

MEDIA LAW NEWSLETTER



AJA AVOCATS - 7, avenue de la Bourdonnais - 75007 Paris, France
 jc.zedjaoui@aja-avocats.com + 33 (0) 1 71 19 71 47

Audiovisuel

❖ Le Conseil Constitutionnel censure la taxe sur les éditeurs de chaînes de télévision

Saisi par le Conseil d'Etat d'une question prioritaire de constitutionnalité, le Conseil Constitutionnel a jugé que l'assiette définie par le Code du cinéma et de l'image pour appliquer la taxe sur les éditeurs de chaînes de télévision, est contraire à la Constitution.

L'article 115-6 du Code du cinéma a institué une taxe sur les éditeurs et distributeurs de services de télévision qui ont programmé, au cours de l'année précédant celle de la taxation, une ou plusieurs œuvres audiovisuelles ou cinématographiques éligibles aux aides financières du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC). Le a du 1° de l'article 115-7 de ce même code dispose que cette taxe est assise sur le montant des sommes versées par les annonceurs et les parrains, pour la diffusion de leurs messages publicitaires et de parrainage, non seulement aux éditeurs de services de télévision, mais aussi « aux régisseurs de messages publicitaires et de parrainage ».

La société EDI TV soutenait que ces dispositions méconnaissent le principe d'égalité devant les charges publiques, au motif que la taxe à laquelle elles soumettent les éditeurs de services de télévision est en partie assise sur des sommes perçues par des tiers, à savoir les régies publicitaires. **La requérante considérait ainsi que la taxe avait été établie sans tenir compte des facultés contributives de ses redevables.**

La décision prise le 27 octobre 2017 par le Conseil Constitutionnel rappelle qu'en vertu des articles 13 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen et 34 de la Constitution, « il appartient au législateur de déterminer, dans le respect des principes constitutionnels et compte tenu des caractéristiques de chaque impôt, les règles selon lesquelles doivent être appréciées les facultés contributives ». Par voie de conséquence, « lorsque la perception d'un revenu ou d'une ressource est soumise à une imposition, celle-ci doit être acquittée par celui qui dispose de ce revenu ou de cette ressource. S'il peut être dérogé à cette règle, notamment pour des motifs de lutte contre la fraude ou l'évasion fiscales, de telles dérogations doivent être adaptées et proportionnées à la poursuite de ces objectifs ».

Or, en l'espèce, « **les dispositions contestées incluent dans l'assiette de la taxe dont sont redevables les éditeurs de services de télévision les sommes versées, par les annonceurs et les parrains, aux régisseurs de messages publicitaires et de parrainage, que ces éditeurs aient ou non disposé de ces sommes. Elles ont ainsi pour effet de soumettre un contribuable à une imposition dont l'assiette peut inclure des revenus dont il ne dispose pas** ». Le Conseil Constitutionnel a déduit de cette analyse qu'« **en posant le principe de l'assujettissement, dans tous les cas et quelles que soient les circonstances, des éditeurs de services de télévision au paiement d'une taxe assise sur des sommes dont ils ne disposent pas, le législateur a méconnu les**

Dans ce numéro :

- **Le Conseil Constitutionnel censure la taxe sur les éditeurs de chaînes de télévision**
- **Pas de reproduction contrefaisante entre les émissions « Teum-Teum » et « Les Uns, Les Autres »**
- **TDF sanctionnée pour abus de position dominante sur la Tour Eiffel**
- **« Fais pas ci, fais pas ça » : le CSA signale des communications commerciales irrégulières**
- **Entrée en vigueur de la taxe « YOUTUBE »**
- **Publication des décrets visant à renforcer la loyauté et la transparence des plateformes en ligne**

exigences résultant de l'article 13 de la Déclaration de 1789 ».

Le Conseil a néanmoins pris la précaution de reporter les effets de sa déclaration d'inconstitutionnalité.

La société requérante demandait une censure à effet immédiat, de manière à pouvoir réclamer au CNC le remboursement de l'ensemble des sommes qu'elle avait versées pour s'acquitter de la taxe. Le Conseil Constitutionnel a fait droit aux arguments du CNC qui dénonçait « *un véritable effet d'aubaine* » pour les éditeurs dans le cas où ils seraient habilités à demander le remboursement immédiat de la taxe versée.

