments d'éducation, considérés comme des outils complémentaires indispensables à l'autonomisation des utilisateurs⁷⁸.

2.2.4.1 Les autres initiatives prises par l'Union européenne pour la protection des mineurs contre les contenus préjudiciables dans un environnement en pleine convergence

Compte tenu de l'expansion rapide du marché européen des jeu vidéo et des risques croissants pour les jeunes joueurs d'être exposés à des contenus illicites ou préjudiciables, le Conseil de l'Union européenne s'est penché en 2002 sur la question de

⁷⁷ Les questions de respect de la vie privée et de protection des données à caractère personnel sont traitées au point 1.1.5. de la présente publication.

⁷⁸ Voir le Chapitre 4 de la présente publication pour davantage de précisions sur l'autorégulation et la corégulation en matière de protection des mineurs et des jeunes sur les plateformes de partage de vidéos et les médias sociaux.



la protection des consommateurs au moyen de l'étiquetage par catégories d'âge⁷⁹ de certains jeux vidéo et jeux informatiques, ainsi qu'en préconisant l'autorégulation comme un moyen parfaitement adapté à la réalisation de cet objectif⁸⁰.

Pour ce qui est d'internet, il convient de noter que la Commission européenne finance depuis 1999 le Plan d'action pour un internet plus sûr (« *Safer Internet Programme* »)⁸¹, qui vise à protéger et à autonomiser les enfants et les adolescents lorsqu'ils naviguent sur internet, mais également à lutter contre les contenus et comportements illicites et préjudiciables en ligne. Ce plan d'action identifie les domaines dans lesquels des mesures concrètes doivent être prises et où il convient de concentrer les ressources européennes. Le plan d'action de 1999 définissait ainsi quatre objectifs spécifiques : créer un environnement plus sûr (grâce à la mise en place d'un réseau européen de lignes directes (hotlines) et à l'adoption de codes de conduite), développer les systèmes de filtrage et de classement, encourager les actions de sensibilisation et autres actions de soutien, par exemple l'évaluation des implications juridiques et la coordination avec des initiatives internationales similaires.

Ce plan d'une durée de quatre ans ayant porté ses fruits⁸², la Commission a proposé en 2005 un nouveau mandat pour un plan d'action étendu baptisé « *Safer Internet Action Plus* »⁸³, lequel a à son tour été étendu et élargi en 2009 « pour pouvoir tenir compte d'évolutions futures de l'environnement en ligne encore indiscernables ». Le plan d'action 2009-2013⁸⁴ préconise des actions visant à promouvoir un environnement en ligne plus sûr et des campagnes de sensibilisation reposant sur des principes

⁷⁹ Résolution du Conseil sur la protection des consommateurs, les jeunes en particulier, par l'étiquetage de certains jeux vidéo et jeux informatiques selon la tranche d'âge, 2002/C 65/02, 1^{er} mars 2002, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32002G0314%2801%29&from=EN>.

⁸⁰ Voir le Chapitre 4 du présent IRIS Plus sur les instruments d'autorégulation et de corégulation.

⁸¹ Décision 276/1999/CE du Parlement européen et du Conseil du 25 janvier 1999 adoptant un plan d'action communautaire pluriannuel visant à promouvoir une utilisation plus sûre d'internet et des nouvelles technologies en ligne par la lutte contre les messages à contenu illicite et préjudiciable, principalement dans le domaine de la protection des enfants et des mineurs (JO L 33 du 6 février 1999, page 1) dans sa version modifiée par la Décision n° 1151/2003/CE du Parlement européen et du Conseil du 16 juin 2003 (JO L 162 du 1^{er} juillet 2003, page 11), <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:31999D0276&from=EN>.

⁸² Voir la Communication de la Commission au Conseil, au Parlement européen, au Comité économique et social européen et au Comité des régions concernant l'évaluation du plan d'action communautaire pluriannuel visant à promouvoir une utilisation plus sûre d'internet et des nouvelles technologies en ligne par la lutte contre les messages à contenu illicite et préjudiciable, principalement en relation avec la protection des mineurs, COM (2003) 653 final, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:52003DC0653&from=EN>.

⁸³ Décision n° 854/2005/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 mai 2005 instituant un programme communautaire pluriannuel visant à promouvoir une utilisation plus sûre de l'internet et des nouvelles technologies en ligne, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32005D0854&from=EN>.

⁸⁴ Décision n° 1351/2008/CE du Parlement européen et du Conseil du 16 décembre 2008 instituant un programme communautaire pluriannuel visant à protéger les enfants lors de l'utilisation de l'internet et d'autres technologies de communication, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32008D1351&from=EN>.



d'autorégulation. Ces actions sont conçues pour mieux autonomiser les utilisateurs, non seulement les parents et les éducateurs, mais aussi les enfants et les adolescents, ainsi que pour encourager les parties intéressées à prendre leurs responsabilités, à coopérer et à échanger expériences et meilleures pratiques à l'échelon européen et international. En outre, le plan d'action reconnaît la nécessité de créer et de mettre en place une base de connaissances susceptible de couvrir d'une manière appropriée les utilisations, risques et conséquences aussi bien existants que nouveaux, et de cartographier à la fois les aspects quantitatifs et qualitatifs dans ce contexte. Le plan d'action est axé sur la création d'un environnement en ligne plus sûr et sur la lutte contre les contenus illicites et préjudiciables. Parmi ces mesures figurent l'instauration d'une « Journée pour un internet plus sûr⁸⁵ » et l'ouverture de « Centres pour un internet plus sûr », qui visent à soutenir l'élaboration et la mise en œuvre de codes d'autorégulation et de codes de conduite. Le Plan d'action pour un internet plus sûr constitue également le socle ayant permis à la Commission européenne d'engager un certain nombre d'initiatives d'autorégulation dans ce domaine.

Dans sa communication de 2011 consacrée au « Programme de l'Union européenne en matière de droits de l'enfant⁸⁶ », la Commission européenne a réitéré son engagement visant à soutenir les Etats membres et les autres parties prenantes pour renforcer la prévention auprès des enfants, les responsabiliser et accroître leur participation, afin de tirer le meilleur parti des technologies en ligne et de lutter contre les formes de cyberharcèlement, contre l'exposition aux contenus préjudiciables et contre les autres risques liés aux communications en ligne, notamment grâce au programme « Pour un internet plus sûr » et à une coopération avec le secteur concerné dans le cadre d'initiatives d'autorégulation. Cependant, un rapport d'évaluation⁸⁷ établi en 2010 sur les services de réseaux sociaux a souligné la nécessité d'apporter des améliorations en termes d'efficacité et de mise en œuvre de certaines initiatives d'autorégulation.

Par ailleurs, la Commission européenne a proposé en 2012 une Stratégie pour mieux adapter internet aux besoins des enfants⁸⁸, comportant un programme de travail axé sur une meilleure sensibilisation dans les écoles, une utilisation accrue des solutions technologiques (outils de signalement, paramètres de confidentialité adaptés à l'âge, recours plus large à la classification des contenus, meilleure disponibilité et utilisation renforcée des contrôles parentaux, notamment), et une lutte contre les contenus pédopornographiques, sur la base de l'autorégulation. Ces résultats et engagements

⁸⁵ Disponible sur : <https://www.saferinternetday.org/>.

⁸⁶ Communication de la Commission au Parlement, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions « Programme de l'Union européenne en matière de droits de l'enfant », COM(2011) 60 final, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0060>.

⁸⁷ Staksrud, E. and Lobe, B. (2010) Evaluation of the implementation of the Safer Social Networking Principles for the EU Part I: General Report. European Commission Safer Internet Programme, Luxembourg, <https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/27216/Safer-Social-Networking-part1.pdf>.

⁸⁸ *Safer Internet – A multi-annual union programme on protecting children using the Internet and other communication technologies, Work Programme 2013*, C(2013)1954, disponible en anglais sur : http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/cf/dae/document.cfm?doc_id=1964.



collectifs ont été rendus publics et comportent des recommandations sur les meilleures pratiques formulées par les plus grands acteurs du marché.

Après l'adoption, en 2012, de la « Stratégie européenne pour un Internet mieux adapté aux enfants », le Programme pour un Internet plus sûr a été rebaptisé « Un meilleur internet pour les enfants » (« *Better Internet for Kids* » - BIK). Au fil des années, les activités menées dans le cadre de ce nouveau programme ont essentiellement porté sur la sensibilisation, la lutte contre les contenus illicites, le filtrage et l'étiquetage des contenus par l'implication de la société civile dans la sécurité des enfants et le partage d'informations sur l'utilisation des nouvelles technologies par les jeunes.

La stratégie européenne pour un Internet mieux adapté aux enfants repose dans une large mesure sur l'autorégulation du secteur pour s'adapter rapidement aux nouveaux défis en matière de sécurité. L'« Alliance pour mieux protéger les mineurs en ligne⁸⁹ », lancée le 7 février 2017, est par exemple l'une de ces initiatives sectorielles. Il s'agit d'une plateforme collaborative dans le cadre de laquelle 22 entreprises des technologies de l'information et de la communication et des médias⁹⁰ se sont engagées à prendre une série d'actions visant à lutter contre les contenus et comportements préjudiciables, notamment par l'autonomisation des utilisateurs (outils de contrôle parental et de signalement et classification des contenus, par exemple), la coopération et le partage des meilleures pratiques, la sensibilisation et la promotion de contenus en ligne positifs, éducatifs et diversifiés. Avant la création de l'Alliance, une « coalition de professionnels pour un meilleur internet pour les enfants⁹¹ » avait été lancée en décembre 2011 afin de s'attaquer aux difficultés émergentes et de prendre des mesures concrètes pour mettre en place des outils de signalement simples et efficaces pour les utilisateurs, des outils de paramétrage de confidentialité adaptés en fonction de l'âge, de classification des contenus, de contrôle parental et de retrait effectif de tout contenu relatif à des abus sexuels sur mineur.

S'agissant plus particulièrement des plateformes de partage de vidéos et des médias sociaux, les principaux fournisseurs de services de réseaux sociaux actifs en Europe, y compris la plateforme de partage de vidéos Dailymotion, ont signé dès février 2009 un accord d'autorégulation, les « Principes de l'Union européenne pour des réseaux sociaux plus sûrs⁹² », dans le cadre duquel ils se sont engagés à mettre en place des mesures visant à assurer la sécurité des mineurs sur leurs services. Ces principes, élaborés en consultation avec la Commission européenne et un certain nombre d'ONG, ont reconnu qu'il n'existait pas de solution unique, dans la mesure où les plateformes varient considérablement en termes de services fournis, de modèle économique, de taille et de risques potentiels pour les utilisateurs. Certaines caractéristiques communes aux

⁸⁹ Pour davantage de précisions, voir la Déclaration d'intention et le Plan d'action (en anglais) sur : http://ec.europa.eu/newsroom/document.cfm?doc_id=42408.

⁹⁰ ASKfm, BT Group, Deutsche Telekom, Disney, Facebook, Google, KPN, le Groupe LEGO, Liberty Global, Microsoft, Orange, Rovio, Samsung Electronics, Sky, Spotify, Sulake, Super RTL, TIM (Telecom Italia), Telefónica, Telenor, Telia Company, Twitter, Vivendi et Vodafone.

⁹¹ https://ec.europa.eu/digital-single-market/sites/digital-agenda/files/ceo_coalition_statement.pdf.

⁹² https://ec.europa.eu/digital-single-market/sites/digital-agenda/files/sn_principles.pdf.



plateformes de « réseautage social » avaient toutefois été identifiées à l'époque, comme la possibilité offerte aux utilisateurs d'avoir une interaction sociale en ligne, une page de profil personnel et la possibilité de partager des contenus et de rechercher d'autres utilisateurs au moyen d'une fonction de recherche. Pour ces plateformes, quatre catégories principales de contenus ont été identifiées comme présentant des risques potentiels en ligne pour les enfants et les jeunes :

- les « contenus illicites », comme les images d'abus sexuel sur mineurs et les discours de haine illicite ;
- les « contenus inadaptés en fonction de l'âge », comme la pornographie ou les contenus à caractère sexuel, la violence ou tout autre contenu destiné à des adultes et susceptible d'être inapproprié pour des mineurs ;
- les « contacts », c'est-à-dire les contacts inappropriés d'adultes, qui s'intéressent sexuellement à des mineurs, ou d'adolescents qui sollicitent d'autres jeunes ;
- le « comportement », c'est-à-dire la manière dont les jeunes se comportent en ligne. Cette catégorie englobe le harcèlement ou la victimisation (comme la propagation de rumeurs, l'exclusion d'un groupe social et le retrait d'une liste d'amis ou l'acceptation dans cette même liste) et les comportements potentiellement dangereux (par exemple la divulgation de renseignements personnels, la publication de photographies sexuellement provocantes, le fait de mentir sur son âge ou d'organiser une rencontre avec des personnes rencontrées uniquement en ligne auparavant).

Afin de s'attaquer efficacement à ce problème, ces Principes ont préconisé une collaboration multipartite entre les fournisseurs de services en ligne, les gouvernements, les parents, les enseignants, les utilisateurs et les ONG, autour de sept principes fondamentaux :

- la sensibilisation, au moyen de conseils ciblés et de contenus pédagogiques ;
- les paramétrages en fonction de l'âge ;
- l'autonomisation des utilisateurs au moyen d'outils et de technologies ;
- des mécanismes de signalement faciles à utiliser ;
- une réactivité aux notifications de contenus ou de comportements illicites ;
- la possibilité pour les utilisateurs d'utiliser une démarche sécurisée en matière d'informations à caractère personnel et de vie privée ;
- une évaluation des moyens de réexamen d'un contenu ou d'un comportement illicite.

Toutes les interventions européennes dans ce domaine sont non contraignantes. Elles vont toutes dans le sens du développement et de la mise en œuvre d'outils techniques et, parmi les outils juridiques, elles recommandent tout d'abord l'autorégulation, considérée comme la meilleure solution réglementaire. Ce choix n'est pas seulement dû à la plus grande souplesse des outils techniques et de l'autorégulation, mieux adaptés aux besoins d'un environnement en perpétuelle évolution, mais repose également sur une position de principe formulée sans ambiguïté dans les décisions prises au titre du plan d'action : « [i]l est souhaitable de parvenir à un accord international sur des règles de base juridiquement



contraignantes, mais cela ne pourra se faire facilement. Même si l'on parvient à un tel accord, celui-ci ne suffira pas en soi pour garantir la mise en œuvre des règles ou assurer la protection des personnes exposées aux risques ».

2.2.4.2 Les dispositions spécifiquement applicables en matière de lutte contre la pédopornographie en ligne

La Directive relative à la lutte contre les abus sexuels, l'exploitation sexuelle des enfants et la pédopornographie⁹³ énonce les dispositions minimales relatives à la définition des infractions pénales et des sanctions applicables en matière d'abus sexuels et d'exploitation sexuelle de mineurs, de pédopornographie et de sollicitation d'enfants à des fins sexuelles. Elle comporte par ailleurs des dispositions visant à renforcer la prévention de ces délits et la protection des victimes.

En matière de pédopornographie en ligne, l'article 25 de cette Directive impose aux Etats membres de prendre les mesures nécessaires pour faire rapidement supprimer les pages internet contenant ou diffusant de la pédopornographie qui sont hébergées sur leur territoire et s'efforcer d'obtenir la suppression des pages hébergées en dehors de celui-ci. Les Etats membres peuvent en outre prendre des mesures visant à bloquer sur leur territoire l'accès par les internautes aux pages internet contenant ou diffusant de la pédopornographie. Ces mesures doivent être établies par le biais de procédures transparentes et fournir des garanties suffisantes, en particulier pour veiller à ce que les restrictions soient limitées à ce qui est nécessaire et proportionnées, et que les utilisateurs soient informés de la raison de ces restrictions. Ces garanties incluent par ailleurs la possibilité d'un recours judiciaire.

2.2.4.3 Les dispositions spécifiquement applicables en matière de lutte contre la radicalisation et le recrutement de terroristes sur internet

Depuis le début 2013, la question de la radicalisation et celle des combattants terroristes étrangers figurent régulièrement à l'ordre du jour du Conseil de l'Union européenne et du Conseil européen. Au lendemain des attentats perpétrés à Paris en janvier 2015, l'Union européenne a décidé de renforcer son action et d'accélérer la mise en œuvre des mesures arrêtées. Le 12 février 2015, les dirigeants de l'Union européenne ont tenu un débat sur la voie à suivre et se sont mis d'accord sur une déclaration qui orientera les travaux que mèneront l'Union européenne et les Etats membres au cours des mois à venir. Dans leur

⁹³ Directive 2011/92/UE du Parlement européen et du Conseil du 13 décembre 2011 relative à la lutte contre les abus sexuels et l'exploitation sexuelle des enfants, ainsi que la pédopornographie et remplaçant la décision-cadre 2004/68/JAI du Conseil 2004/68/JHA, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32011L0093&from=EN>



déclaration⁹⁴, les dirigeants de l'Union européenne ont demandé que des mesures spécifiques soient prises, essentiellement dans trois domaines d'action :

- assurer la sécurité des citoyens ;
- prévenir la radicalisation et protéger les valeurs ;
- coopérer avec les partenaires à l'échelon international.

Parmi de nombreuses autres mesures, le Conseil européen a demandé à ce que des mesures appropriées soient prises, conformément aux constitutions nationales, afin de déceler et de retirer les contenus faisant l'apologie du terrorisme ou de l'extrémisme sur internet, notamment dans le cadre d'une coopération renforcée entre les autorités publiques et le secteur privé au niveau de l'Union européenne et en collaboration avec Europol pour mettre en place des capacités de signalement de ces contenus sur internet.

A l'occasion du Conseil européen de juin 2017⁹⁵, les dirigeants de l'Union européenne ont appelé les professionnels du secteur à s'engager dans la lutte contre le terrorisme et la criminalité en ligne. Le Conseil européen estime en effet que les entreprises du secteur doivent assumer leurs propres responsabilités et apporter leur aide pour lutter contre le terrorisme et la criminalité en ligne. Dans le prolongement des travaux menés par le Forum de l'Union européenne sur l'internet, le Conseil européen attend des entreprises du secteur qu'elles créent leur propre forum et mettent au point de nouvelles technologies et de nouveaux outils en vue d'améliorer la détection automatique et la suppression des contenus qui incitent à la commission d'actes terroristes. Cela devrait être complété par les mesures législatives appropriées au niveau de l'Union européenne, si nécessaire. Le Conseil européen appelle à relever les défis que posent les systèmes qui permettent aux terroristes de communiquer par des moyens auxquels les autorités compétentes ne peuvent avoir accès, y compris le chiffrement de bout en bout, tout en préservant les avantages que ces systèmes offrent en matière de protection de la vie privée, des données et des communications. Le Conseil européen estime que l'accès effectif aux preuves électroniques est essentiel pour lutter contre les formes graves de criminalité et le terrorisme et que, sous réserve de garanties appropriées, la disponibilité des données devrait être assurée.

⁹⁴ Réunion informelle des chefs d'Etat ou de gouvernement à Bruxelles, le 12 février 2015 - Déclaration des membres du Conseil européen, <http://www.consilium.europa.eu/fr/press/press-releases/2015/02/12/european-council-statement-fight-against-terrorism/>.

⁹⁵ Conclusions du Conseil européen sur la sécurité et la défense, 22 juin 2017, <http://www.consilium.europa.eu/fr/press/press-releases/2017/06/22/euco-security-defence/>.



2.2.4.4 L'approche de l'Union européenne en matière de lutte contre les contenus illicites en ligne

La Communication de la Commission européenne relative à la lutte contre les contenus illicites en ligne⁹⁶ vise à renforcer de manière proactive la prévention, la détection et la suppression des contenus illicites en ligne qui incitent à la haine, à la violence et au terrorisme. Elle concerne la suppression de contenus illicites en ligne tels que l'incitation au terrorisme, le discours de haine illicite ou les contenus relatifs à des abus sexuels sur mineurs, ainsi que les atteintes aux droits de propriété intellectuelle et à la protection des consommateurs en ligne. La Communication apporte des éléments d'orientation sur la détection, la notification, ainsi que sur le retrait et la prévention de la réapparition de ces contenus illicites.

En matière de détection de contenus illicites, il importe que les plateformes en ligne agissent avec rapidité sur la base d'injonctions ou de décisions administratives contraignantes prises par les autorités compétentes et qu'elles coopèrent étroitement avec les services chargés du respect de l'application de la législation, tout en offrant des garanties adéquates à leurs utilisateurs. Cette coopération avec les autorités chargées du respect de la loi devrait permettre de répondre de manière effective aux demandes de suppression des contenus en question et de mettre en place un système d'alerte auquel les autorités compétentes pourraient avoir accès. Afin de parvenir à cette coopération efficace, les plateformes en ligne devraient disposer des ressources nécessaires pour comprendre pleinement le cadre juridique dans lequel elles opèrent, établir des points de contact effectifs au sein de l'Union européenne et disposer d'interfaces techniques qui facilitent cette coopération. Il convient que les notifications émises par les « signaleurs de confiance » soient traitées de manière accélérée par les plateformes concernées. Un « signaleur de confiance » est une entité spécialisée, dont l'action se fonde sur des critères de respect des droits fondamentaux et qui pourrait s'intégrer dans un cadre d'uniformisation à l'échelle de l'Union européenne. Il importe que les utilisateurs aient accès à un système de notification convivial afin qu'ils puissent y émettre des notifications suffisamment précises.

S'agissant de l'exonération de responsabilité prévue à l'article 14 de la Directive 2000/31/CE relative au commerce électronique, la communication précise que les mesures proactives elles-mêmes ne se traduisent pas nécessairement par une exonération de responsabilité. Toute connaissance d'activités ou d'informations illicites au moyen de ces mesures peut toutefois entraîner la perte de l'exonération de responsabilité. La plateforme pourra cependant retrouver le bénéfice de cette exonération si elle agit rapidement pour supprimer le contenu en question dès qu'elle en a connaissance. La Commission encourage par ailleurs l'utilisation et la poursuite du développement des technologies de détection automatique.

⁹⁶ Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions, Lutter contre le contenu illicite en ligne – Pour une responsabilité accrue des plateformes en ligne, COM(2017)555 final, 28 septembre 2017, <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2017/FR/COM-2017-555-F1-FR-MAIN-PART-1.PDF>.



Il convient en règle générale que la suppression de contenus illicites s'effectue le plus rapidement possible et qu'elle ne fasse pas obstacle à d'éventuelles poursuites. Là encore, il importe que cette suppression de contenus illicites offre des garanties efficaces pour limiter le risque de suppression de contenus licites. Le fait de retirer « promptement » un contenu illicite, tel que défini par la Directive relative au commerce électronique, devrait dépendre d'un examen au cas par cas, ainsi que de facteurs tels que les informations contextuelles nécessaires pour déterminer le caractère licite d'un contenu. La communication suggère que lorsqu'il est question d'un grave préjudice, un retrait rapide peut être soumis à des délais spécifiques. Les délais et procédures de suppression devraient être clairement indiqués dans les rapports de transparence et les éléments de preuve relatifs à des infractions pénales devraient être transmis aux autorités répressives. En outre, la politique en matière de contenu devrait être précisée dans les conditions d'utilisation de la plateforme en ligne, ainsi que les informations relatives à la procédure prévue pour contester une décision de suppression. La possibilité de contester une décision devrait en règle générale être accessible à tout utilisateur dont le contenu a été supprimé, à quelques exceptions près. Le règlement des litiges par les instances de règlement des litiges est encouragé.

Compte tenu de la nature même de l'environnement en ligne, la réapparition d'un contenu illicite est extrêmement facile. Afin de remédier à ce problème, les mesures visant à prévenir cette réapparition comprennent la suspension du compte des contrevenants récidivistes, la création d'une base de données de réapparition des contenus illicites accessible par l'ensemble des plateformes en ligne et la mise en place et le développement de filtres automatiques contre la remise en ligne. Ces derniers devraient faire l'objet de garanties en matière de réversibilité et figurer de manière transparente dans les conditions d'utilisation des plateformes.

La Commission suivra les progrès accomplis et déterminera si des mesures supplémentaires sont nécessaires, y compris d'éventuelles mesures législatives. Ces travaux s'achèveront d'ici à mai 2018.

En se fondant sur sa Communication de 2017 et sur diverses initiatives volontaires déjà entreprises par les fournisseurs de services d'hébergement dans leur lutte contre les contenus illicites en ligne, la Recommandation de la Commission européenne sur les mesures destinées à lutter, de manière efficace, contre les contenus illicites en ligne⁹⁷ répond à la nécessité pour les entreprises des technologies de l'information et les Etats membres de mettre en place une série de mesures opérationnelles visant à supprimer de manière effective les contenus illicites, ainsi que les garanties indispensables pour assurer la protection des droits fondamentaux des utilisateurs.

La recommandation encourage les sociétés des technologies de l'information à améliorer leurs procédures de notification et d'action afin que leurs utilisateurs puissent fournir des informations suffisamment précises et fondées et que les notifications

⁹⁷ Recommandation de la Commission sur les mesures destinées à lutter, de manière efficace, contre les contenus illicites en ligne, 1^{er} mars 2018, C(2018) 1177 final, <http://club.bruxelles2.eu/wp-content/uploads/2018/03/rec-contenuillegalinternet-180301fr.pdf>



puissent être traitées rapidement par les « signaleurs de confiance ». Les fournisseurs de contenu doivent systématiquement avoir la possibilité d'émettre des contre-notifications afin d'éviter toute suppression excessive d'un contenu. Les entreprises sont par ailleurs encouragées à mettre en place un système qui leur permette de prendre des mesures proactives en cas de contenu illicite ; elles doivent également prévoir des garanties efficaces et adaptées, parmi lesquelles des moyens de supervision et de vérification humaines. Les fournisseurs de services d'hébergement devraient coopérer entre eux et ainsi partager leurs meilleures pratiques en la matière. Dans certaines circonstances ayant trait à des infractions pénales, il convient que les fournisseurs d'hébergement et les Etats membres coopèrent également entre eux.

En matière de contenu à caractère terroriste, il importe que les fournisseurs de services d'hébergement disposent de procédures accélérées leur permettant de traiter les signalements aussi vite que possible ; les Etats membres devraient quant à eux fournir à leurs autorités nationales compétentes les ressources nécessaires pour identifier et soumettre efficacement les signalements. Il est également recommandé aux fournisseurs de services d'hébergement de prendre des mesures proactives afin de s'assurer qu'un contenu à caractère terroriste précédemment supprimé ne puisse plus être remis en ligne. En outre, la coopération entre les fournisseurs d'hébergement, notamment avec les PME, ainsi qu'entre les fournisseurs d'hébergement et les autorités compétentes, est encouragée. Il est recommandé que les fournisseurs de services d'hébergement suppriment tout contenu à caractère terroriste dans l'heure qui suit la notification de signalement. Il importe par ailleurs que les Etats membres et les fournisseurs de services d'hébergement collaborent avec la Commission européenne, en lui soumettant toutes les informations pertinentes, afin qu'elle puisse suivre ces progrès. Cette procédure de suivi pourrait donner lieu à la prise de mesures supplémentaires, parmi lesquelles pourrait notamment figurer le fait de proposer des actes contraignants du droit de l'Union.

2.2.5 La protection des données et le respect de la vie privée

La Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne⁹⁸ consacre le droit de toute personne au respect de sa vie privée et familiale, de son domicile et de ses communications (article 7 de la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne). Elle prévoit par ailleurs le droit à la protection des données à caractère personnel (article 8 de cette même Charte). Le traitement de ces données doit être réalisé de manière équitable, à des fins spécifiques et sur la base du consentement de la personne concernée, ou en vertu d'un autre fondement légitime prévu par la loi. Toute personne a le droit d'accéder aux données qui ont été collectées à son sujet et d'en obtenir la rectification. Le respect de ces dispositions est soumis au contrôle d'une autorité indépendante.

⁹⁸ Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:12012P/TXT&from=EN>.



En mai 2016, un nouvel ensemble législatif de l'Union européenne en matière de protection des données a été adopté, qui comprend un Règlement général relatif à la protection des données (RGPD) et la Directive « Police ». Un nouveau Règlement « Vie privée et communications électroniques » devrait être adopté fin 2018.

2.2.5.1 Le Règlement général relatif à la protection des données (RGPD)

Le Règlement général relatif à la protection des données de l'Union européenne (RGPD)⁹⁹ remplace la Directive relative à la protection des données¹⁰⁰ et vise à harmoniser en Europe la législation applicable en matière de protection des données. Le présent règlement énonce les dispositions relatives à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et les dispositions relatives à la libre circulation de ces données et protège les libertés et droits fondamentaux des personnes physiques, et en particulier leur droit à la protection des données à caractère personnel. Le RGPD est entré en vigueur le 24 mai 2016 et s'appliquera à compter du 25 mai 2018.

Le RGPD n'a aucune incidence sur l'application des dispositions en matière de responsabilité énoncées par la Directive relative au commerce électronique.

En matière de champ d'application territorial (article 3), le RGPD s'applique au traitement des données à caractère personnel effectué dans le cadre des activités d'un établissement d'un responsable¹⁰¹ du traitement ou d'un sous-traitant¹⁰² sur le territoire de l'Union européenne, que le traitement ait lieu ou non dans l'Union européenne. Il s'applique également au traitement des données à caractère personnel relatives à des personnes précises qui se trouvent sur le territoire de l'Union par un responsable du traitement ou un sous-traitant qui n'est pas établi dans l'Union européenne, lorsque les activités de traitement sont liées :

⁹⁹ Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la Directive 95/46/CE (Règlement général relatif à la protection des données), texte présentant de l'intérêt pour l'EEE, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32016R0679&from=EN>.

¹⁰⁰ Directive 95/46/CE du Parlement européen et du Conseil du 24 octobre 1995 relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:31995L0046&from=en>.

¹⁰¹ Le « responsable du traitement » est la personne physique ou morale, l'autorité publique, le service ou un autre organisme qui, seul ou conjointement avec d'autres, détermine les finalités et les moyens du traitement ; lorsque les finalités et les moyens de ce traitement sont déterminés par le droit de l'Union ou le droit d'un Etat membre, le responsable du traitement peut être désigné ou les critères spécifiques applicables à sa désignation peuvent être prévus par le droit de l'Union ou par le droit d'un Etat membre » (article 4(7) du RGPD).

¹⁰² Le « sous-traitant » est la personne physique ou morale, l'autorité publique, le service ou un autre organisme qui traite des données à caractère personnel pour le compte du responsable du traitement (article 4(8) du RGPD).



- à l'offre de biens ou de services à ces personnes dans l'Union européenne, qu'un paiement soit exigé ou non des personnes en question ; ou
- au suivi du comportement de ces personnes, dans la mesure où il s'agit d'un comportement qui a lieu au sein de l'Union européenne.

Le RGPD s'applique également au traitement de données à caractère personnel par un responsable du traitement qui n'est pas établi dans l'Union européenne mais dans un lieu où le droit d'un Etat membre s'applique en vertu du droit international public.

Le consentement de la personne concernée, qui est un élément fondamental des dispositions du RGPD, est défini comme « toute manifestation de volonté, libre, spécifique, éclairée et univoque par laquelle la personne concernée accepte, par une déclaration ou par un acte positif clair, que des données à caractère personnel la concernant fassent l'objet d'un traitement » (article 4(11) du RGPD). Lorsque le traitement repose sur le consentement (article 7 du RGPD), le responsable du traitement est en mesure de démontrer que la personne concernée a donné son consentement au traitement de données à caractère personnel la concernant. Si le consentement de la personne concernée est donné dans le cadre d'une déclaration écrite qui concerne également d'autres questions, la demande de consentement est présentée sous une forme qui la distingue clairement de ces autres questions, sous une forme compréhensible et aisément accessible, et formulée en des termes clairs et simples. La personne concernée a le droit de retirer son consentement à tout moment, mais ce retrait ne compromet pas la licéité du traitement fondé sur le consentement effectué avant ce retrait. La personne concernée en est informée avant de donner son consentement. En tout état de cause, il doit être aussi facile de se rétracter que de donner son consentement.

S'agissant du consentement donné dans le cadre d'une offre directe de services de la société de l'information aux enfants, le traitement des données à caractère personnel relatives à un enfant est licite lorsque l'enfant est âgé d'au moins 16 ans. Lorsque l'enfant est âgé de moins de 16 ans, ce traitement n'est licite que si, et dans la mesure où, le consentement est donné ou autorisé par le titulaire de la responsabilité parentale à l'égard de l'enfant. Les Etats membres peuvent prévoir par la loi un âge inférieur pour ces finalités pour autant que cet âge inférieur ne soit pas en-dessous de 13 ans. Le responsable du traitement s'efforce raisonnablement de vérifier, en pareil cas, que le consentement est donné ou autorisé par le titulaire de la responsabilité parentale à l'égard de l'enfant, compte tenu des moyens technologiques disponibles¹⁰³.

Lorsque les données à caractère personnel sont transférées vers un pays tiers ou à une organisation internationale, la personne concernée a le droit d'être informée des garanties appropriées¹⁰⁴.

¹⁰³ Le RGPD ne porte pas atteinte au droit général des contrats des Etats membres, notamment aux dispositions concernant la validité, la formation ou les effets d'un contrat à l'égard d'un enfant.

¹⁰⁴ Voir l'article 46 du RGPD.



Le droit à l'effacement (article 17 du RGPD), mieux connu sous l'appellation de droit à l'oubli, est l'une des importantes caractéristiques du Règlement général relatif à la protection des données. La personne concernée a le droit d'obtenir du responsable du traitement l'effacement, dans les meilleurs délais, de données à caractère personnel la concernant et le responsable du traitement a l'obligation d'effacer ces données à caractère personnel dans les meilleurs délais, lorsque l'un des motifs suivants s'applique :

- les données à caractère personnel ne sont plus nécessaires au regard des finalités pour lesquelles elles ont été collectées ou traitées d'une autre manière ;
- la personne concernée retire le consentement sur lequel est fondé le traitement, conformément à l'article 6(1)(a) ou à l'article 9(2)(a), et il n'existe pas d'autre fondement juridique au traitement ;
- la personne concernée s'oppose au traitement en vertu de l'article 21(1) et il n'existe pas de motif légitime impérieux pour le traitement, ou la personne concernée s'oppose au traitement en vertu de l'article 21(2) ;
- les données à caractère personnel ont fait l'objet d'un traitement illicite ;
- les données à caractère personnel doivent être effacées pour respecter une obligation légale qui est prévue par le droit de l'Union ou par le droit de l'Etat membre auquel le responsable du traitement est soumis ;
- les données à caractère personnel ont été collectées dans le cadre de l'offre de services de la société de l'information visée à l'article 8(1).

Lorsqu'il a rendu publiques les données à caractère personnel, le responsable du traitement des données devra informer les responsables du traitement de ces données à caractère personnel que la personne concernée a demandé l'effacement par ces responsables du traitement de tout lien vers ces données à caractère personnel, ou de toute copie ou reproduction de celles-ci. Des exceptions sont toutefois applicables lorsque ce traitement est nécessaire :

- à l'exercice du droit à la liberté d'expression et d'information ;
- pour respecter une obligation légale requérant le traitement, telle que prévue par le droit de l'Union européenne ou par le droit de l'Etat membre auquel le responsable du traitement est soumis, ou pour exécuter une mission d'intérêt général ou relevant de l'exercice de l'autorité publique dont est investi le responsable du traitement ;
- pour des motifs d'intérêt général dans le domaine de la santé publique, conformément à l'article 9(2)(h) et (i) et à l'article 9(3) ;
- à des fins archivistiques dans l'intérêt général, à des fins de recherche scientifique ou historique ou à des fins statistiques conformément à l'article 89(1), dans la mesure où le droit visé à l'alinéa 1 est susceptible de rendre impossible ou de compromettre gravement la réalisation des objectifs du traitement en question ;
ou
- à la constatation, à l'exercice ou à la défense de droits en justice.

L'article 20 du RGPD prévoit un droit à la portabilité des données, selon lequel la personne concernée a, d'une part, le droit de recevoir les données à caractère personnel la



concernant dans un format structuré, couramment utilisé et lisible par machine et, d'autre part, le droit de transmettre ces données à un autre responsable du traitement, sans que le responsable du traitement auquel les données à caractère personnel ont été communiquées y fasse obstacle.

L'article 25 du RGPD impose la protection des données dès la conception et la protection des données par défaut. Le responsable du traitement applique des mesures visant à mettre en œuvre les principes de protection des données de manière effective et à assortir le traitement en question des garanties nécessaires afin de satisfaire aux exigences du RGPD. En outre, le responsable du traitement met en œuvre les mesures appropriées afin de garantir que, par défaut, seules les données à caractère personnel qui sont nécessaires au regard de chaque finalité spécifique du traitement sont traitées.

2.2.5.2 La proposition de Directive « Vie privée et communications électroniques »

Le 10 janvier 2017, la Commission européenne a adopté une proposition de règlement relatif au respect de la vie privée et à la protection des données à caractère personnel dans les communications électroniques (Règlement « Vie privée et communications électroniques »¹⁰⁵). Le règlement proposé est le fruit d'une révision de la Directive « Vie privée et communications électroniques »¹⁰⁶ (2002/58/EC) annoncée dans la Stratégie pour un marché unique numérique de la Commission européenne.

Ce règlement élargira le champ d'application matériel des dispositions relatives au respect de la vie privée et à la protection des communications électroniques et précisera leur champ d'application territorial. Il s'appliquera au traitement des « données de communications électroniques », parmi lesquelles figurent les contenus de communications électroniques et leurs métadonnées, qui peuvent également comporter des données à caractère non personnel. Il sera par ailleurs contraignant non seulement pour les fournisseurs de services de communications électroniques, mais également pour les fournisseurs de services « *over-the-top* » (OTT) et de communications machine à machine. En outre, son champ d'application territorial ne se limitera pas à l'Union européenne et s'appliquera également « aux données de communications électroniques traitées en relation avec la fourniture et l'utilisation de services de communications électroniques dans l'Union européenne, que le traitement ait lieu ou non dans l'Union ».

Le règlement proposé étendra la capacité des entreprises à traiter des données de communications électroniques, comme les données de localisation. En vertu des

¹⁰⁵ Commission européenne, Proposition de Règlement du Parlement et du Conseil concernant le respect de la vie privée et la protection des données à caractère personnel dans les communications électroniques et abrogeant la Directive 2002/58/CE, 10 janvier 2017,

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:52017PC0010&from=EN>.

¹⁰⁶ Directive 2002/58/CE du Parlement européen et du Conseil du 12 juillet 2002 concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques (Directive « Vie privée et communications électroniques »),

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32002L0058&from=EN>.



nouvelles dispositions, le consentement de l'utilisateur final n'est exigé qu'une seule fois et englobe le traitement du contenu des communications et des métadonnées. Aux fins du présent règlement, le consentement de l'utilisateur final devra avoir le même sens et être soumis aux mêmes conditions que le consentement de la personne concernée au titre du RGPD.

Les dispositions applicables aux cookies seront rationalisées. Le règlement proposé précise notamment qu'aucun consentement ne serait exigé pour les cookies nécessaires au fonctionnement des sites web, ni pour les cookies qui améliorent la navigation sur internet ou les cookies utilisés par un site pour comptabiliser le nombre de ses visiteurs. Dans tous les autres cas, le traitement et le stockage des cookies est uniquement autorisé avec le consentement de l'utilisateur final. Les dispositions proposées imposent également que les navigateurs internet offrent aux utilisateurs la possibilité d'empêcher des tiers de stocker des cookies sur leur équipement informatique ou de traiter des cookies déjà stockés sur cet équipement.

