



Plan d'action du Gouvernement pour la lutte contre le piratage

*Signature de la charte des bonnes pratiques dans la publicité en ligne
pour le respect du droit d'auteur et des droits voisins*

Soutien à la création

Plan d'action du Gouvernement pour la lutte contre le piratage

*Signature de la charte des bonnes pratiques dans la publicité en ligne
pour le respect du droit d'auteur et des droits voisins*

Soutien à la création

Sommaire

100 jours pour soutenir la création à l'ère numérique	03
Communication en conseil des Ministres du 11 mars 2015 : La lutte contre le piratage des œuvres sur internet	05
Communiqué de presse : L'ensemble des acteurs de la publicité s'engagent aux côtés des ayants droit pour lutter contre la contrefaçon d'œuvres sur internet	06
Annexe : Charte des bonnes pratiques dans la publicité pour le respect du droit d'auteur et des droits voisins	07

100 jours pour soutenir la création à l'ère numérique

Fleur Pellerin, ministre de la Culture et de la Communication, a identifié le soutien à la création comme l'une des priorités de son action.

Après l'annonce de l'engagement fort du Gouvernement en faveur de la création avec la sanctuarisation du budget pour les trois années à venir, Fleur Pellerin a souhaité une large mobilisation pour la création sur différents fronts.

Ainsi, en parallèle d'une large réflexion que la ministre lancera avant le début du mois d'avril sur l'accompagnement et la promotion de la jeune création, de sa stratégie nationale pour l'architecture, et en amont de son projet de loi relative à la Liberté de Création, à l'Architecture et au Patrimoine, Fleur Pellerin a souhaité développer une stratégie concrète pour soutenir la création à l'ère numérique, à travers deux priorités: d'une part, plutôt que d'opposer artistes et internautes, l'action a été orientée vers le développement de l'offre légale et la lutte contre les sites illicites ; d'autre part, porter avec force l'ambition de la France pour une Europe de la création et de la diversité culturelle.

En moins de 100 jours les jalons du soutien à la création à l'ère numérique ont été posés pour mettre fin à l'opposition systématique entre internautes et créateurs et affirmer avec force à l'échelle européenne que marché unique ne veut pas dire culture unique.

Développement de l'offre légale et lutte contre le piratage commercial

• 28 janvier : Lancement par Fleur Pellerin de l'outil de référencement de la vidéo à la demande

Avant de développer les outils de lutte contre le piratage et de sanction des offres illicites, il était essentiel que les internautes puissent trouver les oeuvres de qualité qu'ils souhaitent.

• 11 Mars : Annonce par Fleur Pellerin du plan de lutte contre le piratage commercial

Pour aller au-delà du seul maintien de la réponse graduée, un plan d'action gouvernementale a été défini autour de trois grands axes : les mesures d'assèchement des ressources financières des sites illicites ; le renforcement de la coordination de l'action interministérielle ; la réflexion sur la responsabilisation des plateformes numériques.

• 23 Mars : Signature de la charte des bonnes pratiques dans la publicité pour le respect du droit d'auteur et des droits voisins

Réunis autour de Fleur Pellerin, l'ensemble des professionnels de la publicité et les annonceurs ont réaffirmé leur attachement à la propriété intellectuelle et artistique et leur ambition de promouvoir, au côté de l'ensemble des ayants-droit, le soutien à la création.

En complément de cette charte, annonce de l'élaboration d'une charte d'engagement concerté des acteurs des moyens de paiements, pour lutter contre les circuits d'alimentation, des sites dédiés à la contrefaçon, en ressources financières.

Les combats européens

• Défense du droit d'auteur

L'année 2015 est une année déterminante pour l'avenir du droit d'auteur en Europe : Fleur Pellerin s'engage pour que la France soit force de proposition pour une plus large circulation des oeuvres, une diffusion de la culture auprès du plus grand nombre et une consolidation des droits des auteurs et de tous les acteurs de la création, pour que l'Europe demeure, telle qu'elle l'a toujours été, une terre de création.

• Taux de TVA réduit pour le livre numérique

A l'initiative de la France, les ministres de la culture allemand, italien, polonais et français ont signé une déclaration commune pour dénoncer l'inégalité de traitement fiscal établie par le droit européen entre livres imprimés et livres numériques et demander une évolution de la législation européenne dans les plus brefs délais : qu'il soit imprimé ou dématérialisé, c'est l'oeuvre qui fait le livre et non la manière d'y accéder. Les livres sont essentiels au développement et à la circulation du savoir et de la culture, ils jouent un rôle décisif en faveur de la diversité culturelle, et la promotion de la lecture et de la littérature doit être au coeur de nos politiques culturelles. Soutenir l'innovation dans l'industrie du livre est le seul moyen permettant de répondre aux attentes, en constante évolution, des lecteurs et des créateurs.

