



UFR 01 – Droit, Administration et Secteur Public

Master 2 Professionnel Droit du numérique, Administration - Entreprises

LES ENJEUX JURIDIQUES LIES A LA CREATION ET LA REPRESENTATION D'IMAGES NUMERIQUES SPORTIVES

MÉMOIRE

Présenté et soutenu publiquement par

Isabelle RUFINO

Directeur de mémoire : Monsieur Thomas Saint-Aubin

Président du jury : Monsieur William Gilles, Co-Directeur du Master Droit du Numérique
Administration -Entreprises

Année 2010/2011

Avertissement

L'Université Paris I Panthéon – Sorbonne n'entend donner aucune approbation ni improbation aux opinions émises dans ce mémoire ; ces opinions doivent être considérées comme propres à leur auteur.

REMERCIEMENTS

Avant tout j'aimerais remercier M. Georges CHATILLON, M. William GILLES et Mme Irène BOUHADANA, de m'avoir permis d'intégrer le Master 2 Droit du Numérique, Administration-Entreprises pour l'année 2010-2011. Sans eux je n'aurais pas eu l'occasion de découvrir le Droit du numérique.

J'aimerais remercier particulièrement M. Thomas Saint-Aubin, pour avoir accepté de diriger ce mémoire et avoir démontré tant d'enthousiasme pour la matière et avoir apporté tant de conseils avisés.

J'aimerais remercier Armelle HUGON-LORIEUX et Elena RISVEGLIATO pour leur tutelle rigoureuse et amicale.

J'aimerais remercier également mes parents pour leur soutien.

SOMMAIRE

Partie I – La création d'images numériques sportives : un cadre juridique irrésolu

Chapitre 1 – Les droits sur l'ensemble de la création

Section 1 – Jeu vidéo et vidéo 3D : une qualification commune ?

Section 2 – Jeu vidéo et vidéo 3D : un régime commun ?

Chapitre 2 – Les droits sur le contenu de la création

Section 1 – Le droit des tiers sur les désignations

Section 2 – Le droit des tiers sur l'image des personnes, des biens et des œuvres

Partie II – La représentation des images numériques sportives : une pratique juridique dynamique

Chapitre 1 – Le droit d'exploitation du spectacle sportif

Section 1 – Le périmètre du droit d'exploitation

Section 2 – L'étendue du droit d'exploitation

Chapitre 2 – L'exception aux droits exclusifs : le droit à l'information

Section 1 – Droit de citation sportive

Section 2 – Droit commun du public à l'information

PRINCIPALES ABREVIATIONS

CIO (Comité International Olympique)

Comm. com. électr. (Revue Communication-Commerce électronique)

CNOSF (Comité national olympique et sportif français)

CSPLA (Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique)

CPI (Code de propriété intellectuelle)

FLP (Fédération française de football)

FFR (Fédération française de rugby)

FFT (Fédération française de tennis)

LFP (Ligue de football professionnel)

UEFA (*Union of European Football Associations*)

PRINCIPALES DEFINITIONS

- **Avatar** : désigne la représentation en images numériques de figures humaines et plus particulièrement de sportifs.
- **Image numérique**: désigne toute image binaire animée qui est créée en perspective à l'usage d'un appareil informatique. Egalement dénommé image de synthèse.
- **Image numérique sportive** : désigne toute image numérique qui représente une activité sportive.
- **Jeu vidéo sportif** : désigne un jeu vidéo simulant un championnat sportif existant dans le monde réel et composé d'images numériques.
- **Vidéo 3D ou Vidéo 3D sportive** : désigne l'ensemble d'images numériques qui reprennent les moments-clefs d'une compétition sportive.

INTRODUCTION

«Aujourd’hui, le sport est une sorte de laboratoire pour les nouvelles technologies, mais il ne faut pas s’y tromper, ce n’est que le prototype d’un nouveau dispositif d’information qui excède largement la seule retransmission du sport.»¹

Une chose est certaine : le sport passionne les foules et attire les publicitaires². Que ce soient les foules de fans qui sont prêts à soutenir leur club plus féroce ment qu'ils ne feraient pour défendre leur nation, un signe d'appartenance qui dépasse les frontières et rapproche les enthousiastes. Ou encore les professionnels investis dans le secteur du sport, enivrés par l’adrénaline quotidienne dans un milieu très politique, où les activités peuvent être à la fois risquées et extrêmement lucratives. En effet, *« le marché du sport transforme la passion en bénéfiques et les fans en consommateurs ou actionnaires »³* et les médias en investisseurs.

Secteur de l'économie en plein essor, le sport génère environ 2% du PIB mondial.⁴ Le marché global du sport connaît une croissance dont le taux annuel moyen est estimé à 3,8% sur la période de 2009-2013. Croissance qui devra être ressentie dans l'ensemble des régions et dans tous les segments qui composent le marché du sport (billetterie, sponsoring, droits de retransmission et merchandising)⁵.

1 TÉTU Jean-François, « Présentation du dossier », Hiver 2009, http://www.cahiersdujournalisme.net/cdj/pdf/19/00_PRESENTATION_TETU.pdf, p.15.

2 R. BOFFA, « Contrats du sport », *JurisClasseur Contrats-Distribution*, 2010.

3 D. POPESCU-JOURDY, « Le spectacle sportif et les médias: une relation toujours privilégiée », *Les cahiers du journalisme*, n° 19, Hiver 2009, p. 18.

4 « Communication on the Follow up of the White Paper on Sport » (Commission Européenne, 2011), <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do>, p. 9.

5 Les segments sont listés par ordre d'importance économique. *Back on track?The outlook for the global sports market to 2013* (PricewaterhouseCoopers, mai 2010), <http://www.pwc.com/gx/en/entertainment-media/pdf/Global-Sports-Outlook.pdf>, p. 3.

Les droits de retransmission des événements sportifs sont le troisième segment le plus important en source de revenus dans le monde⁶. En France, néanmoins, le segment des droits de retransmission occupe une place prépondérante dans le marché du sport (une dépense de l'ordre de 1,2 milliards d'euros en 2008)⁷, notamment pour les clubs français⁸ de football dont 57% du budget proviennent de la licence de droits télévisuels⁹.

En raison de contrats de licence de longue durée qui amortissent les effets des troubles économiques dans le temps¹⁰, ce segment a été seul épargné par la récession de 2008-2009. Cependant, le ralentissement de l'économie n'a pas été sans conséquences puisqu'il a engendré la baisse des revenus publicitaires, la ressource première dont disposaient les diffuseurs pour acheter les droits de retransmission d'événements dont l'acquisition est indispensable car ils font monter l'audience. Ce phénomène a eu pour effet d'accélérer le développement d'un modèle de diffusion par abonnement et de donner une place prépondérante aux télévisions payantes dans la conclusion de contrats de diffusion¹¹. Bien que connu des Français depuis les années 1990, le modèle de la télévision payante s'insère dans la tendance globale et devient le principal financeur du spectacle sportif à l'échelle nationale¹².

Un autre facteur, qui a influencé la mutation des modèles économiques au sein de ce segment, a été l'évolution et diversification des modes de transmission suscitées par l'avènement du numérique. Outre la transmission audiovisuelle classique par voie hertzienne terrestre et par satellite, ainsi que par voie câblée, s'ajoutent l'Internet et le téléphone mobile comme vecteurs de la diffusion d'informations sportives. Cette avancée technologique dans la livraison au public d'informations a eu pour effet de dynamiser le marché du sport, non sans

6 *Idem*, p. 17.

7 « Les chiffres-clés du sport » (Ministère des Sports et Ministère de l'Éducation Nationale Jeunesse et Vie Associative, décembre 2010), http://www.sports.gouv.fr/IMG/pdf/chiffres-cles_du_sport_2010.pdf, p. 2.

8 Le chiffre d'affaires de l'Olympique lyonnais est de 40% en droits télévisuels contre 15% seulement en billetterie. ERRARD Guillaume, « Le foot français change de modèle économique », *Le Figaro*, février 22, 2011, <http://www.lefigaro.fr/sport-business/2011/02/22/04014-20110222ARTFIG00438-droits-tv-moins-grave-que-rater-la-ligue-des-champions.php>.

9 BOLOTNY Frédéric, « Nouvelles images : quel impact sur le modèle économique du sport ? », *Les cahiers du journalisme* Hiver 2009, no. 19 (2009), p. 31.

10 A titre d'exemple, en Amérique du Nord, marché régional sportif le plus important et ancien, le NCAA a annoncé en avril 2011 la signature d'un contrat d'une durée de 14 ans et un montant total de 10,8 milliards de dollars (US) avec CBS et Turner en vue de la retransmission des tournois de basket-ball promus par NCAA. FIXMER Andy, « CBS, Turner Broadcasting Sign \$10.8 Billion, 14-Year NCAA Basketball Deal », *Bloomberg* (Los Angeles, avril 22, 2011), <http://www.bloomberg.com/news/2010-04-22/cbs-turner-ncaa-in-14-year-10-8-billion-pact-for-basketball-tournament.html>.

11 *Back on track? The outlook for the global sports market to 2013* (PricewaterhouseCoopers, mai 2010), <http://www.pwc.com/gx/en/entertainment-media/pdf/Global-Sports-Outlook.pdf>, p. 19.

12 BOLOTNY Frédéric, « Nouvelles images : quel impact sur le modèle économique du sport ? », *Les cahiers du journalisme* Hiver 2009, no. 19 (2009), p. 32.

poser quelques défis aux acteurs du secteur (organisateur d'événements sportifs, clubs, sponsors, sportifs etc.).

La dynamisation du marché du sport s'observe de deux façons. Premièrement, dans la valorisation de ces plate-formes comme un nouveau flux de revenu inclus dans la catégorie plus large de droits médias¹³. Deuxièmement, dans la démocratisation de l'accès à l'information qui, en ce qui concerne les événements sportifs leaders, se heurte à une pratique d'exclusivité dans la vente des droits télévisuels et, en ce qui concerne les petits événements sportifs, peut garantir leur visibilité.

Les défis posés par la prolifération de plate-formes de diffusion reposent, d'une part, sur la monétisation de l'exploitation sur ces canaux de distribution et, d'autre part, sur la protection des droits des acteurs du secteur dans l'univers digital, de façon semblable à la problématique rencontrée par l'industrie de la musique et du cinéma¹⁴.

Cependant, les défis posés par le numérique dépassent la seule transmission et se situent, de plus, dans le contenu de l'information sportive elle-même. Les chaînes de télévision avaient déjà innové dans la mise en scène traditionnelle des événements sportifs en faisant usage de diverses caméras de sorte à multiplier les points de vue, complexifier le montage, se donnant ainsi « [...] *les moyens d'inventer un spectacle sportif qui lui soit propre : le 'spectacle sportif du média télévisuel'* »¹⁵. Depuis quelques années, l'ensemble des acteurs du marché sportif ont utilisé le numérique pour créer une nouvelle modalité de consommation qui consiste non seulement à conférer au spectateur une expérience différente de la vision in situ, mais encore de le rendre participant du moins d'un spectacle sportif virtuel.

C'est ainsi que certains ont investi dans la création d'images numériques sportives. En premier lieu, par le déploiement des vidéos 3D sportives qui reprennent les moments-clefs d'une compétition sportive pendant sa transmission, ou quelques minutes après sa fin,

13 *Back on track?The outlook for the global sports market to 2013* (PricewaterhouseCoopers, mai 2010), <http://www.pwc.com/gx/en/entertainment-media/pdf/Global-Sports-Outlook.pdf>, p. 19.

14 *Idem*, p. 18.

15 JAMET Claude, « Le sport: du spectacle vivant au spectacle télévisé », *Les cahiers du journalisme*, no. 19 (Hiver 2009), http://www.cahiersdujournalisme.net/cdj/pdf/19/07_JAMET.pdf, p. 82.

renouvelant ainsi les formes du récit sportif¹⁶. En second lieu, par le développement des jeux vidéo simulant un championnat existant dans le monde réel¹⁷.

A la frontière entre les industries du divertissement et de la communication, et au centre du développement de nouveaux canaux¹⁸, l'industrie du sport présente une singularité qui offre l'occasion de s'interroger sur l'harmonisation des régimes juridiques applicables aux images numériques sportives comme le droit de la propriété intellectuelle, le droit du sport et le droit public de la communication.

Les images numériques sportives sont au centre d'un chevauchement de régimes, d'acteurs, d'intérêts, de prétentions, et certainement de beaucoup d'incertitudes.

En ce qui concerne les images numériques prises en elles-mêmes, la question se pose de savoir si ces images numériques sportives peuvent faire l'objet de droits d'auteur et dans quelle catégorie. En ce qui concerne les éléments (biens, marques, l'image de personnes) affichés par ces images, il convient de se demander s'ils sont protégés par des droits et quel usage peut être fait de ces éléments. Quant à la manifestation sportive qui sert de base ou d'inspiration à la création d'images numériques, se pose la question de savoir quel est le contenu du droit d'exploitation de l'organisateur d'une manifestation et son étendue. Finalement, il importe de savoir dans quelle mesure la création et la retransmission d'images numériques peut relever de l'exercice de la liberté d'expression.

Le propos de ce travail est d'établir, eu égard au droit de propriété intellectuelle, aux droits liés à la personne et au droit du sport, quels sont les enjeux pour la réalisation d'une image numérique vis-à-vis des tiers à la production de cette image. Pour cette raison, les enjeux liés aux droits des contributeurs à la réalisation d'une image numérique sont hors du champ de cette étude. Par contributeurs il faut entendre les auteurs, les titulaires de droits d'auteur et les titulaires de droits voisins (*game designers*, auteur ou titulaire de logiciels, compositeur, artiste-interprète, producteur de phonogramme et/ou vidéogrammes, etc.).

16 Le site web informationnel Stuff donne des exemples de vidéos 3D concernant la Coupe du Monde de la FIFA, Afrique du Sud 2010. In « Animated goals News | Stuff.co.nz », <http://www.stuff.co.nz/sport/fifa-world-cup/videos/video-animations?label=Animated+goals>.

17 Le site du fabricant de jeux vidéo EA Sport illustre bien ce propos. In « La démo de FIFA 11 d'EA SPORTS est disponible! | EA SPORTS Football », <http://www.ea.com/fr/football/actualites/fifa11-download-4>.

18 Plusieurs clubs sportifs mettent en place leur propre chaînes de télévision. Ce mouvement témoigne de la diversification des fonctions des acteurs du sport et le rapprochement du secteur de télécommunications du secteur audiovisuel ou au moins de celui de production du contenu. Voir « WCOS: The rise of league-owned networks - SportsBusiness Daily | SportsBusiness Journal », <http://www.sportsbusinessdaily.com/Journal/Issues/2011/03/28/In-Depth/2003.aspx>. Voir aussi « Le Figaro - Médias & Publicité: Le CSA choisit la chaîne Cfoot », <http://www.lefigaro.fr/medias/2010/12/14/04002-20101214ARTFIG00568-le-csa-choisit-la-chaine-cfoot.php>.

L'analyse de juridique des images numériques sportives à partir du contenu de ces images reproduisant des manifestations sportives (première partie) nous permettra de traiter les critères nécessaires à la protection des images numériques par le droit d'auteur, ainsi que de dégager l'ensemble des droits exclusifs de tiers qui pourraient être violés par de telles images. Ensuite, l'analyse juridique des images numériques à partir de la représentation de ces images (deuxième partie) nous permettra de traiter le droit d'exploitation des organisateurs sur les manifestations, ainsi que de dégager l'ensemble des exceptions aux droits exclusifs invoqués à la fois sur le contenu et sur la représentation des images numériques sportives.

PARTIE I – LA CREATION D'IMAGES NUMERIQUES SPORTIVES : UN CADRE JURIDIQUE IRRESOLU

Les images numériques sportives désignent l'ensemble des images de synthèse de deux catégories de créations entièrement composées de ses images : le jeu vidéo et la vidéo 3D. Même si elles se présentent de la même façon, elles incarnent des créations dont le but est distinct : le jeu vidéo est un objet ludique, la vidéo 3D est un objet informationnel.

La qualification juridique applicable au jeu vidéo a déjà fait couler beaucoup d'encre dans le milieu doctrinal, tant par la consécration de théories diverses que par la rédaction d'innombrables documents. La vidéo 3D, par contre, ne semble pas susciter beaucoup de curiosité académique. Il en découle de ces deux constats que l'état du droit actuel n'est pas arrêté en la matière.

La création d'images numériques sportives suppose, d'une part, de déterminer quels sont les droits que les auteurs peuvent avoir sur ces images (Chapitre 1) et, d'autre part, de dégager quelles sont les prétentions que les principaux acteurs autour d'une manifestation sportive peuvent avoir sur le contenu de ces images (Chapitre 2).

Chapitre 1 – Les droits sur l'ensemble de la création

Ces images sont le fruit de l'intellect humain à l'aide d'outils techniques. Une image numérique sportive a la particularité de comporter des apports intellectuels multiples relevant de différents genres (logiciel, audiovisuel, littéraire, musical). Le genre ne détermine pas en soi la protection par le droit d'auteur, qui repose sur la seule expression en une forme originale. Néanmoins le genre peut être déterminant du régime applicable à l'œuvre. Selon son genre, une création intellectuelle peut être soumise soit au droit commun du droit d'auteur, soit à un régime spécial (comme par exemple, le logiciel, l'œuvre audiovisuelle et les bases de données). N'étant pas intégré dans un genre nommé au Code de propriété intellectuelle, il convient donc de s'interroger sur la qualification attribuable (**Section 1**) et le régime applicable (**Section 2**) aux images numériques sportives.

Section 1 – Jeu vidéo et vidéo 3D : une qualification commune ?

Si la qualification de ces créations comme œuvres de l'esprit au sens du droit d'auteur semble possible (§1), leur rattachement à une catégorie commune d'œuvre de l'esprit semble moins aisée (§2).

§ 1 – Le possible rattachement de l'image numérique à une catégorie d'œuvre de l'esprit

Le jeu vidéo et la vidéo 3D étant composés d'images en mouvement, leur qualification en tant qu'œuvre audiovisuelle est envisageable. Cependant le rejet de cette qualification, soutenu par la jurisprudence à plusieurs reprises pour le jeu vidéo (A), n'a pas été complètement écarté compte tenu de l'élément audiovisuel présent dans ce dernier ainsi que dans l'ensemble des images numériques sportives (B).

A) Le rejet *a priori* de la qualification d'œuvre audiovisuelle

L'œuvre audiovisuelle a été introduite par la loi du 3 juillet 1985 afin d'ériger au titre d'œuvre de l'esprit celles qui sont dites télévisuelles. Prévues au même alinéa que l'œuvre cinématographique (article L. 112-2, 6° du Code de la propriété intellectuelle), l'œuvre audiovisuelle a été définie par le législateur comme des « séquences animées d'images, sonorisées ou non ». Cette catégorie, considérée par une grande partie de la doctrine¹⁹ comme trop vaste, recouvre des œuvres aussi diverses que les feuilletons, téléfilms, documentaires, journaux télévisés, dessins animés etc.

D'après le texte de l'article susmentionné toute séquence d'images animées serait, donc, une œuvre audiovisuelle. En effet s'attacher strictement à la définition légale reviendrait donc à considérer un « *flip-book* comme une œuvre audiovisuelle »²⁰, alors qu'il s'agit d'une

19 P. Y. GAUTIER, *Propriété littéraire et artistique*, 7ème éd., PUF, 2010, p. 104.

20 F. SARDAIN, « La Cour de cassation et l'œuvre multimédia », *Recueil Dalloz*, 2003, p. 1688-1691. Un flip-book est un folioscope ou feuilletescope, livret réunissant des dessins ou photogrammes qui, lorsque feuilleté, donne l'impression de mouvement.

œuvre imprimée²¹ constituée plutôt, dans certains cas, d'un ensemble de dessins. Autrement dit, comme l'a bien signalé un auteur, « *si cette définition devrait être appliquée sans discernement à tout ce qui met en œuvre du son et de l'image, il n'existerait clairement plus aucune œuvre de l'esprit inscrite sur support numérique qui ne serait audiovisuelle* »²².

Afin de recadrer la catégorie, le juge a pu apporter une précision quant à l'étendue de la définition légale en caractérisant l'œuvre audiovisuelle comme un défilé séquentiel et linéaire d'images qui s'imposent au spectateur passif²³. Le juge retient donc une nouvelle condition à la qualification d'œuvre audiovisuelle, soit la linéarité de la séquence.

Ce positionnement n'a pas été reçu sans critiques doctrinales, du fait que l'aspect séquentiel impose un déroulement qui n'est pas forcément linéaire et que seule la présence d'un scénario suffit à produire²⁴. Certes, certaines œuvres audiovisuelles sont, dans le fond, séquentielles sans être linéaires et peuvent, de plus, en ce qui concerne la forme, très bien être visionnées de façon non linéaire. Cette énonciation prétorienne, cependant, avait pour but d'opposer la linéarité à l'interactivité²⁵, et d'établir ainsi le critère distinctif d'un ensemble de créations désignées comme des œuvres multimédias.

C'est ainsi, d'après la notion d'œuvre audiovisuelle telle qu'il l'a appréhendée, que le juge a refusé la qualification unitaire d'œuvre audiovisuelle à l'œuvre multimédia en raison de « *l'absence d'un défilement linéaire des séquences* » et de « *l'intervention toujours possible de l'utilisateur pour en modifier l'ordre* »²⁶.

Si une telle approche devait être retenue, le jeu vidéo ne pourrait *a priori* pas être considéré comme une œuvre audiovisuelle dans son ensemble. La vidéo 3D semble plutôt répondre à cette définition.

Les images numériques sportives pourraient alors correspondre à des catégories juridiques distinctes : la vidéo 3D serait assimilée à une œuvre audiovisuelle et le jeu vidéo à l'œuvre multimédia, catégorie dont les contours restent à définir.

B) Une reconnaissance partielle de la qualification d'œuvre audiovisuelle

21 *Ibidem.*

22 X. LINANT de BELLEFONDS, « Jeux vidéo: le logiciel gagne des points », *Communication-commerce électronique*, sept. 2003, p. 9-10.

23 TGI de Nanterre, 26 octobre 1997.

24 A. LATREILLE, « La création multimédia comme œuvre audiovisuelle », *JCP G*, 1998, I, p. 156.

25 C. HUGON, « Œuvres multimédias : le critère de l'interactivité consacrée par la Cour de cassation », *Comm. com. électr.*, sept. 2003, p. 15.

26 Cass. civ. 1ère, 28 janvier 2003.

L'œuvre multimédia est une catégorie d'œuvre non listée dans le Code de propriété intellectuelle. Le droit français ne recense le multimédia que de façon sectorielle ne permettant pas d'en faire une catégorie à part²⁷. Et, pourtant, elle est considérée comme une catégorie autonome par certains auteurs et par la jurisprudence, transcendant les autres genres²⁸.

Est une œuvre multimédia celle qui, en sus de l'originalité, remplit cinq critères²⁹ :

- i. réunion d'éléments numérisés³⁰ de genres différents ;
- ii. indifférence quant à la notion de support et du mode de communication (cédéroms, internet etc.) ;
- iii. interactivité ;
- iv. identité propre, différente de celle des éléments qui composent l'œuvre multimédia et de la simple somme de ceux-ci ;
- v. logiciel régissant la structure et l'accès à l'œuvre.

La convergence de différents genres qui caractérisent l'œuvre multimédia a incité la doctrine à se pencher sur cette catégorie afin de d'élire l'élément principal parmi ceux qui la composent qui déterminerait la qualification de l'œuvre multimédia dans son ensemble.

La qualification unitaire d'œuvre audiovisuelle a été rechassée comme susmentionné. Celle de base de données a été proposée en doctrine³¹, mais n'a pas fait objet d'une appréciation prétorienne. Certes cette composante est présente dans les œuvres multimédias mais ne saurait emporter la qualification selon la plupart des auteurs. Ils mettent en avant le fait que, dans une œuvre multimédia, l'originalité n'est pas seulement dans le choix des données et dans le mode de classement³². De plus la définition légale de la base de données (article L. 122-3, alinéa 2 du CPI) se réfère à un « *recueil d'œuvres, de données ou d'autres éléments indépendants [...] individuellement accessibles* », alors que les éléments d'une œuvre

27 L'article 21 du Décret du 31 décembre 1993 portant application de la loi du 22 janvier 1992 sur le dépôt légal, ainsi que l'arrêté du 22 mars 1994 relatif à la terminologie des communications, donnent des qualifications insuffisantes du multimédia.

28 P.-Y. GAUTIER, *Propriété littéraire et artistique*, op. cit., p. 190 et 191.

29 *Rapport d'activité 2004/2006 (CSPLA)*, septembre 2006, p. 8-9.
<http://www.cspla.culture.gouv.fr/CONTENU/rap0406.pdf>.

30 A. WEBER, « Les œuvres multimédia relèvent-elles du régime des bases de données? », *Légicom*1995, n° 8, p. 19.

31 Par Weber notamment.

32 F. POLLAUD-DULIAN, *Droit d'auteur*, *Economica*, 2005, p. 272

multimédia ne sont ni indépendants, ni individuellement accessibles.

