

L'impression 3D à la rencontre du web : quelle responsabilité ?

Mémoire réalisé par
Mylena Cohen

Promoteur(s)
Alain Strowel

Année académique 2016-2017
Master en droit

Le plagiat entraîne l'application des articles 87 à 90 du règlement général des études et des examens de l'UCL. Il y a lieu d'entendre par « plagiat », l'utilisation des idées et énonciations d'un tiers, fussent-elles paraphrasées et quelle qu'en soit l'ampleur, sans que leur source ne soit mentionnée explicitement et distinctement à l'endroit exact de l'utilisation.

La reproduction littérale du passage d'une oeuvre, même non soumise à droit d'auteur, requiert que l'extrait soit placé entre guillemets et que la citation soit immédiatement suivie de la référence exacte à la source consultée.*.

En outre, la reproduction littérale de passages d'une oeuvre sans les placer entre guillemets, quand bien même l'auteur et la source de cette oeuvre seraient mentionnés, constitue une erreur méthodologique grave pouvant entraîner l'échec.

* A ce sujet, voy. notamment <http://www.uclouvain.be/plagiat>.

Introduction.....	p.7
Titre 1^{er}. L'impression 3D.....	p.10
Chapitre 1. Aspects techniques.....	p.10
§1. Les méthodes traditionnelles de fabrication.....	p.10
§2. La fabrication additive.....	p.10
§3. Processus de fabrication.....	p.11
Chapitre 2. Une technologie disruptive.....	p.12
§1. Le franchissement des limites de la technologie.....	p.12
§2. Les avantages abondants de la fabrication additive.....	p.13
§3. Une technologie disruptive.....	p.14
§4. Domaines d'application.....	p.15
Chapitre 3. L'impression 3D et le web.....	p.15
§1. La nature des services proposés.....	p.16
1. <i>Le service d'impression.....</i>	<i>p.16</i>
2. <i>La mise à disposition de fichiers CAO téléchargeables.....</i>	<i>p.16</i>
3. <i>Services divers.....</i>	<i>p.17</i>
§2. La nature du contenu mis à disposition.....	p.18
1. <i>Sites traditionnels.....</i>	<i>p.18</i>
2. <i>Sites participatifs.....</i>	<i>p.19</i>
a. <i>Typologie des sites participatifs.....</i>	<i>p.19</i>
b. <i>Application aux sites dédiés à l'impression 3D.....</i>	<i>p.21</i>
§3. Finalité du site.....	p.24
1. <i>Sites à but lucratif.....</i>	<i>p.24</i>
2. <i>Sites à but non lucratif.....</i>	<i>p.25</i>
Chapitre 4. L'impression 3D à la rencontre des droits de propriété intellectuelle.....	p.26
§1. Le droit d'auteur.....	p.26
§2. Les brevets.....	p.28
§3. Les dessins et modèles.....	p.29
§4. La marque.....	p.30
§5. Conclusion.....	p.31

Titre 2. Questions de responsabilité.....	p.32
Chapitre 1. Régime de responsabilité des intermédiaires en ligne issu de la directive « e-commerce »	p.32
§1. Fonctionnement général de la directive e-commerce.....	p.32
§2. L'exonération en tant qu'hébergeur.....	p.33
1. Généralités.....	p.33
2. L'accommodation du régime face au web 2.0.....	p.34
a. Approche fonctionnelle.....	p.35
b. Hébergement versus édition.....	p.35
1. Le critère du profit réalisé par le prestataire.....	p.36
2. Le critère de la structure de présentation.....	p.37
c. Le critère de neutralité.....	p.38
1. Google Adwords: la découverte du critère.....	p.38
2. eBay : l'application du critère aux places de marché en ligne.....	p.40
d. Bilan.....	p.41
1. Sites participatifs à caractère non commercial...p.42	
2. Sites participatifs de nature commerciale.....p.42	
§3. Mise en œuvre de la responsabilité.....	p.43
1. La connaissance.....	p.43
a. Le degré de connaissance.....	p.44
b. La prise de connaissance.....	p.45
2. La réaction de l'hébergeur.....	p.46
a. L'examen de l'illicéité.....	p.46
b. La promptitude la réaction.....	p.47
3. Procédure de « notice and takedown ».....	p.47
§4. La prévention et cessation des atteintes par les intermédiaires.....	p.48
1. Mesures de filtrage.....	p.48
2. Absence d'obligation générale de surveillance.....	p.48
3. Obligation particulière de filtrage.....	p.49

