

Une condamnation exemplaire de Radioblog en contrefaçon...

[INTERNET – NOUVELLES TECHNOLOGIES - MULTIMEDIA]

Tribunal de Grande Instance de Paris, 31^{ème} chambre, Jugement du 3 septembre 2009 « Scpp / Jean-Louis et Benoît T. »

Radioblogclub.fr, site internet ayant connu son heure de gloire dans les années 2006-2007, avec plus de vingt millions de visites par mois, permettait aux internautes d'écouter gratuitement de la musique en streaming. Le fonctionnement du site s'articulait en deux temps. D'une part, les internautes pouvaient créer une playlist, et installer un logiciel permettant de lire les fichiers stockés sur les blogs, pages ou sites personnels. D'autre part, la société mettait à la disposition des internautes une base de données permettant de rechercher un titre et de l'écouter en streaming via des liens hypertextes. Ces playlists créées par les internautes étaient automatiquement référencées sur le site Radioblog à compter de leur création et accessibles aux autres utilisateurs du service.

Aucune autorisation des titulaires de droit n'avait été requise préalablement à la mise en ligne des titres référencés. Une solution de légalisation du site fut un temps recherchée avec la SACEM, celle-ci proposant un accord moyennant une rémunération égale à 8 % du chiffre d'affaire mondial du site. Radioblog estimant ce chiffre trop élevé, les négociations échouèrent... Ce choix fut décisif dans la procédure engagée par les sociétés de gestion collective de producteurs : la SCPP et la SPPF portèrent plainte contre Radioblog en 2007. Il entraîna également la suspension du service en mars 2008 par son hébergeur, celui-ci redoutant la mise en cause de sa responsabilité du fait de la présence de contenus manifestement contrefaisant sur le site. Le concurrent direct de Radioblog, aujourd'hui dénommé Deezer, accepta l'accord proposé par la SACEM.

Le Tribunal de Grande Instance de Paris, dans un jugement du 3 septembre 2009, a statué sur la plainte pénale.

Étaient mis en cause à la fois la société exploitante Mubility, le créateur du concept sur le plan technique en tant que gérant de la société, et la personne en charge de l'aspect juridique de l'entreprise, en raison de son intervention personnelle dans la structure mise en place. Deux chefs de poursuite étaient avancés : la contrefaçon des morceaux répertoriés dans les playlists, du fait de la mise à disposition d'œuvres au public sans l'autorisation des titulaires de droits, et l'édition d'un logiciel manifestement destiné à la mise à disposition du public de ces mêmes œuvres.

Les prévenus arguaient que l'infraction relative à l'offre d'un logiciel manifestement destiné à inciter ou faciliter la contrefaçon devait s'apprécier strictement, comme visant uniquement des logiciels de pair à pair (Peer to Peer). Le TGI, se référant aux travaux parlementaires rappelle que l'intention législative est d'incriminer toute offre technique de logiciel, sans que l'infraction soit cantonnée aux logiciels de pair à pair. Il importe donc peu que le logiciel ne permette pas le téléchargement de l'œuvre : toute mise à disposition étant visée, un logiciel de mise à disposition de l'œuvre par son écoute en streaming entre dans les prévisions de l'incrimination.

Les prévenus tentèrent également de se prévaloir de la qualité d'hébergeur, qui leur aurait permis de bénéficier d'un régime de responsabilité allégée. Cette qualité est déniée à Radioblog au motif que les fichiers numériques ne sont pas stockés sur le propre serveur de la société.

Le TGI condamne en conséquence la société Mubility et les créateurs du concept pour reproduction et diffusion non autorisée de phonogrammes. Il prononce la dissolution de la Société Mubility et condamne les créateurs du site à douze mois d'emprisonnement avec sursis et 10.000 euros d'amende.

A cette interprétation stricte des textes pénaux s'ajoute une condamnation civile exemplaire.

La SCPP et la SPPF, parties civiles, demandaient réparation de leur préjudice subi au titre de la contrefaçon. Ces sociétés n'agissaient pas au nom d'un intérêt individuel, mais au nom de l'intérêt collectif de la profession.

Ces sociétés de gestion collective sont donc jugées recevables et bien fondées à agir, le tribunal faisant application de la nouvelle disposition de l'article 331-1-3 du CPI qui prévoit le mode de calcul des dommages et intérêts alloués en matière de contrefaçon. Sont désormais pris en compte tant les conséquences économiques négatives subies par la partie lésée, dont le manque à gagner, que les bénéfices retirés par l'auteur de l'atteinte aux droits.

Le TGI caractérise le manque à gagner sans pour autant le quantifier : il précise ainsi que les agissements litigieux mettent en péril la création artistique, la production musicale et la survie même des auteurs et des artistes-interprètes.

Il relève par ailleurs que le modèle économique de la société était manifestement tourné vers l'incitation à la contrefaçon. A ce titre, il rappelle l'audience considérable du site durant les années 2006 et 2007, soit plus de vingt millions de visites par mois, et le caractère lucratif de cette activité, les revenus publicitaires s'élevant à plus de 403.000 euros en 2006 et 686.000 euros en 2007.

Alignant le montant des dommages-intérêts sur le montant total des revenus publicitaires du site lors des années 2006 et 2007, le TGI condamne solidairement les créateurs du concept à verser à la SCPP et la SPPF plus d'un million de dommages-intérêts.

Cette somme, a priori considérable, doit cependant être relativisée au vu de l'importance de l'audience du site. Les dommages-intérêts s'ils sont équivalents aux revenus publicitaires cumulés de deux années, correspondent surtout à la visite de centaines de millions d'internautes... De quoi s'interroger sur la validité du modèle économique de financement par la publicité ! Prendre le parti de la gratuité semble corrélativement entraîner une faible rentabilité de l'activité de diffusion générée, ce qui a nécessairement un impact sur la rémunération de l'ensemble de la chaîne musicale. L'ouverture progressive des plateformes de musique aux offres payantes, via des abonnements à destination principalement des mobiles, atteste de la nécessité de renouvellement du business model de ces structures.

Sophie DUPERRAY