« *Afin de permettre au législateur de tirer les conséquences de la déclaration d'inconstitutionnalité des dispositions contestées* », il a donc préféré **reporter au 1er juillet 2018 la date de prise d'effet de sa décision. Dans l'attente de cette échéance, la taxe continuera à être prélevée en application des dispositions contestées du Code du cinéma.** Et pour préserver l'effet utile de sa décision à la solution des instances en cours ou à venir, le Conseil Constitutionnel a par ailleurs jugé « *qu'il appartient aux juridictions saisies de surseoir à statuer jusqu'à l'entrée en vigueur de la nouvelle loi ou, au plus tard, jusqu'au 1er juillet 2018 dans les procédures en cours ou à venir dont l'issue dépend de l'application des dispositions déclarées inconstitutionnelles* ». Il appartiendra alors au législateur, le cas échéant, de prévoir l'application des nouvelles dispositions à ces instances.

Conseil Constitutionnel, décision du 27 octobre 2017

❖ Pas de reproduction contrefaisante entre les émissions « Teum-Teum » et « Les Uns, Les Autres »

La Cour d'Appel de Paris a confirmé le jugement qui avait débouté un producteur qui considérait que son ancien

coproducteur avait violé leurs accords en produisant seul la nouvelle émission « *Les Uns, Les Autres* », qu'il considérait être une reproduction de leur premier programme « *Teum-Teum* » (cf. MLN n°29).

Monsieur Lamine CHERIFI se présentait comme le créateur du concept de programme audiovisuel « *Teum-Teum* » consistant « à tourner dans un appartement situé dans un quartier dit « sensible » un magazine au cours duquel un animateur reçoit une personnalité du monde de la culture, du spectacle ou de la politique, en vue d'échanger sur leurs univers respectifs, l'actualité et la vie quotidienne des cités ». Sur les suggestions du diffuseur intéressé par ce programme, sa société de production COOL UP'S PRODUCTIONS s'était adossée à un producteur plus important pour pouvoir produire son émission. C'est ainsi que le gérant de la société TELEPARIS, Monsieur Stéphane SIMON, et Monsieur CHERIFI avaient développé en commun une nouvelle version du format « *Teum-Teum* » dont ils avaient cédé les droits à TELEPARIS. Cette société et COOL UP'S PRODUCTIONS avaient parallèlement signé un protocole d'accord prévoyant la coproduction d'un pilote et d'émissions issues de ce format. FRANCE 5 avait programmé deux saisons de l'émission « *Teum-Teum* » avant d'en arrêter la diffusion. TELEPARIS avait par la suite développé et produit seule, une nouvelle émission intitulée « *Les Uns, Les Autres* », diffusée par la même chaîne.

Considérant que ce nouveau magazine reprenait les caractéristiques du format « *Teum-Teum* » et que TELEPARIS s'était abstenue d'informer son partenaire de ses discussions avec FRANCE 5 en violation de leur contrat de coproduction, COOL UP'S PRODUCTION avait entamé une procédure judiciaire à l'encontre de TELEPARIS. Messieurs CHERIFI et SIMON étaient également parties à cette instance. **Le jugement rendu le 12 février 2016 a successivement rejeté les demandes fondées sur la faute contractuelle de TELEPARIS et la contrefaçon de droits d'auteur. L'arrêt rendu le 3 octobre 2017 a confirmé cette décision.**

La Cour rappelle d'abord, pour apprécier la contrefaçon, que « *alors que les caractéristiques qui font la spécificité du format Teum Teum sont, d'une part, l'expression et l'exploration des quartiers de banlieue et d'autre part, leur mise en valeur à travers le concept de cultures urbaines, ces axes essentiels ne se retrouvent pas dans Les Uns, Les Autres qui indépendamment de toute référence à l'environnement urbain, porte sur un thème - se loger, faire la fête, avoir un enfant ou assumer son apparence - analysé sous l'angle à la fois individuel et sociologique, au moyen de rencontres successives dans différents milieux en France* ».