Chapitre 2. Les sites d'impression 3D confrontés à la directive e-commerce.....	p.50
§1. GrabCAD.....	p.51
1. « Le stockage d'informations fournies par un destinataire de service ».....	p.51
2. Le test de neutralité.....	p.51
3. La prise de connaissance.....	p.53
§2. 3Dcontentcentral.....	p.53
1. « Le stockage d'informations fournies par un destinataire de service ».....	p.53
2. Le test de neutralité.....	p.54
3. La prise de connaissance.....	p.54
§3. Partcommunity.....	p.54
1. « Le stockage d'informations fournies par un destinataire de service ».....	p.55
2. Le test de neutralité.....	p.55
3. La prise de connaissance.....	p.55
§4. Shapeways.....	p.56
1. « Le stockage d'informations fournies par un destinataire de service ».....	p.56
2. Le test de neutralité.....	p.56
3. La prise de connaissance.....	p.57
§5. Thingiverse.....	p.57
1. « Le stockage d'informations fournies par un destinataire de service ».....	p.57
2. Le test de neutralité.....	p.57
3. La prise de connaissance.....	p.59
Chapitre 3. Perspectives futures.....	p.59
§1. Vers un statut intermédiaire ?.....	p.59
§2. Proposition de directive sur le droit d'auteur dans le marché unique numérique.....	p.61
1. Texte de la proposition.....	p.61
2. Accueil de la proposition.....	p.62
§3. Approche privilégiée.....	p.65
 Conclusion.....	 p.68
Bibliographie.....	p.69

Introduction.

L'impression 3D n'est pas une nouveauté. La plupart des auteurs s'accordent à en retracer le début en 1984¹, année durant laquelle un brevet français² et un brevet américain³ sont déposés à quelques semaines d'intervalle. Ces deux brevets portent sur la première technique de ce qui est d'abord appelé la fabrication additive⁴: la stéréolithographie. Aux Etats-Unis, Chuck Hull, ingénieur et dépositaire du brevet américain, se lance dès 1986 dans la fabrication et la commercialisation de ces machines.

Pourtant ancienne depuis plus de trente ans, la technologie a fait l'objet d'un nouvel élan d'enthousiasme et d'une vaste médiatisation. La cause première de cet engouement est l'expiration récente des brevets sur les machines de fabrication additive, ce qui a permis la commercialisation des machines au grand public⁵.

D'autres auteurs évoquent également le fait que plusieurs secteurs de l'industrie aient pleinement adopté la technologie, tels que le secteur de l'industrie lourde, de la santé ou des biens de consommation courante⁶. De plus, les imprimantes 3D semblent être devenues un produit populaire dont les usages individuels se sont massivement

¹ A-F. OBATON *et al.*, « Fabrication additive: état de l'art et besoins métrologiques engendrés », *Revue française métrologique*, 2010, n°41, p. 21; F. GHILASSENE, « L'impression 3D: Impacts économiques et enjeux juridiques », *Les Dossiers de la Direction des Etudes de l'INPI*, Dossier n° 2014-04, p. 4. En revanche, certains auteurs anglais situent le premier brevet pertinent à 1977, voir S. BRADSHAW, A. BOWYER et P. HAUFE, « The intellectual property implications of low-cost 3D printing », *ScriptEd*, 2010, 7 (1), p. 8 qui renvoie au US Patent 404176.

² *Ibid.*, p. 21 où l'auteur renvoie au brevet suivant: J.C. ANDRÉ, A. LE MEHAUTÉ, O. DE WITTE, « Dispositif pour réaliser un modèle de pièce industrielle », Brevet FR 2 567 668 – A1, Date de dépôt : 16-07-1984, date de publication : 17-01-1986, également consultable à l'adresse suivante: <http://bases-brevets.inpi.fr/fr/document/FR2567668/publications.html> (consulté le 17 décembre 2016).

³ C.W. HULL, « Method and apparatus for production of three-dimensional objects by stereolithography », Brevet EP 0 171 069 – A2, Date de dépôt : 08-08-1984, date de publication : 12-02-1986.

⁴ Dénomination officielle adoptée par les comités de normalisation.

⁵ A-F. OBATON *et al.*, « Fabrication additive: état de l'art et besoins métrologiques engendrés » *op. cit.*, p. 22.

