

Google Vidéo : la Cour d'appel de Paris maintient sa jurisprudence sur la qualification d'hébergeur

[INTERNET]

CA Paris, pôle 5, ch. 2, 9 avril 2010

Après l'incertitude laissée par l'arrêt *Tiscali* de la Cour de cassation [voir article netcom janvier 2010 [☒](#)] et les orientations données par les arrêts *Adwords* de la Cour de Justice [voir article netcom mars 2010 [☒](#)], les décisions du fond étaient attendues sur la qualification des sites communautaires.

Depuis lors, Facebook ou Flickr ont été qualifiés d'hébergeurs en référé, mais la décision rendue le 9 avril 2010 à propos de Google Vidéo présente l'intérêt d'avoir été rendue au fond et par la Cour d'appel de Paris, qui parvient à concilier les motifs des arrêts *Tiscali* et *Adwords*.

Dans la lignée du raisonnement de la CJUE, la Cour d'appel analyse chaque composante du service Google Vidéo pour déterminer si elles caractérisent une « *intervention active [de Google] sur les contenus stockés* ».

La Cour confirme sa propre jurisprudence (e.g. aff. « Joyeux Noël » du 6 mai 2009 et aff. Lafesse c. Dailymotion du 16 sept. 2009) et considère que les services complémentaires tels que la mise à disposition de moyens techniques, la valorisation du contenu par la commercialisation de liens publicitaires, les outils de classement et de recherche, ou encore les espaces de discussions permettant aux internautes de noter ou commenter les contenus, n'induisent pas que Google a une capacité d'action sur les contenus mis en ligne par les internautes.

Dans la mesure où « *le rôle qu'elle exerce au titre de son activité de stockage [de vidéos] est neutre par rapport aux informations qu'elle stocke* », Google peut ainsi bénéficier du régime de responsabilité limitée des hébergeurs prévu par l'article 6.I.2 de la loi pour la confiance dans l'économie numérique.

Conformément à la jurisprudence des juges du fond mise à l'épreuve par l'arrêt *Tiscali*, la Cour retient qu'un hébergeur ne se limite pas nécessairement à fournir une prestation purement technique de stockage.

La Cour d'appel ne résiste pas pour autant à la Cour de cassation qui avait approuvé l'arrêt écartant la qualification d'hébergeur au motif que *Tiscali* avait « *proposé aux annonceurs de mettre en place, directement sur ces pages [personnelles], des espaces publicitaires payants dont elle assurait la gestion* ».

En effet, la Cour d'appel s'approprie et affine cette motivation à la lumière du critère de neutralité du prestataire par rapport au contenu stocké.

En l'espèce, l'arrêt retient que cette neutralité est sauve dans la mesure où il n'est justifié « *d'aucune corrélation entre le financement du site par les annonces publicitaires et la mise en ligne des contenus opérée par les internautes* ».

Cette qualification d'hébergeur étant acquise, la Cour examine si, en cette qualité, Google a satisfait à son obligation de retrait avec la promptitude requise par la loi. La Cour estime qu'en prenant plus de deux semaines pour retirer le contenu notifié, Google n'a pas été suffisamment prompt et a engagé sa responsabilité d'hébergeur. De plus, l'obligation de retrait ne serait pas limitée à la vidéo contenant le film, mais se rapporterait au film lui-même.

Sans reprocher aux ayants droit leur refus de coopérer (Google ayant demandé une « copie de référence » du film pour en faire une empreinte numérique et filtrer le contenu), la Cour précise qu'à son sens Google était non seulement tenu de retirer les vidéos mais devait également mettre en œuvre les mesures nécessaires afin d'empêcher toute nouvelle mise en ligne du film, fût-elle imputable à des utilisateurs différents : « *dès lors que le contenu de la vidéo et les droits de propriété intellectuelle y afférents sont identiques* », cela ne constituerait pas « *un fait nouveau nécessitant une notification distincte* ».

Les juges de première instance sont divisés sur cette question qui suppose d'interpréter ce que le législateur a entendu par les « *faits litigieux* » qui font l'objet d'une notification et qui justifient que les « *données* » correspondantes soient retirées ou qu'il soit rendu impossible d'y avoir accès : s'agit-il individuellement de chaque contenu vidéo mis en ligne qui constituerait un fait de contrefaçon car il contient une œuvre protégée? Ou doit-il s'agir du fait qu'une œuvre a été présentée comme étant protégée et que toute nouvelle apparition de cette œuvre devrait être illicite puisqu'aucun internaute n'aurait obtenu d'autorisation d'exploitation ?

Google Vidéo proposait également un service de moteur de recherche de vidéos référençant des liens de sites tiers (YouTube, Dailymotion) et offrant une prévisualisation de ces vidéos tierces directement à partir du site de Google. La Cour a procédé à une qualification distributive des services proposés sur Google Vidéo et a considéré que le référencement en lui-même n'était pas nécessairement illicite, mais que la prévisualisation relevait de sa responsabilité de droit commun et constituait un acte de représentation non autorisé caractérisant une contrefaçon.

Les condamnations prononcées à l'encontre de Google peuvent sembler sévères.

Les dommages-intérêts s'élèvent à une somme totale de 270.000 € au titre du préjudice patrimonial subi et en réparation du préjudice causé aux intérêts collectifs (représentés par les syndicats professionnels USPA et APC) et un montant total de 43.000€ au titre des frais irrépétibles.

De surcroît, hormis la confirmation de la mesure d'interdiction de « *communiquer au public et/ou de reproduire tout ou partie du film* » sous astreinte de 1.500 € par infraction constatée, la Cour prononce des mesures de publication du dispositif dans trois journaux (5.000 € par insertion), sur la page d'accueil de Google Vidéo et également sur la page d'accueil du moteur de recherche Google, ce qui donnerait à cette condamnation une publicité inédite.

Philippe ALLAEYS