

Facebook, Twitter, Dailymotion...quel régime juridique applicable à ces nouveaux services ?

La multiplication et le succès des services de Web 2.0 tels que Facebook, MySpace, Twitter, Dailymotion, YouTube ou Flickr nous amènent à nous interroger sur le régime juridique applicable aux personnes gérant ces nouveaux services.

Ce phénomène est l'occasion de dresser un état des lieux de la jurisprudence qui a précisé les contours du régime juridique applicable à deux acteurs majeurs de l'Internet, les fournisseurs d'hébergement et les éditeurs de contenus ou de service de communication au public en ligne.

Au préalable, rappelons que la Loi pour la Confiance en l'Economie Numérique (LCEN) n° 2004-575 du 21 juin 2004 a donné une définition des hébergeurs (article 6.I.2) qui précise également leur responsabilité (articles 6.I.2 et 6.I.3) :

- Définition des hébergeurs: ce sont les « personnes physiques ou morales qui assurent, même à titre gratuit, pour mise à disposition du public par des services de communication au public en ligne, le stockage de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de messages de toute nature fournis par des destinataires de ces services » ;
- Responsabilité des hébergeurs:

Ils ne peuvent pas voir leur responsabilité civile ou pénale engagée :

- s'ils n'ont pas effectivement eu connaissance du caractère illicite des informations stockées ou de faits et circonstances faisant apparaître ce caractère illicite ;
- dès lors qu'ils en ont eu connaissance, s'ils ont agi promptement pour retirer ces informations ou en rendre l'accès impossible.

La notion d'éditeur n'est quant à elle pas clairement défini dans la LCEN qui les désigne, dans son article 6.III.1, comme « les personnes dont l'activité est d'éditer un service de communication au public en ligne mettant à disposition du public, dans un standard ouvert ».

Les informations suivantes doivent donc être mises en ligne par les éditeurs sous peine de voir leur responsabilité pénale engagée :

- nom, prénom ou raison sociale ;
- domicile ou siège social ;
- nom du directeur de la publication ou du responsable de la rédaction ;
- coordonnées de l'hébergeur.

La jurisprudence est venue préciser la définition légale de l'éditeur en ligne en retenant deux critères non cumulatifs, celui du choix éditorial et celui de l'existence de revenus publicitaires. A titre d'exemples, citons deux décisions récentes qui ont retenu le critère unique du choix éditorial comme étant essentiel pour qualifier l'activité de l'éditeur.

La première concerne le site Internet www.lespipoles.com, le Tribunal de Grande Instance (T.G.I.) de Paris, a considéré, le 28 février 2008, que le fait d'agencer différents flux sur un thème précis constitue un choix éditorial.

La seconde concerne le site Internet www.fuzz.fr, le T.G.I. de Paris, dans une ordonnance de référé du 26 mars 2008, a considéré que le fait d'agencer différentes rubriques sur le site en question et de décider des modalités d'organisation et de présentation du site constitue un acte éditorial.

Cette qualification est surprenante puisque l'internaute joue un rôle actif qui influence l'ordre de publication des articles mis en ligne. En effet, chaque internaute améliore le positionnement d'un article dans la liste des articles publiés sur le site Internet en votant pour cet article.

Dans un jugement du 26 mars 2008, le T.G.I. de Paris a reconnu la qualité d'éditeur de contenus à la SARL Bloobox.net qui mettait en ligne un site Internet contenant un agencement de liens hypertextes pointant vers d'autres sites Internet publiant des contenus portant atteinte à la vie privée d'un comédien français, Olivier Martinez.

Bien que les contenus n'étaient pas sur le site litigieux de ladite société, il a été jugé que le simple fait de mettre en ligne des liens hypertextes de manière organisée en faisant le choix de liens hypertextes et donc d'articles constituait un choix éditorial qui mettait la société face à ses responsabilités d'éditeur.

Le second critère des revenus publicitaires, c'est-à-dire le fait d'insérer des espaces publicitaires sur un site Internet permet de générer des revenus au profit d'une société, a été retenu par le juge pour qualifier l'activité d'une société d'éditeur.

Ainsi, la société Tiscali a la double qualité, celle d'hébergeur pour ses prestations techniques de fournisseur d'hébergement et celle d'éditeur du fait qu'elle tire manifestement profit de publicités mises en ligne, elle a donc « le statut d'éditeur et doit en assumer les responsabilités » (Cour d'appel de Paris : 7 juin 2006).

Un jugement récent du T.G.I. de Paris du 22 juin 2007, opposant la société MySpace à Jean-Yves Lambert dit « Lafesse », a rappelé que ladite société ne limite pas ses fonctions aux fonctions techniques traditionnelles d'un hébergeur. En effet, elle diffuse à chaque internaute des publicités, elle en tire un profit manifeste qui permet de la qualifier d'éditeur et de lui appliquer le régime de responsabilité de droit commun.

Contrairement à cet arrêt, le critère des revenus publicitaires n'a pas suffi à qualifier l'activité de la société Dailymotion d'éditeur de contenus. En effet, la société Dailymotion a été qualifiée d'hébergeur bien qu'elle commercialise des espaces publicitaires (T.G.I. de Paris : 13 juillet 2007) puisque les « contenus sont fournis par les utilisateurs eux-mêmes, situation qui distingue fondamentalement le prestataire technique de l'éditeur, lequel, par essence même, est personnellement à l'origine de la diffusion, raison pour laquelle il engage sa responsabilité ».

Si le critère du choix éditorial est suffisant et essentiel pour qualifier l'activité d'une personne physique ou morale d'éditeur de contenus, celui des revenus publicitaires ne saurait être suffisant. Récemment le statut d'hébergeur de Dailymotion a été confirmé, dans une affaire l'opposant à Jean-Yves Lambert, le 15 avril 2008 par le T.G.I. de Paris. Il résulte de cette qualification que seuls les internautes sont responsables a priori du contenu des vidéos proposées sur son site et que la société Dailymotion n'a aucune obligation de surveillance a priori ou a posteriori des contenus publiés.

Toutefois, la qualification retenue n'a pas pour autant été favorable à Dailymotion qui a été condamnée à verser 5 000 euros au demandeur pour atteinte à son droit moral puisque Dailymotion n'a pas supprimé les contenus ayant un caractère manifestement illicite de sa plate-forme malgré la plainte des ayants droit s'estimant victime de contrefaçon.

La société Dailymotion, hébergeur, a donc l'obligation d'analyser la vraisemblance de la contrefaçon a posteriori résultant éventuellement de mentions portées sur les supports de diffusion

et la titularité des droits au regard des documents transmis par les ayants droit. Après analyse, elle doit ensuite agir promptement pour faire cesser cette atteinte en supprimant les contenus contrefaisants.

la vraisemblance et ce, dans l'attente d'une éventuelle décision de justice.

Bien que jouissant d'un régime juridique plus favorable que les éditeurs, les hébergeurs ne bénéficient pas d'une exonération de responsabilité et leur inaction peut entraîner la mise en oeuvre de celle-ci. Les hébergeurs ne peuvent donc pas porter atteinte aux droits des tiers en toute impunité ! Ils doivent être extrêmement vigilants car les juges sont attentifs à leur(s) activité(s) réelle(s).

Les notions d'éditeur et d'hébergeur s'affinent au fil des affaires, s'adaptant ainsi aux nouveaux services offerts sur l'Internet, et les contours du régime de responsabilité fluctuent en conséquence.

Affaires à suivre...

Anne-Katel MARTINEAU
Avocat au Barreau de Paris