2.2.6 L'application des législations nationales et des dispositions en matière de territorialité

La Directive SMAV et la Directive relative au commerce électronique visent toutes deux à contribuer au bon fonctionnement du marché intérieur en assurant la libre circulation des services entre les Etats membres. Le principe du pays d'origine consacré par ces deux directives permet de garantir que tout service de médias audiovisuels en provenance d'un fournisseur établi dans un Etat circule librement dans les autres Etats membres, sans qu'aucune autorisation supplémentaire ne soit requise et sans que le service en question soit soumis à la réglementation de ces autres Etats. Toute tentative de restreindre cette libre circulation irait à l'encontre de ce principe, tout comme l'application d'obligations supplémentaires aux fournisseurs à l'origine du contenu audiovisuel. A l'inverse, en vertu du principe du pays de destination, il revient à l'Etat dans lequel les services sont fournis de déterminer quelles dispositions leur sont applicables et quels organismes compétents sont chargés de veiller au respect de la mise en œuvre de ces dispositions.

Pour ce qui est de la Directive SMAV, le principe du pays d'origine devrait être vu comme au cœur de la présente directive, compte tenu de son importance primordiale pour la création d'un marché intérieur. Ce principe devrait être appliqué à tous les services de médias audiovisuels afin de garantir aux fournisseurs de services de médias la sécurité juridique indispensable à la mise en place de nouveaux modèles d'activité et au déploiement de ces services. Il est également essentiel pour garantir la libre circulation de l'information et des programmes audiovisuels dans le marché intérieur¹⁰⁷.

¹⁰⁷ Voir le considérant 33 de la Directive SMAV.



La Directive relative au commerce électronique est également fondée sur le principe du pays d'origine mais contient une liste de domaines dans lesquels le principe du pays d'origine est inversé en faveur du pays de destination :

- le droit d'auteur, les droits voisins, les droits visés par la Directive 87/54/CEE(1) et par la Directive 96/9/CE(2) ainsi que les droits de propriété industrielle,
- l'émission de monnaie électronique par des institutions pour lesquelles les Etats membres ont appliqué une des dérogations prévues à l'article 8(1) de la Directive 2000/46/CE(3),
- l'article 44(2) de la Directive 85/611/EEC(4),
- l'article 30 et le titre IV de la Directive 92/49/CEE(5), le titre IV de la Directive 92/96/CEE(6), les articles 7 et 8 de la Directive 88/357/CEE(7) et l'article 4 de la Directive 90/619/CEE(8),
- la liberté des parties de choisir le droit applicable à leur contrat,
- les obligations contractuelles concernant les contrats conclus par les consommateurs,
- la validité formelle des contrats créant ou transférant des droits sur des biens immobiliers, lorsque ces contrats sont soumis à des exigences formelles impératives selon le droit de l'Etat membre dans lequel le bien immobilier est situé,
- l'autorisation des communications commerciales non sollicitées par courrier électronique.

Conséquence concrète des exceptions prévues par la Directive relative au commerce électronique, la question de la territorialité est traitée différemment selon les droits à protéger ; ainsi, en cas d'infraction au droit d'auteur, l'Etat membre compétent est le pays dans lequel les services sont fournis, tandis qu'en cas de problèmes liés aux contenus, l'Etat membre d'établissement peut intervenir.

En outre, tout comme les dispositions énoncées dans la Directive SMAV, la Directive relative au commerce électronique prévoit un certain nombre de procédures spécifiques permettant au pays de réception de restreindre la retransmission sur son territoire en cas de graves violations concernant « la protection des mineurs et la lutte contre l'incitation à la haine pour des raisons de race, de sexe, de religion ou de nationalité, ainsi que les atteintes à la dignité humaine de toute personne ».





3 La transposition nationale

Ce chapitre présente les développements pertinents des différents pays de l'Union européenne dans le domaine de la réglementation nationale applicable aux plateformes de partage de vidéos. Il vise à présenter, de manière non exhaustive, les solutions originales retenues pour répondre à certaines des questions les plus pressantes en la matière¹⁰⁸. Cette étude repose notamment sur la base de données IRIS Merlin¹⁰⁹ de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, qui permet aux utilisateurs d'accéder à plus de 8 000 articles¹¹⁰ portant sur l'actualité juridique pertinente du secteur de l'audiovisuel.

3.1 Le régime général de responsabilité

Comme indiqué au Chapitre 2 de la présente publication, une plateforme de partage de vidéos n'est pas responsable des informations stockées à la demande d'un destinataire du service tant que le prestataire du service n'a pas effectivement connaissance de l'activité ou de l'information illicite en question et, en ce qui concerne les demandes de dommages-intérêts, n'a pas connaissance de faits ou de circonstances selon lesquelles l'activité ou l'information illicite est apparente. Si le prestataire du service obtient cette connaissance ou cette prise de conscience, il est tenu d'agir rapidement pour retirer ou désactiver l'accès à l'information illicite (article 14 de la Directive relative au commerce électronique). En outre, les prestataires de services ne sont pas soumis à une obligation générale de surveiller les informations qu'ils transmettent ou stockent, ni à une obligation générale de rechercher activement des faits ou des circonstances indiquant une activité illicite (article 15 de la Directive relative au commerce électronique).

D'aucuns estiment qu'il est désormais temps de procéder à une révision de ce régime de responsabilité relativement « bienveillant » établi par la Directive relative au commerce électronique (voir ci-après). Beaucoup d'eau a en effet coulé sous les ponts depuis son adoption en 2000. Les évolutions aussi bien technologiques que des marchés ont été si considérables que la distinction précitée ne semble plus vraiment adaptée aux défis actuels et à venir. Les fournisseurs d'hébergement tels que YouTube et Facebook retirent un bénéfice économique direct des activités des utilisateurs. Ils profitent ainsi massivement de l'ensemble des activités des utilisateurs, qu'elles soient licites ou illicites,

¹⁰⁸ La Commission européenne examine actuellement cette question, voir le chapitre 6 de cette publication.

¹⁰⁹ <http://merlin.obs.coe.int/cgi-bin/search.php>.

¹¹⁰ En mars 2008.



et se dégagent de toute responsabilité en cas de mauvaise conduite de leurs clients, tout en continuant à utiliser des algorithmes visant à « diriger » les flux de contenus sur les pages qu'ils hébergent.

3.1.1 France

En guise d'exemple d'appel à la révision de la Directive relative au commerce électronique, un rapport du Sénat français¹¹¹ préconisait déjà en 2011 de mettre en place, aux côtés du fournisseur d'hébergement et de l'éditeur de contenu, une troisième catégorie intermédiaire, à savoir « éditeur de services », dont la principale caractéristique serait de retirer un avantage économique direct de la consultation par les utilisateurs des contenus hébergés. Ainsi, un « éditeur de services » :

- aurait l'obligation d'identifier les personnes qui ont créé un contenu qu'il héberge ;
- aurait l'obligation de mettre en place les moyens, conformément à l'état de la technique, de surveiller les informations qu'il transmet ou stocke, et d'enquêter sur des faits ou des circonstances révélant des activités illicites ; il s'agirait donc d'une obligation de moyens, non de résultat ;
- pourrait être tenu civilement ou pénalement responsable s'il a connaissance d'activités ou d'informations manifestement illégales et qu'il n'agit pas promptement pour retirer ces informations ou en rendre l'accès impossible.

Ce rapport du Sénat français n'a pas donné lieu à l'adoption d'un texte de loi en droit national ou de l'Union européenne, mais l'idée d'une révision du statut des intermédiaires figure depuis de nombreuses années à l'ordre du jour des différents gouvernements français. Lors d'un discours, Mme Audrey Azoulay, la ministre de la Culture de l'époque, a estimé qu'il était nécessaire d'exiger que les plateformes s'engagent dans la lutte contre les atteintes à la dignité humaine, l'incitation à la haine raciale et l'apologie du terrorisme. Par conséquent, « nous ne pouvons plus accepter que les grandes plateformes audiovisuelles s'abritent derrière un statut d'hébergeur qui ne correspond plus à la réalité des services qu'elles proposent »¹¹². Dans un entretien avec la presse en janvier 2018,

¹¹¹ Rapport d'information fait au nom de la commission des lois constitutionnelles, de législation, du suffrage universel, du Règlement et d'administration générale par le groupe de travail sur l'évaluation de la loi n° 2007-1544 du 29 octobre 2007 de lutte contre la contrefaçon, par MM. Laurent BÉTEILLE et Richard YUNG, Sénateurs. Enregistré à la Présidence du Sénat le 9 février 2011, <https://www.senat.fr/rap/r10-296/r10-2961.pdf>

¹¹² L'audiovisuel dans l'espace numérique : plateformes et données - Actes des Rencontres du CSA du 27 septembre 2016, www.csa.fr/content/download/227230/608057/file/actes%2520rencontres%2520csa_2016.pdf&usg=aovvaw2kstxtlpg0spswghvwii3-



M. Mounir Mahjoubi, secrétaire d'Etat au Numérique, a insisté sur la nécessité de repenser le statut des intermédiaires d'internet¹¹³.

3.2 Les fausses informations (*Fake news*)

Le développement du phénomène des « fausses informations » a incité de nombreux pays à proposer des mesures réglementaires qui, systématiquement, se sont accompagnées de polémiques, ainsi que d'accusations de censure par diverses parties prenantes. Cette question doit en effet être traitée avec la plus grande précaution : premièrement, le statut des fournisseurs d'hébergement et l'interdiction d'imposer des obligations générales de surveillance rendent particulièrement complexe la réglementation de ce secteur. En outre, les contours du droit fondamental à la liberté d'expression, tel qu'énoncés par l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme laissent au législateur une bien faible marge de manœuvre.

3.2.1 Allemagne

La *Gesetz zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken* (loi visant à renforcer l'application de la législation dans les réseaux sociaux – NetzDG) adoptée le 1^{er} septembre 2017 a donné lieu à de vives polémiques quant à ses effets dissuasifs sur la liberté d'expression en ligne, notamment du fait qu'elle accorde aux fournisseurs de services un pouvoir décisionnel excessif¹¹⁴. Les premiers jours qui ont suivi son entrée en vigueur ont été particulièrement mouvementés dans la mesure où les commentaires formulés par un certain nombre de responsables politiques avaient été supprimés des médias sociaux. Les partis d'opposition allemands avaient alors exigé l'abrogation de cette nouvelle loi¹¹⁵.

La NetzDG s'applique aux fournisseurs de services de télémédias¹¹⁶, qui exploitent à titre lucratif des plateformes en ligne destinées à permettre aux utilisateurs de partager

¹¹³ Voir, par exemple, l'article de M. Rees, « Mounir Mahjoubi : de la loi anti « fake news » à la responsabilité des intermédiaires », Nextinpact, 24 janvier 2018, <https://www.nextinpact.com/news/106025-mounir-mahjoubi-loi-anti-fake-news-a-responsabilite-intermediaires.htm>.

¹¹⁴ Voir, par exemple, Ph. Oltermann, « Tough new German law puts tech firms and free speech in spotlight », The Guardian, 5 janvier 2018 (en anglais), <https://www.theguardian.com/world/2018/jan/05/tough-new-german-law-puts-tech-firms-and-free-speech-in-spotlight>.

¹¹⁵ Reuters, « German opposition calls for abolition of online hate speech law », 7 janvier 2018 (en anglais), <https://www.reuters.com/article/us-germany-hatecrime/german-opposition-calls-for-abolition-of-online-hate-speech-law-idUSKBN1EW009>.

¹¹⁶ Les « télémédias » sont des services électroniques d'information et de communication qui ne sont pas assimilés à des services de télécommunication au sens de la loi relative aux télécommunications (transmission de signaux dans des systèmes ou des réseaux de télécommunication, article 3, n° 23 et 24 de la



tous types de contenus avec d'autres utilisateurs ou de les mettre à la disposition du public par l'intermédiaire des réseaux sociaux. Les plateformes qui proposent des services journalistiques et éditoriaux relevant de la responsabilité propre des fournisseurs de services ne sont pas assimilées à des réseaux sociaux au sens de cette législation. Il en va de même pour les plateformes destinées à la communication individuelle ou à la diffusion de contenus spécifiques. Par ailleurs, les obligations qui y sont énoncées s'appliquent uniquement aux fournisseurs dont les réseaux sociaux comptent sur le territoire allemand plus de 2 millions d'utilisateurs enregistrés (article 1(2) de la NetzDG).

Les fournisseurs de services doivent veiller, au moyen d'une procédure efficace et transparente, que les plaintes relatives à des contenus illicites soient immédiatement prises en compte et examinées. Tout contenu manifestement illicite doit être supprimé dans un délai de 24 heures à compter de la réception de la plainte ; tout contenu illicite avéré devra être supprimé dans un délai de sept jours à compter de la réception de la plainte ; le fournisseur de service est par ailleurs tenu de notifier sa décision à l'auteur de la plainte (article 3 de la NetzDG). L'article 1(3) de la NetzDG définit les contenus illicites comme des contenus portant atteinte à un certain nombre de dispositions spécifiques du *Strafgesetzbuch* (Code pénal - StGB¹¹⁷), comme les dispositions en matière de diffamation énoncées à l'article 185 du StGB, ainsi que certaines dispositions pénales visant à protéger l'Etat de droit et la démocratie.

La loi impose aux opérateurs de réseaux sociaux de désigner un mandataire agréé en Allemagne, qu'ils mentionneront sur leur plateforme d'une manière facilement identifiable et directement accessible (article 5 de la NetzDG). Les opérateurs de réseaux sociaux qui au cours d'une l'année civile font l'objet de plus de 100 plaintes relatives à la présence de contenus illicites sur leurs plateformes sont tenus d'établir un rapport semestriel sur le traitement de ces plaintes, qu'ils publient au Journal officiel et sur la page d'accueil de leur propre site pendant un mois au minimum dans un délai de six mois. La publication du rapport sur la page d'accueil devra être facilement identifiable, directement accessible et disponible en permanence (article 2 de la NetzDG).

3.2.2 France

Le 3 janvier 2018, lors de ses vœux à la presse à l'Élysée, le Président de la République, M. Emmanuel Macron, a annoncé vouloir faire évoluer le dispositif juridique visant à lutter contre les « fausses informations ». À cette fin, une proposition de loi a été élaborée par le groupe majoritaire.

loi relative aux communications) mais qui continuent à être diffusés au sens de l'article 2 du Traité d'Etat sur la radiodiffusion (cf. § 1 de la loi relative aux télémedias du 26 février 2007 [BGBl. I 179] telle que modifiée ultérieurement).

Voir : <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/telemedien.html>.

¹¹⁷ *Strafgesetzbuch*, <https://www.gesetze-im-internet.de/stgb/>.



En période électorale, les plateformes seraient soumises à des obligations de transparence renforcées sur les contenus d'information sponsorisés afin de rendre publique l'identité des annonceurs et de ceux qui les contrôlent ou pour le compte desquelles ils agissent, ainsi que les montants consacrés à la mise en avant de ces contenus.

Le projet de texte de loi prévoit également la définition d'un devoir de coopération à la lutte contre la diffusion des fausses informations, à la charge de plateformes numériques, dans le but de définir des mécanismes de co-régulation, associant engagements de ces plateformes et supervision par une autorité publique. Au début de l'année 2017, Facebook et Google avaient simultanément annoncé le déploiement prochain, en France, de dispositifs de signalement de « fausses informations » : encadrer la coopération des plateformes doit permettre que ces dispositifs reposent sur des critères ayant fait l'objet d'une discussion collective et multipartite.

La proposition de loi prévoit en outre la création d'une nouvelle voie de droit pour lutter contre la désinformation : en période électorale, il sera possible de saisir le juge judiciaire dans le cadre d'une action en référé, qui lui permettra de faire cesser en urgence (48 heures) la diffusion d'une information manifestement fausse, diffusée artificiellement et massivement, et susceptible d'altérer la sincérité du scrutin.

Le projet de texte vise également à renforcer les pouvoirs du CSA, le régulateur français de l'audiovisuel, pour lutter contre toute tentative de déstabilisation ou campagne de désinformation par un service de télévision contrôlé ou influencé par un État étranger : refus de convention, suspension de la diffusion du service, ou résiliation de sa convention, dans des conditions précisément définies par le texte.

3.2.3 Italie

En matière de « fausses informations », le Sénat italien a présenté le 7 février 2017 un projet de loi¹¹⁸ visant à mettre en place des dispositions spécifiques permettant de sanctionner divers comportements relatifs à la propagation de fausses informations. En vertu de ce projet de loi :

- toute personne qui publie ou diffuse sur internet des informations fausses, exagérées ou tendancieuses au sujet de circonstances ou d'événements manifestement infondés ou mensongers est passible d'une amende maximale de 5 000 EUR. Lorsque ce même comportement constitue en outre une diffamation, la personne lésée peut demander une réparation pour le préjudice subi, ainsi que des dommages-intérêts supplémentaires ;
- toute personne qui propage ou communique, y compris sur internet, des rumeurs ou des informations fausses, exagérées ou tendancieuses susceptibles de

¹¹⁸ *Senato della Repubblica, disegno di legge n. 2688, 7 febbraio 2017,* <http://www.senato.it/service/PDF/PDFServer/BGT/01006504.pdf>.



provoquer une psychose au sein de la population, de menacer l'intérêt général de quelque manière que ce soit ou d'induire en erreur l'opinion publique, est passible d'une amende maximale de 5 000 EUR ;

- toute personne qui profère, y compris en ligne, un discours de haine à l'encontre d'un groupe de personnes ou d'un processus démocratique sera passible d'une peine d'emprisonnement d'au moins deux années et d'une amende maximale de 10 000 EUR.

La proposition concernait également les obligations des fournisseurs de services internet en ce qui concerne les activités et les contenus affichés par les utilisateurs, puisqu'en vertu de l'article 7 du projet de loi, les fournisseurs de services internet sont tenus d'exercer une surveillance régulière des contenus, et tout particulièrement des contenus qui suscitent un intérêt considérable auprès des consommateurs, afin d'en apprécier la fiabilité et la véracité. Lorsqu'un fournisseur de services internet constate que certains contenus ne satisfont pas à cette exigence, il doit procéder à la suppression du contenu en question dans les meilleurs délais ; s'il omet de le faire, il encourt alors la même peine que le véritable auteur du contenu.

Après la présentation du texte, de nouvelles élections nationales ont été organisées, ce qui implique que ce projet de loi devrait à nouveau être présenté devant le Parlement.

3.2.4 Royaume-Uni

Dans le cadre d'une annonce plus large sur une révision de ses moyens de défense, le Gouvernement britannique a annoncé en janvier 2018 qu'il allait mettre en place une unité de sécurité nationale chargée de lutter contre les « fausses informations » et la désinformation. Cette unité aurait notamment pour mission de s'attaquer à toute forme de désinformation « orchestrée par des Etats étrangers et autres » et permettrait ainsi de « dissuader plus systématiquement [les ennemis du Royaume-Uni] »¹¹⁹.

3.3 La protection des mineurs

L'omniprésence des plateformes de partage de vidéos dans la vie quotidienne des enfants et des adolescents représente de nos jours une source d'inquiétudes pour la plupart des parents. Ils souhaitent bien entendu que leurs enfants profitent de tous les formidables avantages qu'offre internet, mais s'inquiètent des contenus préjudiciables qui sont

¹¹⁹ P. Walker, « *New national security unit set up to tackle fake news in UK* », The Guardian, 23 janvier 2018, <https://www.theguardian.com/politics/2018/jan/23/new-national-security-unit-will-tackle-spread-of-fake-news-in-uk>



librement mis à disposition sur ces mêmes services. L'éducation aux médias est primordiale à cet égard¹²⁰, les initiatives d'autorégulation des professionnels du secteur jouent, elles aussi, un rôle particulièrement important. Toutefois, les partisans d'une réglementation accrue du statut des intermédiaires d'internet utilisent la protection des mineurs comme un argument de taille pour mettre en avant leurs propositions et parviennent ainsi à sensibiliser et à rallier à leur cause la plupart des parents.

La nouvelle Stratégie relative à la sécurité sur internet¹²¹ annoncée le 11 octobre 2017¹²² par la secrétaire d'Etat à la Culture britannique, Mme Karen Bradley, est un parfait exemple de cette nouvelle tendance à renforcer la réglementation existante. Les mesures annoncées proposent :

- la création d'un nouveau code de déontologie des médias sociaux visant à mettre en place une approche commune en matière de suppression de tout contenu en ligne qui présente une forme de harcèlement, d'intimidation ou d'humiliation, ainsi qu'à lutter contre la diffusion de ces contenus ;
- le prélèvement d'une taxe à l'échelle du secteur afin que les entreprises de médias sociaux et les fournisseurs de services de communication contribuent à sensibiliser le public et à lutter contre les contenus préjudiciables diffusés en ligne ;
- l'établissement d'un rapport annuel sur la transparence et la sécurité sur internet qui rende compte des progrès accomplis dans la lutte contre les contenus et les comportements choquants et préjudiciables ;
- d'encourager les start-up des hautes technologies et du numérique à privilégier tout d'abord la sécurité, en veillant à ce que les fonctionnalités de sécurité soient intégrées par défaut dans les applications et les produits.

La Stratégie souligne également le rôle déterminant que jouerait l'éducation dans la sensibilisation à la sécurité en ligne, en mettant tout particulièrement l'accent sur les enfants et les parents. Le texte préconise par exemple :

- de nouvelles matières obligatoires dans les établissements scolaires – L'éducation relationnelle dans les établissements du primaire et l'éducation relationnelle et sexuelle dans les établissements du secondaire afin de dispenser aux élèves des règles de sécurité pour naviguer sur internet ;
- des conseils en matière de sécurité sur les médias sociaux – Le Gouvernement pourrait inciter les entreprises de médias sociaux à fournir aux parents des

¹²⁰ Pour davantage de précisions sur des projets concrets, voir « Cartographie des pratiques et des activités d'éducation aux médias dans l'UE-28 », Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2016, <https://rm.coe.int/media-literacy-mapping-report-fr-final-pdf/1680783501>.

¹²¹ *Making Britain the safest place in the world to be online* (Faire de la Grande-Bretagne l'endroit le plus sûr de la planète pour naviguer sur internet), <https://www.gov.uk/government/news/making-britain-the-safest-place-in-the-world-to-be-online>.

¹²² Une consultation sur le Livre vert sur la Stratégie relative à la sécurité sur internet s'est tenue du 11 octobre 2017 à 12h15 au 7 décembre 2017 à midi, <https://www.gov.uk/government/consultations/internet-safety-strategy-green-paper>.



conseils et des outils en matière de sécurité, ainsi qu'à intégrer des messages de sécurité sur leurs plateformes en ligne ;

- de promouvoir les dispositifs de sécurité – Le Gouvernement pourrait sensibiliser les citoyens aux services et dispositifs de sécurité qui sont mis à la disposition des parents.

Le Conseil britannique pour la sécurité des enfants sur internet deviendrait le Conseil britannique pour la sécurité sur internet, afin de prendre en compte l'ensemble des utilisateurs et non seulement les enfants et de contribuer à la prise de mesures dans le cadre de la Stratégie.

En matière de pornographie en ligne, la loi relative à l'économie numérique de 2017¹²³ comporte un certain nombre de dispositions qui imposent aux sites pornographiques commerciaux de mettre en place des mesures de vérification de l'âge. L'éditeur qui ne respecte pas cette obligation pourra faire l'objet d'un certain nombre de sanctions, parmi lesquelles des amendes et l'obligation de blocage, par les fournisseurs de service internet, de l'accès à ce contenu, voire à d'autres contenus dont il dispose. La Commission britannique de classification des films (*British Board of Film Classification* – BBFC)¹²⁴ a été désignée comme instance de régulation compétente pour mettre en œuvre et faire respecter ces dispositions¹²⁵. La BBFC sera désormais habilitée à exiger des informations auprès des fournisseurs de services internet ou de toute autre personne qu'elle pense être impliquée dans la mise à disposition en ligne et sur une base commerciale d'un contenu pornographique. La BBFC pourra en outre rendre des ordonnances exécutoires, qui seront appliquées par les tribunaux afin d'empêcher toute violation des dispositions légales, et notifier toute infraction aux fournisseurs de services de paiement de manière à ce qu'ils suppriment leurs services. Elle sera également en mesure d'imposer aux fournisseurs de services internet de bloquer l'accès au contenu en question, ainsi qu'à d'autres contenus que celui ayant enfreint les procédures de vérification de l'âge des utilisateurs; ce type d'ordonnance pourra être exécuté par les tribunaux. Ce principe souffre une seule exception, lorsqu'une telle mesure est préjudiciable à la sécurité nationale, à la prévention ou à la détection de graves infractions, y compris des infractions à caractère sexuel¹²⁶.

¹²³ Loi relative à l'économie numérique de 2017, <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2017/30/contents/enacted/data.htm>.

¹²⁴ La Commission britannique de classification des films veille au respect de la classification par âge des films, vidéos et DVD et a été, plus récemment, chargée de classer les contenus destinés aux opérateurs de réseaux mobiles afin de les aider à restreindre l'accès aux contenus inadaptés aux moins de 18 ans.

¹²⁵ Ministère au Numérique, à la Culture, aux Médias et aux Sports, « Informations sur la classification proposée par le régulateur pour la vérification de l'âge », 12 décembre 2017, https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/669567/particulars_of_proposed_designation_of_age-verification_regulator_-_december_2017.pdf.

¹²⁶ Le ministre a publié un projet de Lignes directrices à l'intention du régulateur sur l'utilisation de ses pouvoirs ; des Lignes directrices seront également publiées par le régulateur lui-même. Voir les Lignes directrices du secrétaire d'Etat au Numérique, à la Culture, aux Médias et aux Sports adressées au régulateur de la vérification de l'âge en matière de pornographie en ligne,



3.4 Le financement des contenus

En vertu de l'article 13 de la Directive SMAV, les services de médias audiovisuels à la demande, tels que Netflix ou Amazon Prime, sont tenus de respecter un certain nombre d'obligations en matière de promotion des œuvres européennes, notamment au moyen d'une contribution financière ou d'une part et/ou d'une place importante réservée aux œuvres européennes dans leurs catalogues de programmes. Toutefois, compte tenu de l'habitude prise par les principaux acteurs paneuropéens de services OTT de choisir leur pays d'établissement en fonction de la réglementation qui leur est la plus favorable, certains pays, comme l'Allemagne et la France, ont adopté des dispositions spécifiques visant à intégrer ces services dans leur cadre réglementaire afin de créer des conditions de concurrence équitables avec les acteurs locaux, obligeant ainsi ces opérateurs à contribuer eux-aussi à l'écosystème financier du secteur audiovisuel¹²⁷. Ces deux régimes spécifiques ont été notifiés à la Commission européenne pour l'obtention du feu vert des services de la concurrence de l'Union européenne.

Les plateformes de partage de vidéos de type YouTube ne sont pas liées par ces obligations à l'échelon de l'Union européenne. L'Allemagne a en effet limité le champ d'application de cette nouvelle obligation financière aux « titulaires de droits de licence qui exploitent un film d'une durée supérieure à 58 minutes contre paiement par l'intermédiaire des services de vidéo à la demande »¹²⁸. Le nouveau régime français a toutefois étendu le champ d'application de la taxe nationale imposée aux services français de VoD non seulement aux services de VoD étrangers, mais également aux plateformes de partage de vidéos ; cette « taxe YouTube », qui s'applique aux revenus publicitaires des sites mettant à la disposition du public français des vidéos gratuites ou

https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/673425/Guidance_from_the_Secretary_of_State_for_Digital_Culture_Media_and_Sport_to_the_Age-Verification_Regulator_for_Online_Pornography_-_January_2018.pdf.

¹²⁷ Pour davantage de précisions sur les régimes allemand et français, voir également Cabrera Blázquez, F.J., Cappello, M., Grece, C. et Valais, S., *VOD, plateformes et services OTT : quelles obligations de promotion des œuvres européennes ?* IRIS Plus, Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2016, <http://finas://rm.coe.int/1680783489>.

¹²⁸ L'article 66a de la loi allemande relative aux aides à la production cinématographique (FFG) prévoit une obligation de contribuer à l'Office fédéral d'aide au cinéma pour les distributeurs de vidéos et les fournisseurs de services de VoD dont le chiffre d'affaires dépasse 500 000 EUR. Grâce à une modification législative apportée en juillet 2013, le champ d'application de cette contribution a été étendu aux fournisseurs de services de VoD non établis en Allemagne – sous réserve que ces transactions ne sont pas soumises à une contribution financière comparable pour la promotion des œuvres cinématographiques versée à une institution de soutien au cinéma dans le pays d'origine du service. Cette taxe est indexée sur le chiffre d'affaires des distributeurs de vidéos et des fournisseurs de services VoD. Apple et Netflix ont contesté la décision de la Commission européenne d'approuver cette mesure législative prise par l'Allemagne. Voir la Décision de la Commission du 1^{er} septembre 2016 relative au régime d'aides SA.38418 – 2014/C (ex 2014/N) que l'Allemagne entend mettre en œuvre pour soutenir la production et la distribution cinématographique, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:32016D2042&from=FR#ntr3-L_2016314FR.01006301-E0003.



payantes sur internet¹²⁹ est entrée en vigueur le 21 septembre 2017, après avoir reçu le feu vert de la Commission¹³⁰. En vertu du nouvel article 1609 sexdecies B du Code général des impôts, cette taxe s'applique désormais aussi bien aux éditeurs de services de médias audiovisuels à la demande qu'aux plateformes communautaires de type YouTube ou Dailymotion, dès lors qu'elles permettent d'accéder à des contenus audiovisuels. Cette taxe est ainsi due par tout opérateur, quel que soit son lieu d'établissement, dont les services proposés sur le territoire français donnent ou permettent l'accès, à titre onéreux ou gratuit, à des œuvres cinématographiques ou audiovisuelles ou autres contenus audiovisuels. Le taux de cette taxe est fixé à 2 % et passe à 10 % lorsque les recettes publicitaires ou de parrainage sont liées « à la diffusion de contenus et œuvres cinématographiques ou audiovisuelles à caractère pornographique ou violent ».

L'assiette de cette « taxe YouTube » correspond au montant hors TVA des sommes versées par les annonceurs et les parrains, pour la diffusion de leurs messages publicitaires et de parrainage sur les services visés, aux redevables concernés ou aux régisseurs de messages publicitaires et de parrainage. Ces sommes font l'objet d'un abattement forfaitaire de 4 %, porté à 66 % pour les services donnant ou permettant l'accès à des contenus audiovisuels créés par des utilisateurs privés à des fins de partage et d'échanges au sein de « communautés d'intérêt ».

3.5 La protection du droit d'auteur

3.5.1 La France

Dans son rapport d'activité pour la période 2016-2017¹³¹, la Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur internet (HADOPI) a formulé un certain

¹²⁹ Décret n° 2017-1364 du 20 septembre 2017 fixant l'entrée en vigueur des dispositions du III de l'article 30 de la loi n° 2013-1279 du 29 décembre 2013 de finances rectificative pour 2013 et des I à III de l'article 56 de la loi n° 2016-1918 du 29 décembre 2016 de finances rectificative pour 2016, <https://www.legifrance.gouv.fr/eli/decret/2017/9/20/MICK1721690D/jo/texte/fr>.

¹³⁰ La Commission européenne a été informée de cette décision le 3 octobre 2014 (notification n° SA.39586 (2014/N)). Elle a conclu dans ses décisions des 7 et 8 juillet 2017, que les taxes notifiées allouées au Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) n'étaient plus considérées comme faisant partie intégrante des différentes mesures d'aide gérées par cet établissement et ne devraient plus, à ce titre, faire l'objet d'une notification lors de leur extension ou de leur modification. Aucun élément officiel n'est disponible à la date de publication du présent rapport. Dans la décision allemande, la Commission a reconnu que l'application de la taxe notifiée aux services d'un Etat membre qui ciblent le marché d'un autre Etat membre devrait prévoir que les contributions financières en question reposent uniquement sur les recettes perçues dans l'Etat membre ciblé.

¹³¹ HADOPI, Rapport d'activité 2016-2017,

<https://www.hadopi.fr/sites/default/rapportannuel/HADOPI-Rapport-d-activite-2016-2017.pdf>.



nombre de propositions, dont certaines requièrent des évolutions réglementaires et législatives, afin de renforcer l'efficacité de son action et de l'adapter aux évolutions des pratiques. Le rapport souligne en effet la nécessité :

- de poursuivre la pédagogie de masse et de renforcer la stratégie de sensibilisation en ciblant davantage les messages de communication selon les publics ou selon la gravité des comportements individuels de contrefaçon, et en l'élargissant au-delà de la question juridique du respect des droits d'auteur aux risques de toute nature encourus par les internautes ;
- de conduire des actions communes avec les moteurs de recherche pour réduire la visibilité des sites illicites ;
- de s'interroger sur l'amélioration des techniques de détection des sources de piratage ;
- d'approfondir, sécuriser et mieux évaluer le dispositif de chartes relevant de l'approche « *Follow the money* » (« *suivez l'argent* ») ;
- d'assurer un plus juste partage de la valeur en encourageant et en accompagnant les accords relatifs à la mise en place de technologies de reconnaissance de contenus ; et
- de définir une politique publique efficace répondant aux difficultés liées aux procédures de blocage des sites illicites et de leurs avatars.

L'HADOPI préconise dans son rapport de procéder à des ajustements législatifs et réglementaires, parmi lesquels le fait de simplifier la procédure de réponse graduée ; de mentionner le titre des œuvres partagées illégalement dans les recommandations adressées aux titulaires d'abonnement ; et d'allonger le délai pendant lequel le procureur de la République peut saisir la Haute autorité de faits de contrefaçon. Elle propose par ailleurs d'instaurer une régulation publique pour le recours aux technologies de reconnaissance de contenus. L'Hadopi pourrait ainsi émettre des recommandations et procéder, le cas échéant, à des médiations ; observer et évaluer les modalités de mise en œuvre des accords entre plateformes et ayants droits ; et se voir confier un rôle de régulateur de ces accords, ainsi que de médiateur en cas de conflit. Il importe en outre que l'HADOPI s'engage dans la lutte contre les sites massivement contrefaisants. La Haute autorité souhaite poursuivre son action volontaire de lutte contre les acteurs commerciaux de la contrefaçon et propose une évolution de ses moyens lui permettant de détecter précocement les usages émergents parmi les pratiques illicites, d'expertiser les nouveaux modèles économiques des sites illicites et d'intervenir en tant que tierce autorité pour une meilleure implication des intermédiaires.

Pour de plus amples informations sur les mesures visant au respect du droit d'auteur, voir Cabrera Blázquez, F.J., Cappello, M., Grece, C. et Valais, S. « *Le respect du droit d'auteur en ligne : politiques et mécanismes* », IRIS Plus, Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2015, <https://rm.coe.int/1680783484>





4 L'autorégulation et les initiatives paneuropéennes

4.1 La protection des enfants et des jeunes sur les plateformes de partage de vidéos et dans les médias sociaux

De nos jours, les enfants se connectent sur internet au moyen de divers dispositifs à un âge particulièrement précoce, parfois même avant de savoir lire ou écrire. Les plateformes de partage de vidéos comme YouTube sont devenues l'une de leurs principales sources de divertissement sur internet. Toutefois, d'après un rapport publié en 2013¹³² par le projet *EU Kids Online*¹³³, les enfants jugent les plateformes de partage de vidéos plus risquées que les autres types de plateformes en ligne, et s'inquiètent surtout des contenus pornographiques et violents auxquels ils peuvent être confrontés lorsqu'ils naviguent sur internet. Il ne fait aucun doute que ces plateformes soulèvent des questions importantes et de nouveaux défis du point de vue de la protection des mineurs en ligne. De nombreuses politiques, programmes de l'UE et initiatives d'autorégulation ont été mis en place en Europe au cours des dernières années en vue d'autonomiser et de mieux protéger les enfants et les jeunes (et leurs parents) en ligne, par le développement de compétences et d'outils pour utiliser internet de manière sûre et responsable.

¹³² S. Livingstone, L. Kirwill, C. Ponte et E. Staksrud, « *In their own words: What bothers children online?* », février 2013, <https://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20III/Reports/Intheirrownwords020213.pdf>.

¹³³ *EU Kids Online* est un réseau de recherche multinational dirigé au Royaume-Uni par la *London School of Economics and Political Science* (LSE). Il vise à mieux connaître les possibilités qu'offre internet aux enfants européens, les dangers qu'il présente et les moyens d'assurer la sécurité des enfants en ligne. Il applique de multiples méthodes pour cartographier l'utilisation d'internet par les enfants et leurs parents, en collaboration avec les acteurs politiques concernés nationaux et européens. Il a été financé par le programme *Better Internet for Kids* de la Commission européenne. <http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Home.aspx>.



4.1.1 L'approche des plateformes de partage de vidéos et des médias sociaux

Parallèlement à ces initiatives d'autorégulation paneuropéennes, les plateformes de médias sociaux et de partage de vidéos ont également élaboré leurs propres lignes directrices et outils pour autonomiser les utilisateurs et protéger les enfants et les jeunes sur leurs services. Les exemples des deux plateformes de partage de vidéos les plus populaires en Europe - YouTube et Dailymotion - sont particulièrement intéressants, car ces deux plateformes ont opté pour des approches sensiblement différentes.

4.1.1.1 YouTube

Outre le Règlement de la communauté de Google¹³⁴, qui précise les types de contenus autorisés sur les plateformes de l'entreprise, YouTube propose un ensemble d'outils de sécurité permettant aux utilisateurs d'exercer un contrôle sur l'utilisation d'internet, pour eux-mêmes et pour leurs enfants. Ces outils concernent soit le compte des utilisateurs, soit les contenus diffusés en ligne.

YouTube utilise par exemple un mécanisme de vérification de l'âge grâce au système uniforme d'inscription des comptes Google, qui permet également aux utilisateurs d'accéder à des produits tels que Gmail. L'âge minimal obligatoire varie entre 13 et 16 ans en fonction des pays. Lorsque l'ouverture d'un compte par un utilisateur plus jeune que l'âge minimal requis est signalée à Google, ce dernier est censé vérifier l'âge de l'intéressé avant de désactiver le compte en question et lui demande pour ce faire une pièce d'identité. Si le compte est contrôlé par un adulte, Google lui demande ses coordonnées pour vérifier qu'il a effectivement autorisé l'ouverture du compte. Google s'appuie ensuite sur l'âge déclaré du titulaire du compte pour déterminer s'il est autorisé à visionner une vidéo soumise à une limitation d'âge. Certaines vidéos peuvent également faire l'objet d'une restriction d'âge décidée par l'équipe d'évaluation de Google lorsque les utilisateurs ou les créateurs de contenus signalent qu'elles ne sont pas adaptées à toutes les catégories de public¹³⁵. L'âge déclaré de l'utilisateur sert également à limiter l'exposition des mineurs à des publicités sensibles, notamment en faveur des boissons alcoolisées. YouTube fournit également à ses partenaires des outils d'évaluation de l'âge, qu'ils peuvent utiliser volontairement en amont, sous leur propre responsabilité, pour leurs contenus payants, en fonction de différentes catégories de contenus, comme les propos choquants, la nudité, les scènes à caractère sexuel, les contenus violents ou susceptible de heurter la sensibilité des utilisateurs, la consommation de stupéfiants et la représentation d'activités malveillantes ou dangereuses.

¹³⁴ <https://support.google.com/youtube/answer/2802032?hl=fr>.

¹³⁵ Pour davantage de précisions, voir le rapport de l'ERGA « *Protection of Minors in the Audiovisual Media Services: Trends & Practices* » (« La protection des mineurs dans les services de médias audiovisuels : Tendances et pratiques »), page 54 et suivantes, disponible en anglais sur : <http://erga-online.eu/wp-content/uploads/2016/10/ERGA-PoM-Report-2017-wordpress.pdf>.



Les utilisateurs de YouTube peuvent en outre activer YouTube en mode restreint afin d'empêcher l'affichage de vidéos dont les contenus sont réservés à un public adulte ou qui font l'objet d'une limite d'âge dans une recherche de vidéos, dans les vidéos connexes, dans les playlists, dans les émissions ou dans les films. Cet outil est également conçu pour masquer les commentaires choquants.