S'agissant des ressemblances entre les deux programmes, l'arrêt juge que « *les structure, style de narration, enchaînement, traitement éditorial, principe de déambulation de l'animateur, composition générale ne constituent pas les caractéristiques qui font la spécificité du format Teum Teum, protégeables au titre du droit d'auteur* ». La Cour ajoute que « *dès lors que les spécificités caractérisant l'œuvre protégée ne se retrouvent pas dans l'œuvre seconde, il est inopérant d'alléguer que celle-ci en serait une évolution logique* ». Le fait que « *TELEPARIS ait écrit ou revendiqué avoir produit successivement les émissions Teum-Teum puis Les Uns, Les Autres* » n'est pas davantage constitutif de « *l'aveu de ce que la seconde reprend les caractéristiques essentielles de la première* ».

Sur le terrain contractuel, l'arrêt retient que « *la reprise du même présentateur, de la même personne en charge de la conception et de la réalisation, du même diffuseur, de la même durée, du même producteur, du même producteur exécutif, du même monteur, du même régisseur, des mêmes directeurs de production, du même chargé de*

***production, du même nombre de journalistes, du même nombre de cadres et de la même équipe de producteur n'est pas critiqueable dès lors que les émissions Teum-Teum puis Les Uns, Les Autres sont toutes les deux produites par la société TELEPARIS, société spécialisée dans la production de ce type de films et de programmes pour la télévision* ».**

Dès lors que l'émission « *Les Uns, Les Autres* » n'est pas issue de l'émission « *Teum-Teum* », la Cour a donc écarté tout comportement fautif tant au regard du droit d'auteur que de la responsabilité contractuelle. La Cour a toutefois condamné TELEPARIS au paiement du dépassement de budget de la production d'une saison de « *Teum Teum* » au motif que « *sauf accord préalable cette somme devait rester à la charge de la société TELEPARIS* » et qu'il ne résultait d'aucune pièce que COOL UP'S PRODUCTIONS avait donné son accord pour en prendre en charge la moitié ».

📁 Cour d'Appel de Paris, arrêt du 3 octobre 2017

❖ **TDF sanctionnée pour abus de position dominante sur la Tour Eiffel**

La Cour d'Appel de Paris a confirmé la décision de l'Autorité de la Concurrence qui a sanctionné le groupe TDF pour avoir mis en place des pratiques tendant à évincer ses concurrents du site de la Tour Eiffel.

La Tour Eiffel est utilisée depuis de nombreuses années pour la diffusion de chaînes de télévision et de radio par voie hertzienne. Les installations consacrées à ces diffusions occupent 1700 m² au pied du pilier sud de la Tour et divers emplacements au-dessus de son troisième étage. La hauteur de ce monument et son emplacement au cœur du bassin parisien lui permettent de couvrir 11 millions d'habitants, soit 18% de la population métropolitaine, ce qui en fait **un site stratégique pour la diffusion de programmes audiovisuels. Le monument appartenant à la Ville de Paris, fait l'objet d'une convention d'occupation du domaine public concédée au groupe TDF.**

Le litige est né d'une plainte de la société TOWERCAST, filiale du groupe NRJ spécialisée dans la diffusion hertzienne, qui reprochait à TDF d'avoir mis en œuvre plusieurs pratiques l'empêchant d'accéder au marché de la diffusion depuis la Tour Eiffel. Cet opérateur concurrent faisait d'abord grief à TDF d'avoir abusé de sa position dominante en refusant de lui communiquer les données nécessaires pour pouvoir répondre à l'appel d'offres lancé par la Ville de Paris pour le renouvellement de la convention d'occupation domaniale du site de la Tour Eiffel. TOWERCAST lui reprochait également d'avoir eu recours aux mêmes retentions d'informations pour l'empêcher de proposer des offres de diffusion aux éditeurs de programmes radiophoniques dans le cadre de l'appel à candidatures lancé par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel pour le renouvellement de la plupart des autorisations d'émettre des radios en mode FM sur la région Parisienne. De fait, **l'ensemble de ces radios, y compris celles appartenant au groupe NRJ, avaient finalement contracté avec TDF.** TOWERCAST considérait enfin que TDF avait établi un ciseau tarifaire empêchant les diffuseurs alternatifs de proposer une offre compétitive aux éditeurs de radio.