Une qualification unitaire comme oeuvre logicielle, cependant, a déjà été admise en jurisprudence³³, en tout en cas en matière de jeu vidéo. Cela est compréhensible compte tenu notamment du fait qu'elle soit retenue par la seule disposition légale qui définit le jeu vidéo³⁴. Le juge est revenu sur ce sujet en affirmant, d'une part, que le jeu vidéo est une oeuvre multimédia et, d'autre part, que ces oeuvres « *ne se réduisent pas au logiciel qui permet leur exécution* »³⁵. La Cour de cassation a confirmé cette décision rendue en appel en rejetant, de plus, tout autre essai de qualification unitaire : « *un jeu vidéo est une oeuvre complexe qui ne saurait être réduite à sa seule dimension logicielle, quelle que soit l'importance de celle-ci, de sorte que chacune de ses composantes est soumise au régime qui lui est applicable en fonction de sa nature [...]* »³⁶.

Un jeu vidéo n'est pas une oeuvre audiovisuelle, ni une oeuvre logicielle, il s'agit d'une oeuvre multimédia dont les composantes audiovisuelle, logicielle, musicale, littéraire etc. sont soumises aux régimes qui leur sont applicables. Pour la première fois la jurisprudence énonce qu'une qualification complexe entraîne une qualification distributive³⁷. Reste à savoir si cette méthode de qualification est désormais applicable à toutes les oeuvres complexes³⁸. Est-ce que la vidéo 3D qui, tel le jeu vidéo, donne lieu à une convergence d'apports intellectuels de différents genres, peut être traitée de façon analogue ?

§ 2 - Le difficile rattachement de l'image numérique à une catégorie d'oeuvre de l'esprit

Devant les refus de qualification unitaire pour le jeu vidéo et son inclusion parmi les oeuvres multimédia, on peut se demander si il peut recevoir le même traitement selon le critère de l'interactivité (A) et le genre d'oeuvre (B).

33 Arrêt *Midway* (Crim. 21 juin 2000) qui n'a d'ailleurs pas été publié au *Bulletin*.

34 *CGI*, art. 220 *terdecies* qui dispose que « est considéré comme un jeu vidéo tout logiciel de loisir... » in C. CARON, « Qualification distributive pour le jeu vidéo, oeuvre complexe », *Comm. com. électr.* N°9, sept. 2009, comm. 76.

35 Cour d'appel de Paris, 20 septembre 2007.

36 Civ. 1re, 25 juin 2009.

37 C. CARON, « Qualification distributive pour le jeu vidéo, oeuvre complexe », *art. cit.*

38 *Ibidem*.

A) Le critère de l'interactivité : une entrave à une qualification commune?

La référence à l'interactivité comme *summadivisio*³⁹ entre l'œuvre audiovisuelle et l'œuvre multimédia ne se fonde sur aucun texte⁴⁰. Elle est entendue par le Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique (CSPLA) comme « *le procédé permettant à l'utilisateur, par l'intermédiaire d'un logiciel, de naviguer de manière non linéaire à l'intérieur d'un programme dont il déclenche le choix du parcours* »⁴¹.

S'il s'agit d'un procédé, il peut être appliqué à n'importe quelle œuvre et ne saurait être le critère distinctif de l'une d'entre elles. L'interactivité est peut-être de l'essence de l'œuvre multimédia, mais surtout, comme l'a bien explicité M. Sardain, « *l'interactivité est de l'essence même de la technique numérique* »⁴². Ce critère distinctif perd ainsi progressivement de son intérêt dès lors que le développement des technologies de l'information et de la communication remettent en cause « *les frontières communément admises entre l'œuvre audiovisuelle et l'œuvre multimédia* »⁴³.

Il semble, donc, difficilement concevable de faire de l'interactivité un critère de qualification juridique suffisant⁴⁴.

En effet, il y a également un brouillage des frontières entre les deux types d'images numériques sportives. Autant la vidéo 3D se révèle de plus en plus un produit interactif donnant à l'utilisateur le choix de l'angle de vue et du déroulement des séquences⁴⁵, autant le jeu vidéo se présente de plus en plus proche d'un visionnage en vidéo 3D. A titre d'exemple, la vidéo qui reprend un but marqué par un joueur du jeu vidéo FIFA 11 derrière son écran et qui est affichée sur le site web de l'un des plus grands développeurs de jeux vidéo sportifs⁴⁶.

L'interactivité n'est plus propre à l'œuvre multimédia, même si celles qui relèvent de cette catégorie présentent un degré accru d'interactivité. C'est le cas notamment du jeu vidéo,

39 X. LINANT de BELLEFONDS, « L'interactivité, critère pleinement juridique », *Comm. com. électr.*, sept. 2003, p. 1.

40 C. HUGON, « Œuvres multimédias : le critère de l'interactivité consacrée par la Cour de cassation », *Comm. com. électr.*, sept. 2003, p. 14.

41 *Rapport d'activité 2004/2006* (CSPLA), septembre 2006), 8-9, <http://www.cspla.culture.gouv.fr/CONTENU/rap0406.pdf>.

42 F. SARDAIN, « La Cour de cassation et l'œuvre multimédia », *art. cit.*, p. 1688-1691.

43 C. FERAL-SCHUHL, *Cyberdroit, le droit à l'épreuve de l'internet*, Dalloz, Paris, 6e éd., 2011, p.449-450.

44 F. SARDAIN, « La Cour de cassation et l'œuvre multimédia », *art. cit.*, p. 1688-1691.

45 Possibilité du choix de l'angle de vue. Voir à ce propos

<http://www.youtube.com/watch?v=3zWRSM09Y90>

46 <http://www.ea.com/fr/football/videos/3f9c4e6d578ef210VgnVCM100001065140aRCRD>

qui est de « *nature interactive sans quoi il ne serait pas un jeu* »⁴⁷. Et là réside le point réellement différenciateur entre le jeu vidéo et la vidéo 3D. Le caractère ludique du jeu vidéo implique que les images qui s'affichent soient calculées par des logiciels au moment où le joueur en donne les instructions. C'est cette interactivité qui différencie techniquement ces images numériques sportives de celles déjà pré-calculées. Ces dernières sont donc de « *petites briques logicielles que l'utilisateur ne peut pas décomposer ou contourner* »⁴⁸.

La différence est latente, mais est-ce un critère de qualification juridique suffisant pour évincer la vidéo 3D de l'ensemble des œuvres multimédias, alors qu'elle aussi est une « *œuvre qui rassemble et dispose sur un même support plusieurs des éléments numérisés suivants : textes, sons, images fixes, séquences animées d'images, et autres données informatisées, dont l'accès est activé par un logiciel* »⁴⁹ ?

Ce n'est pas certain.

Il est cependant certain que l'interactivité est un critère à l'épreuve de nouvelles pratiques. Est-ce l'échec de la catégorie d'œuvre multimédia et de son opposition à l'œuvre audiovisuelle? Est-ce l'échec, en dernier lieu, d'une qualification selon le genre ? Il convient de s'attarder sur ce questionnement.

B) Le genre d'œuvre : une entrave à une qualification commune ?

Le législateur de 1985 a conclu qu'il était plus judicieux de « *définir directement l'ensemble des œuvres audiovisuelles par leur contenu, par leur nature...* », plutôt que par un procédé technique ou un support⁵⁰. Et, pourtant, quelques années plus tard, le procédé interactif à été mis en avant pour départager les œuvres composées d'images en mouvement.

Le numérique a pris sa revanche et aujourd'hui, à l'affiche dans les salles de cinéma, il n'est pas rare d'assister à un film dans lequel, aux côtés d'acteurs, jouent des « *créatures hostiles [...] constitué(s) de lignes géométriques [...]* »⁵¹. On parle bien du contenu d'une

47 X. LINANT de BELLEFONDS, « Jeux vidéo: le logiciel gagne des points », *Communication-commerce électronique*, sept. 2003., p. 10

48 *Ibidem*.

49 A. WEBER, « Les œuvres multimédia relèvent-elles du régime des bases de données? », *op. cit.*, p. 20.

50 Expression du rapporteur de la Commission des Lois. *Apud* WEBER, A. *idem* p. 19-20.

51 Comparés à Mickey ou Dingo les avatars d'un jeu vidéo n'ont pas été considérés originaux et en prenant compte des éléments du jeu vidéo le juge lui a écarté la qualification d'œuvre de l'esprit. TGI de Nanterre, 29 juin

œuvre... qui ne constitue, selon un réalisateur brésilien de fiction nostalgique d'un cinéma humaniste, qu'un simple jeu vidéo⁵².

Que faire, si ce n'est pas la définition d'œuvre audiovisuelle ou le procédé utilisé qui peut établir les distinctions ? Si ce n'est pas l'interactivité ou le contenu de ces œuvres, qu'est-ce qui les différencie ?

M. Linant de Bellefonds considérerait que l'œuvre devrait être appréhendée une fois le « *produit audiovisuel enfermé dans son final cut* »⁵³, indépendamment du fait que cette œuvre comprenne ou non des images de synthèse créées dans son processus d'élaboration. M. Sardain a soulevé pareillement, dans son commentaire à la décision rendue le 28 janvier 2003, qu'en « *se référant à la notion de 'production audiovisuelle', la Cour de cassation laisse donc entendre que l'application du régime propre à l'œuvre audiovisuelle dépend moins de l'expression audiovisuelle de celle-ci que de son appartenance au secteur de la production audiovisuelle.* »⁵⁴ La démarche qui consiste à se pencher sur l'analyse de la production d'une œuvre pour en déduire le régime doit être recommandée. Et ce, d'autant plus que la production audiovisuelle apparaît comme étant, de plus en plus, multiple et éclatée. C'est notamment le cas, quand il s'agit de *UsersGenerated Content* (UGC) dans le web 2.0, c'est-à-dire du contenu créé par des internautes qui, par la facilité d'accès à des moyens techniques, sont capables de produire et diffuser des œuvres audiovisuelles ou multimédias.

N'est-il pas plus souhaitable de recourir à des qualifications reposant sur le processus créatif de l'œuvre plutôt qu'aux genres pour en déduire le régime⁵⁵ ?

Ceci est d'autant plus plausible que la réalité qui recouvre l'œuvre multimédia « *est trop diverse et trop évolutive pour être enfermée dans des définitions abstraites* »⁵⁶. Mais, faute de création d'un statut spécial (qui ne serait pas souhaitable, compte tenu même des critiques que l'on pourrait faire au modèle adopté pour l'œuvre audiovisuelle), « *il n'est pas possible de considérer l'œuvre multimédia comme une catégorie si spécifique qu'elle ne doive*

1984. Depuis les deux arrêts *Atari* et *Williams Eletronics* (Cass. ass. plén., 7 mars 1986) ce positionnement n'est plus défendu.

52 Propos tenus sur le cinéma blockbuster nord-américain actuel. In <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2011/06/tropa-de-elite-2-domina-grande-premio-do-cinema-brasileiro.html>

53 X. LINANT de BELLEFONDS, « Jeux vidéo: le logiciel gagne des points », *Communication-commerces électronique*, sept. 2003p. 10

54 F. SARDAIN, « La Cour de cassation et l'œuvre multimédia », *art. cit.*, p. 1688-1691. Les mots soulignés ont été soulignés dans le texte par l'auteur.

55 P. SIRINELLI in LAMY, *Droit des médias et de la communication*, t. 2, n°506-53 et s., *apud* C. CARON, « L'interactivité chasse l'œuvre audiovisuelle », *Com. comm. électr.*, avr. 2003, chr. 35, p. 19.

56 LUCAS, A. et H.-J., *Traité de propriété littéraire et artistique*, Litec, 3^èd., 2006, p. 117.

recevoir qu'une seule et même qualification de façon systématique »⁵⁷.

Dans cette optique, le choix d'une qualification distributive pour le jeu vidéo a été faite par la Cour de cassation lorsqu'elle affirme que « *chacune de ses composantes est soumise au régime qui lui est applicable en fonction de sa nature [...]* »⁵⁸. La portée de cette solution reste en suspens, néanmoins, et l'on peut se demander si elle serait limitée aux seuls jeux vidéo. Pour poursuivre l'analogie entre le jeu vidéo et la vidéo 3D, il semble nécessaire de s'attarder sur l'incidence de certains régimes juridiques prévus au Code de la propriété intellectuelle applicables à leurs composantes.

Section 2 – Jeu vidéo et vidéo 3D : un régime commun ?

L'exercice de qualification des images numériques sportives s'avère non seulement complexe à l'instar des images elles-mêmes, mais encore délicat, puisqu'il multiplie les risques de contradiction. La gymnastique intellectuelle consistera à appliquer pour le jeu vidéo l'adage « *specialageneralibusderogant* » proposé en anticipation de la décision en Cassation⁵⁹. Ainsi, aux questions relevant de la base de données on appliquera les règles prévues par le CPI qui lui sont applicables, de même pour le logiciel, et ainsi de suite⁶⁰.

En ce qui concerne les composantes logicielle et base de données, les régimes spécifiques respectifs seront applicables. Quant aux composantes graphique et textuelle, le droit commun du droit d'auteur est applicable. Nous n'allons pas nous attarder sur ces régimes qui, outre la délicate coordination lors de la mise en œuvre de la qualification distributive, ne présentent pas de difficulté lors de l'identification des règles afférentes. Nous allons plutôt nous pencher sur les problématiques du régime applicable à la composante audiovisuelle de la vidéo 3D et du jeu vidéo qui est, dans la grande majorité des cas, développée à plusieurs mains (§1) et sur le régime applicable aux vidéos 3D qui sont quelques fois des œuvres inspirées d'œuvres préexistantes (§2).

57 F. POLLAUD-DULIAN, *Droit d'auteur, op. cit.*, p.273-274.

58 Cass. 1ère civ., 25 juin 2009.

59 HASSLER, Théo, « Qualification du multimédia : plaidoyer pour une méthode de qualification », *Comm. com. électr.*, nov. 2000, chr. 21, p. 10.

60 Tout le problème de cette qualification distributive adviendra lorsque se posera par exemple la question de la durée de protection sur les images numériques. La durée de protection des graphiques sera de 70 ans après la mort de son auteur, (article L.123-1 du CPI) alors que la protection de la base de données sera de 15 ans à compter du 1er janvier de l'année civile qui suit celle de son achèvement (article L. 342-5 du CPI).

§ 1 - L'image numérique créée à plusieurs mains

Si l'œuvre numérique sportive est faite à plusieurs mains, ce qui est souvent le cas, deux régimes auraient vocation à lui être applicable, soit celui de l'œuvre de collaboration (A), soit celui de l'œuvre collective.

A) L'image numérique en tant qu'œuvre de collaboration

L'œuvre de collaboration est celle « à la création de laquelle ont concouru plusieurs personnes physiques » (article L. 113-2, alinéa 1 du CPI). Il importe que les personnes physiques (et non pas morales) aient eu un rôle créatif. De plus, il importe aussi qu'une inspiration commune entre les coauteurs ait existé, c'est-à-dire « *un rapport d'étroite collaboration relevant d'une participation concertée* »⁶¹, autrement il s'agirait d'une œuvre composite.

La nature même de cette œuvre est d'être un tout inséparable considéré, de ce fait, comme la propriété commune des coauteurs (article L. 113-3, alinéa 1 du CPI) et, par conséquent, lui sont applicables les règles de l'indivision comme le principe selon lequel tout acte de gestion la concernant doit être pris à l'unanimité⁶².

La qualification de la composante audiovisuelle d'une image numérique sportive déclenche en principe l'application du régime de l'œuvre de collaboration aménagé par les règles spéciales prévues pour l'œuvre audiovisuelle⁶³. A titre d'exemple, c'est le cas de la présomption simple de la qualité d'auteur à l'égard des personnes exerçant certaines fonctions (article L. 113-7 du CPI), la limitation au droit d'auteur (article L. 121-5 du CPI) et le recours au contrat de production audiovisuelle (articles L. 132-24 et s. du CPI).

La jurisprudence refuse de soumettre l'œuvre audiovisuelle à un autre régime et a tendance à considérer d'ailleurs que sa qualification en tant qu'œuvre de collaboration est une

61 Critère développé par la jurisprudence.

62 X. LINANT DE BELLEFONDS « Jeux vidéo: le logiciel gagne des points », *Communication-commerce électronique*, sept. 2003, p. 9.

63 A. et H.-J. LUCAS, *Traité de propriété littéraire et artistique*, op. cit., p.153.

présomption irréfragable⁶⁴. En vérité, la jurisprudence fonde son approche sur un texte assez peu clair : « *sont présumés, sauf preuve contraire, coauteurs d'une œuvre audiovisuelle réalisée en collaboration : 1° L'auteur du scénario[...]* ». Caron en délivre une lecture en précisant que le deuxième alinéa de l'article L. 113-7 du CPI « *ne fait qu'envisager une liste de coauteur présumés dans l'hypothèse d'une qualification de l'œuvre en tant qu'œuvre de collaboration, ce qui n'empêche pas que, dans certains cas, elle soit qualifiée d'œuvre collective.* »⁶⁵. Au demeurant, on ne peut oublier l'hypothèse où une œuvre audiovisuelle soit créée par une seule personne physique pouvant à ce titre se prévaloir des règles prévues par le droit commun du droit d'auteur.

Il en résulte que, compte tenu du régime largement dérogatoire du droit commun du droit d'auteur à propos de l'œuvre audiovisuelle, la classification d'une œuvre dans cette catégorie n'est pas neutre,⁶⁶ et parfois ne semble pas adaptée. En effet, l'égalité relative au régime des œuvres audiovisuelles éloigne encore davantage le droit d'auteur de la « *réalité de la création* »⁶⁷.

Le choix systématique dans le sens de l'application du régime d'œuvre de collaboration audiovisuelle se révèle, parfois, inadéquat depuis l'extension de la catégorie de l'article L. 112-2, 6° à une panoplie d'œuvres diverses, alors que « *bon nombre d'entre elles rentrent dans les canons de l'œuvre collective* »⁶⁸ comme ce peut être le cas de la vidéo 3D ou même de la composante audiovisuelle du jeu vidéo.

B) L'image numérique en tant qu'œuvre collective

L'œuvre collective est définie comme :

- 1) « *l'œuvre créée sur l'initiative d'une personne physique ou morale qui l'édite, la publie et la divulgue sous sa direction et son nom et*
- 2) *dans laquelle la contribution personnelle des divers auteurs participant à son élaboration se fond dans l'ensemble en vue duquel elle est conçue, sans qu'il soit*

64 Cour d'Appel de Paris, 16 mai 1994 et TGI Strasbourg, 16 nov. 2001

65 C. CARON, *Droit d'auteur et droits voisins*, 2è ed., LITEC, 2009, p. 183.

66 *Idem*, p. 125.

67 B. MONTELS, « Droit de la propriété littéraire et artistique et droit public de la communication audiovisuelle : du domaine séparé au domaine partagé », *RIDA*, 2003, n° 195, p. 109.

68 C. HUGON, « Œuvres multimédias : le critère de l'interactivité consacrée par la Cour de cassation », *Comm. com. électr.*, sept. 2003, p. 15

possible d'attribuer à chacun d'eux un droit distinct sur l'ensemble réalisé » (article L. 113-2, alinéa 3 du CPI).

Comme la doctrine l'expose, l'œuvre collective est l'œuvre plurale excédant « *la somme des apports des coauteurs personnes physiques, parce qu'il s'y ajoute une maîtrise d'œuvre intellectuelle sans laquelle l'œuvre n'aurait pas existé* »⁶⁹.

Même si de nombreuses œuvres se prêtent à cette définition, elles sont évincées de la catégorie considérée comme moins protectrice de l'auteur⁷⁰. Cela est dû au fait que les droits d'auteur sur une œuvre collective, par une fiction juridique, sont présumés nés en la tête de la personne physique ou morale sous le nom de laquelle elle est divulguée (article L. 113-5 CPI). En premier lieu, il convient de rappeler que cette personne n'est ni auteur⁷¹, ni cessionnaire et que ladite présomption est simple. En deuxième lieu, certes les œuvres collectives sont moins favorables à l'auteur face à certaines œuvres de collaboration, mais pas toutes. C'est notamment le cas de l'œuvre audiovisuelle dite de collaboration qui :

- (i) ampute l'auteur de ces droits moraux jusqu'à l'achèvement de l'œuvre (article L. 121-5 du CPI), et
- (ii) où les droits patrimoniaux de l'auteur sont présumés cédés, sauf preuve de contraire, au producteur de l'œuvre audiovisuelle (article L. 132-24 du CPI).

Par ailleurs, le producteur de l'œuvre audiovisuelle au sens du Code est la « *personne physique ou morale qui prend l'initiative et la responsabilité de la réalisation de l'œuvre.* » (article L. 132-23)⁷². Définition qui semble vider le premier critère de définition de l'œuvre collective de son sens.

Il semble donc paradoxal de défendre la qualification d'œuvre de collaboration pour toute œuvre ou apport audiovisuel indistinctement fondé sur un prétendu humanisme, alors que, dans la pratique, dans une hypothèse ou dans l'autre (si ce n'est par la présomption légale ce le sera certainement par convention), l'auteur est dépossédé des droits patrimoniaux sur sa

69 X. LINANT de BELLEFONDS, « Le régime juridique de l'oeuvre audiovisuelle : un peu de bruit autour de l'arrêt », *La Semaine Juridique Edition Générale*, n° 7, 15 Février 1995, II 22375.

70 Cour d'appel de Paris, 12 mai 1994. Affaire « Ramdam » dans laquelle la Cour d'appel réforme le jugement rendu par le Tribunal de grande instance de Paris qui avait considéré une émission télévisée en tant qu'œuvre collective dans laquelle se fondaient « le travail de chacun, comme en atteste d'ailleurs l'interchangeabilité des journalistes et réalisateurs, (...) ».

71 Cela a pour conséquence d'écarter la titularité sur les droits moraux, qui sont des droits attachés à la personne de l'auteur (article L121-1 du CPI), aux personnes à l'initiative de l'œuvre collective, quand bien même cette dernière pourrait être en charge de la défense de l'œuvre vis à vis des tiers. In P.-Y. GAUTIER, *Propriété littéraire et artistique*, 7ème éd., PUF, 2010 p. 740.

72 C. CARON, « Droit d'auteur et droits voisins », *art. cit.*, p. 183.

création. Cependant, en ce qui concerne le type de rémunération qui découle de chaque régime (forfaitaire pour l'œuvre collective ou proportionnelle pour l'œuvre de collaboration), l'auteur peut avoir intérêt à la qualification retenue.

Dans le passé, certaines œuvres multimédia ont été considérées comme des œuvres collectives. C'est notamment le cas de celles qui furent rassemblées dans un CD-Rom intitulé 'Le Cinéma en 80 plans'⁷³ dont la structure générale du scénario, les rubriques etc ont été définies dans un cahier des charges proposé par la société à l'origine de la création. De même qu'en ce qui concerne le jeu vidéo « UrbanRunner »⁷⁴.

Ces temps sont révolus en ce qui concerne le jeu vidéo, qui ne saurait être qualifié unitairement. Qu'est-ce qu'il en ait de la vidéo 3D ? Tant que le juge n'aura pas tranché sur la question de la qualification de la vidéo 3D en tant qu'œuvre multimédia et compte tenu de l'état de la jurisprudence actuelle mettant en avant le critère de l'interactivité, il faudrait entendre la vidéo 3D comme une œuvre audiovisuelle et le jeu vidéo comme une œuvre multimédia.

Dans les deux cas, il s'agit de qualifications qui peuvent très bien être cumulées avec celle d'œuvre composite. Ce peut être le cas de la vidéo 3D.

§ 2 - L'image numérique créée à partir d'une œuvre préexistante

Dans l'hypothèse où le producteur d'une vidéo 3D n'aurait pas lui même capté des images télévisuelles servant de base à sa création, ou dans l'hypothèse où il n'en posséderait pas les droits correspondants, sa création semblerait être une œuvre composite (**A**). Encore faudrait-il que les images télévisuelles soient considérées comme originales (**B**).

73 TGI Paris, 3è ch., 28 janv. 2003

74 Versailles, 18 novembre 1999.

A) L'image numérique en tant qu'œuvre composite

L'œuvre composite est « l'œuvre nouvelle à laquelle est incorporée une œuvre préexistante sans la collaboration de l'auteur de cette dernière » (article L. 113-2, alinéa 2 du CPI). Le terme œuvre composite est utilisé pour désigner également l'œuvre dérivée qui n'incorpore pas l'œuvre préexistante, mais lui emprunte quelques éléments seulement.

En principe l'auteur de l'œuvre préexistante n'est pas celui de la seconde. Il n'en demeure pas moins que l'auteur de l'œuvre seconde doit respecter les droits de l'auteur de l'œuvre originale sur cette œuvre (article L. 113-4 du CPI), car ce dernier a le « *droit exclusif et opposable à tous, d'autoriser ou d'interdire la reprise ou l'adaptation de son œuvre dans une œuvre composite* »⁷⁵. Prérogative qu'à juste titre M. Caron considère « *extrêmement puissante* » car elle met en quelque sorte sous tutelle l'œuvre composite⁷⁶. Sauf à se prévaloir d'une exception au droit d'opposabilité de l'auteur de l'œuvre préexistante, l'auteur de la création seconde doit en demander une autorisation préalable, à défaut de quoi il y aura contrefaçon⁷⁷.