Enfin et surtout, YouTube a élaboré en 2015 *YouTube Kids*, une application autonome gratuite pour tablettes et téléphones portables, qui cible les contenus de divertissement adaptés aux enfants et aux familles. *YouTube Kids* est fourni avec différents outils de contrôle parental, qui permettent notamment de supprimer l'option de recherche de l'application, ce qui limite l'accès des enfants aux vidéos présélectionnées disponibles sur l'écran d'accueil. Elle met également à disposition un guide parental¹³⁶ qui comporte des « informations importantes pour les adultes » en plusieurs langues sur le fonctionnement de la plateforme, notamment sur les différents moyens qui permettent à un enfant de « découvrir » des vidéos (par une recherche, par la page d'accueil, par les vidéos recommandées, par l'option « visionner à nouveau », par exemple). Le guide présente les différents moyens de contrôle parental mis à disposition par YouTube, comme un minuteur destiné à limiter le temps passé sur l'application, un système de verrouillage de contenus, un système de désactivation des options de recherche, l'effacement de l'historique ou le contrôle de la publicité. Il précise également le mode de sélection des vidéos disponibles sur l'application à l'aide de filtres actionnés par des algorithmes. YouTube avertit cependant les utilisateurs que ces algorithmes ne sont pas parfaits, en leur précisant que malgré ce dispositif, « [...] votre enfant risque d'être confronté à des contenus auxquels vous ne voulez pas qu'il ait accès ».

De fait, les algorithmes de recherche de YouTube ont posé problème ces dernières années, à la fois sur le site principal et sur l'application autonome *YouTube Kids*, qui soulèvent la question des limites des algorithmes et des outils de filtrage destinés à protéger les mineurs contre les propos à caractère explicitement sexuel présents dans les dessins animés, les plaisanteries faites au sujet de la pédophilie et de la consommation de stupéfiants, les débats explicites destinés aux adultes et consacrés aux violences domestiques, la pornographie et le suicide des mineurs, notamment. Seul un contrôle a posteriori est possible en pareil cas, après signalement d'un contenu inapproprié. Le mécanisme de signalement mis en place par Google permet à toute personne connectée sur YouTube de signaler dans la catégorie d'infraction correspondante toute vidéo ou tout commentaire précis qu'elle estime contraire au Règlement de la communauté. L'équipe YouTube procède alors à une évaluation du contenu concerné et décide de la mesure à prendre. Elle peut ainsi supprimer le contenu intégralement et immédiatement en cas de violation manifeste de la politique de Google ou ajouter une limite d'âge à ce contenu s'il n'est pas adapté à toutes les catégories d'âge.

YouTube a, par ailleurs, lancé en 2012 le programme « *Trusted Flagger* » (« signaleur de confiance »), qui confère à des bénévoles (y compris les ONG et des agents

¹³⁶ <https://support.google.com/youtubekids/?hl=en#topic=6130504>.



publics) agréés au terme d'une procédure de candidature, le pouvoir de signaler les contenus qui enfreignent les conditions d'utilisation ou le Règlement de la communauté des sites de Google. En cas de signalement, Google vérifie le contenu concerné et décide s'il y a lieu de le supprimer. Quelques années plus tard, YouTube a mis en place dans le cadre de sa politique d'autonomisation des utilisateurs, le programme « *YouTube Contributors* », conçu pour agréer et soutenir la communauté mondiale des personnes qui contribuent à la plateforme en répondant aux questions des utilisateurs de YouTube et en produisant des vidéos pour aider les utilisateurs et les créateurs à comprendre comment utiliser au mieux YouTube.

Outre son Règlement de la communauté, Google a mis au point un processus visant à faciliter les demandes de blocage de contenu dans des pays précis, en vertu de leur droit interne. Des contenus en infraction avec le droit interne peuvent être signalés sur le site de demande légale de suppression de Google¹³⁷. L'équipe de Google examine ensuite le contenu et décide de procéder à son blocage, à sa suppression ou à la restriction de son accès. La présence d'un contenu injurieux sur les services de Google peut également être contraire aux règlements par produits de Google, qui sont parfois plus restrictifs que la législation de certains pays. Dans ce cas, ces contenus sont intégralement supprimés des plateformes de Google. Il arrive que des contenus autorisés par les règlements de Google enfreignent la législation d'un pays précis ; l'accès à ces contenus est alors restreint dans ce pays.

Enfin, il convient d'ajouter que Google a mis en place des centres de sécurité et des centres d'aide pour des produits particuliers de YouTube, et notamment une page complète de ressources destinées aux parents, qui leur dispense des conseils et astuces, ainsi que d'autres précisions sur les outils de sécurité mis à leur disposition¹³⁸. Google collabore par ailleurs avec les établissements de l'enseignement primaire dans le cadre de plusieurs programmes de sensibilisation au numérique pour enseigner aux enfants à naviguer sur internet en toute sécurité.

4.1.1.2 Dailymotion

En février 2009, Dailymotion a adhéré aux Principes de l'Union européenne pour des réseaux sociaux plus sûrs¹³⁹, au même titre que d'autres entreprises comme Google, Facebook, myspace.com, netlog et bebo. A l'instar de YouTube, Dailymotion propose également un Règlement de la communauté qui précise aux utilisateurs comment se comporter sur son site et quelles mesures prendre s'ils rencontrent des contenus inappropriés. Il permet aux utilisateurs d'imposer une limite d'âge et des restrictions à certains contenus qui ne sont pas destinés à toutes les catégories d'âge, comme les contenus qui comportent, notamment, des scènes de violence, de nudité et sexuellement suggestives, ainsi que des activités malveillantes ou dangereuses. En 2008, Dailymotion a

¹³⁷ <https://support.google.com/legal/answer/3110420?hl=fr&rd=2>.

¹³⁸ https://support.google.com/youtube/answer/2802272?hl=fr&ref_topic=2803240.

¹³⁹ Voir *op. cit.*



par ailleurs lancé *DM Kids*¹⁴⁰, une application entièrement consacrée aux enfants, qui dispose notamment d'une interface sécurisée, d'une navigation adaptée et de contenus filtrés.

Dailymotion a mis en place un mécanisme qui permet à quiconque de signaler et de notifier différents types de contenus jugés préjudiciables, comme la pédopornographie ; les actes dangereux ou illicites, y compris, mais s'en s'y limiter, l'incitation à la violence ; les actes de maltraitance sur des animaux ou la consommation de stupéfiants ; les contenus illicites, obscènes ou diffamatoires ; tout contenu à caractère sexuellement explicite (y compris, mais pas exclusivement, les images de viol, de bestialité, de rapports sexuels, de masturbation, de violences sadomasochistes, de représentation explicite des organes génitaux masculins ou féminins ou des zones pubiennes, de pédophilie ou de nécrophilie). En cas de signalement, l'équipe de Dailymotion examine le contenu, procède au besoin à sa suppression du site web et en informe éventuellement les autorités compétentes. Il existe d'autres outils, qui servent par exemple à restreindre l'accès à un contenu en fonction de l'âge, sur la base du degré de violence, de nudité et du caractère sexuellement suggestif d'un contenu, ainsi que de la représentation d'activités préjudiciables ou dangereuses. Les chaînes peuvent également recourir à un mécanisme de filtrage par âge sur leur page d'accueil pour empêcher les utilisateurs et les mineurs non connectés d'accéder à des contenus inappropriés.

Dailymotion a lancé en juin 2017 une refonte complète de son application et de sa stratégie publicitaire, afin d'attirer davantage d'utilisateurs grâce à des contenus de meilleure qualité créés dans le cadre de partenariats avec des marques de médias et de divertissement. Ces évolutions semblent toutefois avoir davantage profité aux solutions proposées en matière de protection du droit d'auteur qu'aux outils destinés à la protection des mineurs, qui restent pour l'essentiel inchangés¹⁴¹.

4.1.1.3 Les plateformes de médias sociaux : Facebook, Snapchat et autres.

Les plateformes de médias sociaux ont également pris des mesures visant à améliorer la sécurité et la protection des mineurs. Par exemple, le règlement de Facebook précise que les mineurs de moins de 13 ans ne peuvent s'inscrire sur le site, bien que l'étude d'*EU Kids Online* et de la LSE ait révélé que la moitié des 11-12 ans disposent d'un compte sur Facebook¹⁴². Facebook a par ailleurs conclu des partenariats avec un certain nombre d'ONG afin de financer par exemple des campagnes de sensibilisation à la lutte contre le harcèlement en ligne. La plateforme dispose également de « centres de sécurité » destinés aux adolescents et aux parents et encourage les utilisateurs à bloquer ou à supprimer de leur liste d'amis les personnes qui tiennent des propos injurieux.

¹⁴⁰ <https://www.dailymotion.com/fr/channel/kids/1>.

¹⁴¹ Pour plus de précisions, voir : <https://www.dailymotion.com/legal/childprotection>.

¹⁴² *BBC news, Many under-13s 'using Facebook'*, 19 April 2011, <http://www.bbc.com/news/technology-13129150>.



Snapchat, une autre plateforme de médias sociaux particulièrement populaire parmi les 11-16 ans (après Facebook et YouTube), précise dans ses « Conditions du service »¹⁴³ que les utilisateurs doivent être en mesure de confirmer qu'ils ont au moins 13 ans. Les Règles communautaires¹⁴⁴ de Snapchat interdisent aux utilisateurs d'envoyer des contenus qui constitueraient une forme de harcèlement ou qui contiennent des menaces ou de la nudité et, comme sur d'autres sites et applications, les utilisateurs peuvent bloquer des personnes et signaler des abus. Snapchat dispose également d'un centre de sécurité¹⁴⁵ qui dispense des conseils et astuces en matière de sécurité, élaborés en partenariat avec des spécialistes en la matière. Mais, dans les faits, combien de parents consultent vraiment ces conseils¹⁴⁶?

4.2 La protection contre le discours de haine et les « fausses informations » sur les plateformes de partage de vidéos et dans les médias sociaux

4.2.1 Les initiatives d'autorégulation en matière de lutte contre le discours de haine en ligne

Le droit international des droits de l'homme impose aux Etats de garantir à toute personne la liberté de rechercher, d'obtenir ou de communiquer des informations ou des idées de toute nature, sans considération de frontières, par tout média choisi par une personne, y compris les plateformes en ligne. L'expression d'opinions et d'idées est un droit de l'homme fondamental, consacré par l'article 19 de la Déclaration universelle des droits de l'homme. Il ne s'agit toutefois pas d'un droit absolu et les Etats peuvent, dans certaines circonstances exceptionnelles, le restreindre, notamment pour ce qui est du droit à l'égalité et du principe de non-discrimination.

Au cours de ces dernières années, un nouveau type de contenu qualifié de « discours de haine » s'est propagé en ligne, portant atteinte au droit à l'égalité et au principe de non-discrimination, et nous obligeant à repenser le droit à la liberté d'expression sur internet. Cependant, l'une des premières difficultés rencontrées dans la lutte contre le discours de haine en ligne tient au fait qu'il n'existe pas de définition uniforme du « discours de haine » en droit international des droits de l'homme¹⁴⁷ ; les

¹⁴³ <https://www.snap.com/fr-FR/terms/>.

¹⁴⁴ <https://support.snapchat.com/en-GB/a/guidelines>.

¹⁴⁵ <https://www.snapchat.com/l/en-gb/safety/>.

¹⁴⁶ <https://familyshare.com/19793/10-things-parents-and-kids-should-know-about-the-snapchat-app>.

¹⁴⁷ Voir Article 19, « 'Hate Speech' Explained, A Toolkit », Edition 2015, page 3 (en anglais)



variations dans l'interprétation de ce concept dans les instruments internationaux sont également reflétées dans les législations nationales.

En 1997, la Cour européenne des droits de l'homme, dans une définition adoptée par le Comité des Ministres du Conseil de l'Europe la même année, qualifiait le « discours de haine » comme suit:

*toutes formes d'expression qui propagent, incitent à, promeuvent ou justifient la haine raciale, la xénophobie, l'antisémitisme ou d'autres formes de haine fondées sur l'intolérance, y compris l'intolérance qui s'exprime sous forme de nationalisme agressif et d'ethnocentrisme, de discrimination et d'hostilité à l'encontre des minorités, des immigrés et des personnes issues de l'immigration*¹⁴⁸.

Le Comité international des Nations Unies pour l'élimination de la discrimination raciale conçoit le « discours de haine » comme :

*une forme de discours dirigée contre autrui, qui rejette les principes fondamentaux des droits de l'homme, de la dignité humaine et de l'égalité, et vise à affaiblir la position de personnes et de groupes dans la société*¹⁴⁹.

De manière plus pragmatique, YouTube définit dans son Règlement de communauté le « contenu haineux » comme :

*un contenu [inapproprié] encourageant ou cautionnant la violence envers des individus ou des groupes en raison de leur race, origine ethnique, religion, handicap, sexe, âge, nationalité, statut d'ancien combattant ou orientation/identité sexuelle, ou dont l'objectif principal est d'inciter à la haine sur la base de ces caractéristiques*¹⁵⁰.

Le 31 mai 2016, les quatre principales plateformes, à savoir Facebook, Google (YouTube) Twitter et Microsoft, ont signé sous l'égide de la Commission européenne un Code de

<https://www.article19.org/data/files/medialibrary/38231/'Hate-Speech'-Explained---A-Toolkit-%282015-Edition%29.pdf>

¹⁴⁸ Recommandation n° R(97)20 du Comité des Ministres du Conseil de l'Europe sur le « discours de haine », 30 octobre 1997, <https://rm.coe.int/168050116d>,

Voir également l'arrêt rendu par la Cour européenne des droits de l'homme dans l'affaire *Gündüz c. Turquie*, requête n° 35071/97 (2004), paragraphes 22 et 43, [https://hudoc.echr.coe.int/eng#{"itemid":\["001-66080"\]}](https://hudoc.echr.coe.int/eng#{). Dans la Recommandation CM/Rec (2010)5 « sur des mesures visant à combattre la discrimination fondée sur l'orientation sexuelle ou l'identité de genre », le Comité des Ministres recommande désormais la définition suivante pour le « discours de haine » à caractère homophobe ou transphobe : « toutes les formes d'expression, notamment dans les médias et sur internet, pouvant raisonnablement être comprises comme susceptibles d'inciter, de propager ou de promouvoir la haine ou d'autres formes de discrimination à l'égard des personnes lesbiennes, gays, bisexuelles et transgenres », <https://rm.coe.int/09000016805b1652>.

¹⁴⁹ Comité des Nations Unies pour l'élimination de la discrimination raciale, Recommandation générale n° 35 – Lutte contre les discours de haine, 26 septembre 2013, CERD/C/GC/35, paragraphe 10, <http://docstore.ohchr.org/SelfServices/FilesHandler.ashx?enc=6OkG1d%2fPPRiCAqhKb7yhssyNNtgl51ma08CMa6o7Bqlz8iG4SuOjovEP%2bcqr8joDCRpLt%2frkpcokpSrXE00PXsYfvkixBnvzXjRAHQ2tAlzwnqdlqaoFC%2baz4B%2bsd%2f%2fj>.

¹⁵⁰ Voir *op. cit.*



conduite sur la lutte contre les discours de haine illicites en ligne¹⁵¹, qui comporte une série d'engagements en faveur de la lutte contre la propagation de ces contenus en Europe. Ces plateformes se sont notamment engagées à examiner dans un délai maximal de 24 heures la validité des demandes de suppression de contenus contraires à leur Règlement de communauté et, le cas échéant, à la législation nationale qui transpose la Décision-cadre sur la lutte contre le racisme et la xénophobie¹⁵², ainsi qu'à supprimer ou désactiver l'accès aux contenus en question si besoin est. Le Code souligne également la nécessité de continuer à réfléchir aux moyens de promouvoir la transparence et d'encourager les contre-discours et les discours alternatifs.

Selon le troisième rapport d'évaluation du Code¹⁵³, publié par la Commission européenne le 19 janvier 2018, les plateformes ont réalisé d'importants progrès depuis l'adoption du Code, puisqu'en moyenne 70 % des discours de haine illicites signalés par les ONG et les organismes publics sont aujourd'hui supprimés, contre 28 % en 2016 et 59 % à la mi-2017. Le rapport indique par ailleurs que toutes les entreprises signataires ont pleinement atteint l'objectif d'examen de la majorité des contenus signalés dans un délai de 24 heures, puisqu'elles y parviennent en moyenne pour plus de 81 % des contenus, contre 51 % à la mi-2017. Le renforcement des dispositifs de signalement du discours de haine illicite mis en place par les plateformes s'explique en partie par une meilleure formation du personnel de la plateforme et une coopération accrue avec la société civile, notamment par la mise en œuvre du Code et la constitution d'un réseau de « signaleurs de confiance » dans toute l'Europe.

La Commission européenne estime toutefois que la transparence et le suivi d'information aux utilisateurs, qui font toujours défaut pour près d'un tiers des notifications, doivent encore être renforcées. D'autres améliorations sont également possibles dans le domaine des poursuites engagées à l'encontre des auteurs d'infractions relatives au discours de haine illicite, aussi bien en ligne que hors ligne. De fait, le Code n'est qu'un complément aux législations relatives à la lutte contre le racisme et la xénophobie, qui exigent que les auteurs de propos haineux illicites soient poursuivis. Toutefois, selon le rapport de 2018, en moyenne seul un cas sur cinq signalés aux entreprises a également été signalé par les ONG aux services de police et au ministère public.

En privilégiant la coopération paneuropéenne pour lutter contre le discours de haine en ligne, la Commission européenne a mis à la disposition des autorités nationales, de la société civile et des entreprises un réseau de coopération et d'échange de bonnes

¹⁵¹ *Code of Conduct on Countering Illegal Hate Speech Online* (Code de conduite en matière de discours de haine en ligne), disponible en anglais sur : http://ec.europa.eu/newsroom/document.cfm?doc_id=42875.

¹⁵² Décision-cadre n° 2008/913/JAI du Conseil du 28 novembre 2008 sur la lutte contre certaines formes et manifestations de racisme et de xénophobie au moyen du droit pénal, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:l33178&from=EN>.

¹⁵³ http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-261_fr.htm.



pratiques¹⁵⁴, ainsi qu'un soutien financier ciblé et des orientations pratiques. Près de deux tiers des Etats membres ont désormais mis en place un point de contact national pour les discours de haine en ligne. Un dialogue spécialement consacré à cette question est prévu entre les autorités nationales compétentes et les entreprises des technologies de l'information au printemps 2018.

4.2.2 Les initiatives d'autorégulation visant à lutter contre les « fausses informations » en ligne

La propagation des « fausses informations » sur les plateformes de partage de vidéos et dans les médias sociaux représente un nouveau défi à relever pour la démocratie, l'Etat de droit et la société en général. Les « fausses informations », que le Conseil de l'Europe qualifie également dans un récent rapport de « mésinformation, désinformation et information malveillante », de « chaos informationnel » ou de « pollution informationnelle »¹⁵⁵, a toujours existé mais leur impact a été considérablement amplifié par la mondialisation et l'univers numérique.

Le terme « post-vérité », qui est étroitement lié à la notion de fausses informations, a été choisi par le dictionnaire Oxford comme mot de l'année en 2016¹⁵⁶ en raison du pic de fréquence d'utilisation constaté à l'occasion du référendum sur l'Union européenne au Royaume-Uni et de l'élection présidentielle aux Etats-Unis, respectivement en juin et en novembre de la même année. Selon le dictionnaire Oxford ce terme:

fait référence à ou désigne des circonstances dans lesquelles les faits objectifs ont moins d'influence sur le modelage de l'opinion publique que le fait de susciter l'émotion et les opinions personnelles.

L'impact des « fausses informations » reste difficile à quantifier, car nous commençons à peine à en comprendre les implications. Alors que les « fausses informations » sont la plupart du temps motivées par l'intérêt commercial dans le seul but d'attirer des visiteurs sur les réseaux sociaux, il arrive qu'elles soient motivées par des intérêts partisans ou politiques. Le rôle joué par les plateformes de partage de vidéos et les médias sociaux pour relayer les fausses informations comme une traînée de poudre et les propager a

¹⁵⁴ *Countering illegal hate speech online #NoPlace4Hate* (« Lutte contre le discours de haine illicite en ligne # Pas de place pour la haine »), disponible en anglais sur : http://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?item_id=54300.

¹⁵⁵ Voir C. Wardle et H. Derakhshan, « *Information disorder: Towards an interdisciplinary framework for research and policy making* » (« Le « chaos informationnel » : vers un cadre interdisciplinaire pour la recherche et l'élaboration de politiques »), rapport du Conseil de l'Europe, DGI(2017)09, disponible en anglais sur : <https://rm.coe.int/information-disorder-report-november-2017/1680764666>.

¹⁵⁶ Le mot de l'année du dictionnaire Oxford est un mot ou une expression qui a suscité un vif d'intérêt au cours des 12 derniers mois.



poussé les grandes sociétés de médias sociaux à s'engager davantage dans la lutte contre ce phénomène. Les initiatives d'autorégulation prises par les professionnels du secteur se sont multipliées au cours de l'année dernière.

Google a par exemple décidé tout d'abord de modifier son algorithme afin que les informations fausses ou choquantes n'apparaissent qu'à la fin des résultats d'une recherche spécifique effectuée par un internaute. L'entreprise a également demandé à son équipe de plus de 10 000 personnes chargées de surveiller les résultats de recherche et de signaler les pages qui comportent des informations mensongères, des canulars mal intentionnés ou des théories de complot, ainsi que ce qu'elle qualifie de contenu « de qualité médiocre ». Facebook a également commencé à expérimenter un système permettant de mettre en avant les informations provenant de sources journalistiques fiables sur les « murs » de ses membres lorsque ceux-ci risquent de comporter des fausses informations. Cette initiative baptisée « articles connexes » (« *Related Articles* ») visait à « faciliter l'accès à d'autres points de vue et informations », par l'éventuelle insertion d'articles provenant de vérificateurs d'information.

Ces outils se sont toutefois révélés inefficaces pour lutter contre la propagation de « fausses informations » sur leurs services et, en novembre 2017, les deux entreprises ont lancé une deuxième vague de mesures. Elles ont intégré un nouvel outil de vérification des sources dans leur système qui a été élaboré par un consortium de journalistes chargés d'établir des normes permettant d'évaluer la fiabilité d'un contenu journalistique (*The Trust Project*)¹⁵⁷. Cet « indicateur de confiance » prend la forme d'une icône qui indique si la source d'information est jugée fiable. Concrètement, le fait de cliquer sur cette icône permet d'obtenir des précisions sur la source de l'information. Associée à chaque article partagé sur Facebook, cette icône renseigne sur le positionnement éthique des médias, et donne des explications sur les méthodes de vérification des informations. Le 16 novembre 2017, le consortium a annoncé que Google, Facebook, Bing et Twitter avaient convenu d'utiliser ces indicateurs sur leurs plateformes respectives. Il reste à voir si l'intégration de cette icône sur ces sites sera efficace. Les experts en médias sociaux ont toutefois fait part de leurs doutes quant à l'efficacité de ces outils pour lutter contre les « fausses informations » et la mésinformation sur les plateformes en ligne.

En outre, Facebook, qui en 2018 a fait de la lutte contre les « fausses informations » sa principale priorité, a annoncé en janvier 2018 la modification en profondeur de l'algorithme de son fil d'actualité, qui aura des répercussions directes sur les utilisateurs et les médias. La priorité sera donnée aux contenus des familles et des amis des utilisateurs et à leur partage. Cette modification de l'algorithme s'inscrit dans le cadre d'une approche déjà engagée. A deux reprises déjà, en avril 2015 et en juin 2016, Facebook avait donné la priorité au contenu d'amis pour reléguer le contenu des pages au second plan. Facebook souhaite, grâce à cette dernière modification, revenir à sa vocation initiale de réseau social, pour qu'elle prime sur la consommation passive. Le fil d'actualités sera plus axé sur les contenus que les utilisateurs souhaitent voir que sur les

¹⁵⁷ <https://thetrustproject.org/>.



contenus qui génèrent le plus d'interactions. Cette nouvelle méthode aura également pour effet d'exposer davantage encore les utilisateurs à de la publicité ciblée¹⁵⁸.

Les initiatives prises par les plateformes de partage de vidéos et les médias sociaux pour lutter contre les « fausses informations » ou le discours de haine ont certes été saluées, mais elles soulèvent également un certain nombre de questions sensibles sur le plan de la transparence et de l'obligation de rendre des comptes. De fait, les sites comme Facebook, Twitter, Instagram, YouTube et Google+ ont un impact démesuré sur notre vie sociale. Nous concevons ces plateformes comme une « sphère publique », en les utilisant pour discuter de questions controversées et subversives, pour communiquer avec des amis et participer à des activités militantes et à des débats. Mais ces plateformes utilisées par les citoyens sont en définitive détenues par des entreprises privées, qui contrôlent, selon leurs propres règles et systèmes de gouvernance, et parfois censurent les contenus des utilisateurs. Pour ces plateformes, le dilemme consiste à savoir où prend fin la lutte contre la désinformation et où commence la censure. Certaines initiatives ont fait leur apparition dans ce domaine, comme la plateforme *Onlinecensorship.org*¹⁵⁹, qui cherche à inciter les entreprises à faire preuve de plus de transparence et à rendre compte de leurs actes à leurs utilisateurs, puisqu'elles prennent des décisions qui ont pour effet de réguler la liberté d'expression des utilisateurs. Cette situation amène également à s'interroger sur le rôle que devrait jouer le législateur dans ce domaine.

4.3 La protection des contenus protégés par le droit d'auteur sur les plateformes de partage de vidéos et dans les médias sociaux

Comme nous l'avons vu plus haut, la Directive relative au commerce électronique ne tient pas les fournisseurs de services internet responsables des contenus qu'ils transmettent, stockent ou hébergent, à condition qu'ils jouent un rôle exclusivement passif en la matière. L'article 14 de la Directive précise qu'ils ne peuvent être tenus responsables du contenu illicite à condition de ne pas avoir connaissance d'une activité illicite ou d'agir rapidement pour retirer ces contenus ou pour en rendre l'accès impossible dès qu'ils en ont connaissance¹⁶⁰. La Directive encourage par ailleurs l'élaboration de codes de conduite à l'échelon de l'Union européenne et la conclusion d'accords volontaires entre les

¹⁵⁸ <https://www.ouest-france.fr/high-tech/facebook/facebook-fait-appel-ses-utilisateurs-pour-lutter-contre-les-fake-news-5512942>.

¹⁵⁹ Voir, par exemple, « *online censorship* », en anglais sur : <https://onlinecensorship.org/about/what-we-do>.

¹⁶⁰ Pour davantage de précisions, voir Cabrera Blázquez, F.J., Cappello, M., Grece, C. et Valais, S., *Le respect du droit d'auteur en ligne : politiques et mécanismes*, IRIS Plus, Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2015, <https://rm.coe.int/1680783484>.



professionnels du secteur, ainsi que les procédures « de notification et de retrait » applicables aux contenus illicites¹⁶¹.

Les professionnels du secteur ont fait preuve d'un grand dynamisme pour mettre en place des procédures volontaires de traitement des demandes de suppression de contenus illicites sur internet. En vertu de la procédure de « notification et action » (également appelée procédure « de notification et de retrait »¹⁶²), les parties prenantes peuvent signaler à la plateforme tout contenu illicite présent sur leur site et la plateforme est alors tenue de le supprimer dans les meilleurs délais¹⁶³. La procédure de notification et de retrait est fréquemment invoquée pour supprimer les contenus protégés par le droit d'auteur sur les plateformes de partage de vidéos, compte tenu du rôle joué par ces plateformes dans la diffusion de contenus audiovisuels¹⁶⁴.

La page de YouTube consacrée au fonctionnement du système *Content ID*¹⁶⁵ est, par exemple, étroitement liée aux procédures de notification et de retrait prévues par la loi américaine relative au droit d'auteur à l'ère du numérique (DMCA) ; elle met à la disposition des titulaires de droits un système automatisé et évolutif qui leur permet d'identifier les vidéos YouTube qui comportent certains de leurs contenus. *Content ID* peut être utilisé par les titulaires de droits qui détiennent des droits exclusifs sur une partie significative d'un contenu original régulièrement mis en ligne par la communauté des utilisateurs de YouTube. Les titulaires de droits transmettent à YouTube des fichiers de référence (audio, visuels ou audiovisuels), ainsi que des métadonnées qui décrivent le contenu et précisent les régions géographiques dans lesquelles ils détiennent ces droits. Ces fichiers sont ensuite utilisés par YouTube afin d'analyser les vidéos transmises sur le serveur pour rechercher des contenus correspondants. Lorsqu'une correspondance est décelée, YouTube applique l'option retenue par les titulaires des droits, c'est-à-dire la monétisation, la recherche ou le blocage de la vidéo en question. *Content ID* effectue par ailleurs une « analyse des anciennes vidéos » de manière à identifier les vidéos correspondantes mises en ligne avant les fichiers de référence. Une analyse complète de ce type peut prendre un certain nombre de mois ; les vidéos les plus récentes et les plus populaires mises en ligne sont analysées en priorité.

¹⁶¹ Les contenus illicites englobent un large éventail de domaines, notamment l'atteinte aux droits de propriété intellectuelle (marque ou droit d'auteur), la pédopornographie, les contenus racistes et xénophobes, la diffamation, le terrorisme ou la violence, les jeux d'argent et de hasard illicites, l'offre de produits pharmaceutiques illicites, la publicité illicite en faveur du tabac ou de l'alcool, par exemple.

¹⁶² En vertu de la loi américaine relative au droit d'auteur à l'ère du numérique (DMCA), le retrait rapide d'un contenu protégé par le droit d'auteur à réception d'une notification exonère l'intermédiaire de toute responsabilité pour la violation du droit d'auteur. Cette procédure est appliquée par tous les sites internet dont le siège se trouve aux Etats-Unis et est considérée comme une voie de recours rapide et économique contre les violations du droit d'auteur.

¹⁶³ Le blocage peut s'avérer l'unique solution si le retrait n'est pas possible du fait que le contenu illicite est stocké dans un pays différent de celui où se trouvent les serveurs de la plateforme.

¹⁶⁴ Pour davantage de précisions, voir IRIS Plus - *Le respect du droit d'auteur en ligne : politiques et mécanismes*, *op. cit.*, page 52 et suivantes.

¹⁶⁵ Voir YouTube « Utiliser *Content ID* », https://support.google.com/youtube/answer/3244015?hl=fr&ref_topic=4515467&vid=1-635799113680735986-2037337187.



Il convient également de mentionner la collaboration des plateformes de partage de vidéos et des organisations de gestion collective des droits concernant la diffusion des œuvres de leurs membres sur des plateformes de partage de vidéos. Par exemple, en France, YouTube a récemment renouvelé son accord avec la SACD (Société des Auteurs Dramatiques et Compositeurs) et l'ADAGP (Société des Auteurs en Arts Graphiques et Plastiques). A la suite de cette collaboration lancée en 2010, les auteurs représentés par les deux sociétés continueront à percevoir, par l'intermédiaire des sociétés d'auteurs dont elles sont membres, les droits d'auteur correspondant à l'exploitation de leurs œuvres par les créateurs et fournisseurs de contenus sur YouTube¹⁶⁶.

Ces dernières années, la plateforme Dailymotion, a procédé à un réajustement de ses activités, en abandonnant les contenus principalement créés par les utilisateurs au profit de partenariats privilégiés avec les éditeurs et de contenus exclusifs¹⁶⁷. Cette nouvelle stratégie s'est accompagnée d'une optimisation de la protection des contenus soumis au droit d'auteur, grâce à des procédures de notification des droits d'auteur et à des dispositifs de filtrage des contenus. Lorsqu'un utilisateur estime que son œuvre a été reproduite de manière illicite, il peut porter plainte pour atteinte aux droits d'auteur auprès de l'agent compétent du site de Dailymotion, en lui fournissant des précisions sur la propriété de ses droits, l'œuvre en question et son emplacement sur internet, notamment¹⁶⁸.

Dailymotion a par ailleurs renforcé sa collaboration avec les titulaires de droits pour élaborer des systèmes innovants de protection des contenus grâce à leurs empreintes audio et vidéo, conçu par *Audible Magic* et l'Institut national de l'audiovisuel (INA). Ce système permet aux propriétaires de contenus de fournir à ces entreprises les empreintes numériques de leurs contenus. Chaque vidéo postée sur Dailymotion est comparée aux bases de données des empreintes audio et vidéo de l'INA et d'*Audible Magic* et, en cas de correspondance, la plateforme bloque la diffusion de la vidéo concernée avant sa publication sur le site¹⁶⁹.

La plateforme Facebook prévoit elle aussi une procédure de notification et de retrait fondée sur la loi américaine relative au droit d'auteur à l'ère du numérique. Toutefois, la procédure de signalement des violations du droit d'auteur semble moins intuitive et directe que l'interface utilisateur elle-même car elle comprend de nombreuses étapes, à commencer par la localisation sur le site du formulaire à remplir et les réponses à donner aux questions préliminaires, avant l'identification du contenu et du titulaire des droits¹⁷⁰.

¹⁶⁶ Voir par exemple en France, YouTube, la SACD, et l'ADAGP renouvellent leur accord, 11 janvier 2018, <https://www.sacd.fr/youtube-la-sacd-et-ladagp-renouvellent-leur-accord-0> et YouTube, la SACD et l'ADAGP renouvellent leur accord (en anglais), <https://www.adagp.fr/en/actuality/youtube-sacd-and-adagp-renew-their-agreement>.

¹⁶⁷ <https://venturebeat.com/2017/06/21/dailymotion-reboots-itself-with-new-premium-video-service/>.

¹⁶⁸ <https://www.dailymotion.com/legal/copyright>.

¹⁶⁹ <https://www.dailymotion.com/legal/contentprotection>.

¹⁷⁰ <https://www.facebook.com/help/contact/937027619679465>.



4.4 L'encadrement de la publicité ciblée sur les plateformes en ligne

La législation de l'Union européenne encourage l'autorégulation et la corégulation dans le secteur de la publicité, qui sont considérées comme des méthodes plus efficaces, car elles favorisent une plus grande responsabilisation du secteur, des prises de décisions plus rapides et une plus grande pérennité. C'est la raison pour laquelle de nombreux mécanismes d'autorégulation et de corégulation ont été mis en place à l'échelon international, européen et national pour les communications commerciales, y compris dans l'environnement en ligne¹⁷¹. Une nouvelle forme de publicité personnalisée et ciblée, qui s'appuie sur la surveillance du comportement en ligne des internautes et est pour cette raison qualifiée de « publicité comportementale en ligne », est particulièrement pertinente pour les plateformes de partage de vidéos et les médias sociaux, et plus généralement pour les plateformes en ligne. La publicité comportementale en ligne exploite les données des utilisateurs recueillies grâce aux « cookies » de suivi et à d'autres technologies, comme les « cookies flash » et les empreintes numériques des dispositifs. Ces cookies permettent aux entreprises de collecter des informations détaillées sur les utilisateurs en fonction de leurs données de navigation en ligne, de l'historique de leurs recherches, des données de consommation des médias (comme les vidéos visionnées), des données d'utilisation des applications, des achats, des publicités ouvertes par les internautes et du contenu des communications, comme la teneur des courriers électroniques (envoyés par exemple par Gmail) ou de commentaires postés sur les réseaux sociaux¹⁷². Contrairement aux types de publicité en ligne, la publicité comportementale utilise les informations à caractère personnel pour adapter les publicités afin de les rendre plus intéressantes pour la personne ciblée.

Si cette pratique peut être particulièrement bénéfique pour les annonceurs, elle soulève toutefois de sérieuses préoccupations au sujet de la protection de la vie privée et de la transparence pour les utilisateurs. Le suivi des activités en ligne et la collecte des données comportementales sont en effet bien souvent effectuées sans que les utilisateurs en soient conscients. Bien que les entreprises soient tenues par la législation relative au respect de la vie privée de respecter certaines obligations de transparence à l'égard de leurs pratiques de traitement des données, par exemple sous forme de déclarations de confidentialité sur leurs plateformes, les utilisateurs lisent rarement ces déclarations et ont tendance à accepter pratiquement toutes les demandes, voire à les ignorer¹⁷³.

¹⁷¹ Pour davantage de précisions, voir Cabrera Blázquez, F.J., Cappello, M, Grece, C. et Valais, S., *Les communications commerciales dans la révision de la Directive SMAV*, IRIS Plus, Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2017, page 39 et suivantes, <https://rm.coe.int/1680783492>.

¹⁷² Zuiderveen Borgesius, Frederik J. (2015a), *Improving Privacy Protection in the Area of Behavioural Targeting*, Alphen aan de Rijn, Pays-Bas : Kluwer Law International.

¹⁷³ Boerman, S. C., Kruijemeier, S. et Zuiderveens Borgesius F. J. , *Online Behavioral Advertising : A Literature Review and Research Agenda*, <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00913367.2017.1339368>.



Le secteur de la publicité en ligne a élaboré des systèmes d'autorégulation pour renforcer la transparence, qui impliquent d'informer expressément les utilisateurs de la collecte, de l'utilisation et de la diffusion des données. Au niveau international, la Chambre de commerce internationale (ICC) a remédié aux préoccupations suscitées par la publicité comportementale en ligne en édictant un « Code consolidé sur les pratiques de publicité et de communication de marketing »¹⁷⁴, dont une partie actualisée traite des questions spécifiques aux techniques et aux plateformes de médias interactifs numériques. L'ICC définit la publicité comportementale en ligne comme :

la pratique de la collecte d'informations relatives à l'activité en ligne d'un internaute au fil du temps, sur un dispositif précis et sur différents sites internet sans lien les uns avec les autres, afin de diffuser des publicités adaptées aux intérêts et aux préférences de cet internaute.

Le Code d'autorégulation de l'ICC sur l'utilisation des médias interactifs numériques offre une série de recommandations, d'éléments d'orientation et de normes aux entreprises qui pratiquent la publicité comportementale en ligne en vue de protéger les utilisateurs¹⁷⁵.

De nombreux organismes d'autorégulation agissent également dans le domaine de la publicité en ligne en Europe. Leur objectif est de fournir une approche paneuropéenne complète et intégrée à l'ensemble du secteur pour fonder la publicité comportementale en ligne sur des initiatives d'autorégulation et de mettre en œuvre un système minimum harmonisé et cohérent dans l'ensemble de l'Union européenne et de l'Espace économique européen. Ils élaborent des normes, des lignes directrices et des codes de conduite en matière de publicité comportementale en ligne à l'intention des professionnels du secteur, qui sont parfois contraignants pour leurs membres.

Parmi les principes énoncés par les organismes d'autorégulation, figure au premier plan l'impératif de transparence à l'égard des utilisateurs. Concrètement, cela signifie généralement que les entreprises qui pratiquent la publicité comportementale en ligne doivent publier sur leurs sites une déclaration de confidentialité au sujet de la collecte et de l'utilisation des données¹⁷⁶. Elles doivent par ailleurs obtenir le consentement explicite et préalable des utilisateurs, d'une part, lorsqu'elles recourent à des technologies ou à des pratiques précises, telles que les barres d'outils des navigateurs, pour collecter les données relatives à l'ensemble ou à l'essentiel des sites internet visités à partir d'un ordinateur ou d'un dispositif donné et, d'autre part, lorsqu'elles utilisent ces données pour diffuser des publicités comportementales en ligne. Ces entreprises doivent par ailleurs

¹⁷⁴ Code consolidé sur la publicité de l'ICC, disponible sur : <http://www.icc-france.fr/chambre-de-commerce-internationale-page-3-60-190-Code-consolide-sur-la-publicite.html>.

¹⁷⁵ Pour davantage de précisions, voir (en anglais) : <https://iccwbo.org/global-issues-trends/responsible-business/marketing-advertising/digital-marketing-communication/>.

¹⁷⁶ Une notification étendue afin de mieux informer les consommateurs lorsqu'elles collectent ou utilisent des données à des fins de publicité comportementale en ligne sur un site tiers est également parfois recommandée.



mettre à la disposition des consommateurs des mécanismes clairs et transparents pour leur permettre de refuser la collecte de leurs données à des fins publicitaires ou de marketing¹⁷⁷. En outre, les organismes d'autorégulation recommandent en général de procéder à une segmentation « sensible » des données en fonction des catégories d'intérêts, par exemple pour empêcher le ciblage spécifique des enfants ou pour les données sensibles à caractère personnel, lorsque le consentement préalable explicite de l'utilisateur est nécessaire. Enfin, les entreprises devraient mettre en place des mécanismes efficaces pour assurer le respect des normes et le traitement des plaintes en cas de non-respect de celles-ci.