Le 11 juillet 2007, le Conseil de la Concurrence a ordonné, à **titre conservatoire**, à TDF d'une part, de transmettre une offre de gros d'hébergement de diffusion radio FM depuis le site de la Tour Eiffel permettant aux autres diffuseurs de concurrencer effectivement les offres de détail faites par TDF aux radios et d'autre part, de limiter à un an la durée des contrats sur le point d'être signés avec les radios FM.

Le 11 juin 2015, l'Autorité de la Concurrence s'est prononcée au fond sur les trois griefs imputés à TDF sur le fondement de l'abus de position dominante détenue par cette société sur les marchés de « l'appel d'offres pour le renouvellement de la convention d'occupation domaniale du site de la Tour Eiffel » et de « gros amont des services de diffusion radiophonique en mode FM depuis ce site ». **La décision rendue a confirmé l'existence de ces pratiques anticoncurrentielles et condamné les trois sociétés du groupe TDF au paiement d'une sanction pécuniaire d'un total de 5.660.000 euros.**

L'arrêt rendu le 12 octobre 2017 a confirmé cette décision. S'agissant du premier grief, la Cour relève que TDF était la seule à détenir les informations techniques et financières relatives au site de la Tour Eiffel. Il **« pesait donc sur la société TDF, en position dominante sur le marché pertinent, la responsabilité particulière de communiquer avec la plus grande diligence les informations indispensables à la société TOWERCAST pour lui permettre de construire une offre concurrentielle »**. Or, TDF avait fourni ces éléments avec retard et de manière incomplète. Il en résulte **« qu'en n'ayant pas communiqué sans délai l'ensemble des informations indispensables à la société TOWERCAST pour construire l'offre la plus compétitive, TDF a amélioré sa position concurrentielle sur le marché de l'appel d'offres pour le renouvellement de la concession d'occupation domaniale »** et ce faisant, **« elle a encore affaibli la structure de concurrence sur ce marché, sur lequel elle détenait une position dominante, et ce par des moyens autres que ceux qui relèvent d'une concurrence par les mérites »**.

Il a également été jugé que TDF avait empêché TOWERCAST de construire son offre de diffusion destinée aux radios. La Cour déduit de ses constatations que **« les informations transmises par TDF à TOWERCAST l'ont été avec plus d'un mois de retard et que, de surcroît, s'agissant des coûts éventuels d'implantation que TOWERCAST aurait eu à supporter, les informations transmises, outre leur caractère tardif, étaient imprécises, voire inexactes. N'ayant jamais reçu l'information complète qu'elle était en droit d'attendre sur les coûts de la prestation d'hébergement, travaux compris, proposés par TDF en réponse à sa demande d'offre d'hébergement sur mesure, TOWERCAST s'est trouvée dans l'impossibilité de construire une offre de diffusion, a fortiori une offre concurrentielle »**. Et à supposer qu'elle ait reçu les informations demandées, **« la tardiveté de leur communication ne lui aurait pas permis de concourir à armes égales avec TDF, compte tenu du calendrier très contraint qui s'imposait aux éditeurs »**. Dans ce contexte, **« les chances de TOWERCAST de convaincre un éditeur de contracter avec elle plutôt qu'avec TDF étaient à tout le moins très faibles »**.

Le troisième grief reprochait à TDF d'avoir imposé des prix inéquitablement à ses concurrents sous la forme d'un **ciseau tarifaire** entre le prix de détail sur le marché de gros aval des services de diffusion de programmes radiophoniques en mode FM depuis le site de la Tour Eiffel et le prix de l'accès au marché de gros amont de ces services. L'Autorité de la Concurrence avait appliqué un test de ciseau tarifaire pour vérifier si les prix pratiqués par TDF produisaient un effet d'éviction. Elle en avait conclu qu'un opérateur **« ne pouvait entrer sur le marché de gros aval des services de diffusion depuis le site de la Tour Eiffel qu'en subissant des pertes »**. La Cour a confirmé la pertinence des paramètres retenus par l'Autorité pour réaliser son test de ciseau.