Font partie de cette catégorie les traductions, adaptations, transformations etc (article L. 122-3 du CPI). Le processus d'adaptation d'une œuvre implique sa modification en ce qu'il l'a fait passer d'un genre à un autre⁷⁸. C'est, à titre d'exemple, le cas d'un jeu vidéo basé sur une manifestation sportive donnée (e.g. FIFA 11) et de la vidéo 3D qui est une adaptation de la retransmission audiovisuelle d'un événement sportif.

N'empruntant pas les éléments d'une retransmission télévisuelle, le jeu vidéo ne pourrait avoir la qualité d'œuvre composite dans l'hypothèse visée que si l'on considérait que la manifestation sportive soit une œuvre de l'esprit originale⁷⁹.

Étant donné que la vidéo 3D est une œuvre audiovisuelle on peut en déduire que les auteurs de la retransmission d'un événement sportif sont assimilés aux auteurs de l'œuvre audiovisuelle par la fiction légale de l'article L. 113-7 *in fine*, indépendamment de leur concours à la création de l'œuvre seconde.

Ce qui ne fait que renforcer le caractère relatif de l'originalité de l'œuvre composite

⁷⁵ F. POLLAUD-DULIAN, *Droit d'auteur, op. cit.*, p. 264.

⁷⁶ C. CARON, *Droit d'auteur et droits voisins, op. cit.*, p. 194.

⁷⁷ P.-Y. GAUTIER, *Propriété littéraire et artistique, op. cit.*, p. 635

⁷⁸ F. POLLAUD-DULIAN, *Droit d'auteur, op. cit.*, p. 262.

⁷⁹ Voir *infra* Partie II, chapitre 2, section 1, §1, A.

empruntée à l'œuvre originale. L'originalité de l'œuvre seconde dépend en quelque sorte de celle de l'œuvre préexistante⁸⁰.

Pour que la vidéo 3D soit considérée comme une œuvre composite originale il faut d'abord que l'œuvre audiovisuelle préexistante soit originale.

B) L'originalité de la transmission télévisuelle sportive

L'originalité est l'élément déterminant la protection de l'œuvre par le droit d'auteur. Les contours de cette notion ont été développés par la jurisprudence qui la considère soit comme le « *reflet de la personnalité du créateur* »⁸¹, dans une approche classique et subjective, soit « *la marque de son apport intellectuel* », dans une approche moderne et plutôt objective⁸².

Dans l'œuvre audiovisuelle l'empreinte de la personnalité de l'auteur ou son apport intellectuel est apprécié en fonction de la composition (enchaînement des séquences et des plans) et de l'expression (cadrage, éclairage, mise en scène, choix esthétiques, etc)⁸³.

L'originalité de l'œuvre relève de l'appréciation souveraine du juge du fond qui ne peut en faire l'impasse et doit préciser les éléments caractérisant l'originalité⁸⁴. C'est pour cette raison qu'un auteur, juste titre, estime être regrettable que le « *tribunal de première instance des Communautés européennes ait pu considérer comme allant de soi que la protection du droit d'auteur était acquise à des 'images télévisées' de courses hippiques* »⁸⁵.

C'est pour défaut d'originalité d'un film représentant un sportif jouant au basket-ball que le Tribunal de Grande Instance de Paris a débouté la vidéaste de ses prétentions⁸⁶. Selon le juge, la vidéo ne présente aucune « *mise en scène particulière* » et ne comporte « *aucun travail d'assemblage d'images, de choix de composition ou de cadrage et que l'auteur du film s'est contenté de filmer cette action, limitant son rôle à une intervention technique* ». Le juge

80 F. POLLAUD-DULIAN, *Droit d'auteur, op. cit.*, p. 263

81 Cour d'appel de Paris 24 novembre 1988.

82 Cass., ass. plén., 7 mars 1986.

83 C. CARON, *Droit d'auteur et droits voisins, op.cit.*, p. 126.

84 Cass. crim. 7 oct. 1998. Il convient de rappeler que la Cour de cassation contrôle la motivation du refus ou reconnaissance de l'originalité d'une œuvre.

85 TPICE, 12 juin 1997. A. et H.-J. LUCAS, *Traité de propriété littéraire et artistique, op. cit.*, p. 114-115.

86 Tribunal de Grande Instance de Paris, 3^e ch. 3^e sect., 4 juin 2010.

fait alors allusion à la jurisprudence selon laquelle le droit d'auteur ne s'applique à une simple prestation technique⁸⁷ et donne des indices sur quels éléments porte son appréciation.

La retransmission d'un événement sportif peut, alors, être soit une œuvre originale (selon le cadrage, le choix du focus de l'image sur un joueur, la succession de séquences), soit une prestation purement technique (caméras « passives » filmant l'événement). Tout dépend du cas d'espèce⁸⁸. Mais la jurisprudence a tendance à interpréter strictement l'originalité d'une œuvre audiovisuelle en soulevant soit la banalité de la prestation, soit le manque de liberté créatrice des auteurs.

Si l'œuvre préexistante n'est pas originale elle « rejoint le domaine public et donc les choses communes de l'article 714 du Code civil »⁸⁹. C'est en tout cas la conclusion de l'arrêt⁹⁰ rendu par la Cour de cassation dans lequel elle refuse la qualité d'auteur au réalisateur d'une œuvre audiovisuelle, considéré alors comme un simple exécutant de la volonté du producteur. Sous réserve de l'existence d'un apport intellectuel de la part du producteur ou d'éventuels coauteurs, l'œuvre ne peut bénéficier d'aucune protection.

Le cessionnaire des images télévisuelles pourrait prétendre à avoir un mot à dire sur la création de vidéos 3D par des tiers. En amont, d'autres acteurs du secteur sportif sont titulaires de droits exclusifs sur des éléments pouvant être présents sur les images numériques sportives, que ce soit sous forme de vidéo 3D ou de jeu vidéo.

87 Cass. 1re civ., 29 mars 1989. LE RESTE Simon, « Filmer n'est pas gagner : l'absence de protection de droit d'auteur d'une simple vidéo de Tony Parker, âgé de 12 ans, jouant au basket », *Les cahiers de droit du sport*, no. 22, 2010, p. 143.

88 P.-Y. GAUTIER, *Propriété littéraire et artistique*, op. cit., p. 104.

89 C. CARON, « Visite à l'orphelinat du droit d'auteur : l'œuvre audiovisuelle sans auteur », *Comm. com. électr.*, déc. 2003, chr. 116, p. 27.

90 Cass., 1re civ., 30 sept. 2003.

Chapitre 2 – Les droits sur le contenu de la création

La création d'images numériques sportives inspirées de faits réels tenant compte des événements sportifs existants et des acteurs du secteur entraîne souvent la reproduction et la représentation d'objets, bâtiments, signes, figure et performance liés aux dits acteurs. Cette liaison est revêtue par un droit exclusif d'exploitation dont la titularité leur appartient. Les droits de ces tiers à la création des images numériques sportives portent à la fois sur des désignations (A) et sur l'image des personnes, biens et œuvres (B).

Section 1 – Le droit des tiers sur les désignations

Les organisateurs d'événements, les clubs et leurs sponsors sont titulaires de droits sur les termes et signes qui les désignent ou qui désignent leurs produits ou services. S'ils ne peuvent s'opposer à l'utilisation de ces désignations dans le langage courant, il en est autrement des utilisations faites dans des créations commercialisables exhibant leurs marques (§1) et leurs noms (§2).

§ 1 - Les marques présentes dans une image numérique sportive

A l'intérieur des enceintes sportives, dans les stades, au long d'un circuit ou d'une piste, les marques des événements, organisateurs, sponsors et des clubs sont apposées. Les images captées lors du déroulement d'un événement sportif les reproduisent inévitablement. Il convient de se demander quelle est l'étendue des droits de leurs titulaires supposant qu'elles ont été enregistrées en France (A) et si la représentation en images numériques saurait être considérée comme un empiétement sur ces droits (B).

A) Les droits revendiqués sur ces marques

Les droits commerciaux d'une compétition sont souvent licenciés exclusivement à des partenaires officiels: sponsors et preneurs de licence (*merchandising*, par exemple). Cela signifie, d'une part, que ces partenaires ont le droit exclusif de s'associer commercialement à l'événement, en particulier d'utiliser les marques qui y sont liées, en retour de leur contribution financière⁹¹. Et, d'autre part, que l'organisateur a l'obligation d'afficher la marque des sponsors, ce qui constitue la prestation caractéristique d'un contrat de sponsoring⁹². Il en va de même pour le club qui a l'obligation d'afficher la marque de son sponsor sur les équipements des sportifs. Compte tenu de l'enjeu financier lié à ces signes distinctifs, les organisateurs d'événements sportifs ont une politique très stricte quant à l'usage qui est fait de leurs marques et de celles de leurs sponsors et ils veillent à leur protection. C'est le cas notamment de l'UEFA dont les marques de certains événements sont notoires d'une durée de vie très courte puisqu'elles sont créées pour une édition d'une compétition. C'est le cas des marques figuratives représentant la mascotte d'un championnat. En outre l'organisateur dépose souvent à titre de marque le logo de l'événement ainsi que le signe représentant le trophée.

De même le CIO protège à titre de marque les « propriétés olympiques » qui sont énumérées à la Règle 7, paragraphe 2, de la Charte Olympique et comprennent : le symbole (les cinq anneaux entrelacés), le drapeau, la flamme et les flambeaux (ou les torches) et les emblèmes olympiques (dessins intégrés au symbole olympique)⁹³.

Souvent sur les logos et dessins, les organisateurs disposent également de droits d'auteur⁹⁴ qui confèrent une protection beaucoup plus large que le droit de marque en ce qu'il protège la création de son seul fait (aucune exigence de dépôt) et *per se* (aucune soumission au principe de spécialité).

Par ailleurs, les acteurs du secteur sportif protègent leur nom à titre de marque verbale.

91 A propos de la protection des marques de l'UEFA. F. GINDRAT, « La protection des marques d'institutions sportives et d'événement sportifs : l'exemple de l'UEFA », in ERRA, Jacques de (éd.), *Sport et propriété intellectuelle, Actes de la Journée de droit de la propriété intellectuelle du 2 février 2009*, Schulthess Médias Juridiques SA, 2010, p. 13-14.

92 F. BUY, J.-M. MARMAYOU, D. PORACCHIA et F. RIZZO, *Droit du sport*, LGDJ, 2e éd., 2009, p. 824

93 Charte Olympique en vigueur au 11 février 2001. In http://www.olympic.org/Documents/Olympic%20Charter/Charter_fr_2010.pdf

94 F. GINDRAT, « La protection des marques d'institutions sportives et d'événement sportifs : l'exemple de l'UEFA », in ERRA, Jacques de (éd.), *Sport et propriété intellectuelle, Actes de la Journée de droit de la propriété intellectuelle du 2 février 2009*, Schulthess Médias Juridiques SA, 2010, p. 16-17.

Les organisateurs d'événements sportifs déposent également à titre de marque les slogans officiels dans différentes traductions (e.g. « UEFA EURO 2008 – L'EMOTION AU RENDEZ-VOUS »). Il en va de même pour la désignation officielle d'un événement (e.g. « UEFA EUROPEAN FOOTBALL CHAMPIONSHIP »), ainsi que pour certaines désignations en rapport avec une édition d'un événement (e.g. EURO 2008)⁹⁵ comme l'indication du nom de la ville combinée à celle de l'année de célébration (e.g. « Coupe du monde de la FIFA, Brésil 2014 »). Dans le cas du CIO, les termes « Olympique », « Jeux Olympiques », « Olympiade » et leurs traductions ainsi que la devise olympique « *Citius, Altius, Fortius* »⁹⁶ sont protégés.

Il se peut que certains de ces éléments (du moins le nom des clubs), protégés par des droits de propriété intellectuelle, figurent sur les images numériques sportives. Il convient de se demander si cet usage pourrait être considéré comme fautif ou comme une contrefaçon.

B) L'usage fait de ces marques

Les marques identifient et servent à distinguer les produits et services de leur titulaire (article L. 711-1 du CPI) et font objet d'un droit de propriété de la part de ceux qui les enregistrent (article L. 713-1 du CPI). Par contre, ce droit de propriété ne saurait être absolu. Il est limité, d'une part, par le principe de spécialité⁹⁷ et, d'autre part, par la fonction de la marque⁹⁸⁹⁹.

Il convient de souligner que, vu l'ampleur de certains événements (comme dans certains des exemples donnés), les marques qui y sont liées sont connues d'une très large partie du public. Elles sont ainsi notoires et, de ce fait, leur titulaires ne sont pas soumis à

95 *Idem*, p. 17-18.

96 CHAPPUIS, Marianne. « La protection des propriétés olympiques ». In ERRA, Jacques de (éd.). *Sport et propriété intellectuelle. Sport and Intellectual Property*. Contributions de Marianne Chappuis, François Gindrat, Ivan Cherpillod, Heijo Ruijsenaars/Pranvera Këllezi, Nick White et Henry Peter/Jacques de Werra. Actes de la Journée de droit de la propriété intellectuelle du 2 février 2009. Genève/Zurich/Bâle, Schulthess Médias Juridiques SA. 2010, p. 2-3.

97 Car le monopole ne porte pas sur le signe en lui-même, mais plutôt sur la fonction que a la marque de distinguer le produit et service qu'elle désigne.

98 Soit d'assurer un monopole d'exploitation sur un signe afin d'attirer et retenir une clientèle et garantir l'identité d'origine du produit ou service qu'il désigne.

99 CJUE, 31 oct. 1974. In J. PASSA, *Traité de droit de la propriété industrielle*, tome 1, 2^e éd., LGDJ, 2009, p. 279.

l'exigence de dépôt auprès d'un bureau d'enregistrement pour en acquérir la propriété et elles sont protégées au-delà de leur spécialité¹⁰⁰.

L'usage d'une marque requiert l'autorisation de son titulaire s'il:

- (i) est accompli « dans la vie des affaires »¹⁰¹,
- (ii) est fait à titre de marque (c'est-à-dire en désignant l'origine du produit)¹⁰², et
- (iii) porte atteinte à la fonction de la marque¹⁰³.

Si toutes ces conditions sont remplies le titulaire de la marque peut agir en contrefaçon¹⁰⁴. Il peut également introduire une action secondaire en concurrence déloyale (se prévalant de l'article 1382 du Code civil) pour sanctionner des faits distincts de la seule reproduction de la marque, comme notamment l'affaiblissement du caractère distinctif d'une marque¹⁰⁵. Ou même, à titre principal, contre les usages fautifs portant un préjudice. Il convient de souligner que le CNOSF bénéficie par ailleurs d'un régime de protection autonome de ces marques institué par l'article L. 141-5 du Code du sport¹⁰⁶ et qu'à ce titre, il ne doit pas faire constater la contrefaçon ou prouver un dommage pour s'opposer à l'usage des propriétés olympiques.

L'usage du logo d'un club, par exemple, pourrait être fautif ?

La Cour d'appel de Paris, à propos de la marque « *Juventus* » appartenant au club de football de même nom, a considéré que « *l'usage d'une marque, non pas pour identifier des produits ou des services, mais pour désigner une équipe de football, afin de permettre à l'internaute de parier, s'il constitue bien un usage dans la vie des affaires, n'est pas un usage à titre de marque* »¹⁰⁷. Cet usage ne peut donc s'analyser comme un acte de contrefaçon ou comme un agissement parasitaire.

100 Cours de F. POLLAUD-DULIAN, *Droit d'auteur, op. cit.*

101 L'usage dans la vie des affaires est un usage dans l'exercice d'une activité professionnelle par opposition à un usage privé selon l'interprétation de la CJUE de l'article 5, §1 de la directive européenne n° 89/104. Même si cette exigence n'a pas été reprise formellement dans la loi française il 'en demeure pas moins que le juge national n'ai pas l'obligation de la mettre en œuvre. In J. PASSA, *Traité de droit de la propriété industrielle, op. cit.*, p. 287.

102 *Idem*, p. 295.

103 F. BUY, J.-M. MARMAYOU, D. PORACCHIA et F. RIZZO, *Droit du sport, op. cit.*, p. 791.

104 Au pénal, sur le fondement des articles L. 716-9 et L. 716-10 du CPI et, au civil, sur le fondement de l'article L. 716-4 du CPI. F. BUY, J.-M. MARMAYOU, D. PORACCHIA et F. RIZZO, *Droit du sport, op. cit.*, p. 792.

105 TGI Paris, 29 oct. 1991. Affaire concernant la reproduction des anneaux olympiques sur un produit.

106 Décidé ainsi par la Cour de cassation dans une affaire opposant le magazine Têtu et le CNOSF.

107 Cour d'appel de Paris, 11 déc. 2009. Ainsi que Cour d'appel de Paris, 2 avr. 2010 sur l'affaire concernant la marque « PSG ».

L'usage d'une marque affichée dans des images numériques ne constitue pas une contrefaçon lorsqu'il est nécessaire à l'identification des clubs, équipe ou événement liés à ladite marque. L'usage d'une marque figurative ne saurait être nécessaire à l'identification et, pour cette raison, risque d'être répréhensible. Il en est autrement de l'usage des marques verbales qui servent d'identificateur permettant au spectateur/joueur/internaute de comprendre de quel sportif/club/événement il s'agit et sans qu'un autre mot puisse être capable d'atteindre cet objectif. Il en va de même pour le nom qui sert à identifier les personnes. Il convient de se demander si les acteurs du secteur sportif prétendent à des droits sur leurs noms.

§ 2 - Les noms présents dans une image numérique sportive

Afin de rendre possible la représentation en images numériques d'un événement ou, à partir de cet événement, créer des jeux qui mettent en confrontation sur le terrain des sportifs sous l'égide d'un club ou d'un sponsor, l'usage de leurs noms est incontournable. Ces acteurs prétendent à des droits sur leurs noms (**A**). Il importe de savoir si leur usage dans des images numériques sportives empiéterait sur ces droits (**B**).

A) Les droits revendiqués sur ces noms

Le nom sert à désigner les personnes. En ce qui concerne les personnes physiques, il comprend le nom de famille. En ce qui concerne les personnes morales, il inclut le nom commercial et la dénomination sociale.

Le droit dont les personnes physiques bénéficient sur leur nom est un droit de la personnalité. Opposable *erga omnes*, la protection de ces droits est placée par la Cour européenne des droits de l'homme sous le fondement du respect à la vie privée¹⁰⁸.

Le titulaire du nom a le droit de s'opposer à son utilisation par autrui lorsqu'il s'agit d'un usage à des fins commerciales. Le titulaire peut ainsi, sur le fondement de l'article 9 du

108 B. TEYSSIE, *Droit civil : les personnes*, Litec, 12^{éd.}, Litec, p. 169.

Code civil demander la cessation d'un tel emprunt assorti de dommages-intérêts réparant le préjudice subi¹⁰⁹.

Le sportif pourrait ainsi s'opposer à l'utilisation de son nom lors de l'identification d'un avatar le représentant sur des images numériques sportives.

Plusieurs sportifs sont par ailleurs connus par leurs surnoms. A propos du pseudonyme, la jurisprudence a reconnu un qu'il pouvait être protégé en tant qu'attribut de la personnalité lorsque, « *par suite d'un usage prolongé et notoire dans le milieu ou la personne exerce son activité, il identifie cette personne aux yeux du public* »¹¹⁰. A l'instar du pseudonyme, nous considérons que, par transposition de la solution apportée par la jurisprudence, le sportif peut prétendre à la protection de son surnom.

Une société dispose des mêmes attributs que la personne physique pour s'identifier et agir dans la vie commerciale¹¹¹. Ainsi elle a un droit sur le nom commercial et la dénomination sociale. Le premier est acquis du moment où le fonds commercial qu'il désigne est immatriculé au Registre (RCS)¹¹². La dénomination sociale ne « *fait objet d'aucune formalité de dépôt constitutive de droit* »¹¹³. Ce qui, en l'absence de registre, rend difficile la vérification de la protection d'un nom à ce titre.

L'usage de ces noms paraît inévitable pour faire repérer les acteurs et événements figurant sur une image numérique sportive. La question est de savoir si cet usage saurait être fautif.

B) L'usage fait de ces noms

L'utilisation d'une dénomination sociale et du nom commercial d'une personne morale sans l'obtention de l'autorisation de son titulaire peut constituer un acte de concurrence déloyale et un agissement parasitaire.

Le titulaire d'une dénomination sociale ou d'un nom commercial peut, alors, sur le

109 *Idem*, p. 173.

110 J. PASSA, *Traité de droit de la propriété industrielle*, op. cit., p. 691.

111 J. MESTRE et M.-E. PANCRAZI, « Droit commercial – droit interne et aspects de droit international », LGDJ, 28^e éd. 2009, p.270.

112 V. contra J.PASSA, *Traité de droit de la propriété industrielle*, op. cit., p. 712-713.

113 *Idem*, p. 177.

fondement du droit commun de la responsabilité civile (article 1382 du Code civil), intenter une action en concurrence déloyale. Par application de l'article mentionné ci-dessus, la preuve de trois éléments doit être établie par le demandeur de cette action : la faute, le dommage et le lien de causalité entre les deux.

A la différence de l'action en concurrence déloyale, les personnes physiques ne sont pas contraintes à démontrer un préjudice pour aboutir au résultat escompté dans leur prétention de faire cesser l'usage de leur nom.

En outre, le titulaire d'une dénomination sociale ou d'un nom commercial peut se prévaloir du droit des marques et intenter une action en contrefaçon de marque dans l'hypothèse où il aurait déposé ses identifiants à ce titre. Il en va de même dans l'hypothèse où, même en l'absence de dépôt, un nom commercial exerce la fonction de marque dans l'esprit du public¹¹⁴.

Le droit au nom des personnes physiques n'est pas sans limites. Il se doit d'être concilié avec les « *libertés fondamentales du commerce, de l'industrie et de la création littéraire et artistique... sans omettre la liberté d'expression* ». Le titulaire d'un nom ne peut ainsi interdire qu'il ne serve à identifier un personnage de théâtre, de cinéma, de roman, de bande dessinée¹¹⁵... et pourquoi pas de jeu vidéo ?

De même que l'usage des marques verbales, l'usage des noms est nécessaire à l'identification des personnes et ne saurait être répréhensible.

Est-ce que l'identification des personnes et des objets aux yeux du public peut également justifier l'utilisation de leur image ?

Section 2 – Le droit des tiers sur l'image des personnes, des biens et des œuvres

Les sportifs sont titulaires de droits sur leur image. Les architectes, organisateurs d'événements et clubs sont titulaires de droits sur l'enceinte sportive en tant qu'œuvre de l'esprit, pour les premiers, et en tant que bien, pour les seconds. Il convient de s'attarder, d'une

114 CJUE, 16 nov. 2004. In J. SCHMIDT-SZALEWSKI et J.-L. PIERRE, *Droit de la propriété industrielle*, Litec, 4e éd., 2007, p. 243.

115 B. TEYSSIE, *Droit civil : les personnes, op. cit.*, p. 173-174.

part, sur la mise en œuvre du droit à l'image des sportifs et de leurs prétentions sur leur performance (§1) et, d'autre part, sur les enceintes sportives en tant qu'objets protégés (§2).

§ 1 - Image et performance des sportifs

L'événement sportif est un spectacle grâce à la prouesse athlétique des sportifs en scène. Si le droit à l'image est acquis pour ces personnes (A), il en est pas de même pour leur performance sportive (B).

A) Le droit à l'image des sportifs : un droit acquis

Le droit à l'image peut être appréhendé de deux manières d'après la solution dualiste retenue par la Cour de cassation¹¹⁶. Tout d'abord, comme application du droit au respect à la vie privée (consacré à l'article 9 du Code civil) et ensuite comme la prérogative d'un monopole d'exploitation que chaque personne a sur son image. Il y aurait ainsi un droit à l'image extrapatrimonial et patrimonial. Le premier limité par le respect de la dignité humaine et le second par le droit du public à l'information¹¹⁷.

La jurisprudence est constante dans la reconnaissance du principe selon lequel toute personne, peu important sa notoriété, dispose d'un droit exclusif sur sa propre image. Ce droit lui permet de (i) autoriser la reproduction et d'en décider des conditions et circonstances de cette autorisation, et de (ii) s'opposer à ce que son image soit représentée, quel qu'en soit le moyen, sans son autorisation¹¹⁸.

Par ailleurs, l'auteur d'une œuvre « engage sa responsabilité civile s'il méconnaît les droits de la personnalité d'un tiers, qu'il s'agisse du droit à l'intimité de la vie privée, du droit à l'honneur ou du droit à l'image »¹¹⁹. L'auteur ou titulaire de droits sur un jeu vidéo ou une vidéo 3D risque ainsi de voir sa responsabilité engagée faute d'une autorisation du titulaire du droit à l'image. Le titulaire de droits sur une image numérique sportive est amené à violer le

116 Civ. 1^{re}, 12 déc. 2000 et ensuite reprise dans l'arrêt de la Civ. 1^{re}, 9 juillet 2009. J HAUSER, « L'enfant ou l'enfance ? Le droit à l'image », Recueil Dalloz 2010, p. 214.