⁶ B. MICHAUX et S. HALLEMANS, « Introduction » dans *Défis et opportunités pour la propriété intellectuelle* (sous la dir. de Benoît Michaux), Bruxelles, Larcier, 2016, p. 6.

généralisés, malgré les quelques lacunes des machines grand public en termes de qualité et de matériaux utilisables⁷.

Finalement, la philosophie sous-jacente à l'impression 3D ne saurait être négligée: l'idée de « *la réappropriation des techniques de fabrication* »⁸ sans passer par des intermédiaires est perçue comme une nouvelle façon de s'affranchir⁹. A cet égard, le mouvement des « makers », dont la vision est celle d'un artisanat en libre-partage et d'une production solidaire et équitable, est significatif¹⁰. La technologie présente dès lors un caractère très communautaire.

Bien que certains aient exprimé leur scepticisme quant à l'impact de l'impression 3D sur l'industrie, l'on peut désormais parler avec certitude d'une révolution industrielle imminente. Dans la première partie de ce mémoire, nous nous efforcerons de dégager les caractéristiques principales de la technologie et les dernières avancées en la matière qui nous permettent d'affirmer cela.

Les enjeux juridiques d'une telle révolution ont déjà suscité beaucoup de réflexions. En effet, certains ont émis des craintes quant à l'impression d'objets dangereux ou contrevenants à certaines normes de sécurité. Cette question a déjà fait couler beaucoup d'encre, et il semble que, du fait du marquage des objets imprimés en 3D, elle soit désormais sans objet¹¹. D'autres se sont plutôt penchés sur des questions contractuelles, tâchant de qualifier un contrat d'impression 3D et les questions de responsabilité y afférentes¹². La crainte majeure se situe toutefois au niveau des possibilités de contrefaçon que la généralisation massive d'une telle technologie entraîne. La doctrine a dès lors abordé abondamment la question de l'aptitude de la propriété intellectuelle à en contrer les potentielles dérives.

⁷ B. MICHAUX et S. HALLEMANS, « Introduction », *op. cit.*, p. 7.

⁸ FABULOUS, « Le mouvement des Makers et du Do It Yourself (DIY) », www.fabulous.com.co (consulté le 20/11/2016).

⁹ B. MICHAUX et S. HALLEMANS, *op. cit.*, p. 7.

¹⁰ *Ibidem.*

¹¹ C. STIERNON, « Armes légères et nouvelles technologies, quels défis pour le contrôle des ALPC ? », note d'analyse du groupe de Recherche et d'Information sur la Paix et la Sécurité (GRIP), 11 septembre 2015, Bruxelles, p. 12.

¹² J.-B. HUBIN, « L'impression 3D et le droit des obligations: questions choisies » in *L'impression 3D, défis et opportunités pour la propriété intellectuelle* (sous la dir. de B. MICHAUX), Bruxelles, Bruylant, 2016, pp. 32-48.

Avec l'idée d'explorer l'inconnu, nous avons décidé de nous intéresser à une autre facette de la révolution : l'émergence de nombreux sites internet proposant des services liés à l'impression 3D. Ces plateformes se présentent sous des formes très diversifiées et proposent souvent des services variés.

La question à laquelle ce mémoire veut répondre est celle de la responsabilité des titulaires de ces sites lorsque ceux-ci mettent à disposition ou impriment un fichier contrefaisant. A cette fin, il sera dans un premier temps procédé à un bref examen des hypothèses dans lesquelles la mise à disposition d'un fichier se révèle être attentatoire à la propriété intellectuelle. Par la suite, après une analyse de plusieurs plateformes liées à l'impression 3D, nous suggérerons une typologie de ces acteurs.

Le second titre de cette étude a pour vocation de répondre aux questions de responsabilité en tant que telle. A cette fin, nous exposerons le régime de responsabilité que la directive 2000/31¹³ met en place pour les intermédiaires en ligne. Ensuite, nous nous attacherons à examiner dans quelle mesure les acteurs de l'impression 3D s'insèrent dans ce système.

La directive étant aujourd'hui ancienne, elle est considérée par de nombreux auteurs comme dépassée et inefficace. En effet, la Toile ayant connu un développement sans précédent, de nombreuses nouvelles catégories d'acteurs sont apparues, pour qui le régime actuel paraît inapproprié. Diverses approches ont été avancées dans l'espoir de moderniser la directive 2000/31 et, au vu des nombreuses parties prenantes en jeu, celles-ci ont été très diverses. La Commission européenne semble avoir pris position dans le débat à travers sa proposition de directive sur le droit d'auteur dans le marché numérique du 14 septembre 2016¹⁴. Nous nous efforcerons dès lors à synthétiser les changements envisagés dans la mesure où ceux-ci risquent d'affecter les sites web dédiés à l'impression 3D.