Il convient de noter que les plateformes de partage de vidéos ont pris des initiatives pour améliorer leurs normes de transparence en matière de publicité. Ainsi, par exemple, le 17 novembre 2017, l'Autorité néerlandaise des médias (*Commissariaat voor de Media*) a annoncé l'adoption d'un code d'autorégulation en matière de transparence publicitaire sur YouTube, le *Code social : YouTube, en vue de garantir davantage de transparence publicitaire dans les vidéos diffusées en ligne*¹⁷⁸. Ce code a été élaboré par un important groupe d'utilisateurs de YouTube qui créent des contenus vidéo professionnels en ligne avec l'aide de l'Autorité néerlandaise des médias, à la suite des conclusions de l'étude réalisée par cette dernière sur la fréquence à laquelle les produits et les marques sont visuellement présents dans les vidéos de la plateforme YouTube. Au cours de l'élaboration de ce code, plusieurs parties, dont l'Autorité néerlandaise du code relatif à la publicité (*Stichting Reclame Code*), les réseaux multicanaux (fournisseurs de services tiers pour les chaînes YouTube), les agences de médias et les divers groupes d'intérêts ont eu l'occasion de formuler leurs observations. Le code tient également compte d'une étude sur la manière d'améliorer la transparence publicitaire, commandée par l'Autorité néerlandaise des médias. Dans ce code, les créateurs de vidéos YouTube ont défini des principes directeurs sur la manière de signaler des publicités dans leurs vidéos, par exemple lorsqu'ils sont rémunérés pour promouvoir un produit ou une marque en particulier. Le code vise à clarifier la situation des créateurs de vidéos en ligne, mais également des utilisateurs, des parents d'utilisateurs mineurs, des entreprises représentant des utilisateurs et des annonceurs YouTube. Une première évaluation du *Code social : YouTube* par l'Autorité néerlandaise des médias est prévue pour le printemps 2018¹⁷⁹.

Le tableau suivant comprend certains des principaux organismes d'autorégulation en Europe qui agissent dans le domaine de la publicité comportementale en ligne.

¹⁷⁷ Généralement sous la forme d'une icône associée à une publicité comportementale en ligne « sur les sites où les utilisateurs peuvent faire leur choix ».

¹⁷⁸ <https://www.desocialcode.nl/>.

¹⁷⁹ Pour davantage de précisions, voir Hanhart, M.J.A., Institut du droit de l'information (IViR), Université d'Amsterdam, IRIS newsletter 2018/2, <https://merlin.obs.coe.int/iris/2018/2/article27.fr.html>.



Tableau 1. Les organismes d'autorégulation de la publicité en ligne

Organismes	Mandat	Codes / Lignes directives / Outils
<u>Interactive Advertising Bureau (IAB)</u>	<p>Organisme associatif des entreprises de médias et de marketing de l'économie numérique. Ses membres achètent, vendent, optimisent et analysent les campagnes de publicité et de marketing numériques.</p> <p>Il élabore des normes techniques, des bonnes pratiques et des études, en mettant l'accent sur l'éducation et la sensibilisation des marques, des agences et des entreprises du secteur en général concernant l'intérêt de la publicité numérique.</p>	<p><u>IAB Europe's Online Behavioural Advertising (OBA) Framework</u> : Structure de codification des bonnes pratiques et des principes du secteur afin de renforcer la transparence et le choix des internautes au sein de l'UE/EEE, qui sont contraignants pour ses membres (par exemple, suivi et contrôle des publicités, icône, consentement exprès, site permettant aux utilisateurs d'opter pour la publicité comportementale en ligne, etc.).</p> <p><u>Your Online Choices</u> : Site destiné aux consommateurs et portail éducatif dans l'ensemble des langues de l'Union européenne, qui offre aux internautes un mécanisme leur permettant de choisir la collecte et l'utilisation des données à des fins de publicité comportementale en ligne.</p>
<u>European Advertising Standards Alliance (EASA)</u>	<p>L'AESA rassemble 34 organismes nationaux d'autorégulation de la publicité et 16 organismes représentatifs des entreprises de publicité (dont IAB Europe) d'Europe et d'autres pays du monde pour promouvoir des normes éthiques exigeantes dans les communications commerciales, grâce à la Charte d'autorégulation de la publicité de l'AESA et aux Recommandations de bonnes pratiques de l'EASA.</p>	<p><u>EASA's Best Practices Recommendations on OBA</u>: (adoptées le 7 avril 2011 et mises en œuvre par les organismes nationaux d'autorégulation en Europe et les entreprises membres de l'EASA). Définissent une norme européenne d'autorégulation de la publicité applicable à l'ensemble du secteur et un mécanisme de conformité pour le contrôle de la publicité comportementale en ligne par les consommateurs.</p>
<u>European Interactive Digital Advertising Alliance (EDAA)</u>	<p>Principale alliance d'organisations de publicité numérique dans l'Union européenne, qui vise à mettre en place dans l'ensemble de l'UE des normes destinées à « renforcer la transparence et le contrôle par les utilisateurs de la publicité comportementale en ligne ».</p>	<p>Ses objectifs reposent sur le cadre européen de la publicité comportementale en ligne d'IAB Europe et sur les meilleures pratiques de publicité comportementale en ligne de l'Alliance européenne pour les normes publicitaires.</p>
<u>Network Advertising Initiative (NAI)</u>	<p>Organismes d'autorégulation à but non lucratif spécialisés dans la collecte et l'utilisation responsable des données dans la publicité en ligne, qui privilégient les entreprises tierces des technologies de la publicité.</p>	<p><u>Code of conduct</u> (dernière mise à jour en 2018): Evalue les types de données que les sociétés membres peuvent utiliser à des fins publicitaires et impose des restrictions à la collecte, à l'utilisation et au transfert par les entreprises membres</p>



		<p>des données utilisées pour la publicité personnalisée ;</p> <p><u>Consumer Opt-out page</u> : Site internet qui permet aux internautes de choisir de recevoir la publicité en ligne des entreprises membres de la NAI qui utilisent des cookies HTTP sur les navigateurs des ordinateurs.</p>
<p><u>Digital Advertising Alliance (DAA)</u></p>	<p>Association des entreprises de publicité en ligne qui réunit les autres organismes associatifs, en privilégiant l'autorégulation éthique de la publicité en ligne et du secteur des technologies publicitaires, dont l'objectif consiste à étendre l'autorégulation de la publicité ciblée à l'ensemble de l'écosystème.</p>	<p><u>Advertising Option Icon (icône « Ad Choices »)</u>, que les éditeurs peuvent afficher sur leurs pages et qui propose aux utilisateurs de choisir ce qu'ils souhaitent faire lorsqu'une publicité apparaît sur leur page et comment interagir avec cette publicité.</p> <p>L'Association propose également un programme d'autorégulation, des recommandations et un dispositif de signalement des mauvaises conduites à l'intention des internautes et des entreprises concernées par la publicité numérique.</p>
<p><u>Trustworthy Accountability Group (TAG)</u></p>	<p>Collaboration intersectorielle visant à favoriser la transparence dans les relations et transactions commerciales de la publicité numérique.</p>	<p>Privilégie la suppression du flux publicitaire numérique frauduleux, la lutte contre les logiciels malveillants, la lutte contre le piratage en ligne financé par la publicité pour promouvoir l'intégrité des marques et la promotion de la sécurité des marques grâce à une plus grande transparence.</p>
<p><u>Direct Marketing Association (DMA)</u></p>	<p>Organisme associatif mondial qui a pour mission de faire progresser et de protéger le marketing responsable basé sur les données, à la fois en ligne et hors ligne.</p>	<p>Préconise une politique favorable à l'utilisation d'un marketing éthique basé sur les données en vue d'obtenir des résultats satisfaisants aussi bien pour les utilisateurs et les entreprises de marketing.</p> <p>Accueille la Conférence <i>Dynamic State of Data</i> « afin d'aborder les problèmes qui touchent les entreprises de marketing basé sur les données en compagnie des décideurs de premier plan du moment ».</p>



5 La jurisprudence

5.1 La Cour européenne des droits de l'homme

5.1.1 Liberté d'expression et discours de haine sur les plateformes de partage de vidéos et les médias sociaux

Le droit à la liberté d'expression est consacré par l'article 10, alinéa 1, de la Convention européenne des droits de l'homme. Ce droit est l'un des piliers fondamentaux d'une société démocratique et pluraliste. Il comprend la liberté d'opinion et la liberté de recevoir ou de communiquer des informations ou des idées sans qu'il puisse y avoir d'ingérence des autorités publiques et sans considération de frontière. En vertu de la jurisprudence de la Cour européenne des droits de l'homme, le droit à la liberté d'expression :

[...] vaut non seulement pour les « informations » ou « idées » accueillies avec faveur ou considérées comme inoffensives ou indifférentes, mais aussi pour celles qui heurtent, choquent ou inquiètent l'Etat ou une fraction quelconque de la population » (affaire Handyside c. Royaume-Uni)¹⁸⁰.

Toutefois, afin de limiter ce droit, la Cour européenne a également précisé que :

[...] en principe on peut juger nécessaire, dans les sociétés démocratiques, de sanctionner voire de prévenir toutes les formes d'expression qui propagent, incitent à, promeuvent ou justifient la haine fondée sur l'intolérance [...], si l'on veille à ce que les « formalités », « conditions », « restrictions » ou « sanctions » imposées soient proportionnées au but légitime poursuivi » (affaire Erbakan c. Turquie)¹⁸¹.

¹⁸⁰ Arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme du 7 décembre 1976, affaire *Handyside c. Royaume-Uni*, (requête n° 5493/72) § 49, <http://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-62057>.

¹⁸¹ Arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme du 6 juillet 2006, affaire *Erbakan c. Turquie*, (requête n° 59405/00) § 56, <http://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-76232>.



Compte tenu de ce principe, la Cour européenne des droits de l'homme adopte une double approche en matière d'incitation à la haine et de liberté d'expression en ligne :

- premièrement, l'exclusion de la protection de la Convention européenne des droits de l'homme, prévue par l'article 17, à savoir l'interdiction de l'abus de droit¹⁸², lorsque le propos est haineux et constitue une négation des valeurs fondamentales de la Convention¹⁸³ ; et
- deuxièmement, les limitations de la protection, énoncées à l'article 10(2) de la Convention européenne¹⁸⁴ ; cette voie est retenue lorsque le discours, bien que haineux, n'est pas destructeur des valeurs fondamentales sur lesquelles repose la Convention.

A l'instar de toute plateforme visant à proposer des contenus créés par les utilisateurs, les plateformes de partage de vidéos et les médias sociaux doivent respecter les « devoirs et responsabilités » associés à la liberté d'expression, énoncés à l'article 10 § 2 de la Convention, lorsque les internautes diffusent un discours de haine ou des propos incitant directement à la violence. Bien que la Cour européenne des droits de l'homme ait déjà abondamment traité dans sa jurisprudence la question du discours de haine, y compris de la haine ethnique, du négationnisme et du révisionnisme, de la haine raciale, de la haine religieuse et de la menace pour l'ordre démocratique¹⁸⁵, seules quelques affaires concernent spécifiquement le discours de haine sur les plateformes en ligne.

5.1.1.1 Le discours de haine et la négation des valeurs fondamentales de la Convention européenne des droits de l'homme

La Cour européenne des droits de l'homme a été amenée dans l'affaire *Belkacem c. Belgique*¹⁸⁶ à se prononcer sur le fragile équilibre qui existe entre la liberté d'expression et le discours de haine sur les plateformes de partage de vidéos. Cette affaire concernait la

¹⁸² Cette disposition a pour but d'empêcher les personnes de tirer de la Convention un droit leur permettant de se livrer à une activité ou d'accomplir un acte visant à la destruction des droits et libertés reconnus dans la Convention.

¹⁸³ Voir Cour européenne des droits de l'homme (deuxième section), Décision sur la recevabilité rendue le 18 mai 2004 dans l'affaire *Seurot c. France*, (requête n° 57383/00), <http://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-45005>.

¹⁸⁴ L'article 10(2) de la Convention européenne des droits de l'homme précise que : « [l']exercice de ces libertés comportant des devoirs et des responsabilités peut être soumis à certaines formalités, conditions, restrictions ou sanctions prévues par la loi, qui constituent des mesures nécessaires, dans une société démocratique, à la sécurité nationale, à l'intégrité territoriale ou à la sûreté publique, à la défense de l'ordre et à la prévention du crime, à la protection de la santé ou de la morale, à la protection de la réputation ou des droits d'autrui, pour empêcher la divulgation d'informations confidentielles ou pour garantir l'autorité et l'impartialité du pouvoir judiciaire ».

¹⁸⁵ Pour davantage de précisions, voir également Cour européenne des droits de l'homme – Fiche thématique – Discours de haine, juillet 2017, https://www.echr.coe.int/Documents/FS_Hate_speech_FRA.pdf.

¹⁸⁶ Cour européenne des droits de l'homme (deuxième section), Décision du 27 juin 2017, affaire *Belkacem c. Belgique*, (requête n° 34367/14), <http://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-175941>.



condamnation du requérant, dirigeant et porte-parole de l'organisation « Sharia4Belgium » dissoute en 2012, pour incitation à la discrimination, à la haine et à la violence en raison de propos qu'il avait tenus dans des vidéos publiées sur YouTube au sujet des personnes qui ne sont pas de confession musulmane et de la charia. Il soutenait devant la Cour européenne des droits de l'homme qu'il n'avait jamais eu l'intention d'inciter d'autres personnes à la haine, à la violence ou à la discrimination, mais qu'il avait simplement cherché à propager ses idées et ses opinions. Il affirmait par ailleurs que ses propos n'étaient que la manifestation de sa liberté d'expression et de religion et n'étaient pas de nature à constituer une menace pour l'ordre public.

La Cour européenne a estimé que les propos en question ne laissaient aucun doute sur la teneur fortement haineuse des opinions de M. Belkacem et sur le fait qu'il cherchait, au moyen de ses enregistrements et de ses messages vidéos publiés en ligne, à susciter la haine, la discrimination et la violence à l'égard de l'ensemble des personnes qui ne sont pas de confession musulmane. Elle a, par ailleurs, précisé qu'une attaque aussi générale et véhémement est en contradiction avec les valeurs de tolérance, de paix sociale et de non-discrimination sur lesquelles se fonde la Convention. La Cour européenne des droits de l'homme a, par conséquent, déclaré la requête irrecevable, compte tenu de son incompatibilité avec les dispositions de la Convention et du fait que M. Belkacem a tenté de détourner l'article 10 de la Convention de sa vocation, en utilisant son droit à la liberté d'expression à des fins manifestement contraires à l'esprit de la Convention.

5.1.1.2 La responsabilité des portails d'actualités en matière de discours de haine et de propos injurieux postés par des internautes

5.1.1.2.1 Les limites de l'exonération de responsabilité pour les commentaires extrêmes postés par les internautes sur un portail d'actualités exploité à des fins commerciales

L'affaire *Delfi AS c. Estonie*¹⁸⁷ est la première dans laquelle la Cour européenne a été appelée à examiner un grief relatif à la responsabilité d'un portail d'actualités en ligne sur lequel des internautes avaient posté des commentaires injurieux. La société requérante, qui exploite à titre commercial un portail d'actualités, se plaignait que les juridictions nationales l'aient jugée responsable des commentaires injurieux laissés par des internautes au sujet de l'un de ses articles d'actualités en ligne, qui concernait une compagnie de navigation. A la demande des avocats du propriétaire de la compagnie de navigation, la société requérante avait retiré les commentaires injurieux environ six semaines après leur publication.

¹⁸⁷ Arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme (Grande Chambre) rendu le 16 juin 2015 dans l'affaire *Delfi AS c. Estonie*, (requête n° 64569/09), <http://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-155627>.



L'affaire concernait en effet les devoirs et responsabilités des portails d'actualités en ligne qui fournissent à des fins commerciales une plateforme destinée à la publication de commentaires émanant d'internautes sur des informations précédemment publiées. Or, il arrive que certains internautes, identifiés ou anonymes, déposent des propos clairement illicites portant atteinte aux droits de la personnalité de tiers. L'affaire Delfi ne concerne pas d'autres types de forums en ligne, susceptibles de publier des commentaires provenant d'internautes, par exemple les forums de discussion, les sites de diffusion électronique ou encore les plateformes de médias sociaux. Par ailleurs, la question sur laquelle la Grande Chambre était appelée à se prononcer en l'espèce n'était pas de savoir s'il avait été porté atteinte à la liberté d'expression des auteurs des commentaires mais de déterminer si le fait de juger Delfi responsable des commentaires postés par des tiers avait porté atteinte à la liberté de l'intéressée de communiquer des informations.

La Grande Chambre a conclu que la décision des juridictions estoniennes de tenir Delfi pour responsable était justifiée et ne constituait pas une restriction disproportionnée du droit de l'intéressée à la liberté d'expression ; ses conclusions reposaient sur les principaux motifs suivants et ne doivent pas être interprétées comme le fait d'imposer une forme de « censure privée »¹⁸⁸ :

- Premièrement, en raison du caractère extrême des commentaires en question et du fait qu'ils avaient été laissés en réaction à un article publié par Delfi sur un portail d'actualités que celle-ci exploitait à titre professionnel dans le cadre d'une activité commerciale. La Cour européenne a en effet estimé en l'espèce que l'exonération de responsabilité ne pouvait s'appliquer à Delfi, dans la mesure où son rôle dans la publication des commentaires en question sur son portail d'actualités avait dépassé celui d'un prestataire passif de services purement techniques¹⁸⁹.
- Deuxièmement, compte tenu du fait que les mesures prises par Delfi pour retirer les commentaires injurieux dans les meilleurs délais après leur publication ont été insuffisantes. La Grande Chambre a, par ailleurs, précisé que les commentaires en cause consistaient principalement en un discours de haine et en des propos incitant directement à des actes de violence. Par conséquent, la constatation de leur caractère illicite ne nécessitait aucune analyse linguistique ou juridique de la part de Delfi ; le caractère illicite apparaissait au premier coup d'œil.

¹⁸⁸ Voir également Voorhoof, D., *Delfi AS c. Estonie* (Grande Chambre), IRIS 2015-7/1, Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, France, <http://merlin.obs.coe.int/iris/2015/7/article1.fr.html>.

¹⁸⁹ La raison pour laquelle Delfi ne pouvait se prévaloir du régime exemptant de responsabilité les fournisseurs de services internet prévu aux articles 12 à 15 de la Directive 2001/31/CE relative au commerce électronique tenait au fait que, selon les tribunaux estoniens, la société avait invité ses lecteurs à commenter ses articles et qu'elle avait alors un certain contrôle sur ces commentaires. Or, elle avait surtout un intérêt économique à exploiter sa plateforme en y intégrant les commentaires litigieux. La Cour européenne n'a pas contesté cette conclusion des tribunaux estoniens et a limité son rôle au contrôle de la compatibilité des effets du refus de considérer Delfi comme un fournisseur de services internet avec les dispositions de l'article 10 de la Convention.



5.1.1.2.2 L'absence de responsabilité pour les commentaires injurieux postés par des internautes sur des portails d'actualités à but non lucratif

Contrairement à l'affaire *Delfi*, la Cour européenne des droits de l'homme a conclu le 2 février 2016 dans l'affaire *Magyar Tartalomszolgáltatók Egyesülete et Index.hu c. Hongrie*¹⁹⁰ que l'organe d'autorégulation des fournisseurs de contenu sur internet et le portail d'actualités en ligne concernés n'étaient pas responsables des commentaires grossiers et injurieux postés sur leurs sites web respectifs. L'affaire concernait la plainte de l'organe d'autorégulation hongrois (*Magyar Tartalomszolgáltatók Egyesülete* et du portail d'actualités *Index.hu Zrt*, selon laquelle les juridictions hongroises les avaient tenus responsables des commentaires postés en ligne par des internautes à la suite de la publication d'une opinion critiquant les pratiques commerciales trompeuses de deux sites web d'annonces immobilières.

La Cour européenne des droits de l'homme a rappelé que, même s'ils ne sont pas les éditeurs des commentaires au sens traditionnel du terme, les portails d'actualités sur internet doivent en principe assumer un certain nombre de devoirs et responsabilités. La Cour européenne a toutefois estimé qu'au moment de se prononcer sur la notion de responsabilité des requérants, les juridictions hongroises n'avaient pas dûment mis en balance les droits concurrents en jeu, à savoir le droit des requérants à la liberté d'expression et le droit des sites d'annonces immobilières au respect de leur réputation commerciale.

Il convient de noter que la situation des requérants en l'espèce présentait un certain nombre de différences avec celle de la requérante dans l'affaire *Delfi AS c. Estonie*, dans la mesure où la présente affaire ne comportait pas les éléments cruciaux constitutifs d'un discours de haine et d'une incitation à la violence. En outre, Index est le propriétaire d'une grande entreprise de médias et doit donc être considéré comme ayant des intérêts économiques en jeu, alors que MTE est pour sa part une association à but non lucratif d'autorégulation des fournisseurs de contenus internet, à laquelle on ne connaît pas de tels intérêts¹⁹¹.

5.1.1.2.3 La liberté d'expression et la propagation de fausses informations

Pour ce qui est de la question des « fausses informations » sur les plateformes de partage de vidéos, la Cour européenne des droits de l'homme n'a jusqu'à présent pas été saisie

¹⁹⁰ Arrêt rendu le 2 février 2016 par la Cour européenne des droits de l'homme dans l'affaire *Magyar Tartalomszolgáltatók Egyesülete et Index.hu Zrt c. Hongrie*, (requête n° 22947/13), <http://hudoc.echr.coe.int/eng?i=003-5288154-6577160>.

¹⁹¹ Sur le même thème, voir la décision d'irrecevabilité rendue le 7 février 2017 par la Cour européenne des droits de l'homme dans l'affaire *Pihl c. Suède* (requête n° 74742/14), <http://hudoc.echr.coe.int/eng?i=002-11589>.

Voir également D. Vorhoof, Affaire *Rolf Anders Daniel Pihl c. Suède*, IRIS 2017-9/1, Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, France, <http://merlin.obs.coe.int/iris/2017/5/article3.fr.html>.



d'une requête sur ce problème. Cependant, dans son arrêt rendu en 2005 dans l'affaire *Salov c. Ukraine*¹⁹², elle a apporté un éclairage relativement intéressant sur la portée de la notion de « propagation de fausses informations » en matière de liberté d'expression. La Cour européenne a notamment confirmé que :

« [...] l'article 10 de la Convention en tant que tel ne met pas obstacle à la discussion ou à la diffusion d'informations reçues, même en présence d'éléments donnant fortement à croire que les informations en question pourraient être fausses. En juger autrement reviendrait à priver les personnes du droit d'exprimer leurs avis et opinions au sujet des déclarations faites dans les médias de masse et ce serait ainsi mettre une restriction déraisonnable à la liberté d'expression consacrée par l'article 10 de la Convention » (paragraphe 113).

5.2 La Cour de justice de l'Union européenne

5.2.1 La définition d'une plateforme de partage de vidéos

Dans une récente affaire dont la Cour de justice de l'Union européenne a été saisie par la Cour suprême fédérale allemande, le *Bundesgerichtshof*, la juridiction de renvoi avait été amenée à déterminer quelle définition devait être retenue pour une chaîne vidéo de YouTube comportant de courtes vidéos promotionnelles, au vu des définitions énoncées par la Directive SMAV.

L'affaire concernait une courte vidéo au sujet d'un nouveau véhicule de la marque Peugeot publiée par *Peugeot Deutschland* sur une chaîne vidéo dont elle dispose auprès de YouTube. *Deutsche Umwelthilfe*¹⁹³ avait intenté une action en justice contre *Peugeot Deutschland* devant le *Landgericht Köln*, le tribunal régional de Cologne, en Allemagne, en affirmant que, dans la vidéo de présentation de ce nouveau modèle de véhicule, l'absence de mention des informations sur la consommation de carburant officielle et les émissions de CO₂ officielles était contraire au Règlement allemand relatif à l'information des consommateurs au sujet de la consommation de carburant, des émissions de CO₂ et de la consommation électrique des véhicules neufs destinés aux particuliers (le « *Pkw-ENVKV* »). Il revenait à la Cour de justice de l'Union européenne de déterminer si la fourniture sur YouTube d'une chaîne de vidéos promotionnelles pour des modèles de véhicules neufs

¹⁹² Arrêt rendu le 6 septembre 2005 par la Cour européenne des droits de l'homme dans l'affaire *Salov. c. Ukraine*, requête n° 65518/01, <http://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-70097..>

¹⁹³ *Deutsche Umwelthilfe* est une association à but non lucratif pour la protection de l'environnement et des consommateurs, soutenue par des subventions et des dons de projets publics et privés. Elle est également membre du Bureau européen de l'environnement, à Bruxelles.



destinés aux particuliers constituait ou non un « service de médias audiovisuels » au sens de l'article 1 (1) (a) de la Directive SMAV.

Dans son arrêt du 21 février 2018¹⁹⁴, la Cour de justice a conclu qu'une chaîne de vidéos promotionnelles diffusée sur YouTube ne saurait être considérée comme ayant pour objet principal la fourniture de programmes dans le but d'informer, de divertir ou d'éduquer le grand public. Cette vidéo avait indéniablement pour objectif de promouvoir, à des fins purement commerciales, le produit ou le service présenté. Par conséquent, à supposer même qu'une chaîne de vidéos promotionnelles sur YouTube puisse satisfaire aux autres critères et caractéristiques d'un service de médias audiovisuels, son objectif promotionnel suffit à l'exclure du champ d'application de l'article 1 (1) (a) de la Directive SMAV. La Cour a par ailleurs établi une distinction entre ces vidéos et les « communications commerciales audiovisuelles » au sens de la directive SMAV, dans la mesure où ces vidéos ne sauraient être considérées comme accompagnant un programme ou y étant insérées moyennant paiement ou autre contrepartie, ou à des fins d'autopromotion. La Cour de justice de l'Union européenne a conclu que la définition d'un service de médias audiovisuels « ne couvre ni une chaîne de vidéos, telle que celle en cause au principal, sur laquelle les [internauts] peuvent consulter de courtes vidéos promotionnelles de modèles [de véhicules neufs destinés aux particuliers], ni une seule de ces vidéos prise isolément ».

5.2.2 Les plateformes en ligne et les atteintes au droit d'auteur

5.2.2.1 La notion de fournisseurs d'hébergement « actifs » ou « passifs »

Au fur et à mesure de l'apparition de nouveaux types de fournisseurs d'hébergement qui n'avaient pas été envisagés au moment de l'adoption de la Directive relative au commerce électronique, la Cour de justice de l'Union a, à de multiples occasions, qualifié les plateformes en ligne de « services d'hébergement », lesquels sont de nature à bénéficier du régime d'exonération prévu à l'article 14(1) de la Directive relative au commerce électronique.

La Cour de justice de l'Union européenne est partie du principe que l'article 14 de la Directive relative au commerce électronique s'appliquait uniquement à la fourniture neutre de services par un traitement purement technique et automatique des données fournies à ses clients. En d'autres termes, le critère retenu par la Cour de justice a été de prendre en compte le rôle « actif » ou « passif » joué par les plateformes à l'égard des informations qu'elles stockent. Les activités visant à indexer, suggérer et mettre en avant

¹⁹⁴ Affaire C-132/17, *Peugeot Deutschland GmbH c. Deutsche Umwelthilfe eV*, 21 février 2018, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:62017CJ0132&from=FR>.



l'information stockée peuvent par exemple être assimilées à un rôle « actif ». Il revient à la Cour de justice d'apprécier au cas par cas le rôle actif ou passif des plateformes¹⁹⁵.

Tableau 2. Sélection de jurisprudence de l'Union européenne concernant la notion de fournisseur « d'hébergement »

Références de l'affaire	Principaux griefs	Décision de la CJUE
Affaires jointes Cases C-236/08 à C-238/08 <i>Louis Vuitton c. Google</i>	Louis Vuitton et d'autres propriétaires de marques ont poursuivi Google pour contrefaçon de marque relativement au service de référencement en ligne « <i>AdWords</i> » de Google, où les annonceurs paient Google en fonction de la fréquence à laquelle les internautes cliquent sur leurs publicités. Il revenait à la CJUE de déterminer si <i>AdWords</i> devait être assimilé à un fournisseur de service « d'hébergement » sur internet, bénéficiant ainsi de l'exonération de responsabilité énoncée à l'article 14 de la Directive sur le commerce électronique, ou bien à un fournisseur de contenus internet.	<i>AdWords</i> est un service de la société de l'information. Toutefois, pour bénéficier du régime d'exonération de responsabilité, il revient à Google de démontrer que le rôle de ce service est « [...] neutre, en ce que son comportement est purement technique, automatique et passif, impliquant l'absence de connaissance ou de contrôle des données qu'il stocke ». L'élément essentiel pour déterminer dans quelle mesure l'exonération de responsabilité s'applique à une plateforme en ligne dépend du rôle actif ou non joué par la plateforme, ainsi que de sa connaissance ou non des informations stockées ou transmises.
C-324/09 <i>L'Oréal c. eBay</i>	L'Oréal avait poursuivi eBay pour son implication présumée dans des violations de marques commises par des utilisateurs de son site web. La CJUE a ainsi été amenée à se prononcer à titre préjudiciel sur l'interprétation de l'article 14 de la Directive relative au commerce électronique. L'assistance apportée par la plateforme à ses utilisateurs, par exemple en optimisant la publicité de leurs offres, est un indicateur du « rôle actif » joué par la plateforme.	L'article 14 de la Directive relative au commerce électronique « [...] doit être interprété en ce sens qu'il s'applique à l'exploitant d'une place de marché en ligne lorsque celui-ci n'a pas joué un rôle actif qui lui permette d'avoir une connaissance ou un contrôle des données stockées ». Cette même conclusion s'applique ici au « rôle actif » joué par la plateforme en ligne (fournisseur de services d'hébergement) en fonction de sa connaissance et/ou de son contrôle des informations stockées ou transmises.
C-434/15 <i>Asociación Profesional Elite Taxi c. Uber Systems Spain S.L.</i>	La plateforme électronique Uber fournit, au moyen d'une application pour smartphone, un service payant consistant à connecter des chauffeurs non professionnels utilisant leur propre véhicule avec des personnes souhaitant effectuer des trajets urbains. La CJUE a été amenée à se prononcer à titre préjudiciel afin de déterminer dans quelle mesure UberPop peut opérer en	La CJUE a estimé que le service fourni par Uber est plus qu'un service intermédiaire. Elle observe que l'application fournie par Uber est indispensable tant pour les chauffeurs que pour les personnes souhaitant effectuer un trajet urbain. Elle souligne également le fait qu'Uber exerce une influence déterminante sur les conditions imposées aux chauffeurs pour fournir leurs services. Cette application doit donc être considérée comme faisant

¹⁹⁵ Voir également, Cabrera Blázquez, F.J., Cappello, M, Grece, C. et Valais, S., *Le respect du droit d'auteur en ligne : politiques et mécanismes*, IRIS Plus, Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2015, page 62 et suivantes : <https://rm.coe.int/1680783484>.



	<p>Espagne sans l'autorisation spécifique des autorités espagnoles compétentes. Il revenait ainsi à la Cour de préciser si UberPop doit être assimilé à un prestataire de services dans le domaine des transports ou à un service de la société de l'information au sens de la Directive relative au commerce électronique.</p>	<p>partie intégrante d'un service global dont l'élément principal est un service de transport et doit par conséquent être assimilée non pas à un « service de la société de l'information » mais à un « service dans le domaine des transports ».</p> <p>Il s'agit là d'une affaire particulièrement intéressante, dans la mesure où elle démontre comment le fait de déterminer la nature des parties aux transactions (c'est-à-dire les commerçants ou les consommateurs) est essentiel pour identifier la législation applicable.</p>
--	---	--

5.2.2.2 L'applicabilité de l'exonération de responsabilité aux fournisseurs d'hébergement et d'accès à internet

L'article 14 (1) a) de la Directive relative au commerce électronique s'applique uniquement à l'exonération de responsabilité des services de la société de l'information qui n'ont effectivement pas connaissance de l'activité ou de l'information illicite et, pour ce qui est d'une demande de dommages-intérêts, qui n'ont pas connaissance de faits ou de circonstances selon lesquels l'activité ou l'information illicite est apparente. L'article 14 (1) b) du Directive relative au commerce électronique impose en outre au service de la société de l'information concerné, dès le moment où il a connaissance de ces faits, d'agir promptement pour retirer l'information en question ou en rendre l'accès impossible.

La Cour de justice de l'Union européenne ne s'est toutefois pas encore prononcée sur ce critère de connaissance au sens de l'article 14 de la Directive sur le commerce électronique. Elle interprète néanmoins l'article 14(1)(a) et (b) comme le fait que le fournisseur d'hébergement perd le bénéfice de cette exonération et, notamment, qu'il peut se voir infliger des dommages-intérêts s'il n'agit pas comme un « *opérateur économique diligent* ». Le fournisseur d'accès se voit donc refuser le bénéfice de l'exonération de responsabilité s'il a eu connaissance de faits ou de circonstances sur la base desquels un opérateur économique diligent aurait dû constater le caractère illicite en cause et agir promptement conformément à l'article 14(1)(b) de la Directive¹⁹⁶.

Le critère relatif au fait d'avoir « effectivement connaissance » de l'infraction spécifique commise peut sembler trop restrictif pour remédier aux infractions massives de contenus protégés par le droit d'auteur sur certaines plateformes de partage de vidéos, comme les plateformes p2p, dont le modèle commercial consiste à permettre aux

¹⁹⁶ Arrêt rendu le 12 juillet 2011 par la Cour de justice de l'Union européenne dans l'affaire C-324/09, *L'Oréal c. eBay*, paragraphe 120 et suivants, <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=107261&pageIndex=0&doclang=FR&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=687263>.



utilisateurs de télécharger et de partager des fichiers attractifs sur un compte premium contre rémunération.

Les fournisseurs d'accès représentent un autre type de services de la société de l'information bénéficiant de l'exonération de responsabilité au titre de l'article 12 de la Directive relative au commerce électronique, pour autant que leur rôle soit neutre et limité à celui de « simple transport ». Cependant, là aussi, depuis l'adoption de la Directive, de nouveaux modèles économiques de fournisseurs d'accès ont fait leur apparition ; ils se situent à la limite entre des fournisseurs d'accès internet et des fournisseurs d'hébergement et jouent un rôle considérable dans la diffusion des flux en direct pour un certain nombre de clients, par exemple la diffusion de matchs de football par les fournisseurs en amont à un plus large public, enfreignant ainsi les droits d'exclusivité de retransmission des chaînes de télévision à péage¹⁹⁷.

5.2.2.3 Les fournisseurs de liens hypertextes

La mise à disposition de liens hypertextes est l'un des aspects essentiels d'internet et de nombreuses plateformes en ligne sont consacrées à la production, à la collecte et à l'indexation de ces liens, à commencer par les moteurs de recherche ou les plateformes de partage de vidéos. Malgré l'importance considérable du rôle joué par les fournisseurs de liens hypertextes sur internet, l'applicabilité de l'exonération de responsabilité prévue aux articles 12 et 14 de la Directive relative au commerce électronique reste encore, dans une certaine mesure, relativement imprécise.

La Cour de justice de l'Union européenne a, quant à elle, précisé que les « prestataires de services de référencement » relèvent de l'article 14 de la Directive, compte tenu du caractère payant des liens hypertextes qu'ils proposent, c'est-à-dire les liens faisant la publicité de produits et services de tiers¹⁹⁸. La Cour de justice a par ailleurs élaboré ses propres règles en matière de responsabilité comme le montre sa jurisprudence dans les affaires *Svensson et autres, GS Media/Sanoma, Stichting Brein et Ziggo/Brein* (« *The Pirate Bay* ») (voir le tableau ci-dessous). Ces règles consistent en une approche plus souple établissant une obligation de vigilance appropriée aux fournisseurs de liens, ce qui suppose, notamment, de parvenir à un équilibre entre les intérêts des fournisseurs de liens hypertextes, les internautes et les titulaires de droits¹⁹⁹.

¹⁹⁷ Pour davantage de précisions, voir « *Liability of Online Service Providers for Copyrighted Content – Regulatory Action Needed?* » (« Responsabilité des fournisseurs de services en ligne en matière de contenus protégés par droit d'auteur - Des mesures réglementaires sont-elles nécessaires ? »), Direction générale des politiques internes, 2018, page 14, disponible uniquement en anglais sur :

[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2017/614207/IPOL_IDA\(2017\)614207_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2017/614207/IPOL_IDA(2017)614207_EN.pdf).

¹⁹⁸ Arrêt rendu le 23 mars 2010 par la Cour de justice de l'Union européenne dans les affaires jointes C-236/08 à C-238/08, *Google et Google France*, paragraphe 110,

<http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?docid=83961&doclang=FR>.