117 V. Partie II, chapitre 2, §2.

118 Cour d'Appel de Versailles, 11 janv. 1996.

119 A. et H.-J. LUCAS, *Traité de propriété littéraire et artistique*, op. cit., p. 382.

droit à l'image d'un sportif sur deux plans: via des photographies et via des avatars.

En ce qui concerne l'utilisation de photographies de sportifs, la jurisprudence considère que la prise de photos de sportifs à l'occasion de leur vie professionnelle ou publique ne dispense pas de la demande du consentement de l'intéressé¹²⁰ sur le fondement de son droit à l'image.

Quant aux avatars, il convient, en premier lieu, de se demander si le droit à l'image d'une personne s'étend à sa représentation graphique. Dans une affaire portant sur un dessin, la Cour d'Appel de Versailles jugea que représentation graphique d'un artiste-interprète sur la couverture d'un album de musique, sans son autorisation, constituait une atteinte à son droit à l'image et donnait lieu à réparation¹²¹. En deuxième lieu, il faut souligner qu'à défaut de possibilité d'identification, l'atteinte à l'image n'est pas constituée¹²².

Autrement dit, lorsque la personne est suffisamment identifiable il faut lui demander son autorisation. C'est dans ce sens qu'a statué la Cour d'appel dans une affaire concernant des « santons » à l'effigie de Caroline de Monaco¹²³. Cette identification, selon un auteur, ne se fait pas exclusivement par la figure des avatars, mais aussi par le nombre d'informations liées à celui-ci permettant d'identifier le sportif sur un jeu vidéo : appartenance à une équipe, taille, poids, position et statistiques sur sa performance¹²⁴. Ce qui, selon l'auteur, est suffisant pour rendre le sportif identifiable par des fans, en l'occurrence, de football américain.

Ainsi, dans le cas où l'avatar ne permettrait pas d'identifier le sportif, il n'y aurait pas à demander d'autorisation préalable à qui de droit pour le faire apparaître sur une image numérique sportive.

Mais l'avatar est mobile, il occupe une position sur le terrain (notamment dans les sports en équipe), où en est la protection de sa performance ?

B) La protection de la performance du sportif : une prétention non accueillie

120 Cour d'appel de Versailles, 10 sept. 1996.

121 Cour d'appel de Versailles, 22 février 2007.

122 Civ. 1re, 21 mars 2006.

123 Cour d'appel de Versailles, 30 juin 1994.

124 Affaire parue devant le juge nord-américain opposant un sportif retraité et EA Sports à propos de l'usage non autorisé de son image. Brown v. Electronic Arts, Inc.. In L. COLEMAN, "Virtual Confusion: How the Lanham Act Can Protect Athletes from the Unauthorized Use of Their Likenesses in Sports Video Games", *American University Intellectual Property Brief*, Spring 2010, p. 9-15.

La doctrine spécialisée dans le droit d'auteur et les droits voisins s'accorde à dire que le sportif ne peut prétendre avoir des droits de propriété littéraire et artistique sur sa performance.

Premièrement, les auteurs ne considèrent pas que la performance soit une création de l'esprit qui mériterait à ce titre la protection par le droit d'auteur. Certains sont très stricts en affirmant que « *la démarche créative doit traduire un minimum de maîtrise intellectuelle du processus créatif* » (affirmation qui semblerait complètement hérétique à un quelconque amateur de sport). L'auteur continue et défend, qu'à moins que les évolutions des sportifs soient arrêtées à l'avance, il n'y a pas lieu à ce qu'elles donnent prise au droit d'auteur¹²⁵, « *les gestes sont guidés par les hasards du match* »¹²⁶.

C'est le caractère spontané de la performance qui semble écarter la protection. Or, comme l'a fait remarqué M. Caron, sans pour autant se retrouver hors de ce courant doctrinaire majoritaire, « *la spontanéité, lorsqu'elle se situe dans un processus créatif, peut bien évidemment déboucher sur une création. C'est pourquoi certaines improvisations peuvent être qualifiées d'œuvres de l'esprit.*¹²⁷ »

Sur le cas des prestations sportives dans les disciplines proches de la chorégraphie (e.g. patinage artistique), l'emprise de cette performance par le droit d'auteur et le droit voisin (celui de l'interprète en l'occurrence) prête à discussion¹²⁸. La doctrine se plie modérément au caractère artistique du sport.

Pour accueillir la prétention du sportif de se voir reconnaître la qualité d'artiste-interprète, il faudrait que ses mouvements soient l'interprétation d'une œuvre¹²⁹. Il s'agit d'une condition à la protection d'une prestation par le droit voisin de l'interprète (article L. 212-1 du CPI)¹³⁰. En son absence, soit faute d'une œuvre interprétée (comme c'est le cas d'une chorégraphie), le sportif ne saurait protéger ses prouesses par ce droit.

L'avatar peut alors tout se permettre dans ses mouvements. Il convient de se demander si le scénario dans lequel il se déplacerait alors saurait être de libre représentation.

125 A. et H.-J. LUCAS, *Traité de propriété littéraire et artistique*, op. cit., p. 58.

126 C. CARON, « Droit d'auteur et droits voisins », op. cit., p. 145. Cet auteur reconnaît un savoir-faire, mais non pas un processus créatif.

127 *Idem*, p. 51-52.

128 A. et H.-J. LUCAS, *Traité de propriété littéraire et artistique*, op. cit., p. 58. En même sens C. CARON, « Droit d'auteur et droits voisins », op. cit., p. 484.

129 C. CARON, « Droit d'auteur et droits voisins », op. cit., p. 484.

130 A. et H.-J. LUCAS, *Traité de propriété littéraire et artistique*, op. cit., p. 702.

§ 2 – Le stade et autres enceintes sportives

La manifestation sportive s'inscrit soit dans un cadre spatial clos (stade, salle, piscine etc.) soit elle se déroule « *le long d'une ou de plusieurs lignes imposées ou libres : la route (le vélo), la piste (le ski), la mer (la voile au large), etc.* »¹³¹.

Quant aux espaces clos, on se demande qui aurait des droits sur le construit et sur son image et, en ce qui concerne les espaces ouverts, on se demande s'il y aurait un quelconque droit dessus. Trois acteurs prétendent avoir la titularité des droits sur les lieux aménagés pour la pratique sportive : l'architecte (A), le club et l'organisateur d'une manifestation sportive (B).

A) Le droit des architectes sur les enceintes sportives

Les espaces clos sont le produit de la conception d'un architecte. Au titre d'œuvre d'architecture ces espaces peuvent être protégés par le droit d'auteur (article L. 112-2, 7°).

Pour bénéficier de cette protection il faut bien évidemment que la construction soit originale et non pas exclusivement fonctionnelle. D'après un jugement « *l'architecte est protégé par la loi en tant qu'artiste créateur de formes, et non en tant qu'ingénieur employant des procédés purement techniques* »¹³². L'originalité en architecture est la traduction d'un souci esthétique comme l'a soutenu un juge à propos de la Géode de la Cité des sciences¹³³

Sur le fondement de l'article L. 122-2 et L. 122-3 du CPI, l'architecte est en mesure de s'opposer à la reproduction¹³⁴ et représentation de son œuvre. A l'exception des cas où il a donné son accord, il reste le détenteur du monopole d'exploitation sur son œuvre¹³⁵. Il se peut évidemment que l'architecte ait cédé expressément ces droits d'exploitation au maître

131 JAMET Claude, « Le sport: du spectacle vivant au spectacle télévisé », *Les cahiers du journalisme*, no. 19, hiver 2009, p. 81.

132 TI Nîmes, 26 janv. 1971.

133 Cour d'appel de Paris, 1re ch, 23 octobre 1990. A. et H.-J. LUCAS, *Traité de propriété littéraire et artistique*, *op. cit.*, p. 110-111.

134 La jurisprudence est très fournie en la matière notamment sur les éditions de cartes postales : affaire de la place des Terreaux (Lyon, 20 mars 2003) et l'affaire de la Tour Montparnasse (Cour d'appel de Paris, 27 nov. 1980). Le juge applique alors la théorie de l'accessoire et du principal (en l'espèce : l'espace public) afin de concilier les intérêts de l'auteur et celui du public. En matière d'images numériques sportives, il serait intéressant de voir appliquer ce courant à une réalité complexe et juridiquement boiteuse qui est celle des stades publics exclusivement occupés par des clubs. V. *infra* note 122.

135 Michel HUET, *Droit de l'architecture*, Economica, 3è ed., 2001, p. 242.

d'ouvrage, et dans ce cas, il faudrait demander l'autorisation au cessionnaire.

Le titulaire du droit de représentation ne peut s'opposer évidemment aux utilisations de son œuvre qui tombent dans les hypothèses prévues à l'article L. 122-5 du CPI comme l'exception de courte citation et (3°, a) et l'exception d'information immédiate (9°, alinéa 1).

La représentation d'une enceinte sportive protégée par le droit d'auteur dans une image numérique sportive pourrait-elle être couverte par les deux exceptions susmentionnées ?

En effet, ce ne sont pas les seules œuvres du genre littéraire qui peuvent faire objet d'une courte citation. Néanmoins, sa reconnaissance en matière artistique est souvent refusée par le juge dans la mesure où la « *représentation intégrale d'une œuvre, quelles que soient sa forme et sa durée ne peut s'analyser comme une courte citation* »¹³⁶. En outre une courte citation, d'après le texte légal, doit être justifiée « *par le caractère critique, polémique, pédagogique, scientifique ou d'information* ». Le caractère informationnel de la vidéo 3D ne semble pas poser de problème, alors que pour le jeu vidéo cet emprunt relèverait de la liberté d'expression¹³⁷, mais certainement pas par la voie informative.

Pour cette raison seule la vidéo 3D pourrait également bénéficier de l'exception d'information prévue au 9° de l'article susmentionnée. Car l'emprunt doit être fait par voie de presse audiovisuelle ou en ligne, sans obstacle à la représentation intégrale. Encore faudrait-il que le nom de l'architecte soit associé à ladite vidéo en vue du respect de son droit moral à la paternité et ce de la manière plus étroite possible¹³⁸.

B) Le droit des clubs et organisateurs sur les enceintes sportives

De même le club, en tant que propriétaire¹³⁹ du stade, prétend avoir un droit sur le bien

136 Civ., 1re, 4 juill. 1995.

137 V. supra Partie II, chapitre 2, Section 2.

138 « *De manière générale l'exercice du droit à la paternité se heurte à des obstacles pratiques dans l'environnement numérique, par exemple lorsqu'il s'agit de supports pouvant contenir jusqu'à 50.000 images. Il faut que le nom de l'auteur soit associé à l'œuvre elle-même de la manière plus étroite possible.* » A. et H.-J. LUCAS, *Traité de propriété littéraire et artistique*, op. cit., p. 368. (Comp. C. CARON, note sous TGI Paris, réf., 14 août 1996, RIDA 1/1997, p. 381, suggérant d'admettre que les mentions requises puissent être contenues dans un fichier annexé). Comp. Cour d'appel de Paris, 28 janv. 2004. Voir à ce propos *infra* Partie II, chapitre 2, Section 1.

139 En écartant les hypothèses où le stade serait la propriété immobilière de la collectivité territoriale publique et donc soumis au régime de la domanialité publique comme c'est le cas de la majorité des stades en France. G. SIMON, « Qu'est-ce qu'un stade ? », *Le stade et le droit*, sous la direction de Gérard Simon, Dalloz, 2008, p. 6.

corporel sur le fondement de l'article 544 du Code civil qui suppose le « *droit exclusif d'exploiter son bien, sous quelque forme que ce soit* », et notamment d'exploiter l'image du bien. Ce droit à l'image est donc commercialisable aussi « *au travers d'une pratique récente dénommée de 'naming' : un sponsor accole sa propre marque au nom et donc à l'image d'un stade, d'un centre d'entraînement, etc* »¹⁴⁰.

La protection juridique conférée au droit du propriétaire d'un bien reproduit ou représenté n'est pas sans limites. Le propriétaire ne peut s'opposer que lorsque l'utilisation faite par un tiers cause un trouble anormal à son droit d'usage ou de jouissance. C'est, en tout cas, la motivation qu'a retenue le juge pour considérer que l'utilisation sans autorisation de l'image du stade de Roland Garros pour la couverture d'un catalogue publicitaire constituait une atteinte aux droits sur l'image dudit stade qui reviennent à la FFT¹⁴¹.

Lorsque la manifestation sportive se déroule en plein air, la question s'est posée de savoir si quelqu'un peut prétendre à un droit sur le parcours imposé ou libre d'un tournoi. C'est notamment la question à laquelle a dû répondre le juge quant à l'itinéraire du Tour de France sur lequel les organisateurs prétendaient avoir un monopole d'exploitation. Le TGI de Paris n'a pas accueilli cette prétention en estimant au contraire que « *étendre le monopole des organisateurs du Tour de France à l'itinéraire reviendrait à leur accorder un droit sur des effets indirects du Tour de France et non pas sur une exploitation de cette manifestation en tant que telle. En conséquence, l'itinéraire du Tour de France ne relève pas du droit d'exploitation appartenant aux organisateurs sportifs* »¹⁴².

De quoi relèverait ce monopole d'exploitation ? Qu'elle en est la portée ? A quel titre le titulaire de droits sur une image numérique sportive peut-il concilier sa création avec les droits des acteurs du secteur sportif ? Ce sont des questions au sujet desquelles un début de réponse sera apporté (**Partie II**).

140 F. BUY, J.-M. MARMAYOU, D. PORACCHIA et F. RIZZO, *Droit du sport, op. cit.*, p. 800.

141 Cass. Ass. plén., 7 mai 2004.

142 Tribunal de Grande Instance de Paris (3^e ch. 1^{re} sect.) 09/12/2008.

PARTIE II – LA REPRESENTATION DES IMAGES NUMERIQUES SPORTIVES : UNE PRATIQUE JURIDIQUE DYNAMIQUE

Les images numériques sportives sont destinées à être diffusées au grand public. Les jeux vidéo sont des produits de consommation qui font grimper les chiffres d'affaire de l'industrie du loisir. Les vidéos 3D sont des produits informationnels qui sont présents dans presque tous les matchs et championnats. La création d'un jeu vidéo peut éventuellement s'inspirer d'une manifestation sportive, alors que la création d'une vidéo 3D est clairement inspirée d'une telle manifestation.

La représentation de ces images met en scène tous les acteurs du secteur sportif dans une chorégraphie de droits et prétentions liés à cette représentation qui pose beaucoup de défis aux créateurs d'images numériques sportives.

Cette représentation doit être appréhendée dans la dynamique du droit exclusif d'exploitation d'une manifestation sportive (**Chapitre 1**) confronté au droit à l'information, qui constitue une limite à l'ensemble des monopoles d'exploitation quant à la représentation et au contenu des images numériques sportives (**Chapitre 2**).

Chapitre 1 – Le droit d'exploitation du spectacle sportif

Le spectacle sportif représente un enjeu économique que nul ne saurait ignorer. Ce sont des sommes pharaoniques dépensées par les différents acteurs du secteur sportif en vue de pouvoir légitimement bénéficier des fruits d'une association à une manifestation sportive qui fait frémir les passionnés du sport et stimulent les consommateurs. A tel point que le législateur a accordé aux organisateurs des manifestations sportives un droit exclusif justifié par les investissements employés par lui et par ces cocontractants, au nombre desquels les entreprises de communication cessionnaires du droit d'exploitation audiovisuelle de la manifestation.

L'analyse de ce droit d'exploitation suppose, d'une part, la détermination du périmètre

du droit d'exploitation (**Section 1**) et, d'autre part, de l'étendue du droit d'exploitation (**Section 2**).

Section 1 – Le périmètre du droit d'exploitation

Le législateur a consacré un droit d'exploitation sur la manifestation sportive à l'organisateur de cette manifestation, dont convient de préciser la nature juridique (§1). Par ailleurs, il a expressément fait mention à un droit d'exploitation audiovisuelle dont il convient d'analyser les contours (§2).

§ 1 – Nature juridique du droit d'exploitation

Afin de savoir quelle est la nature juridique du droit d'exploitation de l'organisateur d'une manifestation sportive, il convient de se demander comment le droit appréhende la manifestation sportive (**A**) et quels droits en découlent (**B**).

A) Qu'est-ce qu'une manifestation sportive ?

Nul doute qu'une manifestation sportive est un spectacle qui met en scène des sportifs, une passion et un public. Et un spectacle en soi est un objet protégeable par le droit d'auteur. En effet, les spectacles vivants sont protégés par l'article L.122-2 du CPI qui les désigne comme des représentations vivantes interprétés par des artistes. Or, comme mentionné précédemment, les sportifs ne sauraient être assimilés à des artistes¹⁴³. En tout cas pas dans toutes les modalités sportives. Ainsi, « *les épreuves sportives d'ordre artistique (patinage, gymnastique, etc.), comportant des 'gestes sportifs', même si une part des exercices est imposée* » pourraient bénéficier de cette protection.

Dans cette hypothèse alors un jeu vidéo inspiré d'une telle manifestation pourrait être considéré une œuvre composite et subir de ce fait son régime. A ce moment là, la performance

143 Voir *supra* Partie I, chapitre 2, section 2, §1, B.

incarnerait l'œuvre et l'auteur serait le sportif. Et, en fait, le jeu vidéo serait l'œuvre dérivée non pas de la manifestation, mais plutôt de l'interprétation du sportif.

Mais est-ce là tout ce qui compose une manifestation sportive ? En doctrine on défend que la manifestation sportive est une action « *réalisée par les sportifs réunis en un lieu, pour un temps, et qui suivent les règles édictées pour la pratique du sport* » constituant, de plus, une action unique qui ne saurait être répétée¹⁴⁴.

En dehors de l'hypothèse des épreuves sportives artistiques, la manifestation ne saurait être une œuvre de l'esprit. Le jeu vidéo ne pourrait donc pas en être une œuvre dérivée, ce qui ne veut pas dire que son créateur puisse, pour autant, s'en inspirer librement. Et non pas seulement en raison des droits des acteurs du secteur sportif, au cœur de l'action sur le contenu des manifestations, mais aussi en raison de l'appropriation de la manifestation dans son ensemble.

Si celle-ci ne peut être toujours identifiée en tant qu'œuvre de l'esprit, peut-elle être alors qualifiée en tant que chose ? C'est ce que défend la doctrine en affirmant qu'une manifestation sportive est une chose immatérielle¹⁴⁵.

Or une chose ne devient objet de droit que lorsqu'il y a une action, prétention ou exécution à son propos¹⁴⁶. A partir du moment où le spectacle sportif est qualifié de chose, on présume qu'il puisse faire objet d'appropriation. Par quels moyens de droit il serait possible de se l'approprier ?

B) Quels droits sur une manifestation sportive ?

La détermination de la nature du droit sur une manifestation sportive fait l'unanimité parmi les auteurs¹⁴⁷. Ils s'accordent à dire qu'elle fait objet d'un droit voisin. D'après l'un d'entre eux, il y a de « *véritables droits voisins qui ne disent pas leur nom* »¹⁴⁸.

En effet ce droit de propriété intellectuelle ne figure pas dans le CPI, alors qu'il

144 F. BUY, J.-M. MARMAYOU, D. PORACCHIA et F. RIZZO, *Droit du sport, op. cit.*, p. 756.

145 F. BUY, J.-M. MARMAYOU, D. PORACCHIA et F. RIZZO, *Droit du sport, op. cit.*, p. 756. J.-Y. GAUTIER, *Propriété littéraire et artistique, op. cit.*, p. 169.

146 F. C. PONTES de MIRANDA, *Tratado de direito privado*, Tomo II, Borsoi, 1954, p. 16.

147 C. CARON, *Droit d'auteur et droits voisins, op. cit.*, p. 477-478. A. H.-J. LUCAS, *Traité de propriété littéraire et artistique, op. cit.*, p. 701. J.-Y. GAUTIER, *Propriété littéraire et artistique, op. cit.*, p. 168.

148 A. H.-J. LUCAS, *Traité de propriété littéraire et artistique, op. cit.*, p. 701.

pourrait pourtant l'accueillir logiquement¹⁴⁹. Ce qui en soi ne pose aucun problème à la qualification du droit puisque la catégorie des droits voisins est vaste, ne se renfermant pas dans un *numerus clausus*¹⁵⁰.

Il s'agit d'un droit introduit par l'article 18-1 de la loi du 13 juillet 1992 devenu l'article L. 333-1 du Code du sport dont l'alinéa 1 dispose que : « *les fédérations sportives, ainsi que les organisateurs de manifestations sportives mentionnés à l'article L 331-5, sont propriétaires du droit d'exploitation des manifestations ou compétitions sportives qu'ils organisent.* »

Autrement dit, les fédérations et organisateurs d'événements sportifs ont un droit de propriété sur l'événement prenant la forme d'un monopole d'exploitation¹⁵¹. Si, en droit d'auteur, l'objet du droit est l'œuvre, en droits voisins il en est tout autrement¹⁵², et dans ce cas, c'est l'investissement.

La protection de l'investissement a été par ailleurs soulevée par la jurisprudence. Dans un arrêt « Tour de France », la Cour d'appel de Paris a explicité le fondement en affirmant que l'organisateur d'une manifestation a un droit d'exploitation qui l'autorise, en raison de l'importance des investissements financiers et humains réalisés, à recueillir le fruit des efforts consacrés à la manifestation¹⁵³. L'affaire concernait la production de vidéocassettes retraçant l'histoire du Tour de France pour la confection desquelles la société éditrice n'avait pas obtenu d'autorisation. Et c'est le fait d'avoir exploité les images de la compétition sans l'autorisation de l'organisateur qui a engagé sa responsabilité dans les termes de l'article 1382 du Code civil.

Emprunter des images télévisuelles d'une compétition afin d'en faire une vidéo 3D ou de s'en inspirer pour un jeu vidéo rentrerait alors dans le périmètre du monopole d'exploitation de l'organisateur?

En effet, il semblerait que si, puisque la loi fait expressément mention aux droits d'exploitation audiovisuelle des manifestations sportives. Il convient de s'attarder sur cette précision du législateur.

149 C. CARON, « A propos de l'appropriation de l'événement sportif par le droit de la propriété intellectuelle », *Comm. comm. électr.*, févr. 2003, p. 33.

150 J.-Y. GAUTIER *Propriété littéraire et artistique, op. cit.* p. 37.

151 F. BUY, J.-M. MARMAYOU, D. PORACCHIA et F. RIZZO, *Droit du sport, op. cit.*, p. 758.

152 P.-Y. GAUTIER, *Propriété littéraire et artistique, op. cit.*, p. 34.

153 Cour d'appel de Paris, 28 mars 2001.

§ 2 –Le droit d'exploitation audiovisuelle sportive

Les droits d'exploitation audiovisuelle sur une manifestation sportive ont été désignés par le législateur comme inclus dans le monopole d'exploitation de l'organisateur de ladite manifestation. C'est un droit défini par le genre (A), mais qui ne suffit pas à rendre compte de ses contours puisque son espèce a été par la suite écartée de son périmètre (B).

A) Un droit défini par le genre

L'alinéa 2 de l'article L. 333-1 du Code du sport dispose que la propriété de tout ou partie des droits d'exploitation audiovisuelle des manifestations pourra être cédée par toute fédération sportive aux sociétés sportives. L'objectif de cette disposition est de « *permettre à ces dernières d'inscrire à l'actif de leur bilan la propriété des droits télévisuels* »¹⁵⁴.

Selon certains, l'ensemble du dispositif avait été créé « *aux fins de résoudre le conflit entre les différents titulaires potentiels de droits d'exploitations audiovisuels des compétitions sportives, c'est-à-dire les sportifs, les clubs, les fédérations et les organisateurs* »¹⁵⁵. Et que par conséquent les droits d'exploitation d'une manifestation ne porteraient que sur du son et de l'image.

Est-ce à dire des « *séquences animées d'images, sonorisées ou non* »¹⁵⁶ ? Si tout ce raisonnement était admis, alors les œuvres multimédias seraient en dehors du champ du monopole d'exploitation des acteurs sportifs susmentionnés. Et si la vidéo 3D venait à être qualifiée comme une œuvre multimédia (sans que l'interactivité ne pose d'obstacle), elle pourrait bénéficier de cette exclusion.

La réponse à la question est négative et le raisonnement ne saurait se consacrer. En fait « audiovisuel », au sens du Code du sport, n'est pas « audiovisuel » au sens du CPI. Cette notion a de multiples sens dans l'ordre juridique. A titre d'exemple, « *la qualification d'œuvre*

154 C'est ce qui a fait la FLP (seule à avoir fait usage de cette possibilité) en cédant, suite à la décision du 9 juillet 2004, les droits d'exploitation des compétitions organisées par elle (à savoir les Championnats de ligue 1 et ligue 2, la Coupe de la ligue et le Trophée des champions). C. AMSON, *Droit du sport*, coll. Dyna'sup droit, Vuibert, 2010, p. 228.