Les sanctions infligées à TDF ont en définitive été maintenues à hauteur de 5 millions d'euros pour le premier grief et 660.000 euros pour les deux autres griefs. Cette décision fait l'objet d'un pourvoi en cassation.

 Cour d'Appel de Paris, Pôle 5, Chambre 7, arrêt du 12


octobre 2017

❖ **« Fais pas ci, fais pas ça » : le CSA signale des communications commerciales irrégulières**

Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) a attiré l'attention de l'éditeur de la chaîne France 2 sur certaines pratiques contraires à ses obligations en matière de publicité, constatées dans deux épisodes de la série « Fais pas ci, fais pas ça » diffusés en février 2017.

Le Conseil avait en effet relevé dans ces épisodes, **l'apparition à l'écran d'un médicament en vente libre et de papier à cigarettes**. Il a estimé que **« ces produits étaient clairement identifiables et que leur visualisation était suffisamment appuyée pour revêtir un caractère publicitaire incompatible avec l'interdiction de la publicité clandestine prévue à l'article 9 du décret du 27 mars 1992 relatif à la publicité, au parrainage, et au téléachat »**. Le papier à cigarettes constituait en outre **« un ingrédient interdit de publicité en vertu des articles L. 3512-2 et L. 3512-4 du Code de la santé publique »**.

Par ailleurs, **l'un de ces épisodes comportait le pictogramme informant les téléspectateurs de l'existence d'un placement de produit. Or, aucun produit n'avait été placé dans cet épisode**. Le CSA a donc appelé l'attention des responsables de la chaîne sur l'apposition erronée du pictogramme.

 CSA, Assemblée Plénière du 12 juillet 2017 – Décision publiée le 11 septembre 2017

Internet

❖ **Entrée en vigueur de la taxe « YOUTUBE »**

Le décret entérinant la taxe dite « YouTube », sur les recettes publicitaires générées par les sites mettant des contenus audiovisuels gratuits ou payants à la disposition du public, a été publié le 20 septembre 2017.

Ce décret n°2017-1364, fixe l'entrée en vigueur des dispositions des lois de finances rectificatives pour 2013 et 2016 qui ont successivement modifié les dispositions de l'article 1609 sexdecies B du Code Général des Impôts, qui organise notamment les modalités de taxation et de perception de cette **« taxe sur la diffusion en ligne de contenus audiovisuels »**.

L'article 30 de la loi de finances rectificative pour 2013 a étendu aux opérateurs établis à l'étranger la taxe sur les ventes et locations de vidéogrammes et opérations assimilées en France. **L'article 56 de la loi de finances rectificative pour 2016 a étendu cette taxe aux opérations de mise à disposition du public en France, à titre gratuit, de contenus audiovisuels sur des services de communication au public en ligne**. Chacune de ces lois précisait que les mesures qu'elles édictent devaient entrer en vigueur à une date fixée par décret devant intervenir dans les six mois suivant la décision d'autorisation de la Commission européenne relative à ces dispositions. Ayant reçu le feu vert de la Commission, **le décret fixe la date d'entrée en vigueur de ces textes au lendemain de sa propre publication, soit le 21 septembre 2017**.

La taxe ainsi établie s'appliquera aux opérations de mise à disposition du public en France, de services donnant accès, à titre onéreux ou gratuit, à des œuvres cinématographiques ou audiovisuelles, sur demande individuelle formulée par un procédé de communication électronique. S'agissant des sites gratuits, la loi épargne « les

services dont les contenus audiovisuels sont secondaires, les services dont l'objet principal est consacré à l'information, ainsi que les services dont l'objet principal est de fournir des informations relatives aux œuvres cinématographiques et audiovisuelles et à leur diffusion auprès du public et d'en assurer la promotion, au moyen notamment d'extraits ou de bandes annonces ».

La taxe sera due par toute personne, qu'elle soit établie en France ou à l'étranger, mettant ces services à la disposition du public français et « notamment celles dont l'activité est d'éditer des services de communication au public en ligne ou d'assurer pour la mise à disposition du public par des services de communication au public en ligne le stockage de contenus audiovisuels ».