Communication en conseil des ministres du 11 mars 2015 : la lutte contre le piratage des oeuvres sur internet

La ministre de la culture et de la communication a présenté une communication relative à la lutte contre le piratage des oeuvres sur internet.

Au-delà de la réponse graduée, le Gouvernement met en oeuvre un plan d'action contre les sites internet de streaming, de téléchargement ou de référencement tirant profit des oeuvres piratées, qui comporte les mesures suivantes :

- L'assèchement des modes de financement des sites spécialisés dans la contrefaçon d'oeuvres sur internet.

Une charte rassemblant les acteurs de la publicité et les représentants des ayants-droit sera signée courant mars. Une négociation s'ouvrira ensuite en vue de la signature, d'ici le mois de juin prochain, d'une charte avec les acteurs du paiement en ligne.

- Le recours aux procédures de référé, de référé d'heure à heure, de requête simple ou de requête conjointe dans les recours judiciaires permettant de suivre dans le temps l'efficacité des mesures, notamment de blocage, prononcées à l'encontre des intermédiaires techniques.

L'importance de la centralisation régionale de l'action judiciaire et l'opportunité de saisir les magistrats référents qui seront nommés d'ici la fin juin dans les affaires de contrefaçon les plus complexes sera rappelée aux procureurs généraux.

Une coordination interministérielle de l'activité de l'ensemble des services opérationnels sur les questions relatives au piratage des oeuvres sera organisée. Au ministère de l'Intérieur, la coordination incombera à la sous-direction de la lutte contre la cybercriminalité. Le suivi des signalements sur la plateforme Pharos sera également renforcé.

Le Gouvernement est aussi mobilisé dans la lutte contre les circuits financiers clandestins. Il tirera toutes les conséquences fiscales de ces activités.

Enfin, une réflexion sur la responsabilité de certaines plateformes de partage de vidéos qui non seulement hébergent mais assurent également un rôle de distribution voire d'édition des oeuvres sera menée. Ces réflexions devront aboutir à des procédures de signalement des contenus illicites, de retrait et de suivi, plus efficaces, simples et accessibles aux ayants droit.

Le Gouvernement veillera également à ce que, dans le débat européen sur la modernisation du droit d'auteur, des solutions efficaces de prévention et de répression du piratage soient définies, impliquant les acteurs du numérique.

Communiqué
de presse



Ministère de la **Culture** et de la **Communication**

L'ensemble des acteurs de la publicité s'engagent aux côtés des ayants droit pour lutter contre la contrefaçon d'oeuvres sur internet

Fleur Pellerin, ministre de la Culture et de la Communication, se félicite de la signature de la charte des bonnes pratiques dans la publicité pour le respect du droit d'auteur et des droits voisins, qui représente la première mesure du plan d'action de lutte contre le piratage, annoncé par la Ministre au conseil des Ministres du 11 mars 2015.

A travers cet engagement volontaire et solidaire, l'ensemble des annonceurs et des professionnels de la publicité affirment leur attachement à la propriété intellectuelle et artistique et souhaitent promouvoir, aux côtés de l'ensemble des ayants-droit, l'essor de la création en ligne.

Leurs engagements concrets sont fondés notamment sur le partage d'informations pour identifier les sites pirates et de bonnes pratiques pour les exclure de leurs relations commerciales, ainsi que sur la mise en place d'une gouvernance paritaire pour rendre la démarche pérenne et dynamique.

En associant leurs forces et leurs expertises, les signataires souhaitent contribuer, chacun dans son propre domaine, à ce combat d'intérêt général en faveur du droit d'auteur.

L'objectif, à terme, est d'aboutir à l'assèchement des ressources financières des sites pirates.

Cette action s'inscrit également dans leur volonté commune de promouvoir le développement et la confiance dans l'économie numérique.

En agissant de manière volontaire au côté des pouvoirs publics et des ayants-droit, ils affirment leur attachement à une approche concertée, à la fois partenariale et adaptée à chacun, seule à même d'être efficace face à des phénomènes qui évoluent sans cesse.

Cette initiative constitue la première étape du plan d'action contre le piratage annoncé par Fleur Pellerin au conseil des ministres du 11 mars 2015. Elle sera suivie d'un travail de concertation avec les professionnels du paiement en ligne ainsi que de l'action concertée des ministères associés à cette lutte.