155 C'est en tout cas ce que défend un éditeur de paris en ligne basé sur les travaux parlementaires de la loi n°84-610 13 juill. 1992. Tribunal de grande instance de Paris, 30 mai 2008.

156 Définition de l'œuvre audiovisuelle au sens de l'article L. 122- 6° du CPI. V. Partie I, chapitre 1, section §1, A.

audiovisuelle n'emporte aucune conséquence en droit public»¹⁵⁷. Car elle diffère de la définition réglementaire¹⁵⁸ applicable au droit de la communication qui écarte notamment les retransmissions sportives¹⁵⁹. Ainsi la « création considérée comme communication audiovisuelle n'est pas présumée œuvre audiovisuelle au sens du droit d'auteur. L'inverse est aussi vérifié. Les notions sont indépendantes. »¹⁶⁰ Au sein même du droit public de la communication, diverses définitions divergent et rendent l'articulation entre les différents régimes autour de l'audiovisuel parfois délicate¹⁶¹.

La notion, au sens du Code du sport, est celle qui est définie à l'article 2 de la loi n°86-1067 relative à la liberté de communication du 30 septembre 1986, modifiée par la loi n°2004-575 du 21 juin 2004, qui recouvre « toute communication au public de services de radio et de télévision, quelles que soient les moyens de mise à disposition du public ».

La reprise de cette définition ne fixe pas totalement les contours du droit d'exploitation audiovisuelle en matière sportive, notamment en ce qui concerne les services de radiodiffusion.

B) Un droit excepté par son espèce

Le service de radiodiffusion sonore a été écarté du monopole d'exploitation des organisateurs et fédérations sur la manifestation sportive.

La loi n° 2003-708 du 1er août 2003 a introduit une nouvelle disposition devenue l'alinéa 5 de l'article L. 333-7 du Code du sport qui consacre le droit à tout service de radiodiffusion sonore de réaliser et de diffuser librement et gratuitement, en direct ou en différé, sur tout ou partie du territoire, un commentaire oral d'une compétition sportive.

La narration d'une compétition présentée sous la forme d'images numériques est-elle hors du monopole d'exploitation de l'organisateur, y compris pour la narration de vidéos 3D

157 A. LATREILLE, « La création multimédia comme œuvre audiovisuelle », *La Semaine Juridique Edition Générale* I 156, no. 31, juillet 29, 1998.

158 « Définition de l'œuvre audiovisuelle : le CSA lance une consultation publique », (Conseil supérieur de l'audiovisuel, 2002), <http://www.csa.fr/upload/dossier/Oeuvre.pdf>, p. 10 et p. 11.

159 « Définition de l'œuvre audiovisuelle : le CSA lance une consultation publique », (Conseil supérieur de l'audiovisuel, 2002), <http://www.csa.fr/upload/dossier/Oeuvre.pdf>, p. 3.

160 A. LATREILLE, « La création multimédia comme œuvre audiovisuelle », *art. cit.* .

161 S. DUPUY-BUISSON, « Les imprécisions de la définition d'œuvre audiovisuelle »: *JCP G* 2004, I, 144 et aussi B. MONTELS, « Droit de la propriété littéraire et artistique et droit public de la communication audiovisuelle : du domaine séparée au domaine partagée », *RIDA* 2003, n° 195, p. 109 *apud* C. CARON, *Droit d'auteur et droits voisins*, 2è ed., LITEC, 2009, p. 124.

sportives ? Il semblerait que si. Mais seulement les commentaires sont libres. Le son capté lors des manifestations sportives par un cessionnaire du droit de télédiffusion ne saurait entrer dans cette exclusion légale. C'est ce qui peut être déduit des prétentions formulées par le CIO lorsqu'il affirme qu'aucune autre organisation (outre celle qui détient les droits de diffusion télévisé des Jeux Olympiques pour un territoire donné) ne peut retransmettre, sur ce territoire, le son ou les images de manifestations olympiques¹⁶². Le brouhaha du public est donc exclu.

Cette disposition a été introduite dans la législation suite au débat soulevé lors de la commercialisation par la LFP des droits radiophoniques à une station de radio (RMC) en exclusivité pour retransmettre en direct les matchs de ligue 1 française provoquant la condamnation des autres stations de radio et de la ministre des sports de l'époque, Marie-George Buffet¹⁶³.

Comme le dit un auteur, le « *législateur a été contraint d'intervenir, au nom du respect du droit à l'information, afin de les (droits radiophoniques) soustraire au secteur marchand* »¹⁶⁴. Et ce sans que les cessionnaires du droit d'exploitation d'une manifestation ou d'une compétition sportive à un service de communication au public par voie électronique puissent y faire obstacle. Même si la diffusion d'événements sportifs soit un « *gisement d'audience et de recettes* »¹⁶⁵.

Pour cette raison le fondement du droit à l'information n'a pas été soulevé jusqu'à écarter du monopole d'exploitation les retransmissions en images d'une manifestation. Puisqu'elles sont un moyen important, à la fois, de financement du spectacle sportif pour les organisations et de fidélisation de l'audience, pour les entreprises de communication audiovisuelle, les retransmissions télévisuelles constituent finalement le cœur du monopole d'exploitation prévu à l'article L. 133-1.

Mais qu'elle est l'étendue de ce monopole ?

Le législateur a consacré un droit, a exclu les services de radiodiffusion de son emprise, mais n'a pas délimité son périmètre exact¹⁶⁶. Il convient donc de l'analyser.

162 « Règles d'accès aux informations télévisées applicables aux organisations de diffusion non détentrices des droits à l'occasion des Jeux Olympiques d'hiver de 2010 à Vancouver » (CIO, 2009), http://www.olympic.org/Documents/Games_Vancouver_2010/Internet_Guidelines_and_Press_Access_Rules/Television_News_Access_Rules_Vancouver_FR.pdf

163 R. BOFFA, « Contrats du sport », *JurisClasseur Contrats-Distribution*, 2010.

164 J.-M. MARMAYOU, D. PORACCHIA et F. RIZZO, *Droit du sport, op. cit.*, p. 851.

165 F. BUY, J.-M. MARMAYOU, D. PORACCHIA et F. RIZZO, *Droit du sport, op. cit.*, p. 850.

166 J.-M. MARMAYOU, « Un an de droit du sport dans la communication », *Communication-commerce électronique*, n°11, nov. 2010, chron. 10.

Section 2 – L'étendue du droit d'exploitation

En raison du silence du législateur sur la définition du périmètre du droit d'exploitation revenant aux organisateurs, demeure la question de savoir ce que suppose une exploitation audiovisuelle d'une manifestation (§1) et jusqu'où s'étend le monopole (§2).

§ 1 - L'exploitation audiovisuelle de la manifestation sportive

L'étendue des droits des exploitants audiovisuels d'une manifestation sportive se dessine, d'une part, selon ce qui est compris dans le périmètre de cette exploitation (A) et, d'autre part, selon ce que cela implique au-delà de cette exploitation (B).

A) L'étendue dans l'exploitation audiovisuelle

Les droits audiovisuels concernent la diffusion des manifestations par voie télévisuelle (en intégralité ou par extraits, en direct ou en différé), par Internet, par la téléphonie mobile de troisième génération et par supports fixes (cassettes vidéo, DVD, CD-Rom)¹⁶⁷. Dit autrement, le monopole d'exploitation audiovisuelle concerne tous les services de communication au public par voie électronique, alors que comme *infra* mentionné¹⁶⁸, le droit de citation des non cessionnaires en droit du sport ne s'exerce que sur les services de communication audiovisuelle¹⁶⁹.

En matière de monopole il y a donc indifférence du support. Cela est exprimé à l'article R. 333-3 par la formule « *quel que soit le support de diffusion* » en cas de cession de tout ou partie des droits d'exploitation audiovisuelle.

Par ailleurs, la commercialisation du droit d'exploitation audiovisuelle doit être

167 F. BUY, J.-M. MARMAYOU, D. PORACCHIA et F. RIZZO, *Droit du sport, op. cit.*, p. 851.

168 V. Partie II, chapitre 2, section 1, §2, A.

169 Le corpus juridique du droit de la communication est formé, d'une part, par les services de communication électronique (qui ont le caractère d'une correspondance privée) et les services de communication au public par voie électronique (qui n'ont donc pas le caractère de correspondance privée). Les seconds se divisent en services de communication audiovisuelle (télévision, services médias audiovisuels à la demande etc. et radio) et services de communication au public en ligne (Internet).

réalisée par une procédure d'appel d'offres transparente et non discriminatoire dans le respect des règles de concurrence (article R 333-3 du Code du sport). Cette procédure d'appel est faite avec constitution de lots pour une durée limitée dont la détermination peut être faite en fonction du type de support. A titre d'exemple, la LFP vient de lancer un appel à candidature pour la commercialisation des droits audiovisuels de la Ligue 1 pour les saisons 2012/2013 à 2015/2016. Le septième lot, dit "Nomade", est destiné à la diffusion en *live* des matchs sur téléphones mobiles et tablettes¹⁷⁰.

Ces droits sont acquis par des entreprises de communication audiovisuelle qui, au sens de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, sont celles qui exploitent un service de communication audiovisuelle. Cette mention vise les chaînes de télévision qui en vertu du droit voisin accordé à l'article L.216-1 du CPI disposent d'un monopole sur la reproduction et représentation de leurs programmes. A ce titre sont soumis à son autorisation : (i) la reproduction des programmes ; (ii) la mise à disposition du public par vente, louage ou échange ; (iii) la télédiffusion ; et (iv) la communication au public dans un lieu accessible à celui-ci.

Or, en vertu des prérogatives légales, il ne semblerai pas que cette entreprise en tant que cessionnaire du droit d'exploitation audiovisuelle d'une manifestation sportive pourrait s'opposer à la fabrication d'une image numérique sportive basée sur ses images. Comme elle ne pourrait, d'ailleurs prétendre opposer les termes du contrat conclu avec l'organisateur à un tiers. Mais rien ne les empêche, le cas échéant, de se prévaloir de droits d'auteur si elles sont cessionnaires de droits sportifs¹⁷¹. C'est ce qui peut être opposé à la création de vidéos 3D, notamment, comme mentionné précédemment, appréhendée en tant qu'œuvre dérivée.

Le monopole du cessionnaire, comme tous les droits voisins est limité par les exceptions communes (e.g. l'exception de citation qui en matière de droits voisins est consacrée à l'article L. 211-3 dans des termes identiques à celle prévue en droit d'auteur)¹⁷².

Dans l'hypothèse où le cessionnaire ne pourrait se prévaloir d'un droit d'auteur, il importe de se demander si il pourrait quand même reprocher à un tiers la création d'images numériques. De même pour l'organisateur d'un événement qui, titulaire d'un droit dont les contours légaux sont imposés par le moyen de retransmission plutôt que par le contenu transmis.

170 Communiqué LFP du 13 mai 2011 in <http://www.lfp.fr/corporate/article/lancement-de-l-appel-a-candidatures-de-la-ligue-1.htm>, accédé le 9 juin 2011.

171 P.-Y. GAUTIER, *Propriété littéraire et artistique*, op. cit., p. 168.

172 CA Paris, 31 mars 1999.C. CARON, *Droit d'auteur et droits voisins*, op. cit., p. 512.

B) L'étendue au-delà de l'exploitation audiovisuelle

A la lecture du Code du sport on peut déduire que le monopole d'exploitation audiovisuelle concerne la retransmission par des services de télévision quel que soit le moyen. Rien n'est dit ou ne porte d'indication quant à la diffusion en images de synthèse des manifestations sportives.

Faute de pouvoir affirmer avec certitude si la retransmission d'images numériques sportives rentrerait dans le champ d'exploitation audiovisuelle au sens du Code du sport, il convient d'anticiper un grief qui pourrait être soulevé et par l'organisateur et par le cessionnaire.

Est-ce qu'il y aurait application de la théorie des agissements parasites ?

D'après cette théorie le parasitisme est défini comme « *l'ensemble des comportements par lesquels un agent économique s'immisce dans le sillage d'un autre afin de tirer profit, sans rien dépenser, de ses efforts et de son savoir-faire* »¹⁷³. Un agissement parasite peut consister en quelque sorte dans la reproduction des caractéristiques principales de la chose d'un tiers qui est par ailleurs le résultat d'investissements financiers et humains afin bénéficier de la réputation de ce tiers ou de cette chose.

La Cour d'appel de Paris a formulé le fondement de ce droit qui, distinct de l'violation du droit à l'exploitation, tend à sanctionner l'usurpation de la notoriété d'une manifestation dont le violateur tire profit sans avoir pris aucune part à sa construction¹⁷⁴. A cette occasion, les juges ont statué et condamné une société de paris sportifs en ligne au motif qu'elle profitait de la renommée du tournoi du demandeur (FFT) pour attirer les parieurs. Car, selon le juge, pour que le parasitisme soit constitué il suffit de démontrer (non pas le risque de confusion, ni l'avantage concurrentiel), mais l'« *intention de promouvoir sa propre activité commerciale en profitant gratuitement et sans risque du fruit des efforts de toute nature et des investissements d'autrui* »¹⁷⁵. Et cet agissement est constitutif d'une faute au sens de l'article 1382 du Code civil.

Ainsi il y a un risque que la représentation des moments-clefs d'un match, par la vidéo

173 F. BUY, J.-M. MARMAYOU, D. PORACCHIA et F. RIZZO, *Droit du sport, op. cit.*, p. 775.

174 Cour d'appel de Paris, 14 octobre 2009.

175 Cour d'appel de Paris, 14 octobre 2009.

3D, et la mise en jeu d'un tournoi existant, par le jeu vidéo, reprenant les principales caractéristiques d'une manifestation sportive de renommée puissent être qualifiées de parasitisme.

Dans le cas d'espèce il s'agissait donc de paris en ligne et non pas de retransmissions audiovisuelles. Il convient d'analyser à quoi s'étend le droit de propriété de l'organisateur sportif.

§ 2 – Toute exploitation en lien avec la manifestation sportive

En raison du silence du législateur sur la définition du périmètre du droit d'exploitation revenant aux organisateurs, les organisateurs des manifestations sportives prétendent repousser les limites du champ d'application de leurs droits (§1) et jusqu'à vouloir l'étendre aux résultats desdites manifestations (§2).

A) L'hypertrophie du monopole d'exploitation

Outre le droit d'exploitation audiovisuelle prévu par la loi, il n'y a aucune précision législative sur quoi porte le droit de propriété de l'organisateur sportif. C'est par ailleurs, sur cette unique précision que certains se sont fondés pour induire de ce dispositif une limitation au droit exclusif.

La jurisprudence n'accueille absolument pas cette interprétation et affirme que « *les seules limites au droit d'exploitation prévues expressément par le Code du sport sont définies par ses articles L. 333-6 et suivants* »¹⁷⁶.

Il est même soutenu en jurisprudence, qu'en l'absence de toute précision là-dessus, « *toute forme d'activité économique, ayant pour finalité de générer un profit, et qui n'aurait pas d'existence si la manifestation sportive dont elle est le prétexte ou le support nécessaire n'existait pas, doit être regardée comme une exploitation* » au sens de l'article L. 333-1 du Code du sport¹⁷⁷.

176 Dont la citation sportive. Tribunal de grande instance de Paris, 30 mai 2008.

177 Cour d'appel de Paris, 14 oct. 2009.

Dans cette optique il y a ceux qui défendent que le droit d'exploitation recouvre les droits marketing de la manifestation, ce qui paraît logique¹⁷⁸. Et d'autres qui se réfèrent à « *toutes les formes d'usage d'une compétition et pas seulement aux images et aux sons* »¹⁷⁹. Et, par conséquent, pas seulement les séquences d'images.

Un droit à l'image sur la manifestation sportive à été accordé par la Cour de cassation qui a considéré que le droit conféré à l'article L. 333-1 s'étend à la « *diffusion de clichés photographiques réalisés* » à l'occasion de la manifestation sportive¹⁸⁰.

En revanche tout ce qui n'est pas en lien direct avec la manifestation ne saurait être couvert par le monopole¹⁸¹.

Certains considèrent que « *ce raisonnement conduit à dilater à l'excès la propriété de la compétition reconnue aux organisateurs* »¹⁸². C'est par ailleurs ce qui a été avancé en matière de jeux de paris en ligne. Depuis la loi n° 2010-476 du 12 mai 2010 relative à l'ouverture à la concurrence et à la régulation du secteur des jeux d'argent et de hasard en ligne, cette question ne se pose plus puisque désormais le droit d'exploitation inclut le droit de consentir à l'organisation de paris sur les manifestations (article L. 333-1-1 du Code du sport).

Jusqu'alors l'hypothèse des paris sportifs mettait à l'épreuve, par les arguments soutenus par les parieurs, la prétention des organisateurs de faire porter leur monopole sur les résultats des manifestations.

B) Un exemple : les résultats

La question s'est posée de savoir si l'organisateur d'un événement sportif avait un droit sur les résultats des manifestations sportives qu'il organisait.

Certains auteurs, estiment que les résultats sont protégeables par le droit de l'organisateur sportif au motif qu'ils sont des éléments issus de la manifestation¹⁸³.

178 C. AMSON, « Droit du sport », *op. cit.*, p. 228.

179 P.-Y. GAUTIER, *Propriété littéraire et artistique, op. cit.*, p. 169.

180 Cass. Com., 17 mars 2004.

181 C. CARON, « A propos de l'appropriation de l'événement sportif par le droit de la propriété intellectuelle », *Comm. comm. électr.*, févr. 2003, p. 33.

182 F. BUY, J.-M. MARMAYOU, D. PORACCHIA et F. RIZZO, *Droit du sport, op. cit.*, p. 759.

183 F. Fajgenbaum et T. Lachacinski : RJES 2008, n° 88. - M.-C. Boutard-Labarde, Sites de paris sportifs : Jusqu'où iront-ils ? : RJES 2009, n° 90, p. 87) *apud* J.-M. MARMAYOU, « Un an de droit du sport dans la communication », *Communication-commerce électronique*, n°11, nov. 2010, chron. 10.

Or les résultats sont des données factuelles non susceptibles d'appropriation. Et par ailleurs, ils sont la conséquence de la manifestation et ne se confondant pas avec elle ¹⁸⁴. D'autres auteurs soutiennent, donc, que « *ni la connaissance de la compétition, ni le résultat sportif* », ne sont couverts par le monopole. D'après eux, « *ce sont de simples faits de libre parcours et dont l'exploitation est, sauf attitude abusive, libre* » ¹⁸⁵.

Il est curieux de remarquer que l'Assemblée nationale, dans la version initiale du projet de loi instituant l'article L. 333-1-1, avait abandonné une rédaction selon laquelle le résultat en tant qu'élément caractéristique de la manifestation devrait être couvert par le monopole de l'organisateur. Et ce suite aux doutes émises par la Commission européenne sur la conformité du dispositif ainsi rédigé avec le droit communautaire ¹⁸⁶.

Cette question de l'appropriation des résultats sportifs s'est posée pour la première fois en jurisprudence dans une affaire concernant une publicité qui, inspirée de l'actualité sportive, comportait le résultat d'une rencontre sportive. A ce propos, le Tribunal de grande instance a statué que « *étendre le monopole des organisateurs aux résultats sportifs reviendrait à leur accorder un droit qui ne leur pas été explicitement réservé ; or le juge ne peut prétendre que le texte a été rédigé maladroitement pour étendre un monopole qui se heurte par principe à la liberté du commerce et au principe de la concurrence* » ¹⁸⁷.

Et qui se heurte également au principe de la liberté d'expression.

Il y a des risques à ce que les images numériques sportives affichant les résultats d'une rencontre sportive soient poursuivis par les organisateurs de ladite rencontre. Ils semblerait que leur prétention ne soit pas accueillie, mais compte tenu du fait que les « *juges adoptent une conception extensive lorsqu'ils sont confrontés à une activité génératrice de revenus* » qui est en rapport avec la manifestation sportive, le risque ne peut être complètement écarté.

La discussion autour des résultats sportifs soulève une série d'autres questionnements. Quelles informations concernant un événement sportif rentrent dans le périmètre du monopole de l'organisateur? Quelles informations rentrent dans le monopole d'exploitation des sportifs sur leurs images et des autres acteurs du secteur sportif sur leurs marques ? Qu'est-ce qui relèverait de la liberté d'expression et du droit public à l'information?

184 F. BUY, J.-M. MARMAYOU, D. PORACCHIA et F. RIZZO, *Droit du sport, op. cit.*, p. 764.

185 F. BUY, J.-M. MARMAYOU, D. PORACCHIA et F. RIZZO, *Droit du sport, op. cit.*, p. 759.

186 J.-M. MARMAYOU, « Un an de droit du sport dans la communication », *art. cit.*

187 Tribunal de grande instance de Paris, 30 mars 2010.

Chapitre 2 – L’exception aux droits exclusifs :

le droit à l’information

Au nom du droit à l'information, l'exclusivité que chaque acteur du secteur sportif possède, soit sur l'ensemble de la manifestation et de sa représentation, soit sur ses éléments peut être tempérée par : le droit de citation qui limite l'exclusivité de l'organisateur sportif et de son cessionnaire du droit de représentation d'une manifestation sportive (**Section 1**), et le droit commun du public à l'information qui limite le monopole d'exploitation des acteurs du secteur sportif sur le contenu des images représentées (**Section 2**).

Section 1 – Le droit de citation sportive

Le droit de citation sportive est une exception aux droits des organisateurs et cessionnaires de droits audiovisuels strictement encadrée. Afin de constater cette réalité il convient de se pencher sur le domaine (**A**) du droit de citation et de se questionner sur sa portée (**B**).

§ 1 – Le domaine du droit de citation sportive

L'appréhension de la globalité du domaine du droit de citation en matière sportive suppose la perception, d'une part, des contours de la notion de citation sportive (**A**) et, d'autre part, du contenu des éléments de cette notion (**B**).

A) La notion de citation sportive

Le droit de citation du Code du sport a été créé d'après le modèle de l'exception de courte citation en droit d'auteur. La source d'inspiration ne permet pas d'en faire une analogie pour autant car la mise en œuvre de chacun d'entre eux se révèle être différente.

La citation sportive est prévue à l'article L. 333-7, alinéas 1 à 4 : « *La cession du droit d'exploitation d'une manifestation ou d'une compétition sportive à un service de communication au public par voie électronique ne peut faire obstacle à l'information du public par les autres services de communication au public par voie électronique.*

Le vendeur ou l'acquéreur de ce droit ne peut s'opposer à la diffusion, par d'autres services de communication au public par voie électronique, de brefs extraits prélevés à titre gratuit parmi les images du ou des services cessionnaires et librement choisis par le service non cessionnaire du droit d'exploitation qui les diffuse.

Ces extraits sont diffusés gratuitement au cours des émissions d'information.

Leur diffusion s'accompagne dans tous les cas d'une identification suffisante du service de communication au public par voie électronique cessionnaire du droit d'exploitation de la manifestation ou de la compétition ».

Cet article vient limiter la portée de l'exclusivité accordée aux cessionnaires d'un droit d'exploitation audiovisuelle sur une manifestation sportive. En vertu de cet article ni le cessionnaire ni l'organisateur pourront s'opposer à l'exploitation partielle de la compétition à travers de la mise en œuvre du droit de citation des tiers. A ce titre, des services de communication au public par voie électronique peuvent alors choisir librement des extraits d'images d'une manifestation sportive et les prélever gratuitement.

Est-ce que cette prérogative leur conférerait le droit de diffuser ces images sous forme numérique telle la vidéo 3D?

Aucune précision n'est apportée par le législateur ni par le pouvoir réglementaire. Pareillement aucune piste n'est donnée sur les éléments encadrant strictement ce droit. Rien n'est dit sur la notion de « brefs extraits », ni sur la condition de suffisance de l'identification du service cessionnaire, ni sur la définition d'une émission d'information.

Le contenu de ces notions a été défini par la jurisprudence qui les applique aussi strictement que le texte législatif.

B) Le contenu de la notion de citation sportive

Le droit de citation de l'article L. 333-7 du Code du sport est en quelque sorte la consécration d'une pratique déjà admise sur la base du code de bonne conduite signé en 1992 par le CNOSF, le CSA et les six principales chaînes de télévision de l'époque. Ce Code de bonne conduite prévoyait, entre autres, que la durée des extraits ne pouvait dépasser une minute et trente secondes, sauf accord plus favorable de la chaîne détenant des droits¹⁸⁸.

La Cour d'appel de Paris qui s'est inspirée de ce texte pour déterminer la durée et fréquence des brefs extraits. Elle a statué que cette durée d'une minute et trente secondes s'étende par journée de compétition, et non pour chaque match dans une même journée, et que la durée des extraits d'un match ne pourrait excéder trente secondes¹⁸⁹. On retrouve ici la notion de brièveté comme dans la courte citation, à la différence près qu'il n'y a pas de détermination par la doctrine ou par la jurisprudence du principe de la proportionnalité entre l'œuvre première et l'œuvre seconde (citée) telle qu'elle existe en matière de courte citation¹⁹⁰. Une vidéo 3D de trente secondes citant intégralement un extrait d'une œuvre audiovisuelle pourrait alors être analysée comme un bref extrait, et non pas comme une courte citation. Mais encore faudrait-il qu'elle soit incluse dans une émission d'information.