L'assiette de la taxe sera le 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 gratuits ou payants précités. Ces sommes feront l'objet d'un abattement forfaitaire de 4 %, qui sera de 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. Pour les sites payants, la taxe s'appliquera également sur le « **prix acquitté en contrepartie de l'accès à des œuvres cinématographiques et audiovisuelles** ». Ne sont en revanche pas compris dans l'assiette de la taxe, d'une part, « les sommes versées par les annonceurs et les parrains, pour la diffusion de leurs messages publicitaires et de parrainage sur les services de télévision de rattrapage, qui sont déjà soumises à la taxe prévue aux articles L.115-6 à L.115-13 du Code du cinéma et de l'image animée » et d'autre part, pour les redevables établis en France, le montant déjà acquitté dans un autre Etat membre de l'Union européenne au titre d'une taxe, autre que la TVA, portant sur les mêmes opérations de diffusion en ligne de contenus audiovisuels.

Quant au **taux de la taxe YouTube, il sera de 2 % et sera porté à 10 %** « lorsque les opérations concernent des œuvres ou documents cinématographiques ou audiovisuels à caractère pornographique ou d'incitation à la violence ». Pour les sites permettant l'accès à titre gratuit à des vidéos, la taxe sera calculée après application d'un abattement de 100.000 euros sur la base d'imposition.

Cette taxe sera collectée dans les mêmes conditions que celles applicables en matière de TVA et son produit sera affecté au Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC).

📁 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

❖ **Publication des décrets visant à renforcer la loyauté et la transparence des plateformes en ligne**

Trois décrets sont venus déterminer le 29 septembre 2017, les modalités de mise en œuvre des principes de loyauté et de transparence que le Code de la Consommation impose aux opérateurs de plateformes en ligne.

Le décret n°2017-1434 porte sur les obligations d'information incombant aux « **plateformes numériques ayant une activité de moteur de recherche, de place de marché, de comparaison de biens et services, de réseau social ou encore dédiée à l'économie collaborative** ». Il vise « toute personne dont l'activité repose soit sur le classement, le

référencement, au moyen d'algorithmes informatiques, de contenus, de biens ou de services proposés ou mis en ligne par des tiers, soit sur la mise en relation, par voie électronique, de plusieurs parties en vue de la vente d'un bien, de la fourniture d'un service ou de l'échange ou du partage d'un bien ou d'un service » (article L.111-7, I du Code de la consommation). Ce texte détermine « le contenu, les modalités et les conditions d'application de l'article L.111-7 du Code de la consommation qui impose à tout opérateur de plateforme en ligne, une obligation d'information loyale, claire et transparente sur les conditions » d'exercice de leur activité. **Les obligations d'information mises à la charge des opérateurs de plateformes numériques tiennent compte de la nature de leur activité**, selon qu'ils contribuent à la mise en relation de plusieurs parties (plateformes collaboratives, « marketplaces ») ou qu'ils se contentent de classer ou de référencer des contenus, des biens ou des services proposés ou mis en ligne par des tiers (moteurs de recherche). Le décret reprend également les obligations d'information applicables aux sites comparateurs en ligne et fixe les modalités de présentation des informations que doivent communiquer les opérateurs de plateformes en ligne.

Les **dispositions applicables à compter du 1^{er} janvier 2018** seront donc les suivantes :

Article D.111-7 du Code de la consommation :

« I.-Tout opérateur de plateforme en ligne mentionné au I de l'article L.111-7 précise dans une rubrique spécifique les modalités de référencement, déréférencement et de classement. Cette rubrique est directement et aisément accessible à partir de toutes les pages du site. Elle comporte les informations suivantes :

1° Les conditions de référencement et de déréférencement des contenus et des offres de biens et services, notamment les règles applicables pour être référencé et les obligations dont le non-respect conduit à être déréférencé ;

2° Les critères de classement par défaut des contenus et des offres de biens et services, ainsi que leurs principaux paramètres ;

3° Le cas échéant, l'existence d'un lien capitalistique ou d'une rémunération entre l'opérateur de plateforme et les offreurs référencés dès lors que ce lien ou que cette rémunération exerce une influence sur le référencement ou le classement des contenus, des biens ou des services proposés ou mis en ligne.

