



PREMIUM > ANALYSES

MEDIAS - SPORTS -

You Tube et les droits sportifs

[15/05/07 - 13H38]

Fabienne Fajgenbaum et Laurent Lachasinski, du cabinet Nataf Fajgenbaum & Associés, reviennent sur les procédures que les détenteurs de droits sportifs multiplient contre le site d'échange de vidéos.

YouTube est entré dans une nébuleuse judiciaire dont elle ne semble plus pouvoir s'échapper. Le fameux site de partage de vidéos en ligne connaît une actualité à rebondissements, dont le dernier acte s'est joué le 4 mai dernier avec le dépôt d'une plainte par la Ligue anglaise de football (Premier League). La faute à une inquiétante évolution du contenu des vidéos qu'elle diffuse...

Tant que YouTube ne mettait en ligne que des vidéos amateurs, les détenteurs de droits de propriété intellectuelle n'avaient rien à redire. Malheureusement, ce n'est plus le cas et YouTube constitue aujourd'hui un relais notoire de la contrefaçon sur Internet. En effet, il n'est pas contestable que ce site Internet diffuse massivement et sans l'autorisation des ayants droits de nombreux films, séries télévisées et autres clips musicaux. Un véritable manque à gagner pour l'industrie du divertissement (notamment les maisons de disques et les studios de cinéma), qui assiste impuissante à l'effondrement de ses ventes de CD et DVD...

YouTube a un temps réussi à endiguer le flot croissant des protestations par la conclusion de partenariats (avec la NBA, Universal, CBS, Sony...), prévoyant notamment un partage des recettes publicitaires. Mais le temps des négociations semble avoir pris fin, pour laisser la place à une intense offensive judiciaire. L'action la plus spectaculaire a été engagée en mars dernier à l'initiative du géant des médias Viacom (MTV, Comedy Central, studios Paramount etc.). Celui-ci réclame près de 1 milliard de dollars de dommages et intérêts, pour la "violation massive et intentionnelle des droits d'auteurs".

Jusqu'ici, la plupart des actions judiciaires intentées contre YouTube concernait la violation de droits d'auteur et, de façon plus anecdotique, la contrefaçon de marques. La plainte déposée le vendredi 4 mai devant le tribunal de Manhattan (New York) par la Ligue anglaise de football a un objet un peu différent : le droit des organisateurs sur les manifestations et compétitions sportives qu'ils organisent.

En France, ce droit exclusif sui generis a été consacré dès 1984 par un législateur désireux d'encourager et de récompenser les investissements techniques et économiques des organisateurs. L'idée est simple : seul l'organisateur doit pouvoir tirer profit de la manifestation sportive qu'il a créée à ses frais et risques. Ainsi, l'article L.333-1 du code du sport énonce : "Les fédérations sportives, ainsi que les organisateurs de manifestations sportives (...) sont propriétaires du droit d'exploitation des manifestations ou compétitions sportives qu'ils organisent". Il s'agit d'un véritable droit de propriété intellectuelle, qui permet aux organisateurs de compétitions sportives d'autoriser, interdire et contrôler toutes les formes d'exploitation. La ligue anglaise peut donc légitimement invoquer ce "droit-

récompense" pour s'opposer à toute reprise non autorisée des images de son championnat qui est, rappelons le, le championnat le plus médiatisé au monde retransmis dans pas moins de 204 pays...

Quoi qu'il en soit et quel que soit le fondement juridique retenu, YouTube se voit reprocher une appropriation indue et en toute connaissance de cause des investissements d'autrui. En d'autres termes, le site de partage de vidéos favoriserait intentionnellement la violation des droits de propriété intellectuelle, afin d'en tirer un profit, en termes de recettes publicitaires notamment.

A l'origine du conflit, se trouve le mode de régulation choisi par YouTube : face à l'augmentation constante des atteintes aux droits de propriété intellectuelle, le simple contrôle a posteriori du contenu des vidéos diffusées montre cruellement ses limites. Le retrait des vidéos litigieuses, pour prompt qu'il soit, n'en demeure pas moins insuffisant, dès lors que les extraits retirés peuvent être immédiatement remis en ligne par les internautes. Seul un filtrage préalable des vidéos permettrait de mettre un terme définitif aux mises en lignes intempestives.

La situation est d'autant plus mal ressentie par les titulaires de droits que YouTube, racheté à prix d'or par Google (1.65 milliards de dollars), connaît un succès incontestable. En outre, la décision récente de récompenser les meilleurs clips d'internautes place le site Internet dans une optique économique nouvelle, très éloignée de la philosophie "libertaire" qui prévalait à ses débuts... YouTube ne serait-il pas en train de devenir un site commercial comme un autre ? Il se pourrait qu'à l'avenir, les sites de partage de vidéo aient toutes les peines du monde à défendre leur statut de simple intermédiaire technique...

Fabienne Fajgenbaum et Thibault Lachacinski, Nataf Fajgenbaum & Associés

► Réagir à cet article | ► Voir les commentaires publiés (0)

Tous droits réservés - Les Echos 2007