¹⁹⁹ Pour davantage de précisions sur la jurisprudence correspondante, voir Cabrera Blázquez, F.J. , Cappello, M., Grece, C. et Valais, S., « *Le respect du droit d'auteur en ligne : politiques et mécanismes* », IRIS Plus, IRIS Plus, *op. cit.*

**Tableau 3. Sélection de jurisprudence de l'Union européenne concernant la responsabilité des fournisseurs de « liens hypertextes »**

Références de l'affaire	Principaux griefs	Décision de la CJUE
C-466/12 <u><i>Svensson et autres</i></u>	<p>Des articles de presse rédigés par plusieurs journalistes suédois ont été publiés gratuitement sur le site internet de <i>Göteborgs-Posten</i>. <i>Retriever Sverige</i>, une société suédoise qui exploite un site web et fournit à ses clients des liens hypertextes vers des articles publiés sur d'autres sites, y compris sur le site de <i>Göteborgs-Posten</i>. <i>Retriever Sverige</i> n'avait cependant pas demandé aux journalistes en question l'autorisation de mettre à disposition des liens hypertextes vers leurs articles publiés sur le site du quotidien <i>Göteborgs-Posten</i>. Il revenait en l'espèce à la CJUE de déterminer si la mise à disposition de liens hypertextes vers des contenus protégés par le droit d'auteur et disponibles gratuitement sur d'autres sites constitue ou non une forme de communication au public.</p>	<p>La CJUE a conclu que le propriétaire d'un site web peut, sans l'autorisation des titulaires du droit d'auteur, rediriger les internautes au moyen de liens hypertextes vers des œuvres protégées accessibles gratuitement sur un autre site.</p> <p>Il en va de même si les internautes qui cliquent sur le lien en question ont l'impression que l'œuvre apparaît sur le site qui contient le lien hypertexte concerné.</p>
C-160/15 <u><i>GS Media c. Sanoma</i></u>	<p>GS Media exploite le site web <i>GeenStijl</i>, un blog néerlandais qui publie des actualités, des révélations scandaleuses et des enquêtes journalistiques et qui serait l'un des dix sites les plus visités aux Pays-Bas. En 2011, <i>GeenStijl</i> avait publié un article accompagné d'un lien hypertexte qui redirigeait les internautes vers un site australien où des photographies de Mme Dekker étaient disponibles en ligne. Les photographies avaient été publiées sur le site australien sans le consentement de Sanoma, l'éditeur du magazine <i>Playboy</i>, qui détient les droits d'auteur sur les photographies en question. Malgré les demandes de Sanoma, GS Media avait refusé de supprimer le lien hypertexte. En revanche, à la demande de Sanoma, le site australien avait supprimé les photos en question, et <i>GeenStijl</i> avait alors publié un nouvel article contenant également un lien hypertexte vers un autre site web sur lequel les photographies en question pouvaient être visionnées. Ce site avait lui aussi supprimé les photographies litigieuses à la demande de Sanoma. Les internautes qui naviguaient sur le blog de <i>GeenStijl</i> avaient alors posté de nouveaux liens vers d'autres sites où les fameuses photographies pouvaient être encore visionnées.</p> <p>Il revenait par conséquent à la CJUE de déterminer si la mise à disposition d'un lien</p>	<p>La CJUE a conclu que la publication sur un site internet d'un lien hypertexte vers des œuvres protégées par le droit d'auteur et publiées sans le consentement de l'auteur sur un autre site ne constitue pas une « communication au public » si la personne qui met à disposition ces liens le fait sans but lucratif et si elle n'a pas connaissance du caractère illicite que revêt la publication des œuvres en question.</p> <p>En revanche, si ces liens hypertextes sont proposés dans un but lucratif, la connaissance du caractère illicite de la publication sur l'autre site doit être présumée.</p>



	<p>hypertexte vers un site public exploité par un tiers sur lequel est publiée une œuvre sans le consentement du titulaire des droits en question constitue « une communication au public » au sens de la Directive 2001/29/CE.</p>	
<p>C-527/15 <u>Stichting Brein</u></p>	<p>M. Wullems commercialise sur internet différents modèles d'un lecteur multimédia baptisé « <i>filmspeler</i> ». Ce lecteur fait office d'intermédiaire entre une source de données audiovisuelles et un écran de télévision. M. Wullems a installé sur le lecteur un logiciel à code source ouvert qui permet de lire des fichiers dans une interface conviviale au moyen de menus structurés. Il avait en outre intégré à ce lecteur des modules complémentaires disponibles sur internet, dont la fonction était de récupérer les contenus désirés sur les sites de diffusion en flux continu et de les faire démarrer par un simple clic sur le lecteur multimédia connecté à un écran de télévision. Certains de ces sites de diffusion en flux continu donnent accès à des contenus numériques sans le consentement des titulaires des droits concernés. <i>Stichting Brein</i>, une fondation néerlandaise de défense des intérêts des titulaires du droit d'auteur, avait demandé au tribunal d'instance de Midden-Nederland d'ordonner à M. Wullems de cesser de commercialiser ces lecteurs multimédias ou des offres de liens hypertextes permettant aux internautes d'accéder de manière illicite à des œuvres protégées. <i>Stichting Brein</i> soutenait que, la commercialisation par M. Wullems de son lecteur multimédia constituait une « communication au public » en violation de la loi néerlandaise relative au droit d'auteur transposant la Directive 2001/29. Le tribunal néerlandais avait décidé de saisir la CJUE d'une question préjudicielle à ce sujet.</p>	<p>La CJUE a conclu que la commercialisation d'un lecteur multimédia permettant de visionner facilement et librement sur un écran de télévision des films disponibles de manière illicite en ligne pouvait constituer une violation du droit d'auteur.</p> <p>La Cour a également constaté que les actes de reproduction temporaire sur ce type de lecteur multimédia d'une œuvre protégée par le droit d'auteur obtenue par diffusion en flux continu sur un site internet appartenant à un tiers proposant cette œuvre sans le consentement du titulaire du droit d'auteur ne peuvent être exemptés du droit de reproduction.</p>
<p>C- 610/15 <u>Ziggo/Brein (« The Pirate Bay »)</u></p>	<p>Ziggo et XS4ALL sont des fournisseurs d'accès internet et un nombre considérable de leurs abonnés utilisent la plateforme de partage en ligne "The Pirate Bay". Cette plateforme permet aux internautes de partager et de télécharger, par fragments (« <i>torrents</i> »), des œuvres qui se trouvent sur leurs propres ordinateurs. Les fichiers en question sont, pour la plupart, des œuvres protégées par le droit d'auteur pour lesquelles les ayants droit n'ont pas donné leur consentement aux administrateurs ou aux utilisateurs de cette plateforme pour partager ces œuvres. <i>Stichting Brein</i>, une fondation néerlandaise qui défend les intérêts des titulaires du droit d'auteur, avait saisi les</p>	<p>La CJUE a conclu que la fourniture et la gestion d'une plateforme de partage en ligne d'œuvres protégées telle que « <i>The Pirate Bay</i> » peut constituer une violation du droit d'auteur.</p> <p>Même si les œuvres concernées sont mises en ligne par les utilisateurs de la plateforme de partage, ses administrateurs jouent un rôle incontournable dans la mise à disposition de ces œuvres.</p>



	juridictions néerlandaises pour qu'elles ordonnent à Ziggo et à XS4ALL de bloquer les noms de domaines et les adresses IP de « <i>The Pirate Bay</i> ». La Cour suprême néerlandaise avait alors décidé de saisir la CJUE afin de lui demander si les activités de cette plateforme de partage constituent une « communication au public » au sens de la Directive relative au droit d'auteur et, par conséquent, si elles portent atteinte au droit d'auteur.	
--	--	--

5.2.2.4 La responsabilité secondaire des services de la société de l'information

Même s'ils bénéficient de l'exonération de responsabilité au titre de la Directive relative au commerce électronique, et malgré le fait que l'article 15(1) de cette même Directive interdit aux Etats membres d'imposer aux services de la société de l'information une obligation générale de surveillance, des injonctions spécifiques peuvent, en principe, être rendues contre les services de la société de l'information (articles 12(3) et 15(2) de la Directive²⁰⁰). En vertu de ces dispositions, les titulaires de droits sont habilités à leur demander de prendre les mesures qui s'imposent pour empêcher toute nouvelle violation de leurs droits. Ces mesures peuvent prendre la forme d'une obligation de vigilance faite aux services de la société de l'information, par exemple des mesures de filtrage pour les fournisseurs d'hébergement ou des mesures de blocage pour les fournisseurs d'accès.

Dans certaines affaires susceptibles d'avoir des répercussions, la Cour de justice de l'Union européenne a établi une nette distinction entre les mesures de filtrage, qui sont utilisées pour détecter les infractions au droit d'auteur mais nécessitent une certaine forme de surveillance préventive des réseaux, et les mesures de blocage, qui empêchent principalement l'accès aux œuvres protégées²⁰¹.

²⁰⁰ L'article 15 de la Directive relative au commerce électronique « Absence d'obligation générale en matière de surveillance » s'applique notamment aux demandes d'injonction formulées au titre de l'article 8(3) de la Directive 2001/29/CE relative à l'harmonisation de certains aspects du droit d'auteur et des droits voisins et de l'article 11, troisième phrase, de la Directive 2004/48/CE relative au respect des droits de propriété intellectuelle, qui prévoit que les Etats membres veillent également à ce que les titulaires de droits puissent demander une injonction à l'encontre des intermédiaires dont les services sont utilisés par un tiers pour porter atteinte à un droit de propriété intellectuelle.

²⁰¹ Voir Angelopoulos, C. « *Are blocking injunctions against ISPs allowed in Europe? Copyright enforcement in the post-Telekabel EU legal landscape* », *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 2014, Volume 9, n° 10, <http://jiplp.oxfordjournals.org/content/9/10/812>.



Tableau 4. Sélection de jurisprudence de l'Union européenne concernant la responsabilité secondaire des services de la société de l'information

Références de l'affaire	Principaux griefs	Décision de la CJUE
<p>Affaire C-70/10 <u>Scarlett Extended c. SABAM</u></p>	<p>En 2004, la société de gestion collective belge SABAM avait constaté que des internautes utilisant les services de <i>Scarlett</i> téléchargeaient sur internet, sans autorisation et sans paiement de droits, des œuvres reprises dans son catalogue au moyen de réseaux « <i>peer-to-peer</i> ».</p> <p>En première instance, le tribunal de première instance de Bruxelles avait ordonné sous peine d'astreinte à <i>Scarlett</i>, en sa qualité de fournisseur d'accès à internet, de faire cesser ces atteintes au droit d'auteur en rendant impossible, au moyen d'un logiciel « <i>peer-to-peer</i> », toute forme d'envoi ou de réception par ses clients de fichiers électroniques reprenant une œuvre musicale du répertoire de la SABAM. Dans le cadre de l'appel interjeté par <i>Scarlett</i>, la Cour d'appel avait demandé à la CJUE si le droit de l'Union permet aux Etats membres d'autoriser un juge national à ordonner à un fournisseur d'accès à internet de mettre en place, de façon générale, à titre préventif, aux frais exclusifs de ce dernier et sans limitation dans le temps, un système de filtrage des communications électroniques afin d'identifier les téléchargements illicites de fichiers.</p>	<p>La CJUE a conclu que le droit de l'Union s'oppose à une injonction, prise par une juridiction nationale, d'imposer à un fournisseur d'accès à internet la mise en place d'un système de filtrage afin de prévenir les téléchargements illicites de fichiers.</p> <p>Une telle injonction ne respecte pas l'interdiction d'imposer à un tel prestataire une obligation générale de surveillance ni l'exigence d'assurer le juste équilibre entre, d'une part, le droit de propriété intellectuelle et, d'autre part, la liberté d'entreprise, le droit à la protection des données à caractère personnel et la liberté de recevoir ou de communiquer des informations.</p>
<p>C-360/10 <u>Sabam/Netlog</u></p>	<p>La SABAM s'oppose à Netlog NV, qui exploite une plateforme de réseau social en ligne sur laquelle tout utilisateur qui s'y inscrit, reçoit un espace personnel dénommé « profil » lui permettant de faire usage des œuvres musicales et audiovisuelles du répertoire de la SABAM sans autorisation ni versement de droits. La SABAM avait demandé au tribunal de première instance de Bruxelles de rendre une injonction à l'encontre de Netlog. Le tribunal de première instance avait saisi la CJUE afin de lui demander si le droit de l'Union s'oppose à une injonction faite par un juge national à un prestataire de services d'hébergement, tel qu'un exploitant d'un réseau social en ligne, de mettre en place un système de</p>	<p>La CJUE a conclu que l'exploitant d'un réseau social en ligne ne peut être contraint de mettre en place un système de filtrage général, visant tous ses utilisateurs, pour prévenir l'utilisation illicite des œuvres musicales et audiovisuelles.</p> <p>Une telle obligation contredit à la fois l'interdiction d'introduire une obligation générale de surveillance pour ce fournisseur et la nécessité d'assurer un équilibre approprié entre, d'une part, les droits de propriété intellectuelle et, d'autre part, la liberté d'entreprise, le droit à la protection des données à caractère personnel et le droit de recevoir ou d'envoyer librement des</p>



	<p>filtrage des informations stockées sur ses serveurs par les utilisateurs de ses services, s'appliquant indistinctement à l'ensemble de ces utilisateurs, à titre préventif, à ses frais exclusifs, et sans limitation dans le temps.</p>	<p>informations.</p>
<p>Affaire C-314/12 <u>UPC Telekabel Wien</u></p>	<p>A la demande des deux sociétés titulaires des droits de deux films, les tribunaux autrichiens avaient interdit à UPC Telekabel Wien, un fournisseur d'accès internet établi en Autriche, de fournir à ses clients l'accès au site « kino.to », sur lequel ces films pourraient être visionnés, voire téléchargés sans le consentement des titulaires des droits.</p> <p>Le <i>Handelsgericht Wien</i> (tribunal de commerce de Vienne) avait tout d'abord interdit à UPC de fournir à ses clients l'accès au site en question. Cette ordonnance devait notamment être réalisée par le blocage du nom de domaine et de l'adresse IP actuelle du site ainsi que de toute autre adresse IP de ce dernier dont UPC pourrait avoir connaissance. En sa qualité de juridiction d'appel, le <i>Oberlandesgericht</i> de Vienne a partiellement modifié l'ordonnance de la juridiction de première instance et a conclu que UPC Telekabel devait uniquement être considéré comme un intermédiaire et pouvait uniquement se voir imposer, sous la forme d'une obligation de résultat, d'interdire à ses clients l'accès au site internet litigieux, tout en restant libre de décider des moyens à mettre en œuvre. UPC Telekabel a formé un pourvoi en révision devant l'<i>Oberster Gerichtshof</i> (la Cour suprême autrichienne), qui a décidé de surseoir à statuer et de poser à la CJUE une série de questions préjudicielles.</p>	<p>La CJUE a conclu qu'un fournisseur d'accès à Internet peut se voir ordonner de bloquer à ses clients l'accès à un site web qui porte atteinte au droit d'auteur. Une telle injonction et son exécution doivent toutefois assurer un juste équilibre entre les droits fondamentaux concernés.</p>
<p>C-484/14 <u>McFadden/Sony Music</u></p>	<p>Cette affaire portait sur l'applicabilité de l'exonération de responsabilité à l'exploitant d'une boutique offrant au public l'accès gratuit à un réseau Wi-Fi pour les infractions au droit d'auteur commises par les utilisateurs de ce réseau.</p>	<p>La CJUE a conclu que l'exploitant d'un magasin qui propose gratuitement au public un réseau Wi-Fi n'est pas responsable des violations de droits d'auteur commises par un utilisateur. Toutefois, un tel exploitant peut être enjoint à sécuriser son réseau par un mot de passe afin de mettre un terme à ces violations ou de les prévenir.</p>



Il convient également d'évoquer une récente affaire dont a été saisie la Cour de justice de l'Union européenne le 30 janvier 2018²⁰² par la Cour suprême autrichienne (OGH) au sujet de la portée de l'article 15(1) de la Directive relative au commerce électronique et de l'applicabilité de l'exonération de responsabilité des fournisseurs d'hébergement en matière de discours de haine. La décision de la Cour de justice de l'Union européenne est particulièrement attendue puisqu'elle enrichira la jurisprudence de la Cour européenne des droits de l'homme relative à la portée de l'exonération de responsabilité des plateformes de médias sociaux en matière de discours de haine postés par les internautes, ainsi qu'à l'étendue de la notion d'obligation de vigilance de ces plateformes.

5.2.3 Les plateformes en ligne et les données à caractère personnel

5.2.3.1 Le « droit à l'oubli » sur les plateformes en ligne

Dans son arrêt rendu dans l'affaire C-131/12, *Google c. Agencia Española de Protección de Datos (AEPD)*²⁰³, la Cour de justice de l'Union européenne a été amenée à se prononcer pour la première fois sur la question de la protection des personnes à l'égard du traitement de leurs données à caractère personnel sur les sites internet et de la responsabilité des opérateurs de moteurs de recherche en ligne à cet égard.

L'affaire concernait un ressortissant espagnol qui avait saisi l'Agence espagnole de protection des données (*Agencia Espanola de Proteccion de Datos – AEPD*) d'une plainte contre Google, afin qu'elle ordonne à Google de supprimer ou de rendre inaccessibles les données à caractère personnel le concernant, qui apparaissaient dans un lien que proposait le moteur de recherche vers un quotidien espagnol mais n'avaient plus aucune pertinence et devaient par conséquent ne plus apparaître dans les résultats de recherche. L'AEPD a fait droit à cette plainte dans la mesure où les exploitants de moteurs de recherche sont tenus de respecter la législation relative à la protection des données. Google avait introduit un recours contre cette décision devant la Haute Cour nationale, laquelle a saisi la Cour de justice de l'Union européenne pour lui poser une série de questions préjudicielles portant sur (1) l'application territoriale de la Directive 95/46/CE ;

²⁰² Voir le Chapitre 3 de la présente publication, *Oberster Gerichtshof - OGH*, affaire n° 6Ob116/17b, https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/Justiz/JJT_20171025_OGH0002_0060OB00116_17B0000_000/JJT_20171025_OGH0002_0060OB00116_17B0000_000.pdf. Voir également, <http://ipkitten.blogspot.fr/2018/01/austria-refers-facebook-hate-speech.html> et <https://merlin.obs.coe.int/iris/2018/3/article9.fr.html>.

²⁰³ Arrêt rendu le 13 mai 2014 par la Cour de justice de l'Union européenne dans l'affaire C-131/12, *Google Spain c. AEPD et Mario Costeja Gonzalez*, http://curia.europa.eu/juris/document/document_print.jsf?doclang=FR&docid=152065.



(2) l'activité des moteurs de recherche en leur qualité de fournisseurs de contenus et ; (3) la portée du « droit à l'oubli ».

La Cour de justice de l'Union européenne a estimé que l'activité d'un moteur de recherche doit être qualifiée de « traitement de données à caractère personnel » dès lors que les informations traitées contiennent des données personnelles. L'opérateur du moteur de recherche doit être considéré comme le « responsable » du traitement en question et, à la demande de la personne concernée, est tenu de supprimer de la liste des résultats affichés à la suite d'une recherche effectuée à partir du nom de la personne les liens vers les pages web publiées par des tiers qui contiennent des informations relatives à cette même personne.

S'agissant du champ d'application territorial de la directive, la Cour de justice a estimé que « le traitement de données à caractère personnel » est effectué dans le cadre des activités d'un établissement du responsable du traitement sur le territoire d'un Etat membre dès lors que l'exploitant d'un moteur de recherche crée une filiale destinée à assurer la promotion et la vente d'espaces publicitaires et dont l'activité vise les habitants de cet Etat membre.

Enfin, pour ce qui est de la portée du « droit à l'oubli », la Cour de justice a estimé que s'il est constaté, à la suite d'une demande formulée par la personne concernée, que l'inclusion de ces liens dans la liste est, au stade actuel, incompatible avec la directive, les informations et liens figurant dans cette liste doivent être supprimés. La Cour observe à cet égard que même un traitement initialement licite de données exactes peut devenir, avec le temps, incompatible avec cette directive. C'est le cas lorsque, compte tenu de l'ensemble des circonstances caractérisant l'affaire, ces données apparaissent inadéquates, pas ou plus pertinentes ou excessives au regard des finalités pour lesquelles elles ont été traitées et du temps qui s'est écoulé. La Cour a ajouté que, dans le cadre de l'appréciation d'une telle demande introduite par la personne concernée à l'encontre du traitement réalisé par l'exploitant d'un moteur de recherche, il convient notamment d'examiner si cette personne a un droit à ce que les informations en question la concernant ne soient plus, au stade actuel, liées à son nom par une liste de résultats qui est affichée à la suite d'une recherche effectuée à partir de son nom. Si tel est le cas, les liens vers des pages web contenant ces informations doivent être supprimés de cette liste de résultats, à moins qu'il existe des raisons particulières, telles que le rôle joué par cette personne dans la vie publique, justifiant un intérêt prépondérant du public à avoir, dans le cadre d'une telle recherche, accès à ces informations.

La Cour a, par ailleurs, précisé que la personne concernée peut adresser cette demande directement à l'exploitant du moteur de recherche qui doit alors dûment en examiner le bien-fondé. Lorsque le responsable du traitement ne donne pas suite à la demande, la personne concernée peut alors saisir l'autorité de contrôle ou l'autorité judiciaire compétente pour qu'elle effectue les vérifications nécessaires et ordonne à ce responsable de prendre les mesures précises qui s'imposent.



5.2.3.2 Le transfert des données à caractère personnel par des plateformes en ligne vers des pays tiers

Un autre arrêt particulièrement digne d'intérêt en matière de traitement de données à caractère personnel par les plateformes en ligne concerne la question spécifique du transfert des données d'une personne vers un pays tiers, qui a été traitée par la Cour de justice de l'Union européenne le 6 octobre 2015, dans l'arrêt qu'elle a rendu dans l'affaire C-362 /14, *Schrems c. Data Protection Commissioner*²⁰⁴.

L'affaire repose sur la plainte adressée par un ressortissant autrichien utilisateur de Facebook au Commissaire irlandais à la protection des données, dans laquelle il lui demandait d'interdire le transfert vers les Etats-Unis de ses données à caractère personnel, en soutenant que le droit américain n'offrait pas de garantie adéquate de protection de ses données personnelles. Le commissaire avait rejeté la demande, affirmant que, conformément à la décision n° 2000/520 de la Commission (le « cadre de la sphère de sécurité »), le droit américain assurait un niveau adéquat de protection. La Haute Cour irlandaise a examiné la décision du commissaire et a donc saisi la Cour de justice de l'Union européenne pour qu'elle détermine si le commissaire est absolument lié par la décision de la Commission sur le droit américain et s'il convient que le commissaire examine lui-même la législation américaine en la matière

La Cour de justice de l'Union européenne estime que la Directive relative à la protection des données à caractère personnel doit s'interpréter en ce sens qu'une décision de la Commission « ne fait pas obstacle » à ce qu'une autorité nationale examine la demande d'une personne soutenant que « le droit et les pratiques en vigueur » dans un autre Etat « n'assurent pas un niveau de protection adéquat ». La Cour observe en outre que la juridiction irlandaise « semble partager en substance » les « doutes » émis par le plaignant au sujet de la « validité de la décision n° 2000/520 de la Commission » et, « afin de donner une réponse complète à la juridiction de renvoi », elle examine également la conformité de la décision prise par la Commission avec la Directive relative à la protection des données à caractère personnel et la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne. A l'issue d'un examen approfondi, la Cour de justice de l'Union européenne a conclu que la décision de la Commission est « invalide », dans la mesure où « la Commission n'a pas fait état, dans la décision n° 2000/520, de ce que les Etats-Unis d'Amérique « assurent » effectivement un niveau de protection adéquat en raison de leur législation interne ou de leurs engagements internationaux ». Ainsi, la décision est invalidée « sans qu'il soit besoin [pour la juridiction nationale] d'examiner les principes de la sphère de sécurité quant à leur contenu ». Enfin, la Cour estime que la Commission « a outrepassé [sa] compétence » en restreignant le pouvoir de contrôle des autorités nationales.

²⁰⁴ Arrêt rendu le 6 octobre 2015 par la Cour de justice de l'Union européenne dans l'affaire C-362/14, *Maximilian Schrems c. Data Protection Commissioner*, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:62014CJ0362&from=FR>.



5.2.4 Les plateformes en ligne et l'abus de position dominante

Les plateformes en ligne suscitent un certain nombre de nouvelles questions relatives au droit de la concurrence et à son application. La première de ces questions concerne la notion même de « plateformes en ligne », son champ d'application et ses limites²⁰⁵. La définition de cette notion suppose ensuite de délimiter le marché dans lequel ces plateformes opèrent, ainsi que de déterminer si les plateformes en ligne exercent leurs activités principalement sur un marché donné. L'évaluation juridique du marché en question, du point de vue du droit de la concurrence, devient plus complexe encore du fait de la nature généralement pluridimensionnelle des plateformes, compte tenu de leur capacité à pouvoir évoluer dans plusieurs marchés adjacents. De plus, le fonctionnement des plateformes en ligne peut donner lieu à de nouvelles pratiques qui risquent d'être contraires au droit de la concurrence, par exemple l'échange d'informations commerciales sensibles ou les pratiques concertées, que les autorités chargées de veiller au respect de la concurrence ont de plus en plus de mal à déceler. L'évaluation du pouvoir du marché peut en outre donner lieu à de nouvelles questions et difficultés, compte tenu, notamment, du nouveau rôle joué par les mégadonnées, de l'utilisation parallèle de différents services et des coûts de transition pour les utilisateurs, ainsi que de l'importance des répercussions directes et indirectes des réseaux. Les plateformes en ligne ont finalement tendance à renforcer la concurrence dans un secteur donné et à éventuellement modifier en profondeur l'équilibre des forces sur un marché précis, ce qui pose de nouveaux défis en matière de droit de la concurrence²⁰⁶.

Au vu des nouveaux défis relatifs au renforcement de la position dominante des plateformes en ligne sur le marché de l'Union européenne, les services de la concurrence de la Commission européenne se sont attachés à prévenir les éventuels risques que ces puissantes plateformes pourraient présenter pour les entreprises, les utilisateurs et la société, tout en créant les conditions optimales au développement des plateformes numériques en Europe.

Les services de la concurrence de la Commission européenne ont reçu un nombre considérable de plaintes sur un large éventail de pratiques prétendument anticoncurrentielles des plateformes dominantes en ligne, comme Google, Amazon, Facebook ou Apple, dans différents domaines de leurs activités. Par exemple, pour ce qui est de Google, plusieurs plaintes ont été déposées, notamment par des plateformes

²⁰⁵ Voir par exemple les paragraphes 45 et suivants de la Décision *Facebook/WhatsApp*, où la Commission européenne définit la notion de services de réseaux sociaux : Affaire n° COMP/M.7217 – *Facebook/WhatsApp*, Règlement (CE) n° 139/2004, Procédure de fusion, article 6(1)(b) Non-opposition, 3 octobre 2014, disponible en anglais sur :

http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7217_20141003_20310_3962132_EN.pdf.

²⁰⁶ Pour davantage de précisions, voir Hobbelen, H., Lorjé, N. et Guenay, A. « *Selected recent developments in the application of EU competition law to online platforms* » (en anglais),

<https://www.eui.eu/Projects/ENTRANCE/Documents/NewEntrance/Workshops/AnnualConference/Recent-Development-in-the-Application-of-EU-Competition-law-to-Online-Platforms-Hobbelen-Lorje%CC%81-Guenay.pdf>.



publicitaires, des opérateurs de télécommunications, des éditeurs, des associations de professionnels du secteur de l'image et des photothèques, à propos des principales allégations suivantes²⁰⁷ :

- l'utilisation de la position dominante de Google dans les recherches effectuées en ligne pour afficher artificiellement ses propres services spécialisés et les mettre en avant au détriment des services concurrents, sans informer les utilisateurs que ces résultats ne sont pas ceux du moteur de recherche habituel ;
- l'exclusivité publicitaire et les restrictions excessives imposées aux annonceurs ;
- l'imposition d'accords d'exclusivité aux éditeurs, tels que les quotidiens en ligne qui souhaitent utiliser ses services d'intermédiation publicitaire pour afficher des publicités de Google sur leurs sites web ;
- l'utilisation par Google du contenu original d'autres sites dans ses propres services de recherche en ligne sans le consentement des sites concernés, plus connu sous le nom de « *scrapping* ».

Pour un certain nombre de ces restrictions alléguées, Google a coopéré avec la Commission européenne au cours de la procédure d'enquête de lutte contre la concurrence déloyale, en s'engageant à modifier ou à supprimer ces pratiques contraires au droit de la concurrence. En juin 2017, la Commission européenne a néanmoins infligé à Google une amende record de 2,42 milliards EUR pour avoir injustement dirigé les internautes vers ses propres produits au détriment de ceux de ses concurrents²⁰⁸.

De même, en décembre 2017, les dirigeants de Spotify et de Deezer, ainsi qu'un groupe de sociétés européennes de jeux d'argent et de hasard en ligne, ont adressé une lettre au Président de la Commission européenne, M. Jean-Claude Juncker, dans laquelle ils appellent la Commission européenne à garantir des conditions de concurrence équitables sur les plateformes détenues par les grandes sociétés technologiques américaines, parmi lesquelles Apple et Amazon. Ils demandent d'imposer à ces dernières « *des obligations précises et exécutoires visant à dissuader et à prévenir toute forme de pratiques commerciales déloyales par ces plateformes* ». Ils estiment en effet que la nouvelle réglementation de l'Union européenne devrait aller « *au-delà de simples exigences de transparence, qui sont insuffisantes pour garantir à elles seules que ces plateformes se limiteront à un rôle de passerelles et non à faire office de gardiennes de l'économie numérique* »²⁰⁹. Cette initiative fait suite à un premier courrier adressé en mai 2017 à la Commission européenne dans le cadre de la révision à mi-parcours de la Stratégie numérique, dans lequel ils affirmaient que certaines plateformes en ligne, comme les moteurs de recherche et les boutiques d'applications, abusaient de leur position de passerelles vis-à-vis des clients pour promouvoir leurs propres services ou imposer des conditions générales inéquitables.

²⁰⁷ D'autres allégations concernant les activités de Google ne concernent pas des questions de concurrence et portent sur des domaines aussi divers que l'impôt sur les sociétés, la confidentialité des données, le droit d'auteur et la neutralité d'internet.

²⁰⁸ http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-1784_fr.htm.

²⁰⁹ <https://www.presse-citron.net/streaming-deezer-spotify-accusent-apple-dabus-de-position-avantageuse/>.



La tentative alléguée selon laquelle Google aurait fait pression sur les labels de musique indépendants pour obtenir de meilleures conditions pour son nouveau service de diffusion en *streaming* sur YouTube est un autre exemple qui illustre ces pratiques déloyales. En juin 2014, IMPALA, l'*Independent Music Companies Association* basée à Bruxelles, a saisi la Commission européenne d'une plainte détaillée dans laquelle elle mettait l'accent sur une série d'infractions à la réglementation européenne en matière de concurrence et présentait cinq comportements spécifiques illicites de YouTube dans une position de gardien du marché en ligne. IMPALA avait notamment affirmé que YouTube mettait en place des barrières artificielles à l'accès au marché numérique et avait rendu compte de stratégies de négociation qui consistaient à bloquer les vidéos de leurs artistes si ces derniers n'acceptaient pas de signer des contrats non négociables relatifs au nouveau service d'abonnement *premium* de YouTube. IMPALA avait signalé ces conditions abusives imposées par YouTube aux auteurs lors de la négociations de leurs droits, ainsi que les clauses abusives des contrats conclus avec les artistes vidéo, comme l'insertion de la clause particulièrement controversée de « la nation la moins favorisée », les dispositions applicables à la fourniture de contenus visant à restreindre la liberté des labels et de leurs artistes de décider de la gestion de leurs albums et du marketing qui s'ensuit, comme les droits d'exclusivité, par exemple²¹⁰.

5.3 Jurisprudence nationale (sélection)

Le présent chapitre offre un choix d'affaires de la jurisprudence nationale de divers pays motivé par leur pertinence en matière de plateformes en ligne. Les thèmes et les pays retenus dans les tableaux ci-dessous ne doivent pas être considérés comme une vue d'ensemble exhaustive, mais plutôt comme une illustration structurée des évolutions les plus intéressantes survenues au cours de ces dernières années, présentées dans la base de données MERLIN de l'Observatoire²¹¹ et complétées par des recherches ultérieures.

Ces affaires sont regroupées en 6 catégories : 1) la notion de plateformes, 2) la protection des mineurs, 3) la protection des citoyens, 4) la publicité et la protection des consommateurs, 5) la protection des données et 6) la protection des droits d'auteur. Les affaires sont réparties par pays dans chacune de ces catégories thématiques et s'accompagnent d'un résumé de l'affaire et de la principale décision rendue par la juridiction compétente.

²¹⁰ <http://www.completemusicupdate.com/article/impala-confirms-ec-complaint-submitted-over-youtube-dispute/>.

²¹¹ L'accès à la base de données MERLIN de l'Observatoire européen de l'audiovisuel est disponible sur <http://merlin.obs.coe.int/>.



5.3.1 La notion de « plateforme »

Comme nous l'avons vu dans les chapitres précédents, en matière d'environnement en ligne, la notion couramment employée de « plateforme » désigne un large éventail de services (Amazon, eBay, Facebook et Uber, notamment) et de modèles commerciaux (comme les médias sociaux, les moteurs de recherche, les boutiques d'applications, les plateformes de commerce électronique et les sites comparateurs de prix, notamment), qui ont pourtant peu de caractéristiques communes. Compte tenu de la rapidité à laquelle évoluent les technologies, il est probable que le caractère imprécis de cette notion perdure. Du fait de l'éclatement des notions commerciales, le terme « plateforme » lui-même a été utilisé différemment dans les diverses initiatives politiques prises au niveau aussi bien national que de l'Union européenne. La question de la définition juridique des plateformes en ligne est toutefois très différente, comme le montrent clairement les décisions de justice rendues jusqu'à présent.

Tableau 5. Sélection de jurisprudence nationale concernant la notion de plateforme en ligne

Références de l'affaire	Principaux griefs	Principales décisions
DE – Allemagne		
Affaire Hotelbewertungsportal I ZR 94/13	<p><i>Hotelbewertungsportal</i> est un site d'évaluation d'hôtels qui permet aux clients de donner une note et de rédiger un commentaire au sujet des hôtels dans lesquels ils ont séjourné.</p> <p>A la suite de la publication d'un commentaire indiquant que « pour 37,50 € par personne et par nuit, il y avait des punaises », le propriétaire de l'hôtel avait intenté une action en justice contre le site d'évaluation d'hôtels, en demandant des dommages-intérêts</p>	<p>En 2015, la Cour fédérale de justice allemande a conclu que le site en question n'avait pas activement promu ni diffusé le commentaire de l'utilisateur et qu'il n'était pas responsable de l'exactitude des notes attribuées par les utilisateurs en vertu de l'exonération de responsabilité des intermédiaires prévue à l'article 10 de la loi relative aux télémedias, qui transpose certaines dispositions de la Directive relative au commerce électronique</p> <p>La Cour a également observé que le site internet n'était soumis à « aucune obligation déraisonnable de procéder à l'examen des commentaires publiés par les utilisateurs », qui pourrait « remettre totalement en cause le modèle commercial » de l'opérateur de la plateforme.</p>
FR – France		
Pewterpassion et Saumon's c. Leguide.com 11-27729	<p>Deux sociétés, <i>Pewterpassion</i> et <i>Saumon's</i>, ont intenté une action en justice contre le site comparateur de prix <i>Leguide.com</i>, qui propose des contrats de référencement prioritaire à ses utilisateurs contre paiement, leur permettant ainsi de placer leurs produits en première place.</p>	<p>La Cour de cassation a rejeté l'argument selon lequel ce site comparateur de prix avait la qualité de simple fournisseur de services d'hébergement et a confirmé la qualification d'activité publicitaire.</p> <p>La Cour de cassation a en effet conclu qu'en plaçant des produits en première place contre rémunération, la plate-forme assurait de façon indirecte la promotion de ces produits et</p>



Références de l'affaire	Principaux griefs	Principales décisions
		agissait ainsi comme un prestataire actif d'un service commercial pour le compte cette société.
IT – Italie		
Décision de l'AGCM au sujet de TripAdvisor Décision	<p><i>TripAdvisor</i> est une plateforme en ligne qui permet à ses utilisateurs de publier des commentaires et de comparer des hôtels et des restaurants afin de partager avec d'autres utilisateurs leurs expériences et ainsi donner des avis sur les adresses répertoriées sur cette plateforme.</p> <p><i>TripAdvisor</i> utilise un système de filtrage pour vérifier la véracité des commentaires postés par les utilisateurs. Il a toutefois été constaté qu'un grand nombre de faux commentaires étaient également publiés ; ces actes constitueraient par conséquent une forme de concurrence déloyale.</p>	<p>L'Autorité italienne de la concurrence (AGCM), a estimé lors de son examen de l'affaire en 2014 que les faux commentaires devaient être assimilés à des informations trompeuses et à des pratiques commerciales déloyales, puisqu'ils pourraient avoir une incidence sur la classification des sites, fausseraient la concurrence et décevraient le consommateur moyen, enfreignant ainsi les articles 5, 6 et 7 de la Directive relative aux pratiques commerciales déloyales, transposée dans le Code italien de la consommation.</p> <p>En conséquence, <i>Tripadvisor</i> s'est vu infliger une amende de 500 000 EUR et doit, dans un délai de 90 jours, se conformer à la décision de l'AGCM.</p>
Personne physique c. Google Italy affaire n° 5107/14	<p>L'affaire concernait une vidéo publiée sur Google montrant plusieurs jeunes en train de harceler et d'humilier un camarade de classe handicapé mental.</p> <p>Dans une décision pénale rendue par le tribunal de première instance de Milan en 2010, trois cadres de Google avaient été condamnés à six mois de prison avec sursis pour atteinte au respect de la vie privée. Cependant, en décembre 2012, la Cour d'appel de Milan avait infirmé la décision rendue en première instance et les avait acquittés.</p>	<p>La Cour de cassation italienne, après avoir pris en compte la jurisprudence de la CJUE, a conclu que Google devait être assimilé à un fournisseur d'hébergement, puisque la plateforme n'est qu'un espace de stockage pour des vidéos téléchargées par des tiers et qu'elle ne contribue en aucune façon au contenu des vidéos en question.</p> <p>La Cour de cassation a en effet estimé que seul l'utilisateur ayant mis le contenu litigieux en ligne peut être tenu responsable de l'infraction. Le fournisseur d'hébergement ne peut quant à lui être tenu responsable de l'infraction dès lors qu'il supprime ou bloque dans les meilleurs délais l'accès au contenu en question après avoir pris connaissance de son caractère illicite.</p>

5.3.2 La protection des mineurs

Dans un environnement médiatique convergent, les mineurs bénéficient d'une protection spéciale visant à préserver leur épanouissement physique, mental ou psychique, dans le cadre non seulement de la législation européenne et nationale et des initiatives de politique publique, mais également des initiatives privées prises par les différentes parties prenantes.



Comme le montrent les affaires ci-dessous, les mineurs bénéficient non seulement d'une protection en leur qualité d'utilisateurs et de spectateurs de contenus en ligne, mais également en tant que protagonistes dans un contenu pouvant être visualisé, partagé ou hébergé en ligne ; cette protection s'applique également à la manière dont ils sont présentés, comme dans les contenus pédopornographiques, qui est considérée comme une infraction pénale dans la législation nationale des Etats membres.

En matière de communications commerciales en ligne, les mineurs sont protégés contre les contenus à caractère commercial susceptibles de profiter de leur vulnérabilité en les incitant à acheter ou à persuader leurs parents ou d'autres adultes de leur acheter les produits présentés par les publicités dont ils sont la cible.

Tableau 6. Sélection de jurisprudence nationale concernant la protection des mineurs sur les plateformes en ligne

Références de l'affaire	Principaux griefs	Principales décisions
AT – Autriche		
Disney Universe affaire n° 4 Ob 95/13v	Le site « <i>Disney Universe</i> » commercialise des vidéos et des DVD, ainsi que des jeux en ligne et de la musique, accompagnés de slogans tels que « Regardez vos séries sur DVD » et « Téléchargez votre bande originale préférée » ; il comporte également des liens vers le site de commerce en ligne Amazon auprès duquel les DVD et les CD peuvent être achetés.	La Cour suprême autrichienne n'a constaté aucune infraction à la Directive relative aux pratiques commerciales déloyales, qui interdit d'inciter directement les enfants à acheter ou à persuader leurs parents ou d'autres adultes de leur acheter les produits présentés par les publicités dont ils sont la cible. La Cour a observé qu'il fallait une étape supplémentaire pour passer de l'invitation à acheter à la décision concrète d'acheter, qui peut être prise uniquement par le consommateur et non par l'annonceur. Le seul fait d'indiquer qu'il est possible d'acheter n'est donc pas une « incitation directe ».
DE – Allemagne		
L'Union fédérale allemande des associations de défense des consommateurs c. Runes of Magic affaire n° I ZR 34/12	L'Union fédérale des associations de défense des consommateurs avait signalé plusieurs slogans publicitaires en faveur d'accessoires supplémentaires pour le jeu « <i>Runes of Magic</i> ». Les slogans publicitaires du type « Relooke ton personnage » et « Sauter sur l'occasion pour donner à tes armes et ton armure un look d'enfer » avaient ainsi été diffusés sur des forums en ligne. L'auteur de la plainte estimait que ces publicités enfreignaient la loi allemande relative à la concurrence déloyale, dans	La Cour fédérale de justice a conclu qu'une publicité dont la formulation utilise systématiquement le tutoiement et de nombreux termes spécifiques aux enfants, notamment des anglicismes courants, est un élément suffisant pour déterminer que cette publicité cible principalement les enfants.



Références de l'affaire	Principaux griefs	Principales décisions
	la mesure où elles étaient formulées dans un langage destiné aux enfants, ce qui pouvait les inciter à vouloir acquérir ces accessoires.	
ES – Espagne		
Mesures prises par le CAC contre les sites pédopornographiques Communiqué de presse du CAC	L'affaire concernait deux sites web rédigés en anglais proposant gratuitement des photographies de jeunes filles nues ou semi-dénudées, qui semblaient être mineures. Le premier de ces sites, qui appartenait à une communauté en ligne basée aux Etats-Unis et spécialisée dans les contenus artistiques, contenait des photographies de jeunes filles en lingerie, dont certaines photographies contenaient l'adresse du deuxième site web, lequel mettait en scène des jeunes filles exhibant leurs organes sexuels et dont certaines simulaient un acte sexuel explicite.	A la suite d'une plainte dont il a été saisi, le Conseil catalan de l'audiovisuel (CAC) a procédé à l'examen des sites en question et de leurs contenus. Compte tenu des caractéristiques des contenus graphiques et du fait que les jeunes filles mises en scène semblaient être mineures, le CAC a conclu que ces contenus pouvaient être assimilés à de la pédopornographie et donc constitutifs d'une violation du Code pénal espagnol ; le CAC a par conséquent dénoncé les deux sites web au ministère public et aux services de police catalans.