II.-Pour chaque résultat de classement, à proximité de l'offre ou du contenu classé, tout opérateur de plateforme en ligne fait apparaître, par tout moyen distinguant ce résultat, l'information selon laquelle son classement a été influencé par l'existence d'une relation contractuelle, d'un lien capitalistique ou d'une rémunération entre l'opérateur de plateforme et l'offreur référencé, y compris sur ce qui relève de la publicité au sens de l'article 20 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance en l'économie numérique.

Tout opérateur de plateforme en ligne fait apparaître, de manière lisible et aisément accessible, sur chaque page de résultats, le critère de classement utilisé ainsi que la définition de ce critère, y compris par renvoi à la rubrique mentionnée au I ».

Article D.111-8 du Code de la consommation :

« I.-Tout opérateur de plateforme en ligne, dont l'activité relève du 2° du I de l'article L.111-7 [mise en relation de parties],

précise, dans une rubrique directement et aisément accessible à partir de toutes les pages du site, sans que l'utilisateur ait besoin de s'identifier, les informations suivantes :

1° La qualité des personnes autorisées à déposer une offre de biens et de services, et notamment leur statut de professionnel ou de consommateur ;

2° Le descriptif du service de mise en relation, ainsi que la nature et l'objet des contrats dont il permet la conclusion ;

3° Le cas échéant, le prix du service de mise en relation ou le mode de calcul de ce prix, ainsi que le prix de tout service additionnel payant, lorsqu'ils sont mis à la charge du consommateur ;

4° Le cas échéant, les modalités de paiement et le mode de gestion, opéré directement ou par un tiers, de la transaction financière ;

5° Le cas échéant, les assurances et garanties proposées par l'opérateur de plateforme ;

6° Les modalités de règlement des litiges et, le cas échéant, le rôle de l'opérateur de plateforme dans ce règlement.

II.-Tout opérateur de plateforme en ligne mentionné au I, qui met en relation des consommateurs ou des non-professionnels entre eux, à titre principal ou accessoire, indique également, de manière lisible et compréhensible :

1° La qualité de l'offreur, selon que l'offre est proposée par un professionnel ou par un consommateur ou non-professionnel, en fonction du statut déclaré par celui-ci ;

2° Si l'offre est proposée par un consommateur ou un non-professionnel :

a) préalablement au dépôt de l'offre, les sanctions encourues par l'offreur s'il agit à titre professionnel alors qu'il se présente comme un consommateur ou un non-professionnel, en application des dispositions de l'article L. 132-2 ;

b) pour chaque offre :

- le prix total des biens ou des services proposés, y compris, le cas échéant, les frais de mise en relation et tous les frais supplémentaires exigibles, sur la base du prix déclaré par l'offreur ;

- le droit de rétractation lorsque les parties au contrat l'ont prévu, ou, à défaut, l'absence de droit de rétractation pour l'acheteur au sens de l'article L.221-18 ;

- l'absence de garantie légale de conformité des biens mentionnée aux articles L.217-4 et suivants et l'application des dispositions des articles 1641 et suivants du Code civil relatifs à la garantie des défauts de la chose vendue ;

- les dispositions du Code civil relatives au droit des obligations et de la responsabilité civile applicables à la relation contractuelle, par l'affichage d'un lien hypertexte ».

Article D.111-9 du Code de la consommation :

« Tout opérateur de plateforme en ligne, lorsqu'il met en relation

des professionnels avec des consommateurs et permet la conclusion d'un contrat de vente ou de prestation de service, met à la disposition de ces professionnels l'espace nécessaire pour la communication des informations préalables à la vente d'un bien ou à la fourniture d'un service, prévues par les articles L.221-5 et L.221-6 ».

Le décret n°2017-1435 a pour objet de définir le seuil de nombre de connexions à partir duquel les opérateurs de plateformes en ligne doivent élaborer et diffuser un guide des bonnes pratiques destiné à renforcer leurs obligations de loyauté, de clarté et de transparence dans les informations transmises aux consommateurs. Le nouvel article D.111-15 du Code de la consommation, qui **entrera en vigueur le 1^{er} janvier 2019**, fixe ainsi ce nombre de connexions à « **cinq millions de visiteurs uniques par mois, par plateforme, calculé sur la base de la dernière année civile** ». Pour les sites de mise en relation, le nombre de connexions sera déterminé au regard de la seule activité de mise en relation. Un opérateur de plateforme en ligne dépassant ce seuil disposera d'un délai de six mois pour publier son guide des bonnes pratiques.