¹³ Directive 2000/31/CE du Parlement Européen et du Conseil relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur. Ci après : directive e-commerce.

¹⁴ Proposition de directive (COM(2016) 593 final) du Parlement Européen et du Conseil du 14 septembre 2016 sur le droit d'auteur dans le marché unique numérique.

Titre 1^{er}. L'impression 3D

Chapitre 1. Aspects techniques

§1. Les méthodes traditionnelles de fabrication

Traditionnellement, les méthodes de fabrication d'objets solides se caractérisent par la soustraction de matière. Il existe deux méthodes soustractives distinctes.

L'on pense d'abord à l'usinage, qui consiste à soustraire une forme, à l'aide de machines-outils, d'un bloc de matière. Le moulage, quant à lui, permet d'obtenir des formes plus complexes par la solidification de matériaux liquides placés dans la forme désirée. Pour obtenir le produit final, il faudra bien souvent assembler les pièces obtenues par moulage ou usinage. Cela peut se faire par plusieurs procédés, dont par exemple le soudage. L'on qualifie toutes ces méthodes de secondaires dès lors que les moules et modèles utilisés doivent également être fabriqués par une de ces méthodes soustractives¹⁵.

La révolution industrielle a permis de développer un nombre énorme de variantes de ces techniques. En effet, de nombreuses machines sophistiquées permettant le moulage et l'usinage ont vu le jour. Ces machines sont désormais numérisées et rendent possible la fabrication d'objet sans intervention humaine. Néanmoins, elles souffrent d'une lacune qui leur est inhérente : il est très difficile d'estimer la trajectoire que les outils de découpage doivent suivre pour soustraire la forme. Ce problème s'accroît au fur et à mesure de la complexité de la forme à réaliser.

§2. La fabrication additive

L'on comprend aisément que le terme « fabrication additive » s'oppose à ces méthodes soustractives. En effet, celui-ci regroupe « *les procédés permettant de fabriquer des pièces, par ajout successif de couches de matière, à partir d'un modèle numérique,*

¹⁵ S. BRADSHAW, A. BOWYER et P. HAUFE, « The intellectual property implications of low-cost 3D printing », *op.cit.*, p. 6.

sans recourir à l'outillage »¹⁶. La fabrication additive part donc de rien et *ajoute* de la matière pour créer un produit final. F. Ghilassene explique que les différents procédés de fabrication additive se distinguent selon la façon dont la matière est déposée, mais se rejoignent en ce que « *le vide qui donne la forme de l'objet est créé par l'absence de dépôt de matière* »¹⁷.

Aujourd'hui, plusieurs types de procédés existent. La stéréolithographie est le plus ancien et consiste en la solidification de couches de plastique liquide par une lumière UV. Le plus répandu en matière d'impression 3D personnelle est le modelage par dépôt graduel de matière fondue¹⁸. Les matériaux disponibles, la durée de l'impression, la précision et la taille de l'objet varieront en fonction de la méthode choisie¹⁹. Une nouvelle méthode, appelée le *Digital Light Synthesis*, se différencie de ces méthodes « usuelles » d'impression 3D en ce qu'elle permet la fabrication de l'objet en continu, sans devoir attendre la solidification de chaque couche²⁰.

La variété des matériaux pouvant être utilisés est impressionnante. En fonction du produit final désiré, il peut s'agir de plastiques, des métaux, de céramiques, du papier, du bois, des cires et d'autres encore²¹. Le procédé dicte la forme sous laquelle le matériau se présente: liquide, en poudre, en filament ou sous forme de feuille²².

§3. Processus de fabrication

Le processus de fabrication par impression 3D se décline en deux étapes distinctes. La première étape est numérique : en effet, le fichier de modélisation numérique en 3D,

¹⁶ AFNOR, NF E 67-001, 2011, « Fabrication additive - Vocabulaire », cité dans A-F. OBATON *et al.*, « Fabrication additive: état de l'art et besoins métrologiques engendrés », *Revue française métrologique*, 2010, n°41, p. 22.