L'exigence légale repose sur la diffusion des extraits lors d'émissions d'information. Le terme « émission » est normalement employé dans le domaine des canaux de communication télévisuelle et radiophonique. Ce périmètre est beaucoup trop strict et pose des problèmes aussi entre services de communication audiovisuelle lorsqu'il s'agit de l'appliquer aux chaînes d'information en continu¹⁹¹ diffusant une « émission » sans début ni fin.

Ce qui pose par ailleurs la question de la multidiffusion. Y aurait-il une limitation au nombre de passages d'un extrait? Un auteur défend la transposition *mutatis mutandis*, en droit d'auteur, de la solution donnée la Cour d'appel de Paris dans l'affaire susmentionnée sur la limitation du nombre de citations¹⁹². En effet la Cour a établi que la multidiffusion de brefs extraits doit être limitée à un passage toutes les quatre heures par période de vingt-quatre heures.

188 C. AMSON, *Droit du sport, op. cit.*, p. 231.

189 Cour d'appel de Paris, 4ème ch., 28 janv. 2004.

190 Ne peut être ainsi analysé, en tant que courte citation, un extrait d'un film de plus de dix-sept minutes inclus dans une émission de cinquante-huit minutes. TGI Paris, 14 sept. 1994.

191 F. BUY, J.-M. MARMAYOU, D. PORACCHIA et F. RIZZO, *Droit du sport, op. cit.*, p. 765.

192 C. CARON, *Droit d'auteur et droits voisins, op. cit.*, p. 318. Il prône cette transposition en rappelant qu'au « regard des textes, rien n'empêche de citer un grand nombre de fois la même citation dès lors que les conditions légales sont respectées ».

Sur le moyen d'identification suffisant du service de communication au public par voie électronique cité, la jurisprudence s'est prononcée dans le sens qu'il consiste en l'apposition du sigle du diffuseur¹⁹³. Comme mentionné précédemment¹⁹⁴, il s'agit d'une question posée en matière de citations à l'intérieur d'une œuvre audiovisuelle. La question subsiste en matière de vidéo 3D. Est-ce que le fait de mettre un sigle ne prêterait pas à confusion sur l'origine de la vidéo 3D?

D'une part, il est regrettable que le droit de citation du Code du sport ne soit pas totalement harmonisé avec ce même droit prévu dans le CPI, où le caractère informatif de la citation n'est pas cantonné à un canal de communication. D'autre part, la citation en droit d'auteur impose une proportionnalité qui dans le cas de la vidéo 3D écarte la citation au profit de la qualification d'œuvre dérivée. Ainsi, que ce soit sous l'angle du droit d'auteur ou du droit du sport, l'hypothèse des vidéos 3D, telles qu'affichées sur un site web pourtant informationnel¹⁹⁵, ne semble pas pouvoir bénéficier de cette prérogative de la liberté d'expression. Du moins en ce qui concerne la lettre de la loi. Mais, il n'en demeure pas moins que beaucoup d'incertitudes entourant le droit de citation en matière sportive subsistent, notamment quant à sa portée.

§ 2 – La portée du droit de citation sportive

En raison des cantonnements apportés par le législateur et par la jurisprudence, la portée de la citation sportive ne saurait qu'être très limitée dans l'univers numérique, y compris en ce qui concerne les images numériques sportives (**A**). Mais il semblerait que ce cantonnement ne puisse être la frontière infranchissable de la liberté d'expression en matière sportive (**B**).

A) Une portée réduite de par le texte

193 F. RIZZO. « Le droit de citation en matière sportive », Cah. dr. Sport n°11, 2008, p. 38. In F. BUY, J.-M. MARMAYOU, D. PORACCHIA et F. RIZZO, *Droit du sport, op. cit.*, p. 765.

194 V. la Partie I, Chapitre 2, Section 2, §2, A.

L'article L. 333-7 du Code du sport permet « *au public de connaître non seulement le résultat de la compétition, mais encore ses moments les plus importants* »¹⁹⁶.

Et pourtant la limite de trente secondes imposée par la Cour d'appel de Paris, dans la décision confirmée par la Cour de cassation¹⁹⁷, ne semble pas tenir compte de cela. On retrouve un problème d'applicabilité notamment à la vidéo 3D dans laquelle l'exhibition d'une action de jeu peut aller au-delà des trente secondes¹⁹⁸.

De surcroît, comment appliquer cette durée à certaines manifestations sportives ? A titre d'exemple, qu'est-ce qu'un bref extrait d'une compétition de boxe ? Selon un auteur, les citations d'un combat de boxe, en raison de leur brièveté, ne sont pas couvertes par la double limitation (une minute trente par journée et trente secondes par match) ainsi que par celle de la multidiffusion¹⁹⁹.

Il est malencontreux qu'il n'y ait pas eu d'intervention du pouvoir réglementaire instaurant une liste de catégories de sport et la limite correspondante de durée des extraits. De ce fait, l'intervention du juge semble indispensable pour éclaircir autant de points laissés en suspens par le législateur. Et dans ce sens la décision de la Cour de cassation ne saurait être entendue comme une mesure arrêtée à tous les types d'activité sportive, mais plutôt « *comme renvoyant au juge du fond le soin de déterminer, en fonction des considérations d'espèce, la notion de bref extrait qui juridiquement correspond à une notion à contenu variable* »²⁰⁰. C'est ce qu'a fait la Cour d'appel de Versailles en admettant, dans une affaire relative à la diffusion de brefs extraits sur une chaîne d'information continue, que « *la diffusion toutes les demi-heures d'extraits de match n'excédant pas vingt secondes ne constituait pas ni un trouble manifestement illicite et ni une situation pouvant faire naître un dommage imminent* »²⁰¹.

De plus, une question demeure qui concerne très précisément les défis posés par l'interactivité dans l'univers numérique : « *comment prendre en considération le périmètre des brefs extraits lorsque l'image est diffusée par Internet et que la diffusion de l'extrait, choisi par le service de communication du public, est placée sous la maîtrise de l'internaute*

196 F. RIZZO. « Le droit de citation en matière sportive », *Cah. dr. Sport*, n°11, 2008, p. 32. In F. BUY, J.-M. MARMAYOU, D. PORACCHIA et F. RIZZO, *Droit du sport, op. cit.*, p. 765.

197 Cass. Com., 08 février 2005.

198 Voir un exemple de vidéo exhibant un but dans un match de football qui dure cinquante et une secondes. <http://www.stuff.co.nz/sport/fifa-world-cup/videos/video-animations/3869114>

199 C. AMSON, *Droit du sport, op. cit.*, p. 231

200 BUY, F., MARMAYOU, J.-M., PORACCHIA, D. et RIZZO, F., *Droit du sport, op. cit.*, p. 766.

201 Cour d'appel de Versailles, 11 janv. 2006.

? »²⁰². Quoique la citation ne soit pas mise en œuvre dans le jeu vidéo, du moins dans la partie interactive, c'est le genre de questionnement qui lui serait transposable. Et dans cette hypothèse, « *peut-on encore parler d'émission d'information ? Si oui, la maîtrise de la diffusion de l'extrait par l'internaute sur son ordinateur est-elle compatible avec la notion de brefs extraits ?* »²⁰³.

Cette question est d'autant plus cruciale, qu'elle défie l'appréhension de la notion d'« émission ». Est-ce seulement un journal télévisuel ? Le décret²⁰⁴ d'application de l'article L. 333-7 semble ratifié pourtant ce constat. L'article 1er dudit décret, devenu l'article R. 333-4 du Code du sport, dispose que les « *brefs extraits [...] sont prélevés [...] par tout éditeur de services de télévision, pour la diffusion sur son antenne ou sur ses services de médias audiovisuels à la demande qui mettent à disposition le même programme en différé* ».

Malgré le texte de l'article L. 333-7, qui fait référence à l'ensemble des « *services de communication au public par voie électronique* », il semblerait qu'il n'y a que les éditeurs de services de télévision qui puissent bénéficier de l'exception. Mais même ces éditeurs ne pourraient pas diffuser de brefs extraits sur Internet²⁰⁵.

Le droit de citation en matière sportive est d'une applicabilité très réduite. Il convient alors de se demander s'il s'agit de la seule hypothèse d'exercice de la liberté d'information.

B) Une portée qui ne saurait être réduite au texte

« *Nul ne doute que les événements sportifs constituent des informations* »²⁰⁶ et que les informations brutes sont de libre parcours. Comme l'a exprimé un auteur « *l'événement sportif participe, si ce n'est de l'histoire, du moins du fond commun informationnel et il importe*

202 BUY, F., MARMAYOU, J.-M., PORACCHIA, D. et RIZZO, F., *Droit du sport, op. cit.*, p. 766.

203 *Ibidem.*

204 Décret n°2011-47 du 11 janvier 2011.

205 Ce qui est malheureux y compris pour une raison de pure harmonisation du droit, puisque la Loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (Loi Léotard) définit la communication audiovisuelle comme « *toute communication au public de services de radio ou de télévision, quelles que soient les modalités de mise à disposition auprès du public* » (article 2). La télévision, que ce soit par antenne ou par Internet, relève d'une même catégorie et d'un même corpus législatif.

206 F. BUY, J.-M. MARMAYOU, D. PORACCHIA et F. RIZZO, *Droit du sport, op. cit.*, p. 764.

d'optimiser le droit à l'information par une reconnaissance effective de sa survenue »²⁰⁷. Et pourtant les organisateurs sportifs prétendent que leur propriété sur ces événements s'étende aux informations les concernant. Les résultats sportifs en sont un exemple²⁰⁸.

Est-ce que la liberté d'expression en matière sportive va au-delà du droit de citation négocié par les chaînes de télévision avec le CNOSF et reconnu par la suite par le législateur ? Peut-on considérer que le régime spécial prévu à l'article L. 333-7 du Code du sport définit le périmètre strict du droit à l'information en matière sportive ? Et exclut à ce titre toute possibilité de représentation en images numériques d'une manifestation sportive ?

Il semblerait que non. Le public est certainement plus avide d'informations que la représentation d'un extrait de quelques secondes d'un événement sportif sur un type de canal de communication ne pourrait satisfaire.

Le droit du public à l'information est une manifestation de la liberté d'expression consacrée par l'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen et par l'article 10 de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales. Liberté justifiée par la nécessité de faire connaître du public une information²⁰⁹. Le texte de l'alinéa 2 de l'article 10 prévoit que des restrictions à l'exercice de cette liberté ne doivent intervenir que lorsqu'il s'agit d'une mesure nécessaire, entre autres, « à la protection de la réputation ou des droits d'autrui ».

A ce sujet la Cour d'appel de Paris a jugé que la protection des droits du cessionnaire de l'exploitation d'une manifestation sportive doit être conciliée avec un principe d'égalité de valeur : celui du droit du public à l'information²¹⁰.

Il appartiendra au juge de trancher en vue de l'équilibre des ces deux droits, ainsi que du droit de l'organisateur de la manifestation sportive. De même, il devra mettre en perspective les droits exclusifs des titulaires de droits de marque, d'auteur et d'image avec le droit à l'information.

207 N. MALLET-POUJOL, « *La retransmission télévisuelle des événements : entre monopole d'exploitation et pluralisme de l'information* », *D.* 1996, p. 103. F. BUY, J.-M. MARMAYOU, D. PORACCHIA et F. RIZZO, *Droit du sport*, op. cit., p. 764.

208 V. Partie II, chapitre 1, section 2, §2, B.

209 En matière sportive, cette liberté est garantie notamment en ce qui concerne l'interdiction de privation d'une partie du public de la possibilité d'assister à un événement d'importance majeure sur un service de télévision à accès libre. Article 20-2 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986. Cette hypothèse ne concerne pas particulièrement le jeu vidéo et la vidéo 3D et donc ne sera pas développé dans ce travail.

210 Cour d'appel de Paris, 28 janv. 2004.

Section 2 – Droit commun du public à l’information

Le droit du public à l'information s'exerce au regard des droits des tiers et de leurs intérêts privés dans certains contours (A) et d'après quelques limites (B).

§ 1 – Les contours du droit commun du public à l'information

De par le fondement même du droit du public à l'information, il est certain que s'exprimer librement est possible (A), mais ce dans certaines circonstances (B).

A) S'exprimer : possible *a priori*

Le propos du droit à l'information est de concilier les intérêts publics et les intérêts privés. Ces intérêts privés peuvent relever de la protection de l'image d'une personne, de l'image d'un bien et d'une marque.

Sur la première, le droit à l'information est reconnu comme un droit à valeur normative identique au droit au respect de la vie privée. En cas de conflit entre les deux, le juge saisi devra « *rechercher leur équilibre et, le cas échéant, privilégier la solution la plus protectrice de l'intérêt le plus légitime* »²¹¹.

Sur la deuxième, en dehors de l'hypothèse où cette prétention serait fondée sur le droit d'auteur²¹², lorsque le bien incarnerait le support de l'œuvre, le propriétaire d'un bien n'ayant alors pas un droit exclusif sur son image²¹³, le droit à l'information semble avoir une valeur normative supérieure.

Sur la troisième, le droit exclusif sur une marque doit être tempéré par le droit à

211 Arrêt de principe de la Cour de Cassation : Civ. 1^{re}, 9 juill. 2003.

212 Nous avons déjà eu l'occasion d'examiner l'exception d'information très encadrée, appliquée à la protection de l'image d'une œuvre, fondée sur le droit d'auteur. V. Partie I, chapitre 2, section 2, A.

213 Cass. ass. plén. 7 mai 2004. La seule opposition qui puisse être faite par le propriétaire est celle fondée sur le trouble anormal.

l'information. Tout d'abord la jurisprudence considère que n'est pas une contrefaçon de marque « *les usages relevant plus généralement du principe de la liberté d'expression* »²¹⁴ et « *les usages journalistiques couverts par le principe de la liberté d'information* »²¹⁵. Aussi, le texte de l'article L. 141-5 du Code du sport dispose qu'il est interdit de reproduire et d'apposer les marques enregistrées par le CNOSF et la jurisprudence y met un bémol « *à des fins autres que d'information ou de critiques* »²¹⁶. Par ailleurs, l'article L. 713-6 (b) dispose que l'enregistrement de marque ne fait pas obstacle à son utilisation comme « *référence nécessaire pour indiquer la destination d'un produit ou d'un service* ».

Il importe donc de s'attarder sur les contours de tel droit à l'information au regard des intérêts privées, plus particulièrement, en ce qui concerne l'image des personnes et la marque afin d'évaluer la possibilité de l'invoquer à l'appui de la création d'images numériques sportives.

B) Informer : possible dans certaines conditions

Le droit à l'information s'exerce dans le cadre de l'actualité, en ce qui concerne les images des sportifs, et dans le but de référencer un produit ou service, en ce qui concerne la marque.

L'appréhension de la notion d'actualité n'est pas toujours évidente. Sa compréhension n'y est en principe pas un obstacle car l'actualité est, telle qu'employée dans le langage courant, le « *caractère de ce qui est actuel, relatif aux choses qui intéressent l'époque actuelle* » ou « *l'ensemble des faits tout récents* »²¹⁷. La mise en œuvre de cette notion est certainement ce qui rend son appréhension moins aisée.

Quant à l'utilisation de l'image d'un sportif, elle est licite lorsqu'elle est impliquée dans un événement d'actualité et que l'importance de cet événement justifie qu'il soit communiqué au public²¹⁸. C'est dans ce sens qu'a statué le Tribunal de grande instance de Paris en apportant plus de précisions : il faut qu'il y ait un lien direct entre la diffusion de l'image et

214 Paris, 30 avril 2003. Cassé partiellement par Cass. 1re civ., 8 avr. 2008.

215 Cour d'appel de Paris, 28 mars 2001.

216 Cass. com. 15 sept. 2009.

217 Définition du vocable « actualité » in *Le nouveau Petit Robert : dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française*, sous la direction de J. Rey-Debove et A. Rey, Le Robert, 2009, p. 31.

218 Code du Sport citant J.-P. ANCEL, « La protection de la personne dans la jurisprudence récente de la Cour de cassation », *Rapport de la Cour de cassation* 2000, p. 5 et s.

l'événement sans dénaturation ni détournement de cette image²¹⁹. C'est notamment ce qui a valu la condamnation de la Société Planet Foot dans une affaire l'opposant à Eric Cantona aux motifs que le numéro hors-série du magazine, qu'elle avait édité, était entièrement dédié à la personne du footballeur, et non à la relation immédiate d'une manifestation sportive à laquelle il aurait participé²²⁰. En ce sens, l'avatar repris dans une vidéo 3D, qui serait identifiable de par le numéro de chemise, par exemple, semble rentrer dans le cadre de la relation directe avec l'actualité. Il en est autrement du jeu vidéo, bien évidemment, en dehors de tout contexte d'actualité.

Quant à l'utilisation d'une marque, l'article L. 713-6 (b) dispose que l'enregistrement d'une marque ne fait pas obstacle à son utilisation comme « *référence nécessaire pour indiquer la destination d'un produit ou d'un service* ». Sur le caractère nécessaire de cette référence, la Cour d'appel de Paris a eu l'occasion de se prononcer dans une affaire opposant la FFT et un site de paris en ligne à propos de l'usage d'une marque verbale et d'une marque figurative désignant l'événement. A la différence de l'arrêt rendu par cette même cour concernant la marque « Juventus »²²¹, elle a statué dans le sens que l'éditeur du site de paris en ligne en avait fait un usage illicite. Selon la cour l'exception de l'article L. 713-6 du CPI n'était pas applicable, car la référence auxdites marques n'était pas nécessaire pour désigner le tournoi Roland Garros, « *le déroulement ou le succès de la manifestation sportive, laquelle ne dépend nullement de l'offre de paris auxquels elle sert de prétexte* ». Or dans l'affaire « Juventus » l'interprétation de la cour était dans le sens que la référence était nécessaire pour permettre aux internautes de parier pour Juventus. Ce qui ne fait que conclure, qu'en matière de marques, l'exercice de la liberté d'expression n'est pas sans risques, que ce soit dans l'utilisation de marques figuratives ou même de marques verbales.

Et, donc, en absence d'autorisation des acteurs du secteur sportif titulaires de marques sur leur utilisation, il est plus prudent de ne faire usage que de leurs noms.

Finalement, il n'est pas évident de concilier les intérêts privés face au droit public à l'information dont il importe, donc, de soulever la question de ses limites.

219 « *Le droit de l'individu à son image peut céder devant la liberté d'informer, par le texte et par la représentation iconographique, sur tout ce qui entre dans le champ de l'intérêt légitime du public ; ainsi, la liberté de communication des informations autorise la publication d'images de personnes impliquées dans un événement public, sous réserve du respect de la dignité de la personne humaine, dès lors que cette diffusion est en relation directe avec l'événement qu'elle ne constitue pas un détournement de l'usage pour lequel la photographie a été prise, ni une dénaturation de l'image qui y est représentée*». Tribunal de Grande Instance de Paris (17^e. Civ.), 10 janvier 2005. Dans le même sens Cass. 1^{re} civ., 20 févr. 2001.

220 Cour d'Appel de Versailles, 11 janv. 1996.

221 Cour d'appel de Paris, 11 déc. 2009. V. *supra* Partie I, chapitre 2, section 1, §1, B.

§ 2 – Limites au droit commun du public à l'information

La liberté d'informer ou plus largement de s'exprimer ne saurait être sans limites. Celles-ci sont à la fois d'ordre extrapatrimonial (**A**) et d'ordre patrimonial (**B**).

A) Informer : les limites extrapatrimoniales

La limite extrapatrimoniale ne concerne que les personnes. Il s'agit du respect de la dignité de la personne humaine consacré à la fois à l'article 16 du Code civil et à l'article 1er de la loi n°86-1067 du 30 sept. 1986²²², relative à la liberté de communication. La dignité de la personne est une réserve à la liberté de la presse²²³. En quoi est-elle une limite à la liberté d'expression comprise en sa globalité pour ce qui est des images numériques sportives?

En matière sportive, le respect de la dignité de la personne humaine du sportif a été évoqué lors d'un jugement concernant une photographie sur laquelle était représentée un sportif « *fortuitement dénudé à la suite d'un accroc involontaire fait à son maillot lors d'une rencontre sportive publique sur un stade* »²²⁴ et dont la diffusion aurait dû être autorisée par lui préalablement. Il semble que les producteurs de vidéos 3D et de jeux vidéo ne s'intéressent pas à représenter les sportifs dans de telles situations à moins de faire changer leurs produits de genre.

Le respect de la dignité de la personne humaine a déjà été évoqué dans une affaire concernant un jeu vidéo. La Cour de cassation a ratifié une décision rendue en appel interdisant la vente de disquettes d'un jeu vidéo dans lequel un politicien était représenté par un avatar « ennemi » en présence duquel le joueur était pénalisé selon les règles du jeu²²⁵. Là encore, il ne semblerait pas que ce soit une qualité apportée à l'avatar d'un sportif représentée sur une image numérique sportive.

222 « La communication audiovisuelle est libre. L'exercice de cette liberté ne peut être limité que dans la mesure requise[...] par le respect de la dignité de la personne humaine [...] ».

223 Civ. 2e, 4 nov. 2004 : « Le principe de la liberté de la presse implique le libre choix des illustrations d'un débat général de phénomène de société, sous la seule réserve du respect de la dignité de la personne humaine ».

224 Tribunal de Grande Instance de Paris, 3 mai 1989.

225 Civ. 1^{re}, 16 juillet 1998.

Quoi qu'il en soit le respect de la dignité de la personne est une limite à la liberté d'expression qu'il ne faut oublier. S'il serait improbable que le respect de la dignité de la personne humaine soit invoquée afin de limiter la liberté de création des producteurs d'images numériques sportives telles quelles sont faites de nos jours. Il en est autrement de l'exploitation commerciale des images de personnes, de l'image des biens et des marques.

B) Informer : les limites patrimoniales

En principe l'exploitation d'une image ou d'une marque à des fins commerciales écarte la liberté d'expression.

Ainsi, s'il est fait référence à une marque afin de promouvoir la commercialisation de produits ou services similaires à ceux qu'elle désigne, cela caractérise une contrefaçon de marque.

De même l'exception d'information ne saurait être évoquée à l'appui de la reproduction de l'image d'une personne au soutien de la vente d'œuvres car cette reproduction ne saurait être une « information » (les guillemets sont de la Cour) à laquelle le public aurait nécessairement droit au titre de la liberté d'expression²²⁶.

Un sportif pourrait ainsi s'opposer à la diffusion de clichés qui auraient été diffusés à des fins commerciales. En effet, cet usage pourrait engendrer un préjudice patrimonial. C'est en tout cas ce qu'a retenu la Cour d'appel de Paris lorsque le sportif, par son activité ou sa notoriété, confère une valeur commerciale à son image²²⁷. D'autant plus que, lorsqu'il s'agit d'un sportif, on présume que son image soit exploitée du fait même de sa participation à un événement sportif. Sans oublier le droit à « l'image collective de l'équipe » dont les clubs et parfois les fédérations sont titulaires²²⁸.

En effet, il découle de la double nature de ce droit à l'image, que la personne a le monopole sur son exploitation commerciale, du moins *ab initio*, et que le droit du public à l'information trouve là sa limite. Et pourtant, dans l'affaire opposant un rugbyman et

226 Civ. 1^{re}, du 9 juillet 2009.

227 Cour d'appel de Paris, 10 sept. 1996. En l'espèce, l'exploitation commerciale prend le dessus sur le droit à l'information car il n'y avait pas de lien immédiat entre les images publiées et l'actualité.

228 F BUY, J.-M. MARMAYOU, D. PORACCHIA et F. RIZZO, *Droit du sport*, *op. cit.*, p. 393 et s.

Electronics Arts (EA)²²⁹ qui utilisait un avatar de ce rugbyman identifiable à défaut d'autorisation, la cour a accueilli la défense de EA sur le fondement du premier amendement de la Constitution nord-américaine en concluant que le réalisme du jeu vidéo n'écartait pas la protection dont bénéficiait le jeu vidéo sous le couvert de la liberté d'expression.

C'est un argument intéressant pour les développeurs et créateurs de jeux vidéo bien qu'il puisse n'être pas accueilli par le juge. Il n'en demeure pas moins qu'il s'agit d'un argument qui pourrait être admis en matière de vidéo 3D dans un contexte d'actualité.

229 Brown v. Electronic Arts.

CONCLUSION

Ce mémoire s'est proposé à explorer, à partir de différentes perspectives, les images créées numériquement basées sur ou inspirées d'événements sportifs. Ce sont des créations éligibles à la protection de la propriété littéraire et artistique, qui se situent au croisement de plusieurs apports intellectuels et nécessitent une détermination quant à la démarche à suivre pour leur qualification juridique. De plus ce sont des créations qui touchent aux monopoles de plusieurs acteurs du secteur sportif, d'où la nécessité de concilier à la fois les intérêts de ces acteurs et avec le titulaire de droits sur les images numériques, et les intérêts publics d'accès à l'information.