Le décret n°2017-1436 porte quant à lui, sur les obligations d'information relatives aux avis en ligne de consommateurs. Il concerne « toute personne physique ou morale dont l'activité consiste, à titre principal ou accessoire, à collecter, à modérer ou à diffuser des avis en ligne provenant de consommateurs ». Ce texte détermine le contenu et les modalités d'application des informations prévues par l'article L.111-7-2 du Code de la consommation qui impose une information loyale, claire et transparente sur les modalités de publication et de traitement des avis en ligne. Le nouvel article D.111-16 de ce code, **définit un avis en ligne**, qui s'entend ainsi de « l'expression de l'opinion d'un consommateur sur son expérience de consommation grâce à tout élément d'appréciation, qu'il soit qualitatif ou quantitatif. L'expérience de consommation s'entend que le consommateur ait ou non acheté le bien ou le service pour lequel il dépose un avis. Ne sont pas considérés comme des avis en ligne au sens de l'article L. 111-7-2, les parrainages d'utilisateurs, les recommandations par des utilisateurs d'avis en ligne, ainsi que les avis d'experts ».

A compter du 1^{er} janvier 2018, les opérateurs concernés seront désormais tenus d'indiquer « de manière claire et visible :

1° A proximité des avis :

- a) L'existence ou non d'une procédure de contrôle des avis ;
- b) La date de publication de chaque avis, ainsi que celle de l'expérience de consommation concernée par l'avis ;
- c) Les critères de classement des avis parmi lesquels figurent le classement chronologique.

2° Dans une rubrique spécifique facilement accessible :

- a) L'existence ou non de contrepartie fournie en échange du dépôt d'avis ;
- b) Le délai maximum de publication et de conservation d'un avis » (article D.111-17).

L'article D.111-18 énonce par ailleurs que **lorsque l'opérateur exerce un contrôle sur les avis**, il doit veiller « à ce que les traitements de données à caractère personnel réalisés dans ce cadre soient conformes à la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés modifiée et précise dans la rubrique prévue au 2° de l'article

D.111-17 :

1° Les caractéristiques principales du contrôle des avis au moment de leur collecte, de leur modération ou de leur diffusion ;

2° La possibilité, le cas échéant, de contacter le consommateur auteur de l'avis ;

3° La possibilité ou non de modifier un avis et, le cas échéant, les modalités de modification de l'avis ;

4° Les motifs justifiant un refus de publication de l'avis ».

L'article D.111-19 précise enfin que lorsque le responsable du site refuse la publication d'un avis, il est tenu d'informer son auteur des motifs de refus par tout moyen approprié.

📁 **Décret n° 2017-1434** du 29 septembre 2017 relatif aux obligations d'information des opérateurs de plateformes numériques - **Décret n° 2017-1435** du 29 septembre 2017 relatif à la fixation d'un seuil de connexions à partir duquel les opérateurs de plateformes en ligne élaborent et diffusent des bonnes pratiques pour renforcer la loyauté, la clarté et la transparence des informations transmises aux consommateurs - **Décret n° 2017-1436** du 29 septembre 2017 relatif aux obligations d'information relatives aux avis en ligne de consommateurs



Media Law Newsletter est éditée par la société d'avocats AJA-AVOCATS. Elle est réservée à l'usage personnel de ses destinataires. Son objet est de présenter une information non exhaustive dans le domaine du droit des médias. AJA-AVOCATS ne saurait être tenue pour responsable de tout dommage, direct ou indirect, résultant de tout usage que ses destinataires pourraient faire des informations contenues dans Media Law Newsletter.

AJA AVOCATS

7, avenue de la Bourdonnais
75007 PARIS, FRANCE

Téléphone :

+33 (0) 1 71 19 71 47

Fax :

+33 (0) 1 71 19 77 38

Site :

<http://aja-avocats.fr>

Rédacteur :

Juan-Carlos ZEDJAOUI
jc.zedjaoui@aja-avocats.com