¹⁷ F. GHILASSENE, « L'impression 3D: Impacts économiques et enjeux juridiques », *Les Dossiers de la Direction des Etudes de l'INPI*, Dossier n°2014 - 04, Septembre 2014, p. 6

¹⁸ B. MICHAUX et S. HALLEMANS, *op. cit.*, p. 7.

¹⁹ *Ibidem*.

²⁰ V. GIROU, « Digital light synthesis – Carbon et l'impression 3D », 17 avril 2017, Electric News, www.electricnews.fr (consulté le 26/07/2017).

²¹ A-F. OBATON *et al.*, « Fabrication additive: état de l'art et besoins métrologiques engendrés », *Revue française métrologique*, 2010, n°41, p. 22.

²² *Ibid.*, p. 22.

primordial à la mise en oeuvre de la fabrication, remplace le moule classique²³. Ceci présente un énorme avantage : ces fichiers peuvent être modifiés à l'infini afin de créer différentes séries de produits²⁴.

Ces fichiers sont créés à l'aide de logiciels de conception, appelés logiciels CAO²⁵ et CAD²⁶ en anglais. Ils peuvent également être obtenus par la numérisation d'un objet physique, à l'aide d'un scanner 3D. Ceux-ci sont de plus en plus répandus et il existe même des applications pour Smartphone permettant la numérisation 3D gratuite²⁷. La dernière façon d'accéder à des fichiers CAD est de les télécharger en ligne, à travers les plateformes dédiées à l'hébergement de tels fichiers. Nous détaillerons les différentes possibilités qu'offrent ces plateformes *infra*.

La deuxième étape est la matérialisation de l'objet. Après le transfert du fichier vers l'imprimante 3D, celle-ci, à l'aide d'un logiciel intégré, découpe l'objet représenté par le fichier en fines tranches et dépose successivement des fines couches de matières coïncidant avec ces tranches.

Chapitre 2. Une technologie disruptive

§1. Le franchissement des limites de la technologie

L'essor de la technologie a entraîné de nombreuses spéculations. Les sceptiques n'ont pas hésité à souligner la lenteur et le coût de l'impression 3D pour exprimer leurs doutes quant à l'impact que celle-ci aura sur l'industrie²⁸. Selon les industriels, le manque de matières premières constitue également une limite au développement de la fabrication additive dans l'industrie²⁹. La combinaison de ces facteurs aurait pour

²³ FABULOUS, « Le fichier 3D n'aura plus aucun secret pour vous », www.fabulous.com.co (consulté le 20/11/2016).

²⁴ La notion de « mass customisation » décrit ce phénomène où il existe un produit unique qui connaît un tas de déclinaisons pour chaque besoin particulier.

²⁵ Conception Assistée par Ordinateur.

²⁶ Computer Assisted Design.

²⁷ Citons à titre d'exemple l'application gratuite *Structure Sensor*.

²⁸ A. CLAPAUD, « Les industries de demain naissant au cœur des fab labs », 07/11/2013, 01netBusiness, www.pro.01net.com (consulté le 20/11/2016).

²⁹ A-F. OBATON *et al.*, « Fabrication additive: état de l'art et besoins métrologiques engendrés » *op. cit.*, p. 23.

conséquence que l'impression 3D n'est pas adaptée pour satisfaire de gros volumes de production³⁰. Son usage principal réside dès lors dans le prototypage rapide et la production de biens personnalisés, telles que des pièces de haute technologie utilisées pour la création d'un produit fini³¹.

Néanmoins il semble qu'aujourd'hui ces lacunes aient été surmontées. En effet, une nouvelle variante de la technologie a été mise au point: la fabrication additive « en continu », par opposition à la technique traditionnelle du couche par couche³². Cette méthode permet d'imprimer un objet jusqu'à 100 fois plus rapidement et lie les différentes couches de manière plus efficace : le produit fini est ainsi plus solide et présente des surfaces moins rugueuses, nécessitant moins de post-traitement³³. Adidas fait déjà usage de ce procédé pour la semelle de son nouveau modèle de basket, les *Futurecraft 4D*³⁴. Contre toutes attentes, la technologie est donc désormais utilisée dans une perspective de production de masse³⁵.

§2. Les avantages abondants de la fabrication additive

La fabrication additive présente de nombreux avantages par rapport aux méthodes classiques de fabrication.