Ce sujet a été traité sous l'angle juridique, bien que l'angle économique soit tout aussi important et toujours subjacent autant dans les rapports contentieux entre les différents acteurs, autant dans la démarche poursuivie par le législateur dans la régulation du secteur sportif et celle de la jurisprudence dans la mise en œuvre de ces règles.

L'enjeu académique a été de soulever les problèmes juridiques plus importants liés à la création et à la représentation des images numériques sportives. Ces problèmes ne sont pas, à l'heure actuelle, totalement réglés ni par le législateur, ni par la jurisprudence. Ce qui pose les acteurs du secteur sportif sur un terrain où les règles du jeu sont proposées et adaptés par eux dans une dynamique en constante évolution.

Il est certain que les relations entre la pratique du secteur sportif et le droit est complexe et tourmenté. Comme il est certain que l'appréhension par plusieurs champs du droit de ce secteur d'activité abonde d'instruments conceptuels et réglementaires qui ne sont pas aisément coordonnés.

Les incertitudes subsistent quant à la qualification des œuvres revêtant les images numériques sportives (jeu vidéo et vidéo 3D sportives). Ainsi que quant à l'harmonisation des différents régimes sur la définition d'audiovisuel et sur le droit de citation. Le doute persiste quant à la détermination du périmètre du monopole de l'organisateur de la manifestation sportive, notamment en ce qui concerne la retransmission en images numériques des dites manifestations. Et aussi quant à l'étendue du droit de citation en matière sportive.

Pour ces raisons, la rédaction de ce mémoire a été un défi intellectuel sans cesse fort enthousiasmant. Les images numériques sportives sont des créations très intéressantes qui de par leurs caractéristiques informatiques sont en perpétuelle évolution. Pour cette raison, il est latent que, malgré le fait que leur apparition sur les écrans ne soit plus tellement d'actualité, *a contrario* les questions juridiques qu'elles suscitent demeurent d'actualité. La création et la représentation d'images dans l'univers numérique mérite d'autant plus une attention particulière que le débat va bientôt s'élargir et se complexifier afin de tenir compte d'un nouvel acteur. Le spectateur-joueur va être placé virtuellement sur le terrain de l'action sportive que ce soit par le visionnage ou par le jeu et, de simple consommateur on se demande s'il ne pourra prétendre à la qualité d'utilisateur-auteur.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages et articles

AMSON, C., *Droit du sport*, coll. Dyna'sup droit, Vuibert, 2010.

ANCEL, J.-P., « La protection de la personne dans la jurisprudence récente de la Cour de cassation », *Rapport de la Cour de cassation*, 2000, p. 5 et s.

BOFFA, R., « Contrats du sport », *JurisClasseur Contrats-Distribution*, 2010.

BOLOTNY Frédéric, « Nouvelles images: quel impact sur le modèle économique du sport? », *Les cahiers du journalisme*, no. 19, hiver 2009.

BUY, F., MARMAYOU, J.-M., PORACCHIA, D. et RIZZO, F., *Droit du sport*, 2^e éd., LGDJ, 2009.

CARON, C., « Visite à l'orphelinat du droit d'auteur : l'œuvre audiovisuelle sans auteur », *Comm. com. électr.*, déc. 2003, chr. 116.

CARON, C., *Droit d'auteur et droits voisins*, 2^e éd., LITEC, 2009.

CARON, C., « Qualification distributive pour le jeu vidéo, œuvre complexe », *Comm. com. électr.* N°9, sept. 2009, comm. 76.

CHAPPUIS, Marianne. «La protection des propriétés olympiques ». In ERRA, Jacques de (éd.). *Sport et propriété intellectuelle. Sport and IntellectualProperty*. Contributions de Marianne Chappuis, François Gindrat, Ivan Cherpillod, HeijoRuijsenaars/PranveraKëllezi, Nick White et Henry Peter/Jacques de Werra. Actes de la Journée de droit de la propriété intellectuelle du 2 février 2009. Genève/Zurich/Bâle, Schulthess Médias Juridiques SA. 2010, p. 1-11.

COLEMAN, L., “Virtual Confusion: How the Lanham Act Can Protect Athletes from the Unauthorized Use of Their Likenesses in Sports Video Games”, *American University Intellectual Property Brief*, Spring 2010, p. 9-15.

DUPUY-BUISSON, S., « Les imprécisions de la définition d'œuvre audiovisuelle »: JCP G 2004, I, 144.

ERRARD, Guillaume, «Le foot français change de modèle économique» », *Le Figaro*, 22 février 2011. <http://www.lefigaro.fr/sport-business/2011/02/22/04014->

20110222ARTFIG00438-droits-tv-moins-grave-que-rater-la-ligue-des-champions.php.

FERAL-SCHUHL C., *Cyberdroit, le droit à l'épreuve de l'internet*, Dalloz, Paris, 6e éd., 2011, p.449-450.

FIXMER Andy, « CBS, Turner Broadcasting Sign \$10.8 Billion, 14-Year NCAA Basketball Deal », *Bloomberg* (Los Angeles, avril 22, 2011), <http://www.bloomberg.com/news/2010-04-22/cbs-turner-ncaa-in-14-year-10-8-billion-pact-for-basketball-tournament.html>.

GAUTIER, P. Y., *Propriété littéraire et artistique*, 7^{ème} éd., PUF, 2010.

GINDRAT, F., « La protection des marques d'institutions sportives et d'événement sportifs : l'exemple de l'UEFA », in ERRA, Jacques de (éd.), *Sport et propriété intellectuelle, Actes de la Journée de droit de la propriété intellectuelle du 2 février 2009*, Schulthess Médias Juridiques SA, 2010, p.13-14.

HASSLER, Théo, « Qualification du multimédia : plaidoyer pour une méthode de qualification », *Comm. com. électr.*, nov. 2000, chr. 21, p. 10

HAUSER, J., « L'enfant ou l'enfance ? Le droit à l'image », *Recueil Dalloz*, 2010.

HUET, Michel, *Droit de l'architecture*, 3^e éd., Economica, 2001.

HUGON, C., « Œuvres multimédias : le critère de l'interactivité consacré par la Cour de cassation », *Comm. com. électr.*, sept. 2003.

JAMET, Claude, « Le sport: du spectacle vivant au spectacle télévisé », *Les cahiers du journalisme*, no. 19 (Hiver 2009), http://www.cahiersdujournalisme.net/cdj/pdf/19/07_JAMET.pdf.

JAMET Claude, « Le sport: du spectacle vivant au spectacle télévisé », *Les cahiers du journalisme*, no. 19, hiver 2009.

LATREILLE, A., « La création multimédia comme œuvre audiovisuelle », *La Semaine Juridique Edition Générale* I 156, N° 31, juillet 29, 1998.

Le nouveau Petit Robert : dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française, sous la direction de J. Rey-Debove et A. Rey, Le Robert, 2009.

LE RESTE, Simon, « Filmer n'est pas gagner: l'absence de protection de droit d'auteur d'une simple vidéo de Tony Parker, âgé de 12 ans, jouant au basket », *Les cahiers de droit du sport*, N° 22, 2010.

LINANT de BELLEFONDS, X., « Jeux vidéo: le logiciel gagne des points », *Communication-commerce électronique*, sept. 2003.

- LINANT de BELLEFONDS, X., « Le régime juridique de l'oeuvre audiovisuelle : un peu de bruit autour de l'arrêt », *La Semaine Juridique Edition Générale*, n° 7, 15 Février 1995, II 22375.
- LUCAS, A. et H.-J., *Traité de propriété littéraire et artistique*, Litec, 3èd., 2006.
- MALLET-POUJOL, M., « *La retransmission télévisuelle des événements : entre monopole d'exploitation et pluralisme de l'information* », *D.* 1996, p. 103. BUY, F., MARMAYOU, J.-M., PORACCHIA, D. et RIZZO, F., *Droit du sport*, LGDJ, 2^e éd., 2009.
- MARMAYOU, J.-M. « Un an de droit du sport dans la communication », *Communication-commerce électronique*, n°11, nov. 2010, chron. 10.
- MESTRE, J. et PANCRAZI, M.-E., *Droit commercial – droit interne et aspects de droit international*, LGDJ, 28^e éd. 2009.
- MIRANDA, F. C. PONTES de, *Tratado de direito privado*, Tomo II, Borsoi, 1954
- MONTELS, B., « Droit de la propriété littéraire et artistique et droit public de la communication audiovisuelle : du domaine séparé au domaine partagé », *RIDA*, 2003, n° 195.
- PASSA, J., *Traité de droit de la propriété industrielle*, tome 1, 2^e éd., LGDJ, 2009.
- POLLAUD-DULIAN, F., *Droit d'auteur*, Economica, 2005.
- POPESCU-JOURDY Dana, « Le spectacle sportif et les médias: une relation toujours privilégiée », *Les cahiers du journalisme*, no. 19, Hiver 2009, p. 18.
- Rapport d'activité 2004/2006 (CSPLA)*, septembre 2006,
<http://www.cspla.culture.gouv.fr/CONTENU/rap0406.pdf>.
- RIZZO, F. « Le droit de citation en matière sportive », *Cah. dr. Sport*, n°11, 2008, in BUY, F., MARMAYOU, J.-M., PORACCHIA, D. et RIZZO, F., *Droit du sport*, LGDJ, 2^e éd., 2009.
- SARDAIN, F., « La Cour de cassation et l'oeuvre multimédia », *Recueil Dalloz*, 2003, p. 1688-1691.
- SCHMIDT-SZALEWSKI, J. et J.-L. PIERRE, *Droit de la propriété industrielle*, 4^e éd., Litec, 2007.
- SIMON, G., « Qu'est-ce qu'un stade ? », in SIMON, Gérald (Dir.), *Le stade et le droit*, Dalloz, 2008.
- SIRINELLI in Lamy *Droit des médias et de la communication*, t. 2, n°506-53 et s. cité par CARON chr. 35

TÉTU Jean-François, « Présentation du dossier », Hiver 2009,
http://www.cahiersdujournalisme.net/cdj/pdf/19/00_PRESENTATION_TETU.pdf,
TEYSSIÉ, B. *Droit civil : les personnes*, 12^{éd.}, Litec, 2010.
WEBER, A., « Les œuvres multimédia relèvent-elles du régime des bases de données? »,
Légicom n^o 8, 1995.

Sources numériques

Charte Olympique (en vigueur au 11 février 2001)

Source : http://www.olympic.org/Documents/Olympic%20Charter/Charter_fr_2010.pdf

« Animated goals News | Stuff.co.nz »

Source: <http://www.stuff.co.nz/sport/fifa-world-cup/videos/video-animations?label=Animated+goals>.

Back on track? The outlook for the global sports market to 2013 (PricewaterhouseCoopers, mai 2010),

Source: <http://www.pwc.com/gx/en/entertainment-media/pdf/Global-Sports-Outlook.pdf>.

« Communication on the Follow up of the White Paper on Sport » (Commission Européenne, 2011)

Source: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do>.

« La démo de FIFA 11 d'EA SPORTS est disponible ! | EA SPORTS Football »

Source: <http://www.ea.com/fr/football/actualites/fifa11-download-4>.

« Le Figaro - Médias & Publicité : Le CSA choisit la chaîne Cfoot », Source :

<http://www.lefigaro.fr/medias/2010/12/14/04002-20101214ARTFIG00568-le-csa-choisit-la-chaine-cfoot.php>

« Grande prêmio do cinema brasileiro »

Source: <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2011/06/tropa-de-elite-2-domina-grande-premio-do-cinema-brasileiro.html>

Site web de Electronic Arts

Source : <http://www.ea.com/fr/football/videos/3f9c4e6d578ef210VgnVCM1000001065140aRCRD>

Site web du périodique STUFF

Source: <http://www.stuff.co.nz/sport/fifa-world-cup/videos/video-animations/3869114>

Youtube

Source: <http://www.youtube.com/watch?v=3zWRSM09Y90>

« Les chiffres-clés du sport » (Ministère des Sports et Ministère de l'Éducation Nationale Jeunesse et Vie Associative, décembre 2010),

Source : http://www.sports.gouv.fr/IMG/pdf/chiffres-cles_du_sport_2010.pdf

« WCOS: The rise of league-owned networks - SportsBusiness Daily | SportsBusiness Journal »

Source: <http://www.sportsbusinessdaily.com/Journal/Issues/2011/03/28/In-Depth/2003.aspx>.

« Règles d'accès aux informations télévisées applicables aux organisations de diffusion non détentrices des droits à l'occasion des Jeux Olympiques d'hiver de 2010 à Vancouver » (CIO, 2009)

Source : http://www.olympic.org/Documents/Games_Vancouver_2010/Internet_Guidelines_and_Press_Access_Rules/Television_News_Access_Rules_Vancouver_FR.pdf

Tous documents consultés en ligne entre le 20 mars 2011 et le 09 juin 2011.

INDEX

- Avatar p. 6, 33, 36, 37 63, 64, 66
- Brefs extraits 55, 56, 58, 59
- Citation sportive 54, 55, 57
- Courte citation 39, 54, 56
- Droit à l'image 36
- Droit à l'information 54
- Droit au nom 34
- Jeu vidéo 6, 12, 13, 14, 16, 18, 19, 20, 24, 25, 27, 34, 35, 36, 39, 41, 42, 43, 44, 51, 59, 63, 64, 66, 67
- Interactivité 14, 15, 16, 17, 19, 24, 45, 58
- Liberté d'expression 60, 78
- Manifestation sportive 10, 12, 25, 38, 41, 42, 43, 46, 48, 49, 51, 52, 53, 54, 55, 60, 63, 67
- Marque 10, 26, 28, 29, 30, 31, 32, 34, 40, 53, 60, 61, 62, 63, 65
- Œuvre audiovisuelle 12, 13, 14, 19, 21, 22, 24, 26, 27
- Œuvre multimédia 14, 15, 16, 17, 18, 24
- Performance 28, 35, 36, 37
- Vidéo 3D 6, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 20, 22, 24, 25, 26, 27, 35, 39, 41, 44, 45, 55, 56, 57, 58, 63, 66, 67

TABLES DES MATIERES

Remerciements.....	p. 3
Sommaire.....	4
Principales abréviations.....	5
Principales définitions	6
Introduction.....	7
Partie I – La création d'images numériques sportives : un cadre juridique irrésolu...	12
Chapitre 1 – Les droits sur l'ensemble de la création.....	12
Section 1 – Jeu vidéo et vidéo 3D : une qualification commune ?	13
§ 1 – Le possible rattachement de l'image numérique à une catégorie d'œuvre de l'esprit	13
A) Le rejet <i>a priori</i> de la qualification d'œuvre audiovisuelle.....	13
B) Une reconnaissance partielle de la qualification d'œuvre audiovisuelle.....	14
§ 2 - Le difficile rattachement de l'image numérique à une catégorie d'œuvre de l'esprit...	16
A) Le critère de l'interactivité : une entrave à une qualification commune?.....	17
B) Le genre d'œuvre : une entrave à une qualification commune ?	18
Section 2 – Jeu vidéo et vidéo 3D : un régime commun ?	20
§ 1 - L'image numérique créée à plusieurs mains.....	21
A) L'image numérique en tant qu'œuvre de collaboration.....	21
B) L'image numérique en tant qu'œuvre collective	22
§ 2 - L'image numérique créée à partir d'une œuvre préexistante	24
A) L'image numérique en tant qu'œuvre composite.....	25
B) L'originalité de la transmission télévisuelle sportive.....	26
Chapitre 2 – Les droits sur le contenu de la création.....	28
Section 1 – Le droit des tiers sur les désignations	28
§ 1 - Les marques présentes dans une image numérique sportive	28

A)	Les droits revendiqués sur ces marques	29
B)	L'usage fait de ces marques.....	30
§ 2 -	Les noms présents dans une image numérique sportive	32
A)	Les droits revendiqués sur ces noms.....	32
B)	L'usage fait de ces noms.....	33
Section 2 –	Le droit des tiers sur l'image des personnes, des biens et des œuvres.....	34
§ 1 -	Image et performance des sportifs	35
A)	Le droit à l'image des sportifs : un droit acqui.....	35
B)	La protection de la performance du sportif : une prétention non accueillie.....	36
§ 2 –	Le stade et autres enceintes sportives.....	38
A)	Le droit des architectes sur les enceintes sportives.....	38
B)	Le droit des clubs et organisateurs sur les enceintes sportives.....	39
Partie II –	La représentation des images numériques sportives : une pratique juridique dynamique	41
Chapitre 1 –	Le droit d'exploitation du spectacle sportif.....	41
Section 1 –	Le périmètre du droit d'exploitation.....	42
§ 1 –	Nature juridique du droit d'exploitation.....	42
A)	Qu'est-ce qu'une manifestation sportive ?	42
B)	Quels droits sur une manifestation sportive ?.....	43
§ 2 –	Le droit d'exploitation audiovisuelle sportive.....	45
A)	Un droit défini par le genre.....	45
B)	Un droit excepté par son espèce.....	46
Section 2 –	L'étendue du droit d'exploitation.....	48
§ 1 -	L'exploitation audiovisuelle de la manifestation sportive	48
A)	L'étendue dans l'exploitation audiovisuelle	48
B)	L'étendue au-delà de l'exploitation audiovisuelle.....	50

§ 2 – Toute exploitation en lien avec la manifestation sportive.....	51
A) L’hypertrophie du monopole d’exploitation.....	51
B) Un exemple : les résultats	52
Chapitre 2 – L’exception aux droits exclusifs : le droit à l’information.....	54
Section 1 – Droit de citation sportive.....	54
§ 1 – Le domaine du droit de citation sportive.....	54
A) La notion de citation sportive.....	54
B) Le contenu de la notion de citation sportive	55
§ 2 – La portée du droit de citation sportive.....	57
A) Une portée réduite de par le texte	57
B) Une portée qui ne saurait être réduite au texte	59
Section 2 – Droit commun du public à l’information	61
§ 1 – Les contours du droit commun du public à l’information.....	61
A) S’exprimer : possible <i>a priori</i>	61
B) Informer : possible dans certaines conditions.....	62
§ 2 – Limites au droit commun du public à l’information.....	64
A) Informer : les limites extrapatrimoniales.....	64
B) Informer : les limites patrimoniales.....	65
Conclusion.....	67
Bibliographie.....	69
Index.....	74
Annexes.....	78

ANNEXES

Articles de lois

Article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen

La libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'Homme : tout Citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté, dans les cas déterminés par la Loi.

Article 10 de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales

1. Toute personne a droit à la liberté d'expression. Ce droit comprend la liberté d'opinion et la liberté de recevoir ou de communiquer des informations ou des idées sans qu'il puisse y avoir ingérence d'autorités publiques et sans considération de frontière. Le présent article n'empêche pas les Etats de soumettre les entreprises de radiodiffusion, de cinéma ou de télévision à un régime d'autorisations.

2. 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.

Règle 7 de la Charte Olympique

Droits sur les Jeux Olympiques et les propriétés olympiques*

1. Les Jeux Olympiques sont la propriété exclusive du CIO qui est titulaire de tous les droits et toutes les données s'y rapportant, notamment et sans restriction, tous les droits relatifs à leur organisation, exploitation, retransmission, enregistrement, représentation, reproduction, accès et diffusion, quelle qu'en soit la forme et par quelque moyen ou mécanisme que ce soit, existant ou à venir. Le CIO fixera les conditions d'accès et d'utilisation des données relatives aux Jeux Olympiques et aux compétitions et prestations sportives intervenues dans le cadre de ces Jeux.

2. Le symbole olympique, le drapeau, la devise, l'hymne, les identifications (y compris, mais sans s'y restreindre, «Jeux Olympiques» et « Jeux de l'Olympiade »), les désignations, les emblèmes, la flamme et les flambeaux (ou les torches) olympiques, tels que définis aux Règles 8-14 ci-dessous, seront, collectivement ou individuellement, désignés comme «propriétés olympiques ». L'ensemble des droits sur toutes ou chacune des propriétés olympiques, ainsi que tous les droits d'usage y relatifs, sont la propriété exclusive du CIO, y compris, mais sans s'y restreindre, en ce qui concerne leur usage à des fins lucratives, commerciales ou publicitaires. Le CIO peut céder une licence sur tout ou partie de ses droits aux termes et conditions fixés par la commission exécutive du CIO.

CODE CIVIL

Article 9 du Code civil

Chacun a droit au respect de sa vie privée.

Les juges peuvent, sans préjudice de la réparation du dommage subi, prescrire toutes mesures, telles que séquestre, saisie et autres, propres à empêcher ou faire cesser une atteinte à l'intimité de la vie privée : ces mesures peuvent, s'il y a urgence, être ordonnées en référé.

Article 16 du Code civil

La loi assure la primauté de la personne, interdit toute atteinte à la dignité de celle-ci et garantit le respect de l'être humain dès le commencement de sa vie.

Article 544 du Code civil

La propriété est le droit de jouir et disposer des choses de la manière la plus absolue, pourvu qu'on n'en fasse pas un usage prohibé par les lois ou par les règlements.

Article 714 du Code civil

Il est des choses qui n'appartiennent à personne et dont l'usage est commun à tous.

Des lois de police règlent la manière d'en jouir.

Article 1382 du Code civil

Tout fait quelconque de l'homme, qui cause à autrui un dommage, oblige celui par la faute duquel il est arrivé à le réparer.

CODE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Article L. 112-2 du CPI

Sont considérés notamment comme oeuvres de l'esprit au sens du présent code :

1° Les livres, brochures et autres écrits littéraires, artistiques et scientifiques ;

2° Les conférences, allocutions, sermons, plaidoiries et autres oeuvres de même nature ;

3° Les oeuvres dramatiques ou dramatico-musicales ;

4° Les oeuvres chorégraphiques, les numéros et tours de cirque, les pantomimes, dont la mise en oeuvre est fixée par écrit ou autrement ;

5° Les compositions musicales avec ou sans paroles ;

6° Les oeuvres cinématographiques et autres oeuvres consistant dans des séquences animées d'images, sonorisées ou non, dénommées ensemble oeuvres audiovisuelles ;

7° Les oeuvres de dessin, de peinture, d'architecture, de sculpture, de gravure, de lithographie ;

8° Les oeuvres graphiques et typographiques ;

9° Les oeuvres photographiques et celles réalisées à l'aide de techniques analogues à la photographie ;

10° Les oeuvres des arts appliqués ;

11° Les illustrations, les cartes géographiques ;

12° Les plans, croquis et ouvrages plastiques relatifs à la géographie, à la topographie, à l'architecture et aux sciences ;

13° Les logiciels, y compris le matériel de conception préparatoire ;

14° Les créations des industries saisonnières de l'habillement et de la parure. Sont réputées industries saisonnières de l'habillement et de la parure les industries qui, en raison des exigences de la mode, renouvellent fréquemment la forme de leurs produits, et notamment la couture, la fourrure, la lingerie, la broderie, la mode, la chaussure, la ganterie, la maroquinerie, la fabrique de tissus de haute nouveauté ou spéciaux à la haute couture, les productions des paruriers et des bottiers et les fabriques de tissus d'ameublement.

Article L. 113-2 du CPI

Est dite de collaboration l'oeuvre à la création de laquelle ont concouru plusieurs personnes physiques.

Est dite composite l'oeuvre nouvelle à laquelle est incorporée une oeuvre préexistante sans la collaboration de l'auteur de cette dernière.

Est dite collective l'oeuvre créée sur l'initiative d'une personne physique ou morale qui l'édite, la publie et la divulgue sous sa direction et son nom et dans laquelle la contribution personnelle des divers auteurs participant à son élaboration se fond dans l'ensemble en vue duquel elle est conçue, sans qu'il soit possible d'attribuer à chacun d'eux un droit distinct sur l'ensemble réalisé.

Article L. 113-3, du CPI

L'oeuvre de collaboration est la propriété commune des coauteurs.

Les coauteurs doivent exercer leurs droits d'un commun accord.

En cas de désaccord, il appartient à la juridiction civile de statuer.

Lorsque la participation de chacun des coauteurs relève de genres différents, chacun peut, sauf convention contraire, exploiter séparément sa contribution personnelle, sans toutefois porter préjudice à l'exploitation de l'oeuvre commune.

Article L. 113-4 du CPI

L'oeuvre composite est la propriété de l'auteur qui l'a réalisée, sous réserve des droits de l'auteur de l'oeuvre préexistante.

Article L. 113-5 du CPI

L'oeuvre collective est, sauf preuve contraire, la propriété de la personne physique ou morale sous le nom de laquelle elle est divulguée.

Cette personne est investie des droits de l'auteur.

Article L. 113-7 du CPI

Ont la qualité d'auteur d'une oeuvre audiovisuelle la ou les personnes physiques qui réalisent la création intellectuelle de cette oeuvre.

Sont présumés, sauf preuve contraire, coauteurs d'une oeuvre audiovisuelle réalisée en collaboration :

1° L'auteur du scénario ;

2° L'auteur de l'adaptation ;

3° L'auteur du texte parlé ;

4° L'auteur des compositions musicales avec ou sans paroles spécialement réalisées pour l'oeuvre ;

5° Le réalisateur.

Lorsque l'oeuvre audiovisuelle est tirée d'une oeuvre ou d'un scénario préexistants encore protégés, les auteurs de l'oeuvre originale sont assimilés aux auteurs de l'oeuvre nouvelle.