5.3.3 La protection des citoyens

La multitude des affaires relevant de cette jurisprudence montre à quel point la notion de protection des citoyens peut être interprétée très différemment par les juges à l'échelon national, notamment pour ce qui est du discours de haine et de la violence en ligne. Comme les opérateurs en ligne ont été sensibilisés à cette question par les principales décisions de justice rendues et la jurisprudence et qu'ils ont mis en place des outils pour agir rapidement en cas de signalement de contenus illicites, la plupart des plaintes concernent les auteurs directs d'infractions, qui créent initialement et/ou mettent en ligne des contenus.

Tout contenu comportant des images ou des propos dont le caractère gravement préjudiciable est indéniable est systématiquement traité avec la plus grande sévérité et sa suppression est ordonnée.

Les situations dans lesquelles la protection des citoyens peut entrer en conflit avec d'autres droits, comme le droit à la liberté d'information et le droit à la liberté de création artistique, sont quant à elles souvent soumises à l'appréciation de la juridiction compétente afin de définir la portée des restrictions imposées à la liberté d'expression.

**Tableau 7. Sélection de jurisprudence nationale concernant la protection des citoyens sur les plateformes en ligne**

Références de l'affaire	Principaux griefs	Principales décisions
AT – Autriche		
<p><i>Eva Glawischnig-Piesczek c. Facebook</i> 6Ob116/17b</p>	<p>La députée autrichienne Eva Glawischnig-Piesczek avait porté plainte contre un article de presse partagé sur la page Facebook du profil d'un utilisateur privé. L'article comportait une photographie de la députée, où elle était notamment qualifiée de « misérable traîtresse à l'égard de ses concitoyens » et de « plouc véreuse » qui n'a « encore jamais gagné un seul centime honnêtement dans sa vie ». Son parti y était également qualifié de « parti fasciste ».</p> <p>Dans la mesure où Facebook n'avait pas donné suite à sa demande de suppression de l'article en question et de divulgation de la véritable identité et des coordonnées de l'utilisateur, la députée avait porté l'affaire devant la justice autrichienne.</p>	<p>Par l'ordonnance en référé rendue à son encontre, Facebook a été contraint de supprimer le contenu litigieux, ainsi que toute tentative de remettre en ligne ce même contenu ou des contenus analogues, de manière à ce qu'il ne soit plus possible dans le monde entier d'y accéder.</p> <p>A la suite de cette décision, Facebook a procédé au blocage de l'accès au contenu litigieux, mais uniquement en Autriche, et a fait appel de la décision.</p> <p>La juridiction d'appel a partiellement confirmé la décision rendue en première instance, car elle subordonnait l'obligation imposée à Facebook au fait que la plateforme avait véritablement connaissance de l'infraction, par exemple par une notification ultérieure.</p> <p>A la suite d'un recours introduit par les deux parties, l'affaire a été portée devant la Cour suprême autrichienne, qui a saisi la CJUE de plusieurs questions préjudicielles (voir la partie 2 du présent chapitre)</p>
DE – Allemagne		
<p><i>Personne physique c. YouTube</i> affaire n° 3 U 71/13</p>	<p>Un homme qui avait fait l'objet d'une condamnation pour avoir provoqué un accident mortel de la circulation s'était plaint du fait que de nombreux articles et reportages dans les médias concernant l'accident mentionnaient son identité et montraient son visage. Il avait alors intenté une action en justice contre YouTube, la plateforme sur laquelle étaient hébergées les vidéos litigieuses, pour demander la suppression des vidéos en question.</p>	<p>Dans cette affaire, le droit à la liberté d'expression et le droit du public à l'information ont primé sur le droit général au respect de la vie privée de l'auteur de la demande, puisque la Cour d'appel de Hamm a conclu que YouTube n'avait pas l'obligation de supprimer les vidéos relatives à l'accident en question.</p> <p>La Cour a par ailleurs estimé que le contenu litigieux présentait un intérêt général et qu'il ne constituait en aucune manière une forme de diffamation à l'encontre de l'auteur de la plainte et, qu'en principe, les utilisateurs de la plateforme devaient être autorisés à visionner et à télécharger tout contenu jugé licite.</p>
ES – Espagne		
<p>Notification du CAC à YouTube Communiqué de</p>	<p>Un utilisateur de YouTube avait mis en ligne une vidéo dans laquelle une personne offrait à un mendiant une boîte de biscuits fourrés avec du</p>	<p>Le Conseil catalan de l'audiovisuel (CAC) a demandé à YouTube de supprimer les quatre copies de la vidéo litigieuse mises en ligne sur la plateforme.</p>



Références de l'affaire	Principaux griefs	Principales décisions
presse du CAC	dentifrice. Alors même que l'utilisateur en question avait supprimé cette vidéo, le CAC avait constaté que cette même vidéo avait été téléchargée et mise en ligne sur quatre autres comptes YouTube.	Le CAC a en effet estimé que cette vidéo portait atteinte aux droits fondamentaux d'une personne, et plus particulièrement le droit à la dignité du mendiant.
Notification du CAC à YouTube Communiqué de presse du CAC	Cinq vidéos d'incitation à la violence contre les femmes, parmi lesquelles figuraient <i>Cómo pegar a una mujer</i> (« Comment battre une femme ? »), avaient été signalées au Conseil catalan de l'audiovisuel (CAC). En parallèle, le Procureur général de Barcelone avait mené des investigations sur les contenus illicites en question.	Le CAC a ordonné à YouTube de supprimer les contenus en question, qui constituaient une infraction pénale au titre du Code pénal espagnol. Cette ordonnance du CAC est intervenue après les investigations menées par le Procureur général au sujet des plaintes dont avait été saisi le CAC. YouTube avait alors procédé à la suppression des cinq vidéos litigieuses hébergées sur ses services.
FR – France		
UEJF et AIPJ c. Dieudonné Procédure en référé – 12 février 2014	L'humoriste français Dieudonné s'est vu ordonner par une décision de justice de supprimer une vidéo publiée sur sa chaîne YouTube, dont deux passages étaient prétendument constitutifs d'incitation à la haine raciale et d'apologie de crimes contre l'humanité, en référence aux crimes perpétrés pendant la Seconde Guerre mondiale. La vidéo en question avait cependant été dupliquée par d'autres utilisateurs, y compris sur d'autres plateformes de vidéos, et avait ainsi totalisé plus de trois millions de vues. YouTube, l'hébergeur des contenus litigieux, avait refusé de supprimer la vidéo tant que les contenus en question n'étaient pas déclarés illicites par la justice, se contentant jusqu'à ce qu'une décision en ce sens soit rendue d'afficher ce message d'avertissement à ses utilisateurs : « <i>Le contenu suivant a été identifié par la communauté YouTube comme potentiellement offensant ou choquant. Il vous appartient de choisir de le visionner ou pas</i> ».	Le juge des référés du Tribunal de grande instance de Paris a ordonné à Dieudonné de supprimer les deux passages litigieux de la vidéo sur sa chaîne YouTube, sous astreinte de 500 EUR par jour de retard. Le juge a estimé que les limites de la liberté d'expression avaient dans la présente affaire dépassé les excès pouvant être tolérés.
LICRA c. Dieudonné, Les productions de la plume et autres	Une vidéo intitulée « <i>Dieudonné l'antisémite - Les camps de concentration</i> », réalisée et mettant en scène l'intéressé, était visible sur le site	Le Tribunal de grande instance de Paris a précisé que les mesures d'urgence sollicitées par la LICRA peuvent uniquement être prononcées dans des cas d'une extrême



Références de l'affaire	Principaux griefs	Principales décisions
Procédure en référé – 13 avril 2012	<p>YouTube afin de promouvoir le film « <i>L'antisémite</i> ». La séquence litigieuse, qui figurait dans la bande-annonce comme au début du film, montrait l'arrivée d'un officier américain joué par l'humoriste qui découvre en 1945 un camp de concentration que lui fait visiter un ancien prisonnier juif, en lui expliquant notamment le fonctionnement d'une chambre à gaz.</p> <p>La Ligue internationale contre le racisme et l'antisémitisme (LICRA) avait alors saisi le juge des référés pour obtenir le retrait de la vidéo et l'interdiction du film.</p> <p>La partie défenderesse soutenait pour sa part que la vidéo litigieuse n'était plus en ligne et que le film n'était disponible que pour les abonnés au site officiel du défendeur. Il affirmait par ailleurs que le film relevait de la stricte liberté d'expression, ce qui l'autorisait à utiliser la parodie, l'exagération ainsi qu'une certaine forme d'outrance.</p>	<p>gravité et s'il existe des éléments sérieux de nature à démontrer la réalité d'un péril manifeste d'atteinte aux droits de tiers.</p> <p>Ainsi, malgré le caractère provocateur du contenu, le Tribunal de grande instance a conclu que les limites de la liberté d'expression n'avaient pas été dépassées au point de justifier l'interdiction du contenu, dans la mesure où il n'était pas constitutif d'une infraction à la loi.</p>
NL – Pays-Bas		
Geert Wilders c. YouTube affaire n° 09/837170-14	<p>Un artiste néerlandais avait en mars 2014 publié un clip vidéo sur son compte YouTube, dans lequel il mettait en scène un acteur imitant le politicien néerlandais Geert Wilders en train de se faire agresser physiquement.</p> <p>M. Wilders avait porté plainte contre ces menaces faites à son encontre.</p> <p>L'avocat de l'artiste avait plaidé l'acquittement en invoquant la liberté d'expression et le droit de recourir à la parodie.</p>	<p>Le tribunal d'instance de La Haye a conclu que M. Geert Wilders avait des motifs raisonnables de craindre pour sa vie compte tenu des paroles et des images du clip vidéo dans lequel il était représenté par un acteur.</p> <p>Le tribunal a par conséquent condamné l'artiste à une peine de prison avec sursis et de travaux d'intérêt général et lui a ordonné de supprimer le clip vidéo litigieux pour lequel il était accusé d'avoir menacé M. Wilders et d'avoir porté atteinte à son droit à la liberté d'expression, ainsi qu'à son droit de contribuer au débat public.</p>

5.3.4 La publicité et la protection des consommateurs

Alors que le statut juridique des plateformes de partage de vidéos fait actuellement l'objet d'un examen dans le cadre de la révision de la Directive SMAV, les affaires en matière de publicité et de protection des consommateurs sont souvent traitées en étroite coopération entre les régulateurs des médias et les organes administratifs chargés de



veiller au respect de la réglementation applicable au secteur de la publicité, des médias et des communications, surtout lorsqu'il s'agit du signalement d'un contenu et de l'identification des risques que pourraient présenter ces communications commerciales pour les consommateurs et pour le marché.

Il est de notoriété publique que ce qui rend la publicité en ligne si particulière tient à l'interactivité qu'elle offre aux utilisateurs ciblés, par exemple au moyen de liens hypertextes, à la variété de méthodes utilisées pour diffuser et afficher des messages publicitaires, ainsi qu'à la possibilité de partager et de republier un contenu à plusieurs reprises par l'intermédiaire de nombreux sites web et plateformes. Tous ces éléments rendent plus difficiles encore le contrôle de la publicité en ligne et l'application de la réglementation pertinente, comme l'illustre parfaitement la jurisprudence ci-dessous.

Tableau 8. Sélection de jurisprudence nationale concernant la protection des consommateurs sur les plateformes en ligne

Références de l'affaire	Principaux griefs	Principales décisions
FR – France		
Notification du CSA à YouTube Communiqué de presse du CSA	<p>« Les recettes pompettes » est un programme de divertissement produit par Studio Bagel Productions (Canal Plus) et diffusé sur YouTube, dans lequel des personnalités bien connues du public sont invitées « à faire à manger et boire de l'alcool ».</p> <p>Le ministère français de la Santé avait demandé à Studio Bagel Productions de déprogrammer le premier épisode, estimant qu'il constituait une « incitation à la consommation excessive d'alcool », avant de saisir l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP).</p>	<p>Le régulateur français des médias (CSA) a confirmé que la chaîne YouTube en question constituait un service de médias audiovisuels à la demande et qu'elle relevait par conséquent du régime des services de médias audiovisuels à la demande défini à l'article 2 de la loi du 30 septembre 1986. Le CSA a adressé un avertissement aux producteurs du programme après avoir estimé que la manière dont le programme présentait l'alcool était susceptible d'encourager le public à la consommation de boissons alcoolisées.</p> <p>A la suite de cet avertissement, Studio Bagel a mis en ligne plusieurs épisodes de l'émission dans lesquels avaient été insérées les annonces suivantes : « Cette émission comporte des sujets et des situations susceptibles de ne pas convenir à un jeune public » ; « la présence d'un adulte responsable est conseillée » ; « l'abus d'alcool est dangereux pour la santé, à consommer avec modération ».</p>
GB – Royaume-Uni		
Publicité pour Oreo dans des vidéos YouTube Décision de l'ASA	<p>L'affaire portait sur cinq chaînes YouTube de « vloggers » privés qui présentaient de manière humoristique un mode de consommation particulier des biscuits Oreo.</p> <p>En réponse à la plainte d'un journaliste,</p>	<p>L'Autorité britannique des normes publicitaires (<i>Advertising Standards authority – ASA</i>), a qualifié les vidéos en question de publicité, tout en établissant, à cet égard, une comparaison avec le parrainage. Dans ce dernier cas, le prestataire conserve le contrôle éditorial sur ses contenus en dépit de la</p>



Références de l'affaire	Principaux griefs	Principales décisions
	la société <i>Mondelez UK Ltd.</i> , qui détient la marque <i>Oreo</i> , a reconnu que ces vidéos faisaient partie d'un accord de marketing avec les prestataires participants. Elle a toutefois déclaré avoir insisté pour que les prestataires signalent clairement ce partenariat aux utilisateurs, ce qu'ils avaient fini par faire, en insérant cette mention de leur collaboration dans la vidéo elle-même.	contribution financière reçue. Or, dans cette affaire, les opérateurs des chaînes YouTube ont cédé le contrôle éditorial des vidéos promotionnelles concernées à l'annonceur. L'ASA a estimé que l'obligation de signaler des publicités contenues dans les vidéos en question n'avait pas été correctement respectée et a donc ordonné au groupe alimentaire <i>Mondelez UK Ltd.</i> de veiller, à l'avenir, à ce que la publicité soit clairement identifiable en tant que telle avant que les utilisateurs interagissent avec la vidéo. La mention d'une collaboration commerciale doit figurer de manière suffisamment claire et dans un délai adéquat, lorsque cette mention fait partie de la vidéo.

5.3.5 La protection des données

La plupart des affaires sélectionnées en matière de protection des données concernaient le traitement des données par les fournisseurs de services internet, principalement les médias sociaux détenus par les grandes entreprises technologiques. Les dernières évolutions juridiques confirment clairement la ferme intention des législateurs européens de s'attaquer au traitement illicite des données à caractère personnel et de veiller à ce que ce traitement respecte les normes établies et imposées par la législation européenne et nationale. Les récentes décisions judiciaires et politiques traduisent parfaitement la difficulté de la prise de mesures appropriées à l'encontre des intermédiaires et des fournisseurs de services en ligne, compte tenu en particulier du flou juridique qui entoure parfois le lieu où leur responsabilité peut être engagée.

Les demandes de divulgation de données en vue d'intenter une action en justice constituent la deuxième situation la plus courante où la question de la protection des données à caractère personnel est portée devant la justice. L'examen des décisions rendues permet d'observer que les juges ont systématiquement fait primer le droit d'intenter une action en justice sur la confidentialité éditoriale dans les affaires dans lesquelles cette information a été jugée indispensable pour l'engagement de poursuites.

**Tableau 9. Sélection de jurisprudence nationale concernant la protection des données sur les plateformes en ligne**

Références de l'affaire	Principaux griefs	Principales décisions
AT – Autriche		
<p><i>Personne physique c. Forum internet</i> Gz. 6Ob133/13x</p>	<p>Un responsable politique néerlandais avait exigé que les commentaires insultants à son encontre postés sur internet soient supprimés et que les adresses électroniques des auteurs de ces commentaires lui soient communiquées.</p> <p>L'opérateur du forum avait alors supprimé les commentaires en question, mais avait refusé de lui communiquer les informations demandées en invoquant le secret éditorial, au titre de la loi autrichienne relative aux médias.</p>	<p>La Cour suprême autrichienne a confirmé la décision de justice rendue précédemment, selon laquelle l'invocation du secret éditorial en vertu de la loi autrichienne relative aux médias était en l'espèce inapplicable dans la mesure où cette disposition, qui garantit la protection des sources journalistiques, s'applique uniquement aux activités journalistiques.</p> <p>Le juge a estimé que la simple exploitation d'un forum en ligne, de surcroît sans modérateur, sur lequel tous les utilisateurs pouvaient publier des commentaires ne constituait en aucun cas une quelconque forme d'activité journalistique.</p> <p>La Cour suprême a conclu qu'il n'était pas suffisant que le requérant puisse se retourner contre l'opérateur du site web, comme l'avait indiqué la partie défenderesse, puisque l'auteur de l'infraction pouvait tout simplement passer sur un autre site et poursuivre ainsi ses atteintes aux droits du requérant.</p>
<p>La Cour constitutionnelle autrichienne se prononce sur la divulgation d'une adresse IP aux autorités policières Affaire B 1031/11-20</p>	<p>Un internaute avait au cours d'une conversation en ligne laissé entendre qu'il proposait des personnes mineures (« de 7 à 11 ans, voire plus jeunes si besoin est ») pour des relations sexuelles.</p> <p>Après avoir été informée de cette conversation, la direction fédérale de la police à Vienne a entamé des recherches pour identifier tout d'abord l'adresse IP utilisée lors de l'envoi de ce message.</p> <p>L'internaute en question avait alors saisi la justice en soutenant qu'aucune autorisation judiciaire n'avait été sollicitée avant l'accès aux données et qu'il s'agissait par conséquent d'une violation de la confidentialité des télécommunications et de la législation autrichienne relative à la protection des données à caractère personnel.</p>	<p>La Cour constitutionnelle autrichienne a rejeté la plainte en concluant que les autorités policières étaient habilitées à mener des enquêtes sur des adresses IP au seul motif qu'elles avaient eu connaissance d'un message suspect suite à une information transmise par un partenaire de communication ou par l'intermédiaire de la communication sur internet ouverte et accessible à tous.</p> <p>Bien que le droit à la protection des données ait été enfreint, cette infraction a eu lieu sur une base légale spécifique qui a été jugée tout à fait raisonnable, compte tenu du comportement signalé.</p>



Références de l'affaire	Principaux griefs	Principales décisions
BE – Belgique		
<p><i>Commission belge pour le respect de la vie privée c. Facebook</i></p> <p>n° AR/2016/153/A</p>	<p>La Commission belge pour le respect de la vie privée avait engagé une procédure judiciaire à l'encontre du réseau social en 2015, lorsqu'une étude avait révélé que Facebook, traçait à des fins publicitaires les internautes non-inscrits sur son réseau social, ainsi que les utilisateurs déconnectés, par l'intermédiaire de « cookies de données » sur des sites extérieurs.</p> <p>La procédure en référé s'était soldée par l'arrêt rendu par la cour d'appel de Bruxelles, dans lequel elle avait conclu que Facebook ne relevait pas de la compétence des juridictions belges</p>	<p>En 2018, le tribunal de première instance de Bruxelles a établi sa compétence à l'égard de Facebook en établissant une analogie avec l'arrêt <i>Google Spain</i> de la Cour de justice de l'Union européenne.</p> <p>Le juge a estimé qu'il était de la responsabilité de <i>Facebook Ireland</i> de veiller à ce que <i>Facebook Belgique</i> respecte pleinement la législation belge en matière de traitement de données à caractère personnel.</p> <p>Le juge a par ailleurs observé que l'utilisation de cookies, de plugins sociaux et de « pixels » sur des sites tiers pour tracer les habitudes de navigation des internautes est contraire à la législation belge relative au respect de la vie privée, notamment dans la mesure où il a été établi que Facebook n'a pas correctement informé les utilisateurs des modalités exactes de cette collecte de données.</p> <p>Le juge a par conséquent ordonné à Facebook de détruire l'ensemble des données à caractère personnel obtenues de manière illicite ; de cesser le traçage sur des sites tiers de l'ensemble des internautes qui naviguent sur internet depuis la Belgique, aussi longtemps que la politique de l'entreprise ne se conforme pas à la réglementation belge en matière de respect de la vie privée ; et, de publier l'intégralité du jugement sur son propre site, ainsi que de publier les trois dernières pages du jugement dans des quotidiens belges, aussi bien francophones que néerlandophones.</p> <p>Le non-respect de cette décision entraînera l'imposition d'une astreinte d'un montant de 250 000 EUR par jour, plafonnée à un total de 100 millions EUR.</p>
DE – Allemagne		
<p>Autorité allemande de la concurrence</p> <p>Considérations générales</p>	<p>L'Autorité allemande de la concurrence a procédé à une appréciation juridique préliminaire de la collecte et de l'utilisation par Facebook de données provenant de tiers pour déterminer s'il s'agissait d'un abus de position dominante. La procédure portait sur la collecte de sources tierces, comme les services appartenant à Facebook (WhatsApp ou Instagram), et sur les sites</p>	<p>La procédure a abouti à la conclusion que les conditions de service de Facebook étaient inadéquates et enfreignaient les dispositions relatives à la protection des données au détriment de ses utilisateurs. En outre, et compte tenu de la position dominante de la société, le consentement effectif des utilisateurs à cette forme de collecte et de traitement des données ne peut être considéré comme un consentement donné de manière</p>



Références de l'affaire	Principaux griefs	Principales décisions
	<p>web et applications d'autres opérateurs qui sont intégrés dans Facebook, mais qu'elle ne concernait pas le réseau social lui-même.</p> <p>Cette procédure administrative visait à donner à Facebook la possibilité de réagir aux allégations formulées, à justifier sa conduite et à proposer d'éventuelles solutions pour remédier à la situation. Aucune suite ne devrait être donnée à cette affaire avant le début de l'été 2018.</p>	satisfaisante.
IE – Irlande		
<p><i>Muwema c. Facebook</i> [2017] IEHC 69</p>	<p>L'auteur de la plainte contestait trois « publications [prétendument] diffamatoires et particulièrement choquantes » postées sur une page Facebook en mars 2016 par une personne identifiée uniquement sous le pseudonyme de « Tom Voltaire Okwalinga » (TVO).</p> <p>Comme Facebook avait refusé de donner suite à sa demande de retrait des contenus litigieux, le plaignant avait alors saisi la justice.</p>	<p>La Haute cour a ordonné que soient divulguées l'identité et la localisation de la ou des personnes gérant la page litigieuse, mais a toutefois rejeté les injonctions demandées au titre de la loi relative à la diffamation de 2009 ordonnant à Facebook de « retirer » le matériel déjà publié et d'empêcher sa publication ultérieure.</p> <p>Pour justifier sa décision, la Haute Cour a reconnu qu'il existait sur internet d'autres articles similaires à l'article litigieux, y compris des entretiens dans lesquels le plaignant évoquait lui-même les allégations faisant l'objet de la plainte en diffamation.</p> <p>En 2017, la Haute Cour a infirmé la décision ordonnant la divulgation de l'identité et de la localisation de la personne qui gère la page Facebook ; sur la base des informations communiquées par Facebook, la personne en question avait été identifiée comme étant un militant politique et, par conséquent, le fait de révéler son identité pouvait présenter un danger pour sa sécurité.</p>
NL – Pays-Bas		
<p>Autorité de protection des données, légalité de l'application en ligne des droits de propriété intellectuelle par Dutch FilmWorks B.V. z2017-02053</p>	<p><i>Dutch FilmWorks B.V.</i> (DFW), un producteur cinématographique néerlandais, avait notifié à l'Autorité néerlandaise pour la protection des données son intention de collecter et de traiter davantage de données à caractère personnel afin de faire respecter son droit d'auteur en ligne. DFW prévoit ainsi, sans en informer les personnes concernées, de recourir à ce traitement de données, parmi lesquelles figurent les adresses IP néerlandaises, afin de</p>	<p>L'Autorité néerlandaise pour la protection des données a estimé que le traitement des données sur la base d'une violation alléguée du droit d'auteur s'apparente au traitement des données à caractère pénal. Elle a, par ailleurs, reconnu que le traitement envisagé par DFW est conforme aux normes de subsidiarité et de proportionnalité, comme le fait de procéder périodiquement à la suppression des données au cours des différentes étapes de ses investigations.</p>



Références de l'affaire	Principaux griefs	Principales décisions
	déterminer si les utilisateurs de ces adresses sont impliqués dans la diffusion ou la reproduction d'œuvres protégées par le droit d'auteur.	L'Autorité a, en revanche, imposé à DFW de systématiquement informer les personnes concernées, le plus rapidement possible dès qu'il dispose de coordonnées suffisantes pour le faire.
<i>Personne physique c. Google</i> C/09/515777/HA RK 16-377	<p>Un promoteur immobilier contre lequel des poursuites pénales avaient été engagées en 2005 pour fraude hypothécaire se plaignait du fait que des articles de presse le concernant apparaissaient lorsque son nom était saisi sur le moteur de recherche de Google.</p> <p>Il avait principalement fondé sa demande sur le traitement illicite de données à caractère personnel relatives à des infractions pénales prévu par la loi néerlandaise relative à la protection des données.</p>	<p>Le tribunal d'instance de La Haye a estimé que Google n'avait pas traité de données à caractère personnel relatives à des infractions pénales, puisque les trois résultats de recherche ne comportaient aucune information qui conduisait à présumer plus sérieusement de l'existence d'un soupçon raisonnable que l'intéressé avait commis une infraction pénale. Le tribunal a par conséquent rejeté la demande du promoteur.</p> <p>Le tribunal a estimé que le droit à la liberté d'expression et d'information doit prévaloir sur le « droit à l'oubli » du demandeur, d'autant plus que le secteur immobilier et les faits relatifs à une fraude s'inscrivent dans le débat public. Le juge a en outre ajouté que les éléments d'information vers lesquels Google proposait un lien découlaient des propres agissements du promoteur.</p>

5.3.6 La protection du droit d'auteur

Les décisions de justice rendues par les juridictions nationales reflètent la mise en œuvre nationale de la Directive relative au commerce électronique, qui permet aux services de la société de l'information de bénéficier de l'exonération de responsabilité qui y est prévue. En vertu de ce régime particulier, les fournisseurs de services internet ne sont pas tenus d'assurer un contrôle en amont/préalable des contenus mis en ligne par des tiers, c'est-à-dire des contenus créés par les utilisateurs. Dans la plupart des griefs soulevés, les demandeurs soutenaient que les fournisseurs de services avaient joué un rôle actif, qui entraînait leur responsabilité.

De manière générale, les décisions de justice considèrent que l'organisation des contenus et la vente des espaces publicitaires ne justifient pas l'existence d'une responsabilité éditoriale. En revanche, le fait de ne pas supprimer rapidement un contenu en infraction, comme l'exige l'article 14 de la Directive relative au commerce électronique, suffit à engager la responsabilité du fournisseur de services. Sa responsabilité est également engagée en cas d'infraction répétée, chaque fois que le service n'empêche pas un nouvel accès au contenu précédemment supprimé. Il appartient donc aux titulaires de droits de signaler les contenus en infraction avec suffisamment de



précision pour permettre au fournisseur de services d'identifier ces contenus et de prendre les mesures qui s'imposent.

Le régime d'exonération de responsabilité prévu à l'article 14(1) de la Directive relative au commerce électronique n'empêche pas les Etats membres de prendre des mesures adéquates, comme des injonctions, des mesures prises à l'encontre des intermédiaires, des mesures d'urgence et toute mesure conforme à leur ordre juridique.

Tableau 10. Sélection de jurisprudence concernant la protection du droit d'auteur sur les plateformes en ligne

Références de l'affaire	Principaux griefs	Principales décisions
DE – Allemagne		
<p>GEMA c. YouTube²¹² <u>affaire</u> <u>n° 29 U 2798/15</u></p> <p>Jugement rendu en 2012: <u>affaire</u> <u>n° 310 O 461/10</u></p>	<p>La société allemande de gestion collective des droits musicaux (GEMA) réclamait à YouTube des droits de licence pour l'utilisation de musique dans les vidéos hébergées sur la plateforme.</p> <p>La GEMA estimait qu'en autorisant la publication de ces contenus, YouTube devait être considéré soit comme le responsable des violations des droits d'auteur, soit comme un service de musique et, à ce titre, soumis au versement de droits de licence.</p> <p>YouTube estimait en revanche être principalement un fournisseur de service technique n'ayant aucune influence sur la publication des diverses vidéos par ses utilisateurs.</p>	<p>Le tribunal régional supérieur (Oberlandesgericht) de Munich a conclu que YouTube n'est pas un service de musique redevable de droits de licence auprès de la société de gestion collective des droits musicaux. Il a en revanche estimé que la responsabilité des violations alléguées au droit d'auteur revient aux utilisateurs qui mettent à disposition en ligne un contenu litigieux et non à la plateforme elle-même.</p> <p>Dans un jugement rendu en 2012, le tribunal de Hambourg a conclu que YouTube n'avait pas respecté son obligation de prendre dans les meilleurs délais les mesures nécessaires pour supprimer le contenu portant atteinte au droit d'auteur, puisqu'il avait mis un mois et demi pour le faire après la date à laquelle la GEMA avait déposé sa plainte. Le tribunal a, par ailleurs, constaté que YouTube avait d'autres obligations de contrôle et de vérification, notamment l'utilisation du logiciel <i>Content ID</i>, et devait également prévoir l'installation d'un filtre de mots pour éviter les violations répétées au droit d'auteur.</p> <p>En novembre 2016, après quelques années de batailles juridiques et de négociations, la GEMA et YouTube ont conclu un accord sur la rémunération des contenus musicaux diffusés sur YouTube.</p>

²¹² Dans le même esprit, voir également *Personne physique (producteur de musique) c. YouTube*, Tribunal de Hambourg, affaire n° 308 O 27/09, <https://openjur.de/u/590065.html>.



Références de l'affaire	Principaux griefs	Principales décisions
<p>La chaîne YouTube « Nitro Shqip » Décision n° 6 U 114/13</p>	<p>Le titulaire des droits d'auteur du film « <i>Sara's Show 46</i> » avait porté plainte contre l'opérateur de la chaîne YouTube « <i>Nitro Shqip</i> » pour la publication d'une vidéo dans laquelle des extraits du film avaient été diffusés et brièvement commentés.</p> <p>Cette décision de justice portait essentiellement sur les modalités d'application du droit de citation en vertu de la législation allemande.</p>	<p>La Cour d'appel de Cologne a conclu que la diffusion d'extraits d'un film protégé à des fins de critique était contraire à la loi allemande relative au droit d'auteur et ne relevait donc pas du droit de citation.</p> <p>La Cour a en effet estimé que la liberté de citation ne devrait pas être instrumentalisée comme un moyen de publier une œuvre ou des parties de celle-ci ; elle a en outre ajouté qu'il n'est pas suffisant d'introduire et d'annexer les citations de manière non structurée ; les citations doivent par ailleurs s'inscrire dans un contexte interne en lien avec la réflexion de la personne produisant la citation pour relever du droit de citation.</p>
<p>Arrêt de la Cour suprême fédérale allemande dans l'affaire <i>Rapidshare</i> Affaire n° I ZR 80/12</p>	<p>La société allemande de gestion collective des droits musicaux (GEMA) avait adressé un avertissement au sujet d'un grand nombre de titres musicaux stockés par le service d'hébergement de fichiers <i>Rapidshare</i>. Malgré cet avertissement, le fournisseur du service n'avait pas totalement supprimé les fichiers litigieux.</p>	<p>Dans une décision rendue en 2013, la Cour suprême fédérale allemande a confirmé que le fournisseur de services n'avait pas l'obligation générale d'exercer un contrôle sur les données stockées. Cependant, en fonction des circonstances de chaque affaire, une obligation de surveillance peut s'appliquer.</p> <p>La Cour a observé que, puisque <i>Rapidshare</i> pouvait également être utilisé à des fins parfaitement licites, il n'était pas possible d'imposer un contrôle de l'intégralité de ses contenus sans raison précise et uniquement sur la base d'une information alléguant une possible infraction.</p> <p>La Cour a estimé que le fait que le service pouvait être utilisé de manière anonyme augmentait le risque qu'il soit utilisé à des fins illicites. Elle a également souligné certains indicateurs qui pouvaient déterminer une éventuelle infraction, comme le nombre élevé de téléchargements pour un même fichier, que <i>Rapidshare</i> utilisait pour faire la promotion de son service d'hébergement.</p> <p>La Cour a conclu que, compte tenu de ces circonstances, le fournisseur d'hébergement devrait être soumis à une obligation de contrôle, à mettre partiellement en oeuvre en amont.</p>
ES – Espagne		
<p><i>Telecinco c. YouTube</i> Jugement</p>	<p>Le radiodiffuseur télévisuel privé Telecinco avait porté plainte contre YouTube pour avoir diffusé au public de</p>	<p>Le tribunal provincial civil de Madrid a estimé que les lettres de mise en demeure adressées par Telecinco ne contenaient pas</p>



Références de l'affaire	Principaux griefs	Principales décisions
<p>n° 11/2014</p> <p>jugement rendu en 2010 : Jugement n° 289/2010</p>	<p>manière illicite et sans autorisation préalable des contenus produits par Telecinco.</p> <p>L'auteur de la plainte affirmait que YouTube intervenait en tant que fournisseur de contenus et qu'il jouait donc un rôle plus que passif en répertoriant les vidéos les plus populaires dans différentes catégories.</p> <p>YouTube soutenait pour sa part qu'il agissait simplement comme intermédiaire entre les utilisateurs qui mettent en ligne des vidéos et les utilisateurs qui les regardent et qu'il n'exerce aucun contrôle sur le contenu.</p>	<p>d'informations suffisamment détaillées pour permettre l'identification des contenus en infraction. En outre, la classification des vidéos les plus populaires dans différentes catégories ne constitue pas une participation active dans les contenus proposés.</p> <p>Dans un jugement rendu en première instance en 2010, le tribunal de commerce de Madrid avait rejeté la plainte de Telecinco, en concluant que YouTube, en sa qualité d'intermédiaire d'hébergement de contenus, ne pouvait être contraint d'exercer un contrôle <i>ex ante</i> sur les contenus créés par les utilisateurs. Cette décision précisait qu'il incombait aux titulaires de droits d'identifier leurs contenus sur le site et de les signaler, au moyen du logiciel <i>Content ID</i> mis à leur disposition afin de leur permettre de protéger automatiquement leurs contenus en bloquant le téléchargement des vidéos sur la plateforme.</p>
FR – France		
<p><i>LFP c. Puerto 80 Project</i></p> <p>Décision n° 15/15968</p>	<p>Le site de diffusion en streaming <i>Rojadirecta</i> proposait gratuitement des retransmissions en direct ou en différé d'événements sportifs au moyen d'un agenda contenant des séries de liens hypertextes permettant de visionner des matchs de football de la ligue française, organisés par la Ligue de football professionnel (LFP). La LFP avait concédé à titre exclusif les droits d'exploitation audiovisuels en direct à des chaînes de télévision à péage, et avait contacté le site web pour lui demander de supprimer les liens litigieux et de prendre les mesures nécessaires pour éviter qu'ils soient à nouveau mis en ligne sur le site.</p> <p>La partie défenderesse avait pour sa part soutenu n'être qu'un simple hébergeur et donc soumise au régime de responsabilité limitée prévu par la Directive relative au commerce électronique et la législation française l'ayant transposée²¹³.</p>	<p>Le Tribunal de grande instance de Paris a estimé que la LFP était habilitée à agir dans la mesure où elle avait un intérêt pécuniaire substantiel à préserver le caractère exclusif de la vente de ses droits à ses partenaires commerciaux, sans concurrence déloyale par le site de radiodiffusion gratuite exploité par <i>Rojadirecta</i>.</p> <p>Il a également observé que, malgré son fonctionnement apparent de forum, <i>Rojadirecta</i> semblait faire sciemment et intentionnellement un choix éditorial, au moyen d'un agenda de liens et d'un moteur de recherche appropriés, de manière à permettre à ses utilisateurs d'accéder à un contenu protégé.</p> <p>Pour ce qui est de la responsabilité éditoriale du site web, le Tribunal a conclu que le site s'était rendu coupable de violation du droit d'auteur. Le site s'est donc vu ordonner de supprimer et d'interdire tout lien hypertexte permettant la visualisation de matchs de la LFP, ainsi que de s'acquitter d'une amende pour préjudice moral et économique, en sus</p>

²¹³ Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique,



Références de l'affaire	Principaux griefs	Principales décisions
		des frais et dépens.
<p>SARL 120 Films et La chauve-souris c. Dailymotion</p> <p>Arrêt de la Cour d'appel</p>	<p>Les producteurs du film Sheitan s'étaient plaints du fait que la plateforme de partage de vidéos Dailymotion hébergeait cinq vidéos qui correspondaient à l'intégralité de leur film, divisé en cinq parties.</p> <p>Dailymotion avait procédé à la suppression des vidéos en question trois mois après avoir été informée de la plainte.</p>	<p>Un premier jugement rendu en 2010 par le Tribunal de grande instance de Paris avait conclu que Dailymotion ne pouvait bénéficier de l'exonération de responsabilité limitée prévue par la Directive relative au commerce électronique et la loi française la transposant, puisqu'elle n'avait pas « promptement » retiré les contenus litigieux après en avoir été informée par les producteurs.</p> <p>Le tribunal avait également constaté une violation répétée des droits de propriété intellectuelle de cette même œuvre, puisque Dailymotion n'avait pas pris les mesures nécessaires pour empêcher un accès ultérieur au contenu précédemment retiré.</p> <p>Le jugement rendu en première instance avait déclaré Dailymotion coupable de violation du droit d'auteur et avait condamné la plateforme au paiement d'une amende au titre de dommages-intérêts. La Cour d'appel de Paris a quant à elle conclu que le préjudice subi par les sociétés de production requérantes avait été sous-estimé dans la procédure initiale en raison de la durée pendant laquelle le contenu était resté en ligne. Ainsi, la Cour d'appel a décidé d'augmenter le montant des dommages-intérêts dont Dailymotion doit s'acquitter.</p>
<p>Omar Sy et Fred Testot c. Dailymotion²¹⁴</p> <p>Jugement n° 08/01375</p>	<p>Les comédiens Omar et Fred s'étaient plaints du fait que leurs œuvres avaient été mises en ligne sur Dailymotion sans leur autorisation. Ils soutenaient que la plateforme ne pouvait revendiquer le statut de fournisseur de services techniques dans la mesure où elle tirait profit de ces contenus en commercialisant des espaces publicitaires dont le rendement était directement lié aux chiffres d'audience</p>	<p>La Cour d'appel de Paris a estimé que la commercialisation d'espaces publicitaires, tant qu'elle n'induit pas une capacité d'action du service de la plateforme de partage de vidéos sur les contenus mis en ligne, n'est pas de nature à justifier la reconnaissance de la qualité d'éditeur du service en question.</p> <p>La Cour a notamment observé l'absence de toute relation entre la méthode de rémunération par la publicité et le contenu mis en ligne, qui permettrait d'obtenir un</p>

www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000801164.

²¹⁴ Dans le même esprit, voir également *Nord-Ouest Production, C. Carion et UGC Images c. Dailymotion*, Cour de Cassation, arrêt n° 09-67.896,

www.courdecassation.fr/jurisprudence_2/premiere_chambre_civile_568/165_17_19033.html et *Flach Film et Editions Montparnasse c. Google*, Cour d'appel de Paris, arrêt n° 12/82654,

www.legalis.net/jurisprudences/tribunal-de-commerce-de-paris-8eme-chambre-jugement-du-20-fevrier-2008/.