Contact presse

Délégation à l'information et à
la communication

01 40 15 82 05
service-presse@culture.gouv.fr

Toute l'actualité
du ministère
de la Culture
et de la Communication

www.culturecommunication.gouv.fr

[www.facebook.com/
ministere.culture.communication](http://www.facebook.com/ministere.culture.communication)

<https://twitter.com/MinistereCC>

www.culturecommunication.gouv.fr

Annexe : Charte des bonnes pratiques dans la publicité pour le respect du droit d'auteur et des droits voisins

Les organisations professionnelles, qui représentent l'ensemble des professionnels de la publicité et des annonceurs, affirment leur attachement à la propriété intellectuelle et artistique et s'engagent à faire leurs meilleurs efforts pour inciter leurs adhérents et l'ensemble des acteurs de leurs secteurs respectifs, à ne pas proposer à la vente, ni conseiller, ni acheter des espaces media sur des sites qui contreviennent massivement au droit d'auteur et aux droits voisins.

La lutte contre la contrefaçon du droit d'auteur et des droits voisins est un facteur essentiel pour l'essor de la création et l'offre légale culturelle en ligne.

Certains sites de communication au public par voie électronique, qui peuvent être établis à l'étranger, déploient des activités lucratives reposant sur la diffusion ou l'encouragement à la diffusion non autorisée d'oeuvres protégées par le droit d'auteur et les droits voisins. Les sites contrevenant massivement au droit d'auteur et aux droits voisins (ci-après dénommés « les Sites Contrevenants ») tirent l'essentiel de leurs revenus de la publicité en ligne puisque des messages publicitaires sont diffusés sur leurs sites de communication au public par voie électronique. Leur activité porte atteinte à l'offre légale culturelle en ligne.

Les entreprises signataires ont un rôle essentiel dans le développement de l'économie numérique.

Elles sont attachées à maintenir des standards de qualité pour les annonceurs comme pour l'ensemble du marché de la publicité et à la nécessité de lutter contre les Sites Contrevenants.

En effet, les annonceurs et les professionnels de la publicité souhaitent la mise en oeuvre de tous les moyens à leur disposition pour éviter la diffusion des publicités sur des Sites Contrevenants puisqu'elle est particulièrement préjudiciable à leur image et leur réputation.

Les différents professionnels de la publicité peuvent maîtriser, sur le plan opérationnel, via différents outils, la diffusion des messages publicitaires et peuvent ainsi, dans le cadre de la présente charte, mettre en oeuvre, avec leurs meilleurs efforts, des mesures permettant d'éviter que les messages publicitaires de leurs clients soient publiés sur des Sites Contrevenants, chacun selon son rôle et sa place.

Les signataires affirment le rôle prépondérant qui doit être joué par la filière culturelle pour défendre ses droits et reconnaissent la pertinence de la démarche qui consiste à assécher les revenus des Sites Contrevenants et souhaitent s'y associer.

C'est pourquoi, sous l'impulsion du Ministère de la Culture et de la Communication, les signataires de cette charte décident les mesures qui suivent, mesures volontaires et solidaires qui sont destinées à enrayer le phénomène de la contrefaçon d'oeuvres sur ces sites.

Principes généraux

Les professionnels de la publicité et les annonceurs signataires s'engagent à mettre en place une ou plusieurs procédures destinées à renforcer la lutte contre les Sites Contrevenants, notamment celles mentionnées aux articles suivants, sans préjudice de l'utilisation complémentaire d'autres moyens qu'ils estimeraient appropriés.

Les ayants droit signataires s'engagent à poursuivre les démarches de sensibilisation et d'éducation dans lesquelles ils sont engagés en matière de lutte et de prévention contre les activités illicites, en France ou à l'étranger. Se trouvant les mieux placés pour identifier et apprécier la violation des droits d'auteur, au contraire des services publicitaires qui doivent se reposer sur eux pour ce faire, ils s'engagent à collaborer.

Engagements

1. Les entreprises signataires de la présente charte établissent et mettent en oeuvre des recommandations claires et transparentes destinées à empêcher les Sites Contrevenants d'engager toute relation commerciale avec eux.

2. Ces recommandations seront publiées sur le ou les sites des services publicitaires concernés et sur leur site et/ou celui de l'organisme professionnel qui les représente, de façon très visible et à des endroits appropriés. Les organisations professionnelles signataires communiquent et mettent à la disposition de leurs adhérents, et plus généralement de tout acteur de leur secteur en faisant la demande, tous les outils utiles permettant le respect de ces bonnes pratiques. Les signataires encouragent également par tous les moyens d'information et de communication à leur disposition leurs partenaires professionnels de la publicité à mettre en place les recommandations de la présente charte.