Article L. 121-5 du CPI

L'oeuvre audiovisuelle est réputée achevée lorsque la version définitive a été établie d'un commun accord entre, d'une part, le réalisateur ou, éventuellement, les coauteurs et, d'autre part, le producteur.

Il est interdit de détruire la matrice de cette version.

Toute modification de cette version par addition, suppression ou changement d'un élément quelconque exige l'accord des personnes mentionnées au premier alinéa.

Tout transfert de l'oeuvre audiovisuelle sur un autre type de support en vue d'un autre mode d'exploitation doit être précédé de la consultation du réalisateur.

Les droits propres des auteurs, tels qu'ils sont définis à l'article L. 121-1, ne peuvent être exercés par eux que sur l'oeuvre audiovisuelle achevée.

Article L. 122-2 du CPI

La représentation consiste dans la communication de l'oeuvre au public par un procédé quelconque, et notamment :

1° Par récitation publique, exécution lyrique, représentation dramatique, présentation publique, projection publique et transmission dans un lieu public de l'oeuvre télédiffusée ;

2° Par télédiffusion.

La télédiffusion s'entend de la diffusion par tout procédé de télécommunication de sons, d'images, de documents, de données et de messages de toute nature.

Est assimilée à une représentation l'émission d'une oeuvre vers un satellite.

Article L. 122-3 du CPI

La reproduction consiste dans la fixation matérielle de l'oeuvre par tous procédés qui permettent de la communiquer au public d'une manière indirecte.

Elle peut s'effectuer notamment par imprimerie, dessin, gravure, photographie, moulage et tout procédé des arts graphiques et plastiques, enregistrement mécanique, cinématographique ou magnétique.

Pour les oeuvres d'architecture, la reproduction consiste également dans l'exécution répétée d'un plan ou d'un projet type.

Article L. 122-5 du CPI

Lorsque l'oeuvre a été divulguée, l'auteur ne peut interdire :

- 1° Les représentations privées et gratuites effectuées exclusivement dans un cercle de famille;
- 2° Les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective, à l'exception des copies des oeuvres d'art destinées à être utilisées pour des fins identiques à celles pour lesquelles l'oeuvre originale a été créée et des copies d'un logiciel autres que la copie de sauvegarde établie dans les conditions prévues au II de l'article L. 122-6-1 ainsi que des copies ou des reproductions d'une base de données électronique ;
- 3° Sous réserve que soient indiqués clairement le nom de l'auteur et la source :
 - a) Les analyses et courtes citations justifiées par le caractère critique, polémique, pédagogique, scientifique ou d'information de l'oeuvre à laquelle elles sont incorporées ;
 - b) Les revues de presse ;
 - c) La diffusion, même intégrale, par la voie de presse ou de télédiffusion, à titre d'information d'actualité, des discours destinés au public prononcés dans les assemblées politiques, administratives, judiciaires ou académiques, ainsi que dans les réunions publiques d'ordre politique et les cérémonies officielles ;
 - d) Les reproductions, intégrales ou partielles d'oeuvres d'art graphiques ou plastiques destinées à figurer dans le catalogue d'une vente judiciaire effectuée en France pour les exemplaires mis à la disposition du public avant la vente dans le seul but de décrire les oeuvres d'art mises en vente ;
 - e) La représentation ou la reproduction d'extraits d'oeuvres, sous réserve des oeuvres conçues à des fins pédagogiques, des partitions de musique et des oeuvres réalisées pour une édition numérique de l'écrit, à des fins exclusives d'illustration dans le cadre de l'enseignement et de la recherche, à l'exclusion de toute activité ludique ou récréative, dès lors que le public auquel cette représentation ou cette reproduction est destinée est composé majoritairement d'élèves, d'étudiants, d'enseignants ou de chercheurs directement concernés, que l'utilisation de cette représentation ou cette reproduction ne

donne lieu à aucune exploitation commerciale et qu'elle est compensée par une rémunération négociée sur une base forfaitaire sans préjudice de la cession du droit de reproduction par reprographie mentionnée à l'article L. 122-10 ;

4° La parodie, le pastiche et la caricature, compte tenu des lois du genre ;

5° Les actes nécessaires à l'accès au contenu d'une base de données électronique pour les besoins et dans les limites de l'utilisation prévue par contrat ;

6° La reproduction provisoire présentant un caractère transitoire ou accessoire, lorsqu'elle est une partie intégrante et essentielle d'un procédé technique et qu'elle a pour unique objet de permettre l'utilisation licite de l'oeuvre ou sa transmission entre tiers par la voie d'un réseau faisant appel à un intermédiaire ; toutefois, cette reproduction provisoire qui ne peut porter que sur des oeuvres autres que les logiciels et les bases de données ne doit pas avoir de valeur économique propre ;

7° La reproduction et la représentation par des personnes morales et par les établissements ouverts au public, tels que bibliothèques, archives, centres de documentation et espaces culturels multimédia, en vue d'une consultation strictement personnelle de l'oeuvre par des personnes atteintes d'une ou de plusieurs déficiences des fonctions motrices, physiques, sensorielles, mentales, cognitives ou psychiques, dont le niveau d'incapacité est égal ou supérieur à un taux fixé par décret en Conseil d'Etat, et reconnues par la commission départementale de l'éducation spécialisée, la commission technique d'orientation et de reclassement professionnel ou la commission des droits et de l'autonomie des personnes handicapées mentionnée à l'article L. 146-9 du code de l'action sociale et des familles, ou reconnues par certificat médical comme empêchées de lire après correction. Cette reproduction et cette représentation sont assurées, à des fins non lucratives et dans la mesure requise par le handicap, par les personnes morales et les établissements mentionnés au présent alinéa, dont la liste est arrêtée par l'autorité administrative.

Les personnes morales et établissements mentionnés au premier alinéa du présent 7° doivent apporter la preuve de leur activité professionnelle effective de conception, de réalisation et de communication de supports au bénéfice des personnes physiques mentionnées au même alinéa par référence à leur objet social, à l'importance de leurs membres ou usagers, aux moyens matériels et humains dont ils disposent et aux services qu'ils rendent.

A la demande des personnes morales et des établissements mentionnés au premier alinéa du présent 7°, formulée dans les deux ans suivant le dépôt légal des oeuvres imprimées, les fichiers numériques ayant servi à l'édition de ces oeuvres sont déposés au Centre national du livre ou auprès d'un organisme désigné par décret qui les met à leur disposition dans un standard ouvert au sens de l'article 4 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique. Le Centre national du livre ou l'organisme désigné par décret garantit la confidentialité de ces fichiers et la sécurisation de leur accès ;

8° La reproduction d'une œuvre et sa représentation effectuées à des fins de conservation ou destinées à préserver les conditions de sa consultation à des fins de recherche ou d'études privées par des particuliers, dans les locaux de l'établissement et sur des terminaux dédiés par des bibliothèques accessibles au public, par des musées ou par des services d'archives, sous réserve que ceux-ci ne recherchent aucun avantage économique ou commercial ;

9° La reproduction ou la représentation, intégrale ou partielle, d'une oeuvre d'art graphique, plastique ou architecturale, par voie de presse écrite, audiovisuelle ou en ligne, dans un but exclusif d'information immédiate et en relation directe avec cette dernière, sous réserve d'indiquer clairement le nom de l'auteur.

Le premier alinéa du présent 9° ne s'applique pas aux oeuvres, notamment photographiques ou d'illustration, qui visent elles-mêmes à rendre compte de l'information.

Les reproductions ou représentations qui, notamment par leur nombre ou leur format, ne seraient pas en stricte proportion avec le but exclusif d'information immédiate poursuivi ou qui ne seraient pas en relation directe avec cette dernière donnent lieu à rémunération des auteurs sur la base des accords ou tarifs en vigueur dans les secteurs professionnels concernés.

Les exceptions énumérées par le présent article ne peuvent porter atteinte à l'exploitation normale de l'oeuvre ni causer un préjudice injustifié aux intérêts légitimes de l'auteur.

Les modalités d'application du présent article, notamment les caractéristiques et les conditions de distribution des documents mentionnés au d du 3°, l'autorité administrative mentionnée au 7°, ainsi que les conditions de désignation des organismes dépositaires et d'accès aux fichiers numériques mentionnés au troisième alinéa du 7°, sont précisées par décret en Conseil d'Etat.

NOTA: Loi 2006-961 2006-08-01 art. 1 : Les dispositions du e du 3° de l'article L. 122-5 du code de la propriété intellectuelle s'appliquent à compter du 1er janvier 2009.

Article L. 122- 6° du CPI

Sous réserve des dispositions de l'article L. 122-6-1, le droit d'exploitation appartenant à l'auteur d'un logiciel comprend le droit d'effectuer et d'autoriser :

1° La reproduction permanente ou provisoire d'un logiciel en tout ou partie par tout moyen et sous toute forme. Dans la mesure où le chargement, l'affichage, l'exécution, la transmission ou le stockage de ce logiciel nécessitent une reproduction, ces actes ne sont possibles qu'avec l'autorisation de l'auteur ;

2° La traduction, l'adaptation, l'arrangement ou toute autre modification d'un logiciel et la reproduction du logiciel en résultant ;

3° La mise sur le marché à titre onéreux ou gratuit, y compris la location, du ou des exemplaires d'un logiciel par tout procédé. Toutefois, la première vente d'un exemplaire d'un logiciel dans le territoire d'un Etat membre de la

Communauté européenne ou d'un Etat partie à l'accord sur l'Espace économique européen par l'auteur ou avec son consentement épuise le droit de mise sur le marché de cet exemplaire dans tous les Etats membres à l'exception du droit d'autoriser la location ultérieure d'un exemplaire.

Article L.123-1 du CPI

L'auteur jouit, sa vie durant, du droit exclusif d'exploiter son oeuvre sous quelque forme que ce soit et d'en tirer un profit pécuniaire.

Au décès de l'auteur, ce droit persiste au bénéfice de ses ayants droit pendant l'année civile en cours et les soixante-dix années qui suivent.

Article L. 132-23 du CPI

Le producteur de l'oeuvre audiovisuelle est la personne physique ou morale qui prend l'initiative et la responsabilité de la réalisation de l'oeuvre.

Article L. 132-24 du CPI

Le contrat qui lie le producteur aux auteurs d'une oeuvre audiovisuelle, autres que l'auteur de la composition musicale avec ou sans paroles, emporte, sauf clause contraire et sans préjudice des droits reconnus à l'auteur par les dispositions des articles L. 111-3, L. 121-4, L. 121-5, L. 122-1 à L. 122-7, L. 123-7, L. 131-2 à L. 131-7, L. 132-4 et L. 132-7, cession au profit du producteur des droits exclusifs d'exploitation de l'oeuvre audiovisuelle.

Le contrat de production audiovisuelle n'emporte pas cession au producteur des droits graphiques et théâtraux sur l'oeuvre.

Ce contrat prévoit la liste des éléments ayant servi à la réalisation de l'oeuvre qui sont conservés ainsi que les modalités de cette conservation.

Article L. 211-3

Les bénéficiaires des droits ouverts au présent titre ne peuvent interdire :

1° Les représentations privées et gratuites effectuées exclusivement dans un cercle de famille;

2° Les reproductions strictement réservées à l'usage privé de la personne qui les réalise et non destinées à une utilisation collective ;

3° Sous réserve d'éléments suffisants d'identification de la source :

-les analyses et courtes citations justifiées par le caractère critique, polémique, pédagogique, scientifique ou d'information de l'oeuvre à laquelle elles sont incorporées ;

-les revues de presse ;

-la diffusion, même intégrale, à titre d'information d'actualité, des discours destinés au public dans les assemblées politiques, administratives, judiciaires ou académiques, ainsi que dans les réunions publiques d'ordre politique et les cérémonies officielles ;

-la communication au public ou la reproduction d'extraits d'objets protégés par un droit voisin, sous réserve des objets conçus à des fins pédagogiques, à des fins exclusives d'illustration dans le cadre de l'enseignement et de la recherche, à l'exclusion de toute activité ludique ou récréative, dès lors que le public auquel cette communication ou cette reproduction est destinée est composé majoritairement d'élèves, d'étudiants, d'enseignants ou de chercheurs directement concernés, que l'utilisation de cette communication ou cette reproduction ne donne lieu à aucune exploitation commerciale et qu'elle est compensée par une rémunération négociée sur une base forfaitaire ;

4° La parodie, le pastiche et la caricature, compte tenu des lois du genre ;

5° La reproduction provisoire présentant un caractère transitoire ou accessoire, lorsqu'elle est une partie intégrante et essentielle d'un procédé technique et qu'elle a pour unique objet de permettre l'utilisation licite de l'objet protégé par un droit voisin ou sa transmission entre tiers par la voie d'un réseau faisant appel à un intermédiaire ; toutefois, cette reproduction provisoire ne doit pas avoir de valeur économique propre ;

6° La reproduction et la communication au public d'une interprétation, d'un phonogramme, d'un vidéogramme ou d'un programme dans les conditions définies aux deux premiers alinéas du 7° de l'article L. 122-5 ;

7° Les actes de reproduction et de représentation d'une interprétation, d'un phonogramme, d'un vidéogramme ou d'un programme réalisés à des fins de conservation ou destinés à préserver les conditions de sa consultation à des fins de recherche ou d'études privées par des particuliers, dans les locaux de l'établissement et sur des terminaux dédiés, effectués par des bibliothèques accessibles au public, par des musées ou par des services d'archives, sous réserve que ceux-ci ne recherchent aucun avantage économique ou commercial.

Les exceptions énumérées par le présent article ne peuvent porter atteinte à l'exploitation normale de l'interprétation, du phonogramme, du vidéogramme ou du programme ni causer un préjudice injustifié aux intérêts légitimes de l'artiste-interprète, du producteur ou de l'entreprise de communication audiovisuelle.

Article L. 216-1 du CPI

Sont soumises à l'autorisation de l'entreprise de communication audiovisuelle la reproduction de ses programmes, ainsi que leur mise à la disposition du public par vente, louage ou échange, leur télédiffusion et leur communication au public dans un lieu accessible à celui-ci moyennant paiement d'un droit d'entrée.

Sont dénommées entreprises de communication audiovisuelle les organismes qui exploitent un service de communication audiovisuelle au sens de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, quel que soit le régime applicable à ce service.

Article L. 342-5 du CPI

Les droits prévus à l'article L. 342-1 prennent effet à compter de l'achèvement de la fabrication de la base de données. Ils expirent quinze ans après le 1er janvier de l'année civile qui suit celle de cet achèvement.

Lorsqu'une base de données a fait l'objet d'une mise à la disposition du public avant l'expiration de la période prévue à l'alinéa précédent, les droits expirent quinze ans après le 1er janvier de l'année civile suivant celle de cette première mise à disposition.

Toutefois, dans le cas où une base de données protégée fait l'objet d'un nouvel investissement substantiel, sa protection expire quinze ans après le 1er janvier de l'année civile suivant celle de ce nouvel investissement.

Article L. 711-1 du CPI

La marque de fabrique, de commerce ou de service est un signe susceptible de représentation graphique servant à distinguer les produits ou services d'une personne physique ou morale.

Peuvent notamment constituer un tel signe :

- a) Les dénominations sous toutes les formes telles que : mots, assemblages de mots, noms patronymiques et géographiques, pseudonymes, lettres, chiffres, sigles ;
- b) Les signes sonores tels que : sons, phrases musicales ;
- c) Les signes figuratifs tels que : dessins, étiquettes, cachets, lisières, reliefs, hologrammes, logos, images de synthèse ; les formes, notamment celles du produit ou de son conditionnement ou celles caractérisant un service ; les dispositions, combinaisons ou nuances de couleurs.

Article L. 713-1 du CPI

L'enregistrement de la marque confère à son titulaire un droit de propriété sur cette marque pour les produits et services qu'il a désignés.

Article L. 713-6 du CPI

L'enregistrement d'une marque ne fait pas obstacle à l'utilisation du même signe ou d'un signe similaire comme :

- a) Dénomination sociale, nom commercial ou enseigne, lorsque cette utilisation est soit antérieure à l'enregistrement, soit le fait d'un tiers de bonne foi employant son nom patronymique ;
- b) Référence nécessaire pour indiquer la destination d'un produit ou d'un service, notamment en tant qu'accessoire ou pièce détachée, à condition qu'il n'y ait pas de confusion dans leur origine.

Toutefois, si cette utilisation porte atteinte à ses droits, le titulaire de l'enregistrement peut demander qu'elle soit limitée ou interdite.

Article L. 716-4 du CPI

Les dispositions de l'article L. 716-3 ne font pas obstacle au recours à l'arbitrage, dans les conditions prévues aux articles 2059 et 2060 du code civil.

Articles L. 716-9 du CPI

Est puni de quatre ans d'emprisonnement et de 400 000 euros d'amende le fait pour toute personne, en vue de vendre, fournir, offrir à la vente ou louer des marchandises présentées sous une marque contrefaite :

- a) D'importer, d'exporter, de réexporter ou de transborder des marchandises présentées sous une marque contrefaisante ;
- b) De produire industriellement des marchandises présentées sous une marque contrefaisante ;
- c) De donner des instructions ou des ordres pour la commission des actes visés aux a et b.

Lorsque les délits prévus au présent article ont été commis en bande organisée ou sur un réseau de communication au public en ligne ou lorsque les faits portent sur des marchandises dangereuses pour la santé, la sécurité de l'homme ou l'animal, les peines sont portées à cinq ans d'emprisonnement et à 500 000 euros d'amende.

Article L. 716-10 du CPI

Est puni de trois ans d'emprisonnement et de 300 000 euros d'amende le fait pour toute personne :

- a) De détenir sans motif légitime, d'importer ou d'exporter des marchandises présentées sous une marque contrefaisante ;
- b) D'offrir à la vente ou de vendre des marchandises présentées sous une marque contrefaisante ;
- c) De reproduire, d'imiter, d'utiliser, d'apposer, de supprimer, de modifier une marque, une marque collective ou une marque collective de certification en violation des droits conférés par son enregistrement et des interdictions qui découlent de celui-ci. L'infraction, prévue dans les conditions prévues au présent c, n'est pas constituée lorsqu'un logiciel d'aide à la prescription permet, si le prescripteur le décide, de prescrire en dénomination commune internationale, selon les règles de bonne pratique prévues à [l'article L. 161-38 du code de la sécurité sociale](#) ;
- d) De sciemment livrer un produit ou fournir un service autre que celui qui lui est demandé sous une marque enregistrée.

L'infraction, dans les conditions prévues au d, n'est pas constituée en cas d'exercice par un pharmacien de la faculté de substitution prévue à [l'article L. 5125-23 du code de la santé publique](#).

Lorsque les délits prévus aux a à d ont été commis en bande organisée ou sur un réseau de communication au public en ligne, les peines sont portées à cinq ans d'emprisonnement et à 500 000 euros d'amende.

CODE DU SPORT

Article L. 141-5 du Code du sport

Le Comité national olympique et sportif français est propriétaire des emblèmes olympiques nationaux et dépositaire de la devise, de l'hymne, du symbole olympique et des termes " jeux Olympiques " et " Olympiade ".

Le fait de déposer à titre de marque, de reproduire, d'imiter, d'apposer, de supprimer ou de modifier les emblèmes, devise, hymne, symbole et termes mentionnés au premier alinéa, sans l'autorisation du Comité national olympique et sportif français, est puni des peines prévues aux articles L. 716-9 et suivants du code de la propriété intellectuelle.

Article L. 333-1 du Code du sport

Les fédérations délégataires édictent des règlements relatifs à l'organisation de toutes les manifestations dont elles ont la charge dans le respect notamment des règles définies en application de l'article L. 123-2 du code de la construction et de l'habitation.

Article R. 333-4 du Code du sport

Les fédérations sportives, les sociétés sportives et les organisateurs de manifestations sportives ne peuvent, en leur qualité de détenteur des droits d'exploitation, imposer aux sportifs participant à une manifestation ou à une compétition aucune obligation portant atteinte à leur liberté d'expression.

Article L. 333-7 du Code du sport

La cession du droit d'exploitation d'une manifestation ou d'une compétition sportive à un service de communication au public par voie électronique ne peut faire obstacle à l'information du public par les autres services de communication au public par voie électronique.

Le vendeur ou l'acquéreur de ce droit ne peut s'opposer à la diffusion, par d'autres services de communication au public par voie électronique, de brefs extraits prélevés à titre gratuit parmi les images du ou des services cessionnaires et librement choisis par le service non cessionnaire du droit d'exploitation qui les diffuse.

Ces extraits sont diffusés gratuitement au cours des émissions d'information.

Leur diffusion s'accompagne dans tous les cas d'une identification suffisante du service de communication au public par voie électronique cessionnaire du droit d'exploitation de la manifestation ou de la compétition.

La cession du droit d'exploitation d'une manifestation ou d'une compétition sportive à un service de communication au public par voie électronique ne fait pas obstacle à la réalisation et à la diffusion gratuite par

tout service de radiodiffusion sonore, sur tout ou partie du territoire, en direct ou en différé, du commentaire oral de cette manifestation ou de cette compétition.

Un décret en Conseil d'Etat, pris après avis du Conseil supérieur de l'audiovisuel fixe les conditions d'application du présent article.

Loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (Loi Létard)

Article 1er

La communication au public par voie électronique est libre.

L'exercice de cette liberté ne peut être limité que dans la mesure requise, d'une part, par le respect de la dignité de la personne humaine, de la liberté et de la propriété d'autrui, du caractère pluraliste de l'expression des courants de pensée et d'opinion et, d'autre part, par la protection de l'enfance et de l'adolescence, par la sauvegarde de l'ordre public, par les besoins de la défense nationale, par les exigences de service public, par les contraintes techniques inhérentes aux moyens de communication, ainsi que par la nécessité, pour les services audiovisuels, de développer la production audiovisuelle.

Les services audiovisuels comprennent les services de communication audiovisuelle telle que définie à l'article 2 ainsi que l'ensemble des services mettant à disposition du public ou d'une catégorie de public des œuvres audiovisuelles, cinématographiques ou sonores, quelles que soient les modalités techniques de cette mise à disposition.

Article 2

On entend par communications électroniques les émissions, transmissions ou réceptions de signes, de signaux, d'écrits, d'images ou de sons, par voie électromagnétique.

On entend par communication au public par voie électronique toute mise à disposition du public ou de catégories de public, par un procédé de communication électronique, de signes, de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de messages de toute nature qui n'ont pas le caractère d'une correspondance privée.

On entend par communication audiovisuelle toute communication au public de services de radio ou de télévision, quelles que soient les modalités de mise à disposition auprès du public, toute communication au public par voie électronique de services autres que de radio et de télévision et ne relevant pas de la communication au public en ligne telle que définie à l'article 1er de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique, ainsi que toute communication au public de services de médias audiovisuels à la demande.

Est considéré comme service de télévision tout service de communication au public par voie électronique destiné à être reçu simultanément par l'ensemble du public ou par une catégorie de public

et dont le programme principal est composé d'une suite ordonnée d'émissions comportant des images et des sons.

Est considéré comme service de radio tout service de communication au public par voie électronique destiné à être reçu simultanément par l'ensemble du public ou par une catégorie de public et dont le programme principal est composé d'une suite ordonnée d'émissions comportant des sons.

Est considéré comme service de médias audiovisuels à la demande tout service de communication au public par voie électronique permettant le visionnage de programmes au moment choisi par l'utilisateur et sur sa demande, à partir d'un catalogue de programmes dont la sélection et l'organisation sont contrôlées par l'éditeur de ce service. Sont exclus les services qui ne relèvent pas d'une activité économique au sens de l'article 256 A du code général des impôts, ceux dont le contenu audiovisuel est secondaire, ceux consistant à fournir ou à diffuser du contenu audiovisuel créé par des utilisateurs privés à des fins de partage et d'échanges au sein de communautés d'intérêt, ceux consistant à assurer, pour mise à disposition du public par des services de communication au public en ligne, le seul stockage de signaux audiovisuels fournis par des destinataires de ces services et ceux dont le contenu audiovisuel est sélectionné et organisé sous le contrôle d'un tiers. Une offre composée de services de médias audiovisuels à la demande et d'autres services ne relevant pas de la communication audiovisuelle ne se trouve soumise à la présente loi qu'au titre de cette première partie de l'offre.

Article 20-2 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986

Les événements d'importance majeure ne peuvent être retransmis en exclusivité d'une manière qui aboutit à priver une partie importante du public de la possibilité de les suivre en direct ou en différé sur un service de télévision à accès libre.

La liste des événements d'importance majeure est fixée par décret en Conseil d'Etat. Ce décret détermine les conditions d'application du présent article.

Les services de télévision ne peuvent exercer les droits exclusifs qu'ils ont acquis après le 23 août 1997 d'une manière telle qu'ils privent une partie importante du public d'un autre Etat membre de la Communauté européenne ou d'un Etat partie à l'accord sur l'Espace économique européen de la possibilité de suivre, sur un service de télévision à accès libre, les événements déclarés d'importance majeure par cet Etat.

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel veille au respect par les services de télévision des dispositions du présent article.