

Cédric Manara
Professeur associé, EDHEC Business School
Arbitre, consultant juridique

400 Promenade des Anglais
B.P. 3116
06202 NICE cedex 3
FRANCE

cedric.manara@gmail.com
www.cedricmanara.com

CONTENUS CREATIFS EN LIGNE: QUESTIONS POLITIQUES ET REGLEMENTAIRES SOUMISES A CONSULTATION

Commentaires sur la consultation de la Commission sur les contenus créatifs en ligne dans le marché unique [COM(2007) 836]

Madame, Monsieur,

Veillez trouver ci-dessous mes réponses aux questions 2, 3 et 4 de la partie « Gestion *numérique des droits* » de votre consultation.

Q2 : Estimez-vous que l'information des consommateurs sur les systèmes de DRM en ce qui concerne leur interopérabilité et leurs caractéristiques en matière de données personnelles devrait être améliorée? À votre avis, quels seraient les moyens et les procédures les plus adaptés pour améliorer l'information des consommateurs en matière de systèmes de DRM? Quelles pratiques recommandez-vous en ce qui concerne l'étiquetage des produits et des services numériques?

Avant la révolution digitale, les supports musicaux étaient nettement différenciés : un disque vinyle ne pouvait être lu que sur un électrophone, une cassette musicale sur un magnétophone, une cassette vidéo sur un magnétoscope... Aujourd'hui, les morceaux musicaux, les *e-books* ou les films se vendent sous forme de fichiers, dont il s'avère qu'ils ne sont pas forcément compatibles avec les logiciels de lecture que détiennent les acquéreurs de ces fichiers.

Les DRM sont des systèmes sophistiqués, compliquant l'accès aux contenus créatifs ; les biens culturels sont des biens de grande consommation, dont l'usage est normalement simple. C'est pourquoi la conjugaison des premiers et des seconds s'est accompagnée de nombreuses difficultés, en premier lieu en matière d'information des consommateurs.

Ainsi plusieurs décisions judiciaires sont-elles intervenues en France pour sanctionner des maisons de disques, pour non respect de leur devoir d'information à l'égard des consommateurs, ou pour tromperie sur les produits. Ces sanctions civiles ou pénales ont trouvé à s'appliquer quand la maison de disques n'avait pas suffisamment mis en garde le consommateur sur l'aptitude du support à être lu sur tout lecteur, ou sur ses caractéristiques particulières.

Afin de prévenir les difficultés nouvelles posées par la sophistication croissante des systèmes de protection des contenus, l'information des consommateurs sur les restrictions d'accès ou de lecture de ces contenus pourrait être fournie au moyen de pictogrammes.

Les pictogrammes présentent en effet l'avantage de s'abstraire de toute considération linguistique : quel que soit la nationalité ou la langue du fournisseur de contenu ou du consommateur européens, l'un et l'autre pourraient trouver dans l'usage de ces signes un moyen simple d'informer et d'être informé. Ces signes seraient « cliquables » (renvoyant à une page commune en expliquant la signification), et pourraient devenir un standard européen d'information, mais aussi d'appréciation de la responsabilité des professionnels.

A cet égard, l'exemple des pictogrammes développés par l'organisation américaine *Creative Commons*, et dont l'usage s'est rapidement développé sur internet, mérite d'être signalé. Afin d'indiquer de manière simple et claire quel usage les tiers peuvent faire d'un contenu protégé, son auteur peut recourir à l'un ou l'autre des contrats-type de licences rédigés par l'organisation. Plutôt que d'informer de son choix au moyen de clauses juridiques, il affiche, en marge de la création concernée, les conditions de leur utilisation

au moyen de simples pictogrammes. Le mécanisme, et ces pictogrammes, sont présentés sur la page *Choosing a license* du site web de l'organisation, à l'adresse <http://creativecommons.org/about/licenses/meet-the-licenses>

Il est également utile d'indiquer qu'en France, le Forum des Droits sur l'Internet, dans un rapport dans lequel il rappelait la nécessité d'informer au mieux les internautes dans les transactions électroniques, a suggéré la mise en place de logos « cliquables » pour indiquer ou rappeler aux consommateurs quels sont leurs droits (Recommandation « Droit de la consommation appliqué au commerce électronique, 31 août 2007, page 29, www.foruminternet.org/specialistes/concertation/recommandations/IMG/pdf/reco-conso-20070831.pdf).

Q3 : Estimez-vous qu'en réduisant la complexité et en améliorant la lisibilité des accords de licence de l'utilisateur final (EULA, end-user licence agreement), on favorise le développement de services de contenus créatifs en ligne dans le marché intérieur? Quelles pratiques recommandez-vous en matière d'accords de licence? Existe-t-il des points particuliers en matière d'accords de licence qui méritent d'être approfondis?

Les DRM sont des systèmes sophistiqués, et le droit d'auteur une matière complexe. Ces dimensions techniques s'additionnent dans les offres commerciales, qui peuvent donc difficilement être limpides pour les consommateurs.

Tout ce qui peut concourir à la lisibilité des conditions d'accès aux contenus et d'usage de ceux-ci ne peut donc être que de nature à faciliter le choix des consommateurs. En ce sens, l'utilisation de pictogrammes, par exemple, ainsi qu'il est décrit dans la réponse précédente, peut rendre plus aisée la compréhension des licences.

Q4 : Considérez-vous que des mécanismes alternatifs de résolution des litiges, en ce qui concerne la mise en œuvre et la gestion des systèmes de DRM, renforceraient la confiance des utilisateurs dans les nouveaux produits et services? Quelles pratiques recommandez-vous à cet égard?

La consultation portant sur les contenus créatifs en ligne, la réponse ne sera formulée que dans l'hypothèse de mécanismes alternatifs de résolution des litiges en ligne.

Les bénéfices théoriques des procédures électroniques de résolution des litiges sont connus : baisse des coûts, rapidité, etc. Toutefois, en pratique, l'étude des différentes initiatives de ces systèmes montre qu'ils n'ont guère rencontré de succès. Il existe néanmoins une exception notable, en matière de noms de domaine : ce sont plus de 20.000 procédures électroniques qui ont été engagées, depuis fin 1999, à des fins de récupération de nom de domaine ou d'annulation d'enregistrement. Ce succès tient en partie au fait que les noms de domaine sont des biens numériques, de faible coût, suscitant de nombreux litiges, et pour lesquels la création d'une procédure adaptée s'est révélée nécessaire.

Les contenus créatifs en ligne présentent des caractéristiques économiques ou sociologiques proches de celles qui viennent d'être évoquées pour les noms de domaine, *mutatis mutandis*. Aussi la mise en place d'une procédure dématérialisée, de faible coût, pourrait-elle accompagner de façon appropriée le développement du marché des contenus créatifs en ligne.

Je remercie la Direction Générale Société de l'information et Médias de l'attention qui sera portée à ces commentaires.

Fait à Nice, le 28 février 2008

Cédric Manara