3. Les signataires de la présente charte s'engagent à mettre en oeuvre les moyens à leur disposition, chacun selon son rôle et sa place, afin d'éviter de diffuser des publicités sur les Sites Contrevenants.

a) Chaque signataire peut établir une liste d'adresses url de sites internet en se référant aux informations fournies par les autorités compétentes¹, en utilisant éventuellement des outils technologiques, et en collaboration avec les ayants droit qui sont les seuls à avoir la connaissance des droits qui s'appliquent. Cette liste est établie selon des critères définis en plein accord avec l'ensemble des parties prenantes, notamment dans le cadre du Comité de suivi (cf. point 4) et sera mise à jour en tant que de besoin par chacun.

b) Chaque entreprise signataire, selon les modalités qu'elle juge les plus appropriées, oriente ses relations contractuelles et/ou commerciales en fonction de sa propre liste. Les annonceurs, ainsi que les agences médias, les régies et les services de publicité indiquent, le cas échéant, qu'ils ne souhaitent pas faire apparaître de publicité sur les Sites Contrevenants et ainsi y associer leurs marques ou services. Ils peuvent insérer dans les contrats les liant à leurs prestataires une disposition rappelant cette obligation. Cette clause pourra s'appuyer sur une liste de sites que leurs prestataires pourront éventuellement compléter dans le cadre de leur obligation de conseil.

c) Chaque signataire peut également décider de mettre en place tous les outils opérationnels existants pour détecter et refuser de collaborer avec les Sites Contrevenants figurant sur sa liste.

¹ - Organismes professionnels dont les agents sont assermentés par le Ministère de la Culture et de la Communication, sites signalés sur la plateforme PHAROS du Ministère de l'Intérieur, autorités administratives indépendantes, décisions de justice...

4. Il est créé un Comité de suivi au sein duquel les parties prenantes, représentées par les organisations professionnelles signataires², sous l'impulsion des pouvoirs publics, pourront apprécier sur une base régulière les effets des pratiques issues de la présente charte.

a) Le Comité de suivi fait état des bonnes pratiques mises en place par les signataires.

b) Le Comité fait circuler toute information utile sur les sites contrevenants.

c) Les signataires tiennent compte des observations du Comité dans le retrait des sites considérés comme contrevenants et s'engagent à prendre les mesures qu'ils jugeront nécessaires pour sensibiliser leur profession et en assurer l'effectivité.

d) Les pouvoirs publics, notamment le Ministère de la Culture et de la Communication, sur la recommandation du Comité, peuvent conduire des actions de valorisation des acteurs vertueux participant à cette démarche, auprès des professionnels et du grand public.

e) Le Comité se réunit deux fois par an et rédige un rapport de synthèse qui est communiqué au Ministre de la Culture et de la Communication, que ce dernier peut rendre public.

f) L'évolution des missions et/ou l'extinction du Comité de suivi sont décidées d'un commun accord entre ses membres et le Ministère de la Culture et de la Communication.

5. Les signataires s'engagent à donner à la présente charte la publicité adéquate, y compris à l'égard du grand public, et à y rechercher l'adhésion du plus grand nombre de parties prenantes.

6. La présente charte entre en vigueur le en présence du Ministère de la Culture et de la Communication.

2 - Composé d'un nombre paritaire de représentants des annonceurs et professionnels de la publicité, d'une part, et des ayants droit, d'autre part.

Les signataires

pour les acteurs de la communication digitale représentés par Interactive Advertising Bureau (IAB France), le représentant légal,

pour les régies représentées par le Syndicat des régies internet (SRI), le représentant légal, pour les agences médias représentées par l'Union des Entreprises de Conseil et Achat Média (UDECAM), le représentant légal,

pour les annonceurs représentés par l'Union des annonceurs (UDA), le représentant légal,

pour les organismes représentant les ayants droit : l'Association de Lutte Contre la Piraterie Audiovisuelle (ALPA), le représentant légal,

le Syndicat national de l'édition (SNE), le représentant légal,

le Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs (SELL), le représentant légal,

le Syndicat National du Jeu Vidéo (SNJV), le représentant légal,

la Société des Auteurs, Compositeurs et Editeurs de musique (SACEM), le représentant légal,

la Société civile des Producteurs Phonographiques (SCPP), le représentant légal,

et la Société Civile des Producteurs de Phonogramme en France (SPPF), le représentant légal.