Son atout principal réside dans le fait qu'elle permet de fabriquer des objets de formes très complexes qui auparavant étaient irréalisables. La technologie permet également l'optimisation topologique, qui consiste en « *la bonne matière, la bonne quantité, au bon endroit et pour la bonne raison* »³⁶ et entraîne l'allègement des pièces. De plus, la

³⁰ F. GHILASSENE, « L'impression 3D: Impacts économiques et enjeux juridiques », *Les Dossiers de la Direction des Etudes de l'INPI*, Dossier n°2014 - 04, Septembre 2014, p. 12 et A-F. OBATON *et al.*, « Fabrication additive: état de l'art et besoins métrologiques engendrés » *op. cit.*, p. 23.

³¹ F. GHILASSENE, « L'impression 3D: Impacts économiques et enjeux juridiques », *op. cit.*, p. 12.

³² T. LUCAS, « L'impression 3D passe à la polymérisation liquide, façon Terminator 2 », 17 mars 2015, L'usine Digitale, www.usine-digitale.fr (consulté le 26/07/2017).

³³ THE ECONOMIST, « 3D Printers start to build factories of the future », 29 juin 2017, The Economist, www.economist.com (consulté le 26/07/2017).

³⁴ V. GIROU, « Digital light synthesis – Carbon et l'impression 3D », 17 avril 2017, Electric News, www.electricnews.fr (consulté le 26/07/2017).

³⁵ En effet la marque a pour objectif de commercialiser 100 000 modèles en 2018.

³⁶ P. BAUER, « Les rencontres de la fabrication additive », Salon 3D Print, Lyon, France, 17–20 juin 2014 cité dans A-F. OBATON *et al.*, « Fabrication additive: état de l'art et besoins métrologiques engendrés » *op. cit.*, p. 22.

réparation des pièces est plus facile et même si celles-ci sont articulées, il est possible de les réaliser en une seule étape. La matière non utilisée en fin de procédure est réutilisable, avec pour résultat une économie de matière. La possibilité de modifier le fichier numérique à l'infini permet une réalisation sur mesure.

Notons également un avantage écologique et économique de la fabrication additive: il est possible d'imprimer les pièces de rechange localement, par simple transfert numérique. Il n'y a donc plus de transport physique. L'outillage n'est plus nécessaire non plus. Enfin, la production fonctionne à la demande, entraînant une minimisation des pertes et un gain de place.

§3. Une technologie disruptive

Ces avantages ont poussé énormément d'auteurs à qualifier la technologie de disruptive³⁷. Selon un rapport du McKinsey Global Institute de 2013, les technologies disruptives « *transform the way we live and work, enable new business models, and provide an opening for new players to upset the established order* »³⁸. Le rapport identifie 12 technologies susceptibles d'ainsi transformer les modèles établis, parmi lesquelles l'impression 3D. A titre d'exemple, il estime que d'ici 2025, elle pourrait avoir un impact économique direct de 230 à 550 milliards de dollars³⁹.

Néanmoins, le rapport précise que cette prédiction dépend de plusieurs facteurs dont, en particulier, les progrès qui seront fait au niveau de la vitesse d'impression et des matériaux disponibles. Aujourd'hui, ce souci-là semble dépassé. Mais un autre paramètre est à prendre en compte :

« Much of the potential value of 3D printing for consumers and entrepreneurs will depend on the emergence of an “ecosystem” to support users. Online 3D object exchanges like Thingiverse point to a potential future in which object designs are widely exchanged and purchased like music files, greatly facilitating the spread of 3D

³⁷ F. GHILASSENE, « L'impression 3D: Impacts économiques et enjeux juridiques », *Les Dossiers de la Direction des Etudes de l'INPI*, Dossier n°2014 - 04, Septembre 2014, p. 4.

³⁸ J. MANYIKA *et al.*, « Disruptive technologies: Advances that will transform life, business and the global economy », 2013, *McKinsey Global Institute*, préface, p. 1.

³⁹ J. MANYIKA *et al.*, « Disruptive technologies: Advances that will transform life, business and the global economy », 2013, *McKinsey Global Institute*, 3D printing, p. 105.

printing adoption. »⁴⁰

Ainsi, au vu du développement de l'« écosystème » 3D en ligne et de l'importance de celui-ci sur la croissance de la fabrication additive, il nous paraît d'autant plus intéressant d'en étudier le fonctionnement et d'analyser les questions de responsabilité qui y sont rattachées.