Références de l'affaire	Principaux griefs	Principales décisions
	du site.	avantage ou d'effectuer une sélection de contenu à des fins de publicité ciblée. Toutefois, le fait de ne pas avoir agi promptement pour supprimer le contenu portant atteinte aux droits d'auteur s'est soldé par le paiement d'une amende au titre de dommages-intérêts pour le préjudice subi par les titulaires des droits.
IT – Italie		
RTI c. Break Media <u>Décision n° 2833/2017</u>	<p>Break Media est une plateforme de vidéos en ligne qui met à la disposition de ses utilisateurs des contenus créés par ses soins ou mis à disposition par des internautes.</p> <p>La plateforme avait fait l'objet d'un signalement pour avoir enfreint le droit d'auteur du radiodiffuseur RTI en permettant à des vidéos d'émissions de télévision de rester en ligne malgré une lettre de mise en demeure adressée par RTI à Break Media lui demandant de supprimer les contenus en question, mais sans y indiquer les URL des contenus en infraction.</p> <p>La plateforme disposait d'une équipe éditoriale qui répertoriait manuellement les vidéos sur la base de plusieurs critères.</p>	<p>Le tribunal de première instance de Rome a conclu que la plateforme devait être assimilée à un fournisseur de contenu et non à un fournisseur d'hébergement et qu'elle ne pouvait donc pas bénéficier de l'exonération de responsabilité prévue par la Directive relative au commerce électronique et la loi italienne la transposant.</p> <p>Il a également précisé qu'une lettre de mise en demeure non détaillée pouvait s'avérer suffisante pour engager la responsabilité de la plateforme vidéo, à condition que le titulaire des droits concernés lui indique de manière suffisamment précise les contenus litigieux en question.</p> <p>La Cour d'appel de Rome a confirmé le jugement rendu par le tribunal de première instance, qui condamnait la plateforme à s'acquitter d'une amende au titre de dommages-intérêts, ainsi que des frais et dépens.</p>
L'AGCOM ordonne de désactiver l'accès aux serveurs IPTV contrevenants <u>Décisions n° 223/17/CSP et n° 224/17/CSP</u>	<p>L'affaire concernait deux serveurs IPTV qui fournissaient l'accès à un service piraté moyennant le paiement d'une contribution financière.</p> <p>Après paiement et vérification de son authentification, l'utilisateur recevait une liste d'URL permettant d'accéder à la diffusion en direct de programmes protégés par le droit d'auteur.</p> <p>En 2017, le titulaire des droits d'auteur concernés, <i>Mediaset Premium Sp.A.</i>, avait saisi l'Autorité italienne des communications (AGCOM) pour lui signaler cette atteinte à ses droits.</p>	<p>Après un examen détaillé de l'affaire, l'AGCOM a conclu que les sites web utilisés pour promouvoir ces offres illicites utilisaient des images et des logos des fournisseurs de services audiovisuels et de leurs programmes disponibles qui, de surcroît, figuraient bien souvent parmi les premiers résultats des moteurs de recherche et étaient de bonne qualité visuelle. L'AGCOM a donc estimé que ces programmes étaient susceptibles de faire croire aux utilisateurs qu'il s'agissait d'une offre licite.</p> <p>Compte tenu de cette violation évidente du droit d'auteur, l'AGCOM a ordonné aux fournisseurs de services internet de désactiver l'accès aux sites web contrevenants dans un délai de 48 heures à compter de la notification de ses délibérations.</p>



Références de l'affaire	Principaux griefs	Principales décisions
<p>Delta TV c. YouTube</p> <p><u>Jugement</u> <u>n° 1928/2017</u></p>	<p>La plateforme de partage de vidéos YouTube hébergeait un contenu audiovisuel protégé par le droit d'auteur appartenant à Delta TV, qui avait été téléchargé par des utilisateurs de la plateforme. Delta TV avait déposé une notification demandant à la plateforme de procéder au retrait du contenu publié sans son autorisation, et une injonction avait été rendue en 2014, ordonnant à YouTube de prendre les mesures nécessaires pour supprimer le contenu en question.</p> <p>Au lieu de supprimer le contenu en infraction, la plateforme en avait uniquement bloqué l'accès dans le pays de l'auteur de la plainte, à savoir l'Italie. Ainsi, ce même contenu restait accessible aux utilisateurs italiens dans tous les autres pays au moyen de dispositifs appropriés pour modifier leur adresse IP et, par conséquent, cacher leur localisation sur le territoire italien.</p>	<p>Le tribunal de Turin a rappelé les exonérations de responsabilité applicables aux fournisseurs de services internet et a conclu qu'un fournisseur de services internet est réputé avoir pleinement conscience de l'existence d'une véritable violation du droit d'auteur dès lors qu'une notification spécifique et détaillée d'une violation au droit d'auteur a été déposée.</p> <p>Le tribunal a en effet estimé que les mesures prises par YouTube étaient insuffisantes, puisque le contenu en question restait accessible ; il a ainsi conclu que YouTube était responsable d'une violation du droit d'auteur et lui a ordonné de s'acquitter d'une amende à la partie demanderesse au titre de dommages-intérêts.</p>
<p>L'AGCOM ordonne le blocage de l'accès aux matchs de football piratés</p> <p><u>Décision</u> <u>n° 158/15/CSP</u></p>	<p>L'affaire concernait plusieurs pages hébergées sur des serveurs administrés par des sociétés étrangères, qui offraient la possibilité de visionner des matchs de football des équipes italiennes, dont les droits de retransmission audiovisuels étaient détenus par le radiodiffuseur commercial Mediaset.</p>	<p>Dans la mesure où le site contrevenant est hébergé sur des serveurs situés en dehors du territoire italien, l'AGCOM peut ordonner aux fournisseurs des services internet concernés de désactiver l'accès à la page web en question dans un délai de 48 heures et de rediriger automatiquement les internautes qui tentent d'accéder aux sites web concernés vers une page leur précisant la fermeture des sites en question pour violation du droit d'auteur.</p>
<p>Mediaset c. Yahoo!</p> <p><u>Arrêt</u> <u>n° 3821/2011</u></p>	<p>L'affaire avait été intentée par le radiodiffuseur télévisuel italien de service public, RTI (détenu par le groupe Mediaset), contre <i>Yahoo! Italia</i>. RTI avait affirmé que <i>Yahoo! Italia</i> diffusait sur sa plateforme de partage de vidéos des contenus portant atteinte aux droits d'auteur de RTI.</p> <p>La plateforme fournissait un outil de recherche permettant aux utilisateurs de rechercher des contenus par mots clés ; indexait et sélectionnait les vidéos ; se réservait le droit de reproduire et d'adapter les vidéos et de les présenter au public, ainsi que le droit de les utiliser à des fins promotionnelles ou</p>	<p>Le tribunal de première instance avait jugé que les exonérations de responsabilité accordées aux fournisseurs d'hébergement dans le cadre du décret sur le commerce électronique, qui transpose la Directive de l'Union européenne relative au commerce électronique, ne s'appliquaient pas à <i>Yahoo! Italia</i> car il s'agissait d'un « fournisseur d'hébergement actif » dans la mesure où il jouait un rôle actif dans l'organisation de ses services et des vidéos téléchargées sur sa plateforme en vue d'en tirer un avantage commercial.</p> <p>La Cour d'appel de Milan a rejeté la distinction entre fournisseurs d'hébergement « actifs » et « passifs ». Elle a ajouté que les</p>



Références de l'affaire	Principaux griefs	Principales décisions
	publicitaires, en se fondant sur ses conditions générales.	fournisseurs de services internet sont responsables uniquement lorsqu'ils ne suppriment pas un contenu incriminé après avoir reçu une notification du titulaire des droits ou lorsqu'ils ne respectent pas une ordonnance de suppression prise par les autorités administratives ou judiciaires compétentes. Une lettre de mise en demeure détaillée (contenant l'URL où se trouve le contenu incriminé) adressée par le titulaire des droits équivaut à une ordonnance de suppression délivrée par l'autorité compétente.
NL – Pays-Bas		
<i>BREIN c. KPN, T-Mobile, TELE2, Zeelandnet et CAIW</i> ²¹⁵ <u>C/16/448423/KG ZA 17-382</u>	<p>Le litige opposait BREIN, une fondation visant à protéger les droits et intérêts des titulaires néerlandais de droits d'auteur, et cinq fournisseurs d'accès à internet, à savoir T-Mobile, Tele2, CAIW, Zeelandnet et KPN, qui permettaient à leurs utilisateurs d'accéder au célèbre site de téléchargement illicite <i>The Pirate Bay</i>.</p> <p>BREIN avait demandé au tribunal d'instance d'ordonner à l'ensemble de ces fournisseurs de services internet de bloquer l'accès de leurs clients aux noms de domaines et aux adresses IP utilisés par <i>The Pirate Bay</i>.</p>	<p>Le tribunal d'instance de Midden-Nederland a fondé sa décision sur un jugement précédemment rendu par le tribunal d'instance de La Haye <u>dans le litige opposant BREIN à Ziggo et XS4AALL</u>.</p> <p>La Cour a reconnu le « caractère urgent » de l'affaire et a conclu que les mesures de blocage en question étaient justifiées, proportionnées et efficaces et, bien qu'elles puissent encore être contournées par des moyens techniques, ces mesures de blocage permettent au moins de rendre plus difficile l'accès des internautes au site <i>The Pirate Bay</i>.</p> <p>Tous les fournisseurs de services internet concernés ont également dû s'acquitter d'une amende pour non-respect de la législation.</p>

²¹⁵ Pour des affaires similaires où les juridictions nationales ont ordonné aux fournisseurs d'accès internet de bloquer l'accès au site *The Pirate Bay*, voir, notamment :

SCPP c. Orange, Free et autres (FR), Dramatico Entertainment et autres c. British Sky Broadcasting et autres (GB), EMI Records Ireland et autres c. UPC Communications Ireland et autres (IE).





6 Etat des lieux

6.1. Les mesures proposées dans le cadre de la révision de la Directive SMAV

A la suite d'un exercice REFIT complexe²¹⁶ et d'une étude d'impact approfondie²¹⁷ analysant les différentes options envisageables dans le cadre de la nécessaire révision de la Directive SMAV, la Commission européenne a présenté, en mai 2016, une proposition de directive révisée. Au moment de la rédaction de la présente étude, différents amendements émanant des institutions engagées dans la procédure de codécision sont venus alimenter le débat, mais le processus de révision n'est pas encore achevé²¹⁸.

Les plateformes de partage de vidéos ne sont pas prises en compte par l'actuelle Directive SMAV, mais la proposition de la Commission²¹⁹ les a intégrées dans le champ d'application de cette directive dans le cadre de la lutte contre le discours de haine et la diffusion de contenus préjudiciables aux mineurs. Les dispositions concernent les plateformes en ligne qui organisent une grande quantité de vidéos en leur associant des mots clés. Selon le nouveau libellé, les plateformes de partage de vidéos devront mettre en place des mesures de protection contre les contenus préjudiciables dans les limites prévues par la Directive relative au commerce électronique. Ces nouvelles dispositions

²¹⁶ Commission européenne, Evaluation REFIT ex post de la Directive 2010/13/UE Services de médias audiovisuels (en anglais), <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/ex-post-refit-evaluation-audiovisual-media-services-directive-201013eu>.

²¹⁷ Commission européenne, Analyse d'impact accompagnant la Proposition de révision de la Directive Services de médias audiovisuels (en anglais), <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/impact-assessment-accompanying-proposal-updated-audiovisual-media-services-directive>.

²¹⁸ Pour suivre l'état d'avancement du processus de révision présenté dans la fiche de procédure 2016/0151 / COD, voir l'Observatoire législatif du Parlement européen, [http://www.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?reference=2016/0151\(COD\)&l=FR](http://www.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?reference=2016/0151(COD)&l=FR), ainsi que EUR-Lex, http://eur-lex.europa.eu/procedure/FR/2016_151.

²¹⁹ Commission européenne, Proposition de Directive du Parlement européen et du Conseil modifiant la Directive 2010/13/UE visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels, compte tenu de l'évolution des réalités du marché, COM(2016) 287 final, 25 mai 2016, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:52016PC0287&from=EN>.
Pour une vue d'ensemble, voir : <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/revision-audiovisual-media-services-directive-avmsd>.



approfondissent et enrichissent les initiatives déjà prises par les professionnels du secteur et seront mises en œuvre dans le cadre d'une corégulation.

La procédure applicable à la révision de la Directive SMAV est la procédure législative ordinaire, officiellement connue sous l'appellation de procédure de codécision, selon laquelle les trois institutions agissent conjointement et sur un pied d'égalité.

A l'heure de la rédaction de la présente étude, l'examen en première lecture du texte est achevé et les institutions se sont engagées dans des négociations interinstitutionnelles, les « trilogues », qui sont désormais d'usage pour la législation de l'Union européenne²²⁰. L'objectif de ces trilogues est de convenir d'un texte commun, ce qui peut se produire à tout moment²²¹. Nous examinerons dans les parties suivantes une brève vue d'ensemble des plus importantes questions en jeu, en mettant en avant les principales modifications proposées par les institutions de codécision.

L'actuel texte tient compte de l'accord de compromis conclu en 2017 et de l'issue du trilogue du 26 avril 2018. Un nouveau trilogue aura lieu le 6 juin 2018 afin de finaliser les négociations, et sera suivi d'une décision du Conseil et d'un vote du Parlement européen réuni en plénière. Une fois publiées au Journal officiel, les nouvelles dispositions devront être transposées en droit interne par les Etats membres.

6.1.1. La définition d'une plateforme de partage de vidéos et les principes généraux

L'article 1(1)(aa) de la proposition de la Commission donne une définition d'une « plateforme de partage de vidéos », l'article 1(da) définit le terme de « fournisseur de plateforme de partage de vidéos » et l'article 1(ba) donne une définition d'une « vidéo créée par l'utilisateur ». La Commission et le Parlement utilisent le terme général et générique de « contenu », mais le Conseil emploie un libellé plus précis en mentionnant les différents types de contenus disponibles sur une autre plateforme de partage de vidéos, c'est-à-dire les « programmes » ou les « vidéos créées par les utilisateurs ».

Le Parlement européen mentionne les plateformes de partage de vidéos et les vidéos créées par les utilisateurs dans les définitions qu'il donne du « parrainage » et du « placement de produit », respectivement à l'article 1(1), point (k) et (m).

Le texte du compromis d'avril 2018 précise les critères détaillés qui permettent de considérer un service comme une plateforme de partage de vidéos au titre de l'article 1

²²⁰ Les trilogues sont de nature informelle et sont régis par un Code de conduite pour la négociation dans le cadre de la procédure législative ordinaire,

<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+RULES-EP+20130521+ANN-21+DOC+XML+V0//FR&navigationBar=YES>.

²²¹ Parlement européen, *Legislative train schedule* (« Calendrier des trains législatifs »),

<http://www.europarl.europa.eu/legislative-train/theme-connected-digital-single-market/file-audiovisual-media-framework>.



(1) aa du Compromis, selon lequel l'objet principal du service, une partie dissociable du service ou une fonctionnalité essentielle du service est consacré à la fourniture de programmes ou de vidéos créées par les utilisateurs, voire de ces deux contenus, au grand public.

Le Tableau 1 joint en annexe donne un aperçu du processus de révision en cours pour les dispositions relatives à la définition des plateformes de partage de vidéos et aux principes généraux qui leur sont applicables.

6.1.2. Les dispositions applicables aux plateformes de partage de vidéos

L'article 28a de la proposition de la Commission impose certaines obligations aux plateformes de partage de vidéos et énonce les mesures qu'elles sont tenues de mettre en place pour respecter ces obligations.

Au cours du processus de révision, l'obligation de protéger les citoyens des contenus préjudiciables comportant une incitation à la violence ou à la haine a été étendue, à l'article 28 bis(1)(b), à d'autres catégories, ainsi qu'aux personnes appartenant à ces catégories, sur la base de nouveaux critères comme la religion, le handicap, l'âge et l'orientation sexuelle. Un ajout est proposé : l'obligation de protéger le grand public des contenus qui comportent une « incitation publique à commettre une infraction terroriste » énoncée à l'article 28a(1)(ba) de l'approche générale du Conseil.

Le Conseil traite également dans sa proposition d'article 28a(1a) de la responsabilité des plateformes de partage de vidéos pour les communications commerciales audiovisuelles commercialisées, vendues et organisées ou non par ces plateformes, compte tenu du contrôle limité que les plateformes exercent sur ces contenus. Cette dernière disposition tient compte du régime de responsabilité prévu à l'article 14 de la Directive relative au commerce électronique. Cette question est également abordée par le Parlement à l'article 28a(5a).

La proposition énumère les mesures visant à responsabiliser les utilisateurs qui, dans la pratique et plus que jamais, sont désormais des « partenaires » importants pour les plateformes de partage de vidéos, puisqu'ils utilisent les outils de signalement mis à leur disposition par ces plateformes pour lutter contre les contenus illicites. Les utilisateurs contribueraient ainsi au respect des obligations qui incombent aux fournisseurs de plateformes de partage de vidéos, c'est-à-dire la mise en place d'un ensemble d'outils (obligation de moyen) que les utilisateurs devraient utiliser pour se protéger ou protéger leurs enfants, lorsqu'ils utilisent ces services. Outre ces outils, et afin de parfaire l'autonomisation des utilisateurs, la proposition accorde une attention particulière à :

- la transparence et la communication à double sens entre les utilisateurs et les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos au titre de l'article 28a(2)(f),



ainsi que de l'article 28a(2)(ba) proposé par le Conseil, en réagissant aux signalements de contenus par les utilisateurs ;

- l'éducation aux médias, puisque les Etats membres sont invités à encourager les politiques et les programmes de développement des compétences en matière d'éducation aux médias ;
- la protection des données prévue à l'article 28a(2)(c) de l'approche générale du Conseil, en veillant à ce que les systèmes de vérification de l'âge n'entraînent pas un traitement supplémentaire des données à caractère personnel et soient conformes à la réglementation européenne relative à la protection des données, c'est-à-dire à la Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne, au Règlement général relatif à la protection des données et à la Directive « Police », ainsi qu'au nouveau Règlement « Vie privée et communications électroniques » qui devrait être adopté d'ici à la fin de l'année 2018.

Le texte du compromis d'avril 2018 renvoie aux articles 12 et 13 de la Directive relative au commerce électronique, qui portent respectivement sur le simple transport et sur le stockage de type « *caching* », pour l'obligation faite aux fournisseurs de plateformes de partage de vidéos de prendre les mesures qui s'imposent pour assurer à leurs utilisateurs un espace protégé, en vertu de l'article 28a (1) du Compromis. L'article 28a (2) du Compromis exclut toute obligation de contrôle *ex ante* par les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos, conformément à l'article 15 de la Directive relative au commerce électronique.

Outre les contenus incitant à commettre une infraction à caractère terroriste, les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos seront tenus, en vertu de l'article 28a (1)(ba) du Compromis, de lutter contre les contenus dont la diffusion constitue une infraction pénale au titre du droit de l'Union européenne, comme la pédopornographie et les contenus à caractère raciste et xénophobe.

Pour ce qui est des vidéos créées par les utilisateurs, un nouvel alinéa (aaa) est inséré à l'article 28a (2) du Compromis, qui mentionne les mesures permettant aux utilisateurs ayant mis à disposition le contenu en question de déclarer si, à leur connaissance, ces vidéos contiennent des communications commerciales audiovisuelles. Les droits des utilisateurs sont également renforcés, puisque le texte du compromis garantit à l'article 28a (6a) le droit d'engager des procédures judiciaires parallèlement aux mécanismes extrajudiciaires de plainte et de recours mis à disposition pour régler les litiges entre les utilisateurs et les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos.

En matière de protection des mineurs, le texte du compromis interdit le traitement des données à caractère personnel de mineurs à des fins de communication commerciale dans un paragraphe ajouté à l'article 28a (2).

Le tableau 2 joint en annexe donne un aperçu du processus de révision en cours pour les dispositions relatives aux obligations auxquelles les plateformes de partage de vidéos sont soumises.



6.1.3. L'établissement des fournisseurs de plateformes de partage de vidéos

L'article 28b de la proposition de la Commission énonce les critères qui permettent de déterminer l'Etat membre d'établissement d'un fournisseur de plateformes de partage de vidéos. L'approche générale du Conseil donne une description plus détaillée de ces critères dans la mesure où elle propose des définitions des termes « entreprise mère », « entreprise filiale » et « groupe ».

Le Parlement européen approuve la proposition initiale de la Commission d'autoriser les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos effectivement présents dans plusieurs Etats membres, à travers plusieurs filiales ou entités du groupe établies dans différents Etats membres, à choisir leur propre Etat membre d'établissement. Le Conseil, dans son approche générale, choisit une orientation différente, puisqu'il propose que le fournisseur de plateformes de partage de vidéos soit établi dans l'Etat membre où l'une des filiales ou entités du groupe a démarré la première ses activités, sous réserve d'entretenir des liens stables et effectifs avec l'économie de cet Etat membre.

Le texte du compromis d'avril 2018 reprend le libellé de l'approche générale du Conseil, qui comporte les définitions des termes « entreprise mère », « entreprise filiale » et « groupe ». En outre, toutes les entreprises liées sur le plan économique et juridique sont considérées comme faisant partie du même groupe d'entreprises. Ainsi, un fournisseur de plateforme de partage de vidéos est réputé établi sur le territoire d'un Etat membre s'il est lié d'un point de vue économique et juridique à une autre entreprise établie dans ce même Etat membre.

Le tableau 3 joint en annexe donne un aperçu du processus de révision en cours pour les dispositions relatives à l'établissement des plateformes de partage de vidéos.

6.1.4. L'obligation faite aux plateformes de partage de vidéos de rendre certaines informations accessibles aux utilisateurs

Le Parlement européen propose, dans un nouvel article 28c d'étendre aux plateformes de partage de vidéos l'obligation faite par l'article 5 de l'actuelle Directive SMAV aux fournisseurs de services de médias audiovisuels de rendre certaines informations accessibles aux utilisateurs, notamment le nom du fournisseur de services ; l'adresse géographique de son établissement ; ses coordonnées, y compris son adresse de courrier électronique ou son site internet, qui devraient permettre de contacter rapidement, directement et efficacement le fournisseur de plateformes de partage de vidéos ; et les instances réglementaires ou de surveillance compétentes, en sus de l'Etat membre territorialement compétent, comme le précise la proposition. Ces éléments ont toutefois été supprimés dans l'approche générale du Conseil.



Le texte du compromis d'avril 2018 ne contient aucun changement sur ce point.

Le tableau 4 joint en annexe donne un aperçu du processus de la révision en cours pour les dispositions relatives à cette obligation.

6.2. Les mesures proposées dans le cadre de la révision de la Directive relative au droit d'auteur

Le 14 septembre 2016, la Commission européenne a publié sa proposition de Directive relative au droit d'auteur dans le marché unique numérique²²², en vue de moderniser l'actuel cadre du droit d'auteur, tout en tenant compte des évolutions technologiques récentes et des nouveaux modes de distribution des contenus protégés par le droit d'auteur dans le marché intérieur.

Ce projet de réforme vise à favoriser un meilleur équilibre de la rémunération des différents acteurs de la chaîne de valeur, ainsi qu'une meilleure transparence des dispositions contractuelles conclues entre les créateurs et les plateformes en ligne et une plus grande disponibilité des contenus protégés par le droit d'auteur à l'intérieur et au-delà des frontières de l'Union européenne.

Dans cette proposition de directive et dans le cadre de l'exonération de responsabilité prévue par la Directive relative au commerce électronique, l'article 13²²³

²²² Commission européenne, Proposition de Directive du Parlement européen et du Conseil sur le droit d'auteur dans le marché unique numérique, COM(2016) 593 final, 14 septembre 2016, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:52016PC0593&from=EN>.

Pour une vue d'ensemble (uniquement en anglais), voir :

<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/modernisation-eu-copyright-rules>.

²²³ Article 13 (Utilisation de contenus protégés par des prestataires de services de la société de l'information qui stockent et donnent accès à un grand nombre d'œuvres et d'autres objets protégés chargés par leurs utilisateurs) de la Proposition de Directive du Parlement européen et du Conseil sur le droit d'auteur dans le marché unique numérique, COM(2016) 593 final

1. Les prestataires de services de la société de l'information qui stockent un grand nombre d'œuvres ou d'autres objets protégés chargés par leurs utilisateurs et qui donnent accès à ces œuvres et autres objets prennent, en coopération avec les titulaires de droits, des mesures destinées à assurer le bon fonctionnement des accords conclus avec les titulaires de droits en ce qui concerne l'utilisation de leurs œuvres ou autres objets protégés ou destinées à empêcher la mise à disposition, par leurs services, d'œuvres ou d'autres objets protégés identifiés par les titulaires de droits en coopération avec les prestataires de services. Ces mesures, telles que le recours à des techniques efficaces de reconnaissance des contenus, doivent être appropriées et proportionnées. Les prestataires de services fournissent aux titulaires de droits des informations suffisantes sur le fonctionnement et la mise en place des mesures, ainsi que, s'il y a lieu, des comptes rendus réguliers sur la reconnaissance et l'utilisation des œuvres et autres objets protégés.

2. Les Etats membres veillent à ce que les prestataires de services visés au paragraphe 1 mettent en place des dispositifs de plainte et de recours à l'intention des utilisateurs pour les litiges relatifs à l'application des mesures visées au paragraphe 1.

3. Les Etats membres favorisent, lorsque c'est utile, la coopération entre les prestataires de services de la société de l'information et les titulaires de droits, grâce à des dialogues entre parties intéressées, afin de définir de bonnes pratiques, telles que les techniques appropriées et proportionnées de reconnaissance des contenus, compte tenu,



impose aux fournisseurs de services de la société de l'information, qui stockent et donnent accès à des contenus protégés par le droit d'auteur mis en ligne par leurs utilisateurs, de prendre des mesures appropriées et proportionnées pour garantir que les accords conclus avec les titulaires de droits soient dûment respectés et d'empêcher la mise à disposition sur leurs services des contenus portant atteinte au droit d'auteur dès lors qu'ils ont été identifiés comme tels par les titulaires des droits concernés.

La négociation de cet article a donné lieu à une vive controverse entre les parties prenantes au sujet des conséquences des mesures proposées sur les obligations des fournisseurs de services de la société de l'information. Certains considéraient qu'imposer aux fournisseurs de services de prendre des mesures visant « *à empêcher la mise à disposition, par leurs services, d'œuvres ou d'autres objets protégés identifiés par les titulaires de droits [...] telles que le recours à des techniques efficaces de reconnaissance des contenus* » mettrait en place une obligation générale de contrôle, ce qui serait contraire au régime de responsabilité prévu à l'article 14 de la Directive relative au commerce électronique, qui a jusqu'à présent exonéré les fournisseurs de services de la société de l'information de ce contrôle préalable des contenus²²⁴.

La proposition visant à imposer aux fournisseurs de services de mettre à disposition des utilisateurs des mécanismes de plainte et de recours en cas de litige sur les mesures prises par les fournisseurs de services au sujet des contenus mis en ligne par les utilisateurs a été moins controversée. Ces mécanismes permettraient aux utilisateurs de contester toute mesure disproportionnée prise par les fournisseurs de services et d'éviter que ces derniers ne traitent les contenus en se fondant sur leurs conditions générales, plutôt que sur l'infraction effectivement commise, et ce indépendamment du droit et de la liberté des utilisateurs de diffuser des contenus, même si ceux-ci sont totalement licites.

L'article 13 de la proposition fixe le cadre de la future coopération entre les fournisseurs de services de la société de l'information et les titulaires de droits, en vue de définir « *de bonnes pratiques, telles que les techniques appropriées et proportionnées de reconnaissance des contenus* ».

La procédure applicable à cette initiative législative est celle des négociations interinstitutionnelles ; au moment de la publication du présent rapport, le Parlement européen n'avait toujours pas fait connaître son avis²²⁵.

notamment, de la nature des services, de la disponibilité des outils techniques et de leur efficacité au vu des évolutions technologiques.

²²⁴ La lettre ouverte signée par 56 organisations contre l'article 13 proposé est disponible sur : https://www.eff.org/files/2017/10/16/openletteroncopyrightdirective_final.pdf. Pour un commentaire critique, voir C. Angelopoulos, *EU Copyright Reform: Outside the Safe Harbours, Intermediary Liability Capsizes into Incoherence*, *Kluwer Copyright Blog*, 6 octobre 2016, <http://copyrightblog.kluweriplaw.com/2016/10/06/eu-copyright-reform-outside-safe-harbours-intermediary-liability-capsizes-incoherence/>.

²²⁵ Pour suivre l'état d'avancement du processus de la révision exposé dans la fiche de procédure 2016/0280/COD, voir l'Observatoire législatif du Parlement européen, [http://www.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?reference=2016/0280\(COD\)&l=FR](http://www.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?reference=2016/0280(COD)&l=FR), ainsi que EUR-Lex, http://eur-lex.europa.eu/procedure/FR/2016_280.



6.3. Les initiatives prises dans le cadre de la Stratégie pour un marché unique numérique en Europe

La Stratégie pour un marché unique numérique en Europe, qui a été annoncée le 25 mai 2016, mentionne les plateformes en ligne dans plusieurs grandes mesures recommandées par la Commission européenne. La Commission a cependant préféré à une définition universelle un large éventail d'exemples²²⁶.

6.3.1. La révision (ou non) de la Directive relative au commerce électronique

La Commission européenne a évalué l'efficacité de la Directive relative au commerce électronique pour déterminer si elle correspond ou non à l'évolution technologique actuelle et aux nouveaux modes de diffusion et de visionnage des contenus en ligne. A cette fin, elle a constitué un groupe d'experts qui s'est réuni pour la première fois en novembre 2005 et qui avait pour mission de conseiller la Commission sur les questions relatives au commerce électronique et aux services connexes, dans le but clairement défini de renforcer et de faciliter la coopération administrative entre les Etats membres eux-mêmes et entre les Etats membres et la Commission, de remédier aux problèmes posés par l'application de la Directive et d'examiner les nouvelles difficultés qui surgissent dans le domaine du commerce électronique²²⁷.

En septembre 2015, la Commission européenne a lancé dans le cadre de la Stratégie pour un marché unique numérique une consultation publique en vue d'évaluer le cadre réglementaire applicable aux plateformes, aux intermédiaires en ligne, aux données et l'informatique dématérialisée, ainsi qu'à l'économie collaborative²²⁸. La consultation portait sur le rôle social et économique des plateformes en ligne, la transparence, les conditions d'utilisation, les systèmes de notations et les commentaires,

²²⁶ Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions, « Stratégie pour un marché unique numérique en Europe », SWD(2015) 100 final, COM(2015) 192 final, Bruxelles, 6 mai 2015,

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:52015DC0192&from=DA>

²²⁷ Le groupe d'experts sur le commerce électronique du Registre des groupes d'experts de la Commission, <http://ec.europa.eu/transparency/regexpert/index.cfm?do=groupDetail.groupDetail&groupID=1636&Lang=FR>

²²⁸ Consultation publique sur l'environnement réglementaire concernant les plateformes, les intermédiaires en ligne, les données et l'informatique en nuage ainsi que l'économie collaborative, du 24 septembre 2015 au 6 janvier 2016, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/public-consultation-regulatory-environment-platforms-online-intermediaries-data-and-cloud>. Il convient également d'indiquer qu'une première consultation sur l'avenir du commerce électronique a eu lieu en 2010 (<https://circabc.europa.eu/faces/jsp/extension/wai/navigation/container.jsp>) et a été suivie par une consultation publique sur la procédure de « notification et action » en 2012 (http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/2012/clean-and-open-internet/summary-of-responses_en.pdf).



l'utilisation des informations par les plateformes et le rôle des intermédiaires en ligne, notamment.

Les observations formulées à l'occasion de la consultation publique semblent indiquer certaines préoccupations suscitées par le régime de responsabilité réellement applicable aux intermédiaires en ligne et à la lutte contre les contenus illicites en ligne au titre de la Directive relative au commerce électronique. Comme le montrent les réponses, les avis sont partagés entre ceux qui considèrent que le régime actuellement en vigueur satisfait encore à son objectif et ceux qui préconisent davantage de précisions et d'éléments d'orientation pour sa mise en œuvre, allant jusqu'à proposer la création de nouvelles catégories de services intermédiaires, en sus du simple transport, du stockage de type *caching* et de l'hébergement²²⁹.

La consultation a révélé une certaine adhésion aux principes en vigueur ; par conséquent, la Directive relative au commerce électronique ne fait actuellement l'objet d'aucune révision²³⁰

6.3.2. Les initiatives prise en matière de désinformation et de « fausses informations »

Les dangers et les conséquences de la prolifération croissante de « fausses informations » ou de la désinformation en ligne ont fait l'objet de très nombreuses études au cours de ces deux dernières années. Comme ce phénomène touche l'ensemble de la planète, et compte tenu de la menace que la désinformation fait peser sur la démocratie et l'ordre public, les autorités européennes ont commencé à réagir et à s'attaquer à ce problème²³¹.

Au sein de l'Union européenne, la Résolution du Parlement européen du 15 juin 2017 relative aux plateformes en ligne et au marché unique numérique a invité la Commission à analyser les défis actuels et le cadre juridique en vigueur afin d'identifier les instruments juridiques susceptibles de limiter la diffusion et la propagation des fausses informations²³².

²²⁹ Commission européenne, Rapport complet sur les résultats de la consultation publique sur l'environnement réglementaire des plateformes, des intermédiaires en ligne et de l'économie collaborative, disponible en anglais sur : http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=15877.

²³⁰ Commission européenne, Les plateformes en ligne et le marché unique numérique – Perspectives et défis pour l'Europe, COM(2016) 288 final, Bruxelles, 25 mai 2016, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=CELEX:52016DC0288&from=EN>.

²³¹ Par l'intermédiaire de son Rapporteur spécial pour la liberté d'opinion et d'expression et de l'Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe (OSCE), le Haut-Commissariat des Nations Unies aux droits de l'homme et d'autres organisations internationales ont publié en mars 2017 une déclaration conjointe sur les « fausses informations », la désinformation et la propagande, disponible en anglais sur : www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=21287&LangID=E

²³² <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P8-TA-2017-0272+0+DOC+XML+V0//FR>



En novembre 2017, la Commission européenne a publié une feuille de route sur « les fausses informations et la désinformation en ligne »²³³, qui vise à obtenir la participation des parties prenantes à toute mesure ultérieure que prendrait la Commission en les informant des travaux de la Commission, et notamment des principaux problèmes et des solutions envisageables à prendre en compte dans les futures mesures, et en recueillant leurs réactions.

Le même mois, la Commission a pris l'une des plus importantes initiatives de ces dernières années, en lançant une consultation publique sur les fausses informations et la désinformation en ligne et a annoncé son intention de créer un groupe d'experts de haut niveau représentant les milieux universitaires, les plateformes en ligne, les médias d'information et les organisations de la société civile, qui contribuera à l'élaboration d'une stratégie de lutte contre la diffusion et la propagation des fausses informations à l'échelle de l'Union européenne²³⁴. Le Groupe d'experts de haut niveau a rendu son premier rapport en mars 2018²³⁵. La Commission européenne s'appuiera sur ce rapport ainsi que sur les résultats de la consultation publique sur les fausses informations et la désinformation en ligne²³⁶ en vue de publier une communication sur la lutte contre la désinformation en ligne.

Le rapport du Groupe d'experts de haut niveau a défini un ensemble de mesures à court terme pour les plateformes en ligne. Il préconise que les plateformes en ligne forment une coalition avec les entreprises des médias d'information et les organisations de la société civile, dans laquelle toutes les parties prenantes des secteurs concernés qui le souhaitent prendraient part à l'élaboration du code de conduite multipartite proposé et accompagneraient sa mise en œuvre et son suivi constant. Ce code de conduite multipartite devrait énoncer des règles de conduite concrètes, en tenant compte des grands principes énoncés par le Groupe d'experts dans son rapport, qui préconisent que les plateformes :

1. adaptent leur politique publicitaire, notamment en s'appliquant à frapper au portefeuille les acteurs de la désinformation (c'est-à-dire l'approche « *Follow the money* ») dans le cadre d'une coopération avec les professionnels du secteur de la publicité afin de veiller à ce qu'aucune entreprise ne diffuse de publicités sur les sites des sociétés qui alimentent la désinformation, et à ce que ces mêmes sites ne soient plus hébergés ;

²³³ https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/initiatives/ares-2017-5489364_en

²³⁴ La liste du Groupe d'experts de haut niveau est disponible sur : <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/experts-appointed-high-level-group-fake-news-and-online-disinformation>.

²³⁵ Rapport du Groupe d'experts indépendants de haut niveau sur les fausses informations et la désinformation en ligne, mars 2018, disponible en anglais sur : <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>.

²³⁶ Consultation publique les fausses informations et la désinformation en ligne, du 13 novembre 2017 au 23 février 2018, disponible en anglais sur : <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/public-consultation-fake-news-and-online-disinformation>.



2. assurent la transparence et l'obligation de rendre des comptes au sujet du traitement des données des utilisateurs à des fins de placement publicitaire, dans le respect scrupuleux de la vie privée, de la liberté d'expression et du pluralisme des médias ;
3. veillent à ce que tout contenu parrainé, y compris la publicité à caractère politique, puisse être clairement distingué des autres contenus dans un souci de transparence ;
4. coopèrent en autorisant un accès aux données conforme au respect de la vie privée pour permettre de vérifier des éléments factuels et d'effectuer des recherches ;
5. mettent à la disposition de leurs usagers des paramètres et des contrôles perfectionnés pour favoriser leur autonomie et leur permettre de personnaliser leur navigation en ligne ;
6. prennent des mesures efficaces, si besoin est et en coopération avec les entreprises européennes d'information publiques et privées, pour améliorer la visibilité des informations fiables et dignes de confiance et faciliter l'accès des utilisateurs à ces informations ;
7. veillent, le cas échéant et si cela est techniquement faisable, à ce que les articles d'actualité du moment soient accompagnés de suggestions d'articles connexes ;
8. fournissent, le cas échéant, des outils simples à utiliser pour permettre aux utilisateurs de se connecter à des sources fiables de vérification des faits et d'exercer leur droit de réponse ;
9. appliquent des systèmes de signalement et de confiance, qui reposent sur les utilisateurs, et prévoient des garanties contre leur utilisation abusive par les utilisateurs ;
10. coopèrent, notamment, en fournissant des données pertinentes sur le fonctionnement de leurs services, y compris des données qui permettent aux chercheurs universitaires de réaliser des études indépendantes, et des informations générales sur les algorithmes, afin d'élaborer une approche commune pour lutter contre la diffusion et l'amplification de la désinformation.

Le Groupe d'experts de haut niveau a encouragé l'adoption d'une approche d'autorégulation fondée sur un processus d'engagement multipartite clairement défini, qui comprend un ensemble d'actions à court et moyen terme et selon une feuille de route préétablie pour sa mise en œuvre. Ces mesures à court et à moyen terme seraient suivies d'une évaluation appropriée de leur efficacité et de leur efficience. A partir de cette évaluation, la Commission européenne réexaminera son approche au printemps 2019 afin de décider s'il y a lieu d'envisager par la suite de prendre de nouvelles mesures, notamment des interventions en matière réglementaire ou de corégulation, des instruments en matière de concurrence ou des mécanismes visant à assurer le suivi constant et l'évaluation des mesures d'autorégulation. La Commission européenne a par ailleurs mentionné la Communication sur « les plateformes en ligne et les fausses informations » dans son programme de travail de 2018.



En parallèle, le Conseil de l'Europe a publié son rapport sur « Le chaos informationnel » fin septembre 2017²³⁷. Ce rapport recense les diverses formes d'informations préjudiciables, à savoir la mésinformation, l'information malveillante et la désinformation, une expression qui, selon les auteurs de l'étude, décrit parfaitement la complexité du phénomène des « fausses informations » et de la « pollution informationnelle ».