§4. Domaines d'application

Compte tenu des progrès technologiques formidables, les domaines d'application de l'impression 3D se sont multipliés de façon impressionnante. Les derniers projets réalisés à l'aide de la technologie sont tout aussi sensationnels que variés : qu'il s'agisse de l'impression de la façade entière d'un bâtiment⁴¹, d'un fauteuil roulant dont le siège est imprimé sur mesure⁴² ou encore de la fabrication de tissus humains⁴³, la technologie paraît omniprésente.

Il semblerait donc qu'à l'heure d'aujourd'hui, l'impression 3D ne connaît plus de limites. Néanmoins, les secteurs qui sont les plus généralement concernés sont celui de l'aéronautique, l'aérospatial, l'automobile, le dentaire et médical ainsi que l'horlogerie, la bijouterie, le sport, le design et la mode.

Chapitre 3. L'impression 3D et le web

Un phénomène parmi d'autres a retenu notre attention : l'émergence de nombreuses plateformes en ligne proposant des services liés à l'impression 3D. Celles-ci diffèrent entre elles de par leur mode de fonctionnement, leurs services proposés et leur finalité. Nous proposons donc une typologie de ces acteurs sur base de ces trois critères, qui auront, à notre sens, une incidence sur le régime de responsabilité qui leur sera applicable.

⁴⁰ *Ibid.*, p. 111.

⁴¹ ALEX, « Une façade imprimée en 3D pour le Conseil de l'Union Européenne », 12 janvier 2016, 3dnatives, www.3dnatives.com (consulté le 26/07/2017).

⁴² MELANIE, « Top 12 des applications de l'impression 3D au service du handicap », 11 janvier 2017, 3dnatives, www.3dnatives.com (consulté le 26/07/2017).

⁴³ R. IKONICOFF, « La construction de tissus humains par imprimante 3D devient une réalité », 20 février 2016, Science et Vie, www.science-et-vie.com (consulté le 26/07/2017).

§1. La nature des services proposés

L'analyse de plusieurs plateformes révèle une dichotomie majeure entre celles-ci. En effet, certaines d'entre elles se limitent à proposer un catalogue de fichiers CAO sans en proposer l'impression, tandis que l'autre partie des plateformes est dédiée à la matérialisation effective de ces fichiers.

1. Le service d'impression

L'un des types de plateformes que l'on retrouve souvent sont des entreprises proposant l'impression d'objet aux utilisateurs de leur site. La plupart d'entre elles proposent au client d'uploader leur propre fichier CAO, mais certains sites mettent également à disposition un catalogue de modèles, souvent classés en plusieurs catégories. Dans la majorité des cas, il sera également possible de demander l'impression de créations que d'autres utilisateurs ont mis en ligne.

L'utilisateur choisissant d'imprimer sa propre création aura, selon le site, le choix de la matière d'impression, de la couleur, la finition, son épaisseur et sa taille. Dans la plupart des cas, la plateforme comporte des pages dédiées à l'explication des caractéristiques de chaque matériau proposé et des conseils pour une impression réussie. Parfois, il est également procédé à une optimisation automatique du modèle envoyé, si celui-ci présente des faiblesses de structure.

Dans le cas de l'impression d'un modèle proposé, il est parfois possible de le personnaliser également en choisissant, par exemple, la matière ou la couleur.

2. La mise à disposition de fichiers CAO téléchargeables

Fort étonnamment, les plateformes analysées ne proposent pas forcément un service d'impression en tant que tel. Certaines plateformes se limitent en effet à proposer un catalogue de modèles, téléchargeables en un « clic », sans en assurer l'impression. Il appartient alors aux utilisateurs d'imprimer l'objet téléchargé, soit à partir de leur

imprimante 3D personnelle, soit en recourant aux imprimantes mises à disposition dans les *Fab Labs*⁴⁴.

Si certaines plateformes sont consacrées à l'impression 3D en général⁴⁵, d'autres semblent mises en place pour certains secteurs spécifiques⁴⁶. Elles sont parfois également centrées sur le partage de pièces de rechange spécifiquement⁴⁷. Dans ce cas-là, ce sont souvent des industriels agréés qui mettent les modèles à disposition.

Dans la grande majorité des cas, les fichiers peuvent être téléchargés gratuitement. Il semble qu'une certaine philosophie commune est sous-jacente à ce genre de plateformes : la volonté de créer et développer une communauté autour du phénomène 3D. Bien souvent, elles se décrivent en effet comme tel et mettent à disposition des mécanismes d'entraide pour les utilisateurs ainsi que des chartes incorporant des principes essentiels au fonctionnement de ladite communauté.