6.3.3. Les initiatives relatives à la protection des consommateurs

Le 25 mai 2018, le Règlement général relatif à la protection des données adopté le 24 mai 2016 dans le cadre de la Stratégie pour un marché unique numérique entrera en vigueur. Ce Règlement assurera la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et de la libre circulation de ces données, en vue de renforcer les droits fondamentaux des citoyens à l'ère du numérique, dans l'ensemble de l'Union européenne, indépendamment du lieu de traitement des données.

La Commission prévoit d'étendre et d'adapter le droit de l'Union européenne aux nouvelles pratiques des consommateurs à l'ère du numérique, en mettant en place une nouvelle réglementation qui prendra en compte les utilisateurs de services gratuits, comme les réseaux sociaux et les plateformes en ligne, qui utilisent les données des consommateurs dans un but lucratif²³⁸. Les modifications proposées concerneront la Directive relative aux pratiques commerciales déloyales, la Directive relative aux droits des consommateurs, ainsi que la Directive relative aux clauses contractuelles abusives et la Directive relative à l'indication des prix. Cette proposition reconnaîtra la valeur économique croissante des données à caractère personnel, compte tenu de leur monétisation et de leur utilisation à des fins économiques, c'est-à-dire pour générer des recettes tirées de la publicité en ligne. Cette proposition imposera aux grandes entreprises d'internet, comme Google, Amazon, Facebook et Apple, pour n'en citer que quelques-unes, de se conformer à des mesures plus strictes dont le non-respect sera

²³⁷ Wardle, C. et Derakhshan, H., *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making* (« Le chaos informationnel : vers un cadre interdisciplinaire pour la recherche et l'élaboration de politiques », en anglais), Conseil de l'Europe, Strasbourg, 27 septembre 2017, www.coe.int/en/web/freedom-expression/news/-/asset_publisher/thFVuWFiT2Lk/content/tackling-disinformation-in-the-global-media-environment-new-council-of-europe-report?_101_INSTANCE_thFVuWFiT2Lk_viewMode=view/&desktop=false.

²³⁸ Voir la proposition de directive du Parlement européen et du Conseil modifiant la directive 93/13/CEE du Conseil du 5 avril 1993, la directive 98/6/CE du Parlement européen et du Conseil, la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil et la directive 2011/83/UE du Parlement européen et du Conseil concernant une meilleure application et une modernisation des règles de protection des consommateurs de l'UE, COM(2018) 185 final, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018PC0185&from=DE>.



passible de lourdes sanctions. En pareil cas, les modifications proposées envisagent des amendes dont le montant pourra aller jusqu'à 4 % des recettes de ces sociétés.

6.3.4. Les initiatives relatives aux régimes fiscaux

Après avoir déclaré publiquement leur intention de s'attaquer au régime fiscal des grandes multinationales technologiques, lors de la réunion du Conseil Affaires économiques et financières (ECOFIN) en septembre 2017, certains Etats membres de l'Union européenne ont convenu de mettre en place de nouveaux prélèvements fiscaux sur les entreprises du numérique. Les ministres des Finances et de l'Economie des Etats membres de l'Union européenne ont admis la nécessité d'agir au niveau de l'Union européenne de manière plus réaliste et plus adaptée à la réalité du marché et aux bénéfices réellement générés par les entreprises du numérique dans le marché de l'Union européenne, afin de garantir l'équité et l'égalité de l'imposition des entreprises, indépendamment de leur lieu d'établissement ou d'activité²³⁹.

Les Etats membres ont identifié deux options possibles fondées, l'une sur des « solutions rapides » et l'autre sur le principe de « l'établissement virtuel » : certains Etats membres ont proposé un « prélèvement de péréquation » sur le chiffre d'affaires généré en Europe par les entreprises numériques, d'autres ont préconisé de se pencher sur la question de l'établissement sur lequel repose les régimes fiscaux. Au moment de la rédaction de cette publication, aucune décision précise n'avait été prise.

²³⁹ Publication par la Présidence d'une note pour la réunion informelle ECOFIN organisée à Tallin le 16 septembre 2017, Discussion sur les défis de l'économie numérique en matière de fiscalité des entreprises, www.eu2017.ee/sites/default/files/2017-09/Ecofin%20Informal_WS%20II_digital%20economy_15-16.Sept_17.pdf.

Voir également :

https://www.euractiv.com/section/digital/news/eu-ready-to-hit-big-us-tech-firms-with-3-turnover-tax/?lipi=urn%3Ali%3Apage%3Ad_flagship3_profile_view_base_recent_activity_details_shares%3BTCDHkIDNSCKTill6YziL3w%3D%3D.





7 Annexe

Tableau 11. Processus de révision: définitions et principes généraux (Article 1 SMAV)

Directive actuelle 2010/13/EU ²⁴⁰	Proposition de la Commission 25 mai 2016 ²⁴¹	Amendements du PE 10 mai 2017 ²⁴²	Orientation générale du Conseil 23 mai 2017 ²⁴³
	Article 1 (1) a <i>bis</i>) "service de plateforme de partage de vidéos": un service tel que défini aux articles 56 et 57 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, qui satisfait aux exigences suivantes:	"service de plateforme de partage de vidéos": un service tel que défini aux articles 56 et 57 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, qui satisfait à toutes les exigences suivantes:	"service de plateforme de partage de vidéos": un service tel que défini aux articles 56 et 57 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, qui satisfait à toutes les exigences suivantes:
	Article 1 (1) a <i>bis</i>) ... (i) le service consiste à stocker une grande quantité de programmes ou de vidéos créées par les utilisateurs, qui ne relèvent pas de la responsabilité éditoriale du fournisseur de la plateforme de partage de vidéos;	(i) une des principales fonctionnalités du service consiste à rendre accessible au grand public des programmes ou des vidéos créées par les utilisateurs, qui ne relèvent pas de la responsabilité éditoriale du fournisseur de la plateforme de partage de vidéos ;	(i) Le service consiste à stocker des programmes ou des vidéos créées par l'utilisateur, qui ne relèvent pas de la responsabilité éditoriale du fournisseur de la plateforme de partage de vidéo;
	Article 1 (1) a <i>bis</i>) ... (ii) l'organisation du contenu stocké est déterminée par le fournisseur du service, à l'aide notamment de moyens automatiques ou d'algorithmes, en particulier l'hébergement, l'affichage, le balisage et le séquencement;	(ii) l'organisation du contenu mis à disposition du public est déterminée par le fournisseur du service, à l'aide notamment de moyens automatiques ou d'algorithmes, en particulier l'hébergement, l'affichage, le balisage et le séquencement;	(ii) l'organisation des programmes ou des vidéos créées par l'utilisateur qui sont stockés est déterminée par le fournisseur de la plateforme de partage de vidéos, à l'aide notamment de moyens automatiques ou d'algorithmes, en particulier l'affichage, le balisage et le séquencement;

²⁴⁰ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/ALL/?uri=CELEX:32010L0013>.

²⁴¹ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=COM:2016:0287:FIN>.

²⁴² <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&mode=XML&reference=A8-2017-0192&language=FR>.

²⁴³ http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CONSIL:ST_9691_2017_INIT&from=FR.



Directive actuelle 2010/13/EU ²⁴⁰	Proposition de la Commission 25 mai 2016 ²⁴¹	Amendements du PE 10 mai 2017 ²⁴²	Orientation générale du Conseil 23 mai 2017 ²⁴³
	Article 1 (1) a <i>bis</i>) ... (iii) 'objet principal du service proprement dit ou d'une partie dissociable de ce service est la fourniture de programmes et de vidéos créées par les utilisateurs dans le but d'informer, de divertir ou d'éduquer le grand public;	(iii) l'objet principal du service proprement dit ou d'une partie dissociable d'un service plus large ²⁴⁴ est la fourniture de programmes et de vidéos créées par les utilisateurs, ou ce service joue un rôle important dans la fourniture de ces programmes et vidéos, dans le but d'informer, de divertir ou d'éduquer le grand public; et	(iii) l'objet principal du service proprement dit, d'une partie dissociable de ce service ou d'une fonctionnalité essentielle du service est la fourniture de programmes ou de vidéos créées par l'utilisateur dans le but d'informer, de divertir ou d'éduquer le grand public; et
	Article 1 (1) a <i>bis</i>) ... (iv) le service est fourni par des réseaux de communications électroniques au sens de l'article 2, point a), de la directive 2002/21/CE.	Pas de changement	Pas de changement
	Article 1 (1) b <i>bis</i>) "vidéo créée par l'utilisateur": un ensemble d'images animées, combinées ou non à du son, constituant un seul élément qui est créé et/ou téléchargé vers une plateforme de partage de vidéos par un ou plusieurs utilisateurs;	"vidéo créée par l'utilisateur": un ensemble d'images animées, combinées ou non à du son, constituant un seul élément qui est créé et/ou téléchargé vers une plateforme de partage de vidéos par un ou plusieurs utilisateurs;	"vidéo créée par l'utilisateur": un ensemble d'images animées, combinées ou non à du son, constituant un seul élément, quelle qu'en soit la longueur, qui est créé par un utilisateur et téléchargé vers une plateforme de partage de vidéos par ce même utilisateur ou par n'importe quel autre utilisateur
	Article 1 (1) d <i>bis</i>) "fournisseur de plateforme de partage de vidéos": toute personne physique ou morale qui fournit un service de plateforme de partage de vidéos;	Pas de changement	Pas de changement
Article 1 (1) k «parrainage»: toute contribution d'une entreprise publique ou privée ou d'une personne physique, n'exerçant pas d'activités de fournisseur de services de médias ou de	Pas de changement	"parrainage": toute contribution directe ou indirecte d'une entreprise publique ou privée ou d'une personne physique, n'exerçant pas d'activités de fournisseur de services de	"parrainage": toute contribution d'une entreprise publique ou privée ou d'une personne physique, n'exerçant pas d'activités de fournisseur de services de médias ou de

²⁴⁴ Version non-officielle, La version anglaise utilise les mots "d'un service plus large" tandis que dans la traduction française la formulation utilisée est "de ce service".



Directive actuelle 2010/13/EU ²⁴⁰	Proposition de la Commission 25 mai 2016 ²⁴¹	Amendements du PE 10 mai 2017 ²⁴²	Orientation générale du Conseil 23 mai 2017 ²⁴³
production d'œuvres audiovisuelles, au financement de services de médias audiovisuels ou de programmes, dans le but de promouvoir son nom, sa marque, son image, ses activités ou ses produits;		médias ou de services de plateformes de partage de vidéos ou de vidéos créées par les utilisateurs ou de production d'œuvres audiovisuelles, au financement de services de médias audiovisuels ou de services de plateformes de partage de vidéos, de vidéos créées par les utilisateurs ou de programmes, dans le but de promouvoir son nom, sa marque, son image, ses activités ou ses produits;	production d'œuvres audiovisuelles, au financement de services de médias audiovisuels ou de programmes, dans le but de promouvoir son nom, sa marque, son image, ses activités ou ses produits;
Article 1 (1) m «placement de produit»: toute forme de communication commerciale audiovisuelle consistant à inclure un produit, un service, ou leur marque, ou à y faire référence, en l'insérant dans un programme, moyennant paiement ou autre contrepartie;	Pas de changement	"placement de produit": toute forme de communication commerciale audiovisuelle consistant à inclure un produit, un service, ou leur marque, ou à y faire référence, en l'insérant dans un programme ou une vidéo créée par l'utilisateur , moyennant paiement ou autre contrepartie;»	"placement de produit": toute forme de communication commerciale audiovisuelle consistant à inclure un produit, un service, ou leur marque, ou à y faire référence, en l'insérant dans un programme, moyennant paiement ou autre contrepartie;

Source: Synthèse de l'Observatoire européen de l'audiovisuel à partir des documents officiels de l'UE.

Tableau 12. Processus de révision: Dispositions applicables aux plateformes de partage de vidéo (Article 28 bis SMAV)

Directive actuelle 2010/13/EU ²⁴⁵	Proposition de la Commission 25 mai 2016 ²⁴⁶	Amendements du PE 10 mai 2017 ²⁴⁷	Orientation générale du Conseil 23 mai 2017 ²⁴⁸
	Article 28 bis (1) Sans préjudice des articles 14 et 15 de la directive 2000/31/CE, les États membres veillent à ce que les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos prennent les mesures appropriées pour:	Sans préjudice des articles 14 et 15 de la directive 2000/31/CE, les États membres veillent à ce que les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos prennent les mesures appropriées, proportionnées	Sans préjudice des articles 14 et 15 de la directive 2000/31/CE, les États membres veillent à ce que les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos relevant de leur compétence prennent les

²⁴⁵ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/ALL/?uri=CELEX:32010L0013>.

²⁴⁶ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=COM:2016:0287:FIN>.

²⁴⁷ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&mode=XML&reference=A8-2017-0192&language=Fr>.

²⁴⁸ http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CONSIL:ST_9691_2017_INIT&from=EN.



Directive actuelle 2010/13/EU ²⁴⁵	Proposition de la Commission 25 mai 2016 ²⁴⁶	Amendements du PE 10 mai 2017 ²⁴⁷	Orientation générale du Conseil 23 mai 2017 ²⁴⁸
		<i>et efficaces</i> pour:	mesures appropriées, proportionnées et efficaces pour :
	Article 28 bis(1)(a) protéger les mineurs des contenus susceptibles de nuire à leur épanouissement physique, mental ou moral;	Article 28 bis (1)(b) protéger les mineurs des contenus susceptibles de nuire à leur épanouissement physique, mental ou moral.	Article 28 bis (1)(a) protéger les mineurs des programmes, vidéos créées par les utilisateurs et communications commerciales audiovisuelles susceptibles de nuire à leur épanouissement physique, mental ou moral;
	Article 28 bis (1)(b) protéger l'ensemble des citoyens des contenus comportant une incitation à la violence ou à la haine visant un groupe de personnes ou un membre d'un tel groupe, défini par référence à la race, la couleur, la religion, l'ascendance, l'origine nationale ou ethnique.	Article 28 bis (1)(a) protéger l'ensemble des citoyens des contenus comportant une incitation à porter atteinte à la dignité humaine, ou des contenus comportant une incitation à la violence ou à la haine visant une personne ou un groupe de personnes défini(e) par la nationalité , le sexe, la race, la couleur, l'origine ethnique ou sociale, les caractéristiques génétiques, la langue , la religion ou les convictions, les opinions politiques ou toute autre opinion, l'appartenance à une minorité nationale, la fortune, la naissance, le handicap, l'âge, le genre, l'expression et l'identité de genre, l'orientation sexuelle, le statut résidentiel ou la santé;	Article 28 bis (1)(b) protéger le grand public des programmes, vidéos créées par les utilisateurs et communications commerciales audiovisuelles comportant une incitation à la violence ou à la haine visant un groupe de personnes ou un membre d'un tel groupe , défini par référence au sexe, à l'origine raciale ou ethnique, à la nationalité, à la religion ou aux convictions, au handicap, à l'âge ou à l'orientation sexuelle;
			Article 28 bis (1) (b bis) protéger le grand public des programmes, vidéos créées par les utilisateurs et communications commerciales audiovisuelles comportant la provocation publique à commettre une infraction terroriste prévue à l'article 5 de la directive (UE) 2017/541 relative à la lutte contre le terrorisme;;
			1 bis. Les États membres veillent à ce que les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos respectent les exigences prévues à l'article 9, paragraphe1, en ce qui concerne les communications



Directive actuelle 2010/13/EU ²⁴⁵	Proposition de la Commission 25 mai 2016 ²⁴⁶	Amendements du PE 10 mai 2017 ²⁴⁷	Orientation générale du Conseil 23 mai 2017 ²⁴⁸
			<p><i>commerciales audiovisuelles commercialisées, vendues et organisées par lesdits fournisseurs de plateformes de partage de vidéos. Compte tenu du contrôle limité que les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos exercent sur les communications commerciales audiovisuelles qui ne sont pas commercialisées, vendues et organisées par lesdits fournisseurs de plateformes de partage de vidéos, les États membres veillent à ce que les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos prennent les mesures appropriées pour respecter les exigences prévues à l'article 9, paragraphe 1</i></p>
	<p>Article 28 bis (2) Le caractère approprié d'une mesure aux fins de l'application du paragraphe 1 est déterminé en prenant en considération la nature du contenu en question, le préjudice qu'il pourrait causer, les caractéristiques de la catégorie des personnes à protéger ainsi que les droits et les intérêts légitimes en jeu, y compris ceux des fournisseurs de la plateforme de partage de vidéos et ceux des utilisateurs qui ont créé le contenu et/ou l'ont mis en ligne, ainsi que l'intérêt public.</p> <p>Ces mesures consistent, le cas échéant, à:</p>	<p>2. [cf article 28 bis (2a) ci-dessous]</p> <p>Ces mesures consistent, le cas échéant,:</p>	<p><i>Aux fins de l'application des paragraphes 1 et 1 bis, les mesures appropriées sont déterminées en prenant en considération la nature du contenu en question, le préjudice qu'il pourrait causer, les caractéristiques de la catégorie des personnes à protéger ainsi que les droits et les intérêts légitimes en jeu, y compris ceux des fournisseurs de plateformes de partage de vidéos et ceux des utilisateurs qui ont créé le contenu et/ou l'ont mis en ligne, ainsi que l'intérêt public. Ces mesures sont applicables et proportionnées, compte tenu de la taille du service de plateforme de partage de vidéos et de la nature du service fourni.</i></p> <p>De telles mesures <i>incluent</i>, le cas échéant:</p>
	<p>Article 28 bis (2) a définir et appliquer, dans les conditions des fournisseurs de plateformes de partage de vidéos, la notion d'incitation à la violence ou à la haine visée au paragraphe 1, point b), et la</p>	<p>définir et appliquer, dans les conditions des fournisseurs de plateformes de partage de vidéos, la notion d'incitation à la violence ou à la haine visée au paragraphe 1, point a), et la</p>	<p><i>inclure</i> et appliquer, dans les conditions des <i>services</i> de plateforme de partage de vidéos, <i>l'exigence de ne pas inciter à la violence ou à la haine visée au paragraphe 1, point b), et l'exigence de ne</i></p>



Directive actuelle 2010/13/EU ²⁴⁵	Proposition de la Commission 25 mai 2016 ²⁴⁶	Amendements du PE 10 mai 2017 ²⁴⁷	Orientation générale du Conseil 23 mai 2017 ²⁴⁸
	notion de contenu susceptible de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs, conformément aux articles 6 et 12 respectivement;	notion de contenu susceptible de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs, conformément à l'article 6, points a) et b), et à l'article 6 bis respectivement. <i>Aux fins du paragraphe 1, les États membres veillent à ce que ces mesures fondées sur les conditions ne soient permises que si les règles nationales de procédure prévoient la possibilité pour les utilisateurs de faire valoir leurs droits devant un tribunal une fois ces mesures connues;</i>	<i>pas provoquer publiquement la commission d'infractions terroristes visée au paragraphe 1, point b bis), conformément à l'article 6, ainsi que la notion de contenu susceptible de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs, conformément à l'article 12, paragraphe 1 ;</i>
			<i>Article 28 bis (2) (a bis) inclure et appliquer, dans les conditions des services de plateforme de partage de vidéos, les exigences établies à l'article 9, paragraphe 1, pour les communications commerciales audiovisuelles qui ne sont pas commercialisées, vendues ou organisées par les fournisseurs de plateformes de partage de vidéo;</i>
	Article 28 bis (2) b mettre en place et utiliser des mécanismes permettant aux utilisateurs des plateformes de partage de vidéos d'indiquer ou de signaler au fournisseur de la plateforme de partage de vidéos concerné les contenus visés au paragraphe 1 qui sont stockés sur sa plateforme;	mettre en place et utiliser des mécanismes transparents et conviviaux permettant aux utilisateurs des plateformes de partage de vidéos d'indiquer ou de signaler au fournisseur de la plateforme de partage de vidéos concerné les contenus visés au paragraphe 1 qui sont hébergés sur sa plateforme;	mettre en place et utiliser des mécanismes permettant aux utilisateurs des plateformes de partage de vidéos d'indiquer ou de signaler au fournisseur de la plateforme de partage de vidéos concerné les contenus visés au paragraphe 1 qui sont stockés sur sa plateforme
		<i>Article 28 bis (2) b bis mettre en place et utiliser des systèmes permettant aux fournisseurs de plateformes de partage de vidéos d'expliquer aux utilisateurs de ces plateformes l'utilité des indications et signalisations visées au point b);</i>	[SUPPRIMÉ]
	Article 28 bis (2) c mettre en place et utiliser	mettre en place et utiliser	mettre en place et utiliser,



Directive actuelle 2010/13/EU ²⁴⁵	Proposition de la Commission 25 mai 2016 ²⁴⁶	Amendements du PE 10 mai 2017 ²⁴⁷	Orientation générale du Conseil 23 mai 2017 ²⁴⁸
	des systèmes permettant de vérifier l'âge des utilisateurs des plateformes de partage de vidéos par rapport aux contenus susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs;	des systèmes permettant de vérifier l'âge des utilisateurs des plateformes de partage de vidéos par rapport aux contenus susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs; ces systèmes ne donnent pas lieu à un traitement supplémentaire des données à caractère personnels et sont sans préjudice de l'article 8 du règlement (UE) 2016/679;	eu égard aux contenus susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs, des systèmes permettant de vérifier l'âge des utilisateurs des plateformes de partage de vidéos
	Article 28 bis (2) d mettre en place et utiliser des systèmes permettant aux utilisateurs de plateformes de partage de vidéos de classier les contenus visés au paragraphe 1;	mettre en place et utiliser des systèmes faciles à utiliser permettant aux utilisateurs de plateformes de partage de vidéos de classier les contenus visés au paragraphe 1;	mettre en place et utiliser des systèmes permettant aux utilisateurs de plateformes de partage de vidéos de classier les contenus visés au paragraphe 1 ;
	Article 28 bis (2) e fournir des systèmes de contrôle parental en ce qui concerne les contenus susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs;	fournir des systèmes de contrôle parental dont les utilisateurs finaux ont le contrôle et qui sont proportionnés aux mesures visées au présent paragraphe et au paragraphe 3 en ce qui concerne les contenus susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs; les autorités et/ou organismes de régulation fournissent les lignes directrices nécessaires pour que les mesures prises respectent la liberté d'expression et prévoient la nécessité d'informer les utilisateurs;	prévoir des systèmes de contrôle parental en ce qui concerne les contenus susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs;
	Article 28 bis (2) f mettre en place et utiliser des systèmes permettant aux fournisseurs de plateformes de partage de vidéos d'expliquer aux utilisateurs de ces plateformes l'utilité des indications et signalisations visées au point b).	mettre en place et utiliser des procédures transparentes, simples d'utilisation et efficaces pour le traitement et la résolution des différends entre le fournisseur de plateformes de partage de vidéos et ses utilisateurs en lien avec la mise en œuvre des mesures visées aux points b) à f).	mettre en place et utiliser des systèmes permettant aux fournisseurs de plateformes de partage de vidéos d'expliquer aux utilisateurs de ces plateformes quelle suite est donnée aux indications et aux signalisations visées au point b.
			Article 28 bis (2) f bis prévoir des mesures et des



Directive actuelle 2010/13/EU ²⁴⁵	Proposition de la Commission 25 mai 2016 ²⁴⁶	Amendements du PE 10 mai 2017 ²⁴⁷	Orientation générale du Conseil 23 mai 2017 ²⁴⁸
			<i>outils d'éducation aux médias efficaces et sensibiliser les utilisateurs à ces mesures et outils.</i>
	[cf. Article 28 bis (2) ci-dessus]	Article 28 bis (2 bis) Le caractère approprié d'une mesure aux fins de l'application du paragraphe 1 est déterminé en prenant en considération la nature du contenu en question, le préjudice qu'il pourrait causer, les caractéristiques de la catégorie des personnes à protéger ainsi que les droits et les intérêts légitimes en jeu, y compris ceux des fournisseurs de la plateforme de partage de vidéos et ceux des utilisateurs qui ont mis le contenu en ligne, ainsi que l'intérêt public. Les mesures appropriées respectent la liberté d'expression et d'information ainsi que le pluralisme des médias. Les contenus les plus préjudiciables font l'objet des mesures les plus strictes. Ces mesures ne génèrent pas de mesures de contrôle ex ante ni de filtrage de contenus au moment de la mise en ligne.	[cf. Article 28 bis (2) ci-dessus]
	Article 28 bis (3) Aux fins de la mise en œuvre des mesures visées aux paragraphes 1 et 2, les États membres encouragent la corégulation visée à l'article 4, paragraphe 7.	Aux fins de la mise en œuvre des mesures visées aux paragraphes 1 et 2, les États membres et la Commission encouragent et facilitent l'autorégulation et la corégulation visées à l'article 4, paragraphes 7 et 7 bis en veillant à ce que les codes déontologiques soient conformes aux dispositions de la présente directive et respectent pleinement les droits, libertés et principes énoncés dans la charte, notamment dans son article 52. Les États membres garantissent que les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos mènent et publient régulièrement des audits de leurs performances conformément aux mesures	Aux fins de la mise en œuvre des mesures visées au paragraphe 2, les États membres sont encouragés à recourir à la corégulation visée à l' article 4 bis, paragraphe 1.



Directive actuelle 2010/13/EU ²⁴⁵	Proposition de la Commission 25 mai 2016 ²⁴⁶	Amendements du PE 10 mai 2017 ²⁴⁷	Orientation générale du Conseil 23 mai 2017 ²⁴⁸
		<i>visées au paragraphe 1.</i>	Article 28 bis (3 bis) <i>Afin de veiller à la mise en œuvre effective et cohérente du présent article, le cas échéant, la Commission, après consultation du comité de contact, publie des orientations concernant l'application pratique de l'article 1er, paragraphe a bis, point iii).</i>
	Article 28 bis (4) Les États membres mettent en place les mécanismes nécessaires pour apprécier le caractère approprié des mesures visées aux paragraphes 2 et 3 qui sont prises par les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos. Les États membres confient cette tâche aux autorités désignées conformément à l'article 30.	Les États membres mettent en place les mécanismes nécessaires pour apprécier la bonne exécution et l'efficacité des mesures prises et en rendre compte , en tenant compte de leur légalité, de leur transparence, de leur nécessité, de leur efficacité et de leur proportionnalité . Les États membres confient cette tâche aux autorités désignées conformément à l'article 30. Les autorités et/ou organismes de régulation fournissent les lignes directrices nécessaires pour que les mesures prises respectent la liberté d'expression et prévoient la nécessité d'informer les utilisateurs.	Les États membres mettent en place les mécanismes nécessaires pour apprécier le caractère approprié des mesures visées au paragraphe 2 qui sont prises par les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos . Les États membres confient l'évaluation de ces mesures aux autorités de régulation nationales.
	Article 28 bis (5) Les États membres n'imposent pas aux fournisseurs de plateformes de partage de vidéos des mesures plus strictes que les mesures visées aux paragraphes 1 et 2. Les États membres ne sont pas empêchés d'imposer des mesures plus strictes en ce qui concerne les contenus illicites. Lorsqu'ils adoptent ces mesures, ils respectent les conditions fixées par le droit de l'Union applicable, telles que, le cas échéant, les conditions prévues aux articles 14 et 15 de la directive 2000/31/CE ou à	L'article 8 s'applique aux fournisseurs de plateformes de partage de vidéos. «Article 8 Les États membres veillent à ce que les fournisseurs de services de médias et les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos qui relèvent de leur compétence ne transmettent pas d'œuvres cinématographiques en dehors des délais convenus avec les	Les États membres peuvent imposer aux fournisseurs de plateformes de partage de vidéos des mesures plus détaillées ou plus strictes que les mesures visées au paragraphe 2. Lorsqu'ils adoptent ces mesures, les États membres satisfont aux exigences fixées par le droit de l'Union applicable, telles que les conditions prévues aux articles 14 et 15 de la directive 2000/31/CE ou à l'article 25 de la directive 2011/93/UE.



Directive actuelle 2010/13/EU ²⁴⁵	Proposition de la Commission 25 mai 2016 ²⁴⁶	Amendements du PE 10 mai 2017 ²⁴⁷	Orientation générale du Conseil 23 mai 2017 ²⁴⁸
	l'article 25 de la directive 2011/93/UE.	ayants droit.»	
		<p>Article 28 bis (5 bis) <i>Les États membres prévoient que le parrainage ou les communications commerciales audiovisuelles qui sont commercialisés, vendus ou organisés par les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos respectent les exigences des articles 9 et 10.</i> <i>Sans préjudice des articles 14 et 15 de la directive 2000/31/CE, les États membres veillent à ce que les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos exigent des utilisateurs qui mettent des contenus en ligne qu'ils déclarent si ces contenus comprennent des publicités, du contenu parrainé ou du placement de produit.</i> <i>Les États membres requièrent des plateformes de partage de vidéos qu'elles veillent à ce que les bénéficiaires des services soient clairement informés des contenus déclarés ou connus comprenant de la publicité, du contenu parrainé ou du placement de produit.</i></p>	[SUPPRIMÉ]
	Article 28 bis (6) Les États membres veillent à ce que des mécanismes de réclamation et de recours soient disponibles pour le règlement des litiges entre usagers et fournisseurs de plateformes de partage de vidéos concernant l'application des mesures appropriées visées aux paragraphes 1 et 2.	[SUPPRIMÉ]	Les États membres veillent à ce que des mécanismes de réclamation et de recours soient disponibles pour le règlement des litiges entre usagers et fournisseurs de plateformes de partage de vidéos concernant <i>l'application des paragraphes 1 et 2.</i>
			<p>Article 28 bis (6 bis) <i>En complément des mesures visées au paragraphe 2, les États membres encouragent les politiques et dispositifs visant à développer les compétences liées à l'éducation aux médias.</i></p>
	Article 28 bis (7)		



Directive actuelle 2010/13/EU ²⁴⁵	Proposition de la Commission 25 mai 2016 ²⁴⁶	Amendements du PE 10 mai 2017 ²⁴⁷	Orientation générale du Conseil 23 mai 2017 ²⁴⁸
	La Commission et l'ERGA encouragent les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos à échanger les bonnes pratiques relatives aux systèmes de corégulation dans l'ensemble de l'Union. Le cas échéant, la Commission facilite l'élaboration de codes déontologiques de l'Union.	La Commission et l'ERGA encouragent les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos à échanger les bonnes pratiques relatives aux systèmes <i>d'autorégulation et</i> de corégulation dans l'ensemble de l'Union. Le cas échéant, la Commission facilite l'élaboration de codes déontologiques de l'Union.	<i>La Commission encourage les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos à échanger les meilleures pratiques relatives aux codes déontologiques en matière de corégulation visés au paragraphe 3.</i>
	Article 28 bis (8) Les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos ou, le cas échéant, les organisations représentant ces fournisseurs à cet égard soumettent à la Commission les projets de codes déontologiques de l'Union ainsi que les modifications des codes déontologiques de l'Union existant déjà. La Commission peut solliciter l'avis de l'ERGA sur les projets, modifications ou prorogations de ces codes déontologiques. La Commission peut donner une publicité appropriée à ces codes déontologiques de l'Union.	Les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos ou, le cas échéant, les organisations représentant ces fournisseurs à cet égard soumettent à la Commission les projets de codes déontologiques de l'Union ainsi que les modifications des codes déontologiques de l'Union existant déjà. La Commission peut solliciter l'avis de l'ERGA sur les projets, modifications ou prorogations de ces codes déontologiques. <i>La Commission publie ces codes déontologiques aux fins de promouvoir l'échange de bonnes pratiques.</i>	<i>Les États membres et la Commission peuvent encourager l'autorégulation au moyen des codes déontologiques de l'Union visés à l'article 4 bis, paragraphe 2.</i>

Source: Synthèse de l'Observatoire européen de l'audiovisuel à partir des documents officiels de l'UE.

**Tableau 13. Processus de révision: Dispositions applicables à l'établissement des plateformes de partage de vidéo (Article 28b SMAV)**

Directive actuelle 2010/13/EU ²⁴⁹	Proposition de la Commission 25 mai 2016 ²⁵⁰	Amendements du PE 10 mai 2017 ²⁵¹	Orientation générale du Conseil 23 mai 2017 ²⁵²
			<i>Article 28 ter (-1) Aux fins de la présente directive, un fournisseur de plateforme de partage de vidéos établi sur le territoire d'un État membre au sens de l'article 3, paragraphe 1, de la directive 2000/31/CE relève de la compétence dudit État membre.</i>
	Article 28 ter (1) Les États membres veillent à ce que les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos qui ne sont pas établis sur leur territoire, mais qui ont une société mère ou une filiale établie sur leur territoire ou qui font partie d'un groupe ayant une autre entité établie sur leur territoire, soient réputés avoir été établis sur leur territoire aux fins de l'article 3, paragraphe 1, de la directive 2000/31/CE.	Pas de changement	<i>Un fournisseur de plateforme de partage de vidéos qui n'est pas établi sur le territoire d'un État membre au titre du paragraphe -1 est réputé être établi sur le territoire d'un État membre aux fins de la présente directive si ce fournisseur de plateforme de partage de vidéos: a) a une entreprise mère ou une entreprise filiale établie sur le territoire de cet État membre; ou b) fait partie d'un groupe ayant une autre entreprise établie sur le territoire de cet État membre.</i> <i>Aux fins du présent article, on entend par: a) "entreprise mère": une entreprise mère au sens de l'article 2, point 9), de la directive 2013/34/UE; b) "entreprise filiale": une entreprise filiale au sens de l'article 2, point 10), de la directive 2013/34/UE; c) "groupe": une entreprise mère, toutes ses entreprises filiales et toutes les autres entreprises qui font partie du groupe.</i>

²⁴⁹ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/ALL/?uri=CELEX:32010L0013>.

²⁵⁰ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=COM:2016:0287:FIN>.

²⁵¹ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&mode=XML&reference=A8-2017-0192&language=FR>.

²⁵² http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CONSIL:ST_9691_2017_INIT&from=EN.



Directive actuelle 2010/13/EU ²⁴⁹	Proposition de la Commission 25 mai 2016 ²⁵⁰	Amendements du PE 10 mai 2017 ²⁵¹	Orientation générale du Conseil 23 mai 2017 ²⁵²
	<p>Aux fins de l'application du premier alinéa, si la société mère, la filiale ou l'autre entité du groupe sont établies chacune dans un État membre différent, le fournisseur est réputé avoir été établi dans l'État membre dans lequel la société mère est établie ou, à défaut d'un tel établissement dans un État membre, il est réputé avoir été établi dans l'État membre dans lequel la filiale est établie ou, à défaut d'un tel établissement dans un État membre, il est réputé avoir été établi dans l'État membre dans lequel cette autre entité du groupe est établie.</p>	<p>Pas de changement</p>	<p>1 bis. Aux fins de l'application du paragraphe 1, lorsque l'entreprise mère, l'entreprise filiale ou les autres entreprises du groupe sont établies chacune dans un État membre différent, le fournisseur de plateforme de partage de vidéos est réputé être établi dans l'État membre dans lequel l'entreprise mère est établie ou, à défaut d'un tel établissement dans l'État membre dans lequel l'entreprise filiale est établie ou, à défaut d'un tel établissement dans l'État membre dans lequel cette autre entreprise du groupe est établie.</p>
	<p>Aux fins de l'application du deuxième alinéa, s'il existe plusieurs filiales établies chacune dans un État membre différent, ou s'il existe plusieurs autres entités du groupe établies chacune dans un État membre différent, les États membres concernés veillent à ce que le fournisseur indique dans lequel d'entre eux il est réputé avoir été établi.</p>	<p>Pas de changement</p>	<p>1ter. Aux fins de l'application du paragraphe 1 bis, s'il existe plusieurs entreprises filiales et que chacune d'elles est établie dans un État membre différent, le fournisseur de plateforme de partage de vidéos est réputé être établi dans le premier État membre où l'une des entreprises filiales a commencé ses activités, à condition qu'il maintienne un lien économique stable et réel avec cet État membre. S'il existe plusieurs autres entreprises qui font partie du groupe et que chacune d'elles est établie dans un État membre différent, le fournisseur de plateforme de partage de vidéos est réputé être établi dans le premier État membre où l'une de ces entreprises a commencé ses activités, à condition qu'il maintienne un lien économique stable et réel avec cet État membre.</p>
			<p>1 quater. Aux fins de la présente directive, les articles</p>



Directive actuelle 2010/13/EU ²⁴⁹	Proposition de la Commission 25 mai 2016 ²⁵⁰	Amendements du PE 10 mai 2017 ²⁵¹	Orientation générale du Conseil 23 mai 2017 ²⁵²
			3,14 et 15 de la directive 2000/31/CE s'appliquent aux fournisseurs de plateformes de partage de vidéos réputés être établis dans un État membre conformément au paragraphe 1.
	Article 28 ter (2) Les États membres communiquent à la Commission une liste des fournisseurs de plateformes de partage de vidéos établis sur leur territoire et les critères définis à l'article 3, paragraphe 1, de la directive 2000/31/CE sur lesquels leur compétence est fondée. Ils mettent cette liste à jour régulièrement. La Commission veille à ce que les autorités de régulation indépendantes compétentes aient accès à ces informations..	Les États membres communiquent à la Commission une liste des fournisseurs de plateformes de partage de vidéos établis ou réputés être établis sur leur territoire conformément aux critères définis au paragraphe 1, sur lesquels leur compétence est fondée. Ils mettent cette liste à jour régulièrement. La Commission veille à ce que les autorités et/ou organismes de régulation indépendants compétents et le public puissent accéder aisément et efficacement à ces informations.	Les États membres dressent et tiennent à jour une liste des fournisseurs de plateformes de partage de vidéos établis ou réputés être établis sur leur territoire et indiquent les critères définis aux paragraphes -1 et 1 sur lesquels leur compétence est fondée. Les États membres communiquent cette liste et les mises à jour éventuelles à la Commission. En cas d'incohérences entre les listes, la Commission entre en contact avec les États membres concernés afin d'y remédier. La Commission veille à ce que les autorités de régulation nationales aient accès à cette liste . Dans la mesure du possible, la Commission met ces informations à la disposition du public.
		Article 28 ter (2 bis) Si les États membres concernés ne parviennent pas à se mettre d'accord, pour l'application du paragraphe 1, sur le choix de l'État membre qui est compétent, ils portent la question à l'attention de la Commission sans retard injustifié. La Commission peut demander à l'ERGA de rendre un avis sur la question dans un délai de quinze jours ouvrables à compter de la présentation de sa demande..	[SUPPRIMÉ]

Source: Synthèse de l'Observatoire européen de l'audiovisuel à partir des documents officiels de l'UE.



Tableau 14. Processus de révision : Dispositions applicables à l'obligation de rendre certaines informations sur les plateformes de partage de vidéos accessibles aux utilisateurs (Article 28c SMAV)

Current AVMSD 2010/13/EU ²⁵³	Commission proposal 25 May 2016 ²⁵⁴	EP amendments 10 May 2017 ²⁵⁵	Council Gen. Approach 23 May 2017 ²⁵⁶
		<i>Article 28 quater Les États membres veillent à ce que tout fournisseur de plateformes de partage de vidéos relevant de leur compétence offre aux utilisateurs un accès facile, direct et permanent au moins aux informations suivantes: a) son nom; b) l'adresse géographique à laquelle il est établi; c) les coordonnées, y compris son adresse de courrier électronique ou son site internet, permettant d'entrer rapidement en contact avec lui d'une manière directe et efficace; d) l'État membre compétent pour lui ainsi que les autorités et/ou organismes de régulation compétents ou²⁵⁷ les organismes de contrôle compétents.</i>	[SUPPRIMÉ]

Source: Synthèse de l'Observatoire européen de l'audiovisuel à partir des documents officiels de l'UE.

²⁵³ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/ALL/?uri=CELEX:32010L0013>.

²⁵⁴ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=COM:2016:0287:FIN>.

²⁵⁵ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&mode=XML&reference=A8-2017-0192&language=FR>.

²⁵⁶ http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CONSIL:ST_9691_2017_INIT&from=EN.

²⁵⁷ Version non-officielle, La version anglaise utilise les mots "ou les organismes de contrôle compétents" tandis que dans la traduction française la formulation utilisée est "et/ou les organismes de contrôle compétents".





Une publication
de l'Observatoire européen de l'audiovisuel