Néanmoins, cette gratuité ne procède pas toujours d'intentions purement généreuses, en ce que ces plateformes sont bien souvent mises sur pied par des entreprises qui ont un intérêt à ce que le marché se développe.

3. Services divers

A côté de l'impression ou la mise à disposition de fichiers, chaque site semble avoir ses propres particularités. Certains mettent à disposition des espaces de collaboration qui sont destinés à faciliter la création d'un projet 3D en équipe⁴⁸. D'autres plateformes créent des espaces d'initiation pour les novices⁴⁹. Ainsi, ces pages rassemblent des manuels d'utilisation des logiciels CAO ainsi que des tutoriels d'apprentissage. La plateforme Thingiverse a même créé un onglet dédié à l'éducation

⁴⁴ Un *Fab Lab*, raccourci pour fabrication laboratory, sont des ateliers de petite dimension permettant la fabrication digitale personnelle. Ils sont ouverts au public et permettent la transformation d'idées créatives en prototypes tangibles. Ils sont équipés de machines contrôlées numériquement, dont des imprimantes 3D. Pour plus de détails, voy. www.fablab.nl.

⁴⁵ Voy. notamment GrabCAD, une des plus grosses plateformes générale dédiée au partage de fichiers CAO.

⁴⁶ Voy. notamment SnapEDA, une plateforme entièrement consacrée aux PCB (printed circuit boards).

⁴⁷ Voy. notamment 3DContentCentral.

⁴⁸ Voy. notamment WorkBench, mis en place par GrabCAD.

⁴⁹ Voy. notamment l'onglet « LEARN » de la plateforme i.Materialise.

à travers l'impression 3D, qui permet aux utilisateurs de proposer des méthodes d'apprentissage associés à certains modèles⁵⁰. Certaines plateformes tiennent également un blog, dédié aux dernières actualités relatives à l'impression 3D⁵¹.

Relevons que, bien qu'en théorie un modèle n'exclue pas l'autre, nous n'avons pas trouvé de plateforme proposant simultanément des services d'impression directs et le téléchargement des fichiers proposés. Cependant, certaines plateformes d'hébergement de fichiers renvoient à des sites web externes proposant l'impression en 3D de leurs modèles⁵².

§2. La nature du contenu mis à disposition

L'essor de l'internet a donné lieu à une nouvelle forme de site web : les sites collaboratifs⁵³. Cette expression générale recouvre « *les nouveaux sites internet qui proposent aux internautes un espace pour diffuser leurs données, en leur offrant la possibilité de stocker leurs données, mais également en assurant leur accessibilité* »⁵⁴. En effet, l'utilisateur, auparavant cantonné à son rôle de lecteur, est aujourd'hui un acteur actif dans l'élaboration de la Toile. Ainsi, il peut mettre en ligne son contenu – texte, photographie, vidéo, fichier CAO – à des fins très variées. Qui plus est, il existe une grande diversité au sein de ces sites participatifs. Nous y reviendrons *infra*.

1. Sites traditionnels

Malgré le grand succès des sites collaboratifs, il reste néanmoins toute une variété de sites traditionnels. C'est également le cas en matière d'impression 3D.

L'on retrouve, comme dans tout secteur, des sites web mis en place par des professionnels de l'impression 3D. Ceux-ci se contentent alors de fournir une description des services qu'ils offrent : vente d'imprimantes, impression en tant que

⁵⁰ Voy. l'onglet « EDUCATION » de Thingiverse.

⁵¹ Voy. par exemple l'onglet « BLOG » de Sculpteo.

⁵² Voy. notamment Youmagine, proposant l'impression à travers 3D Hubs. C'est également le cas de Thingiverse.

⁵³ Également appelés des sites « participatifs ».

⁵⁴ E. RICBOURG-ATTAL, « La responsabilité civile des acteurs de l'internet du fait de la mise en ligne de contenus illicites », Bruxelles, Larcier, 2014, p. 210.

telle, numérisation, cours et formations, courtage ou encore des conseils de spécialistes⁵⁵. Ces services seront néanmoins accessibles qu'à la condition de se déplacer chez le titulaire du site.

D'autres sites sont, dans une certaine mesure participatifs en ce qu'ils ne requièrent plus le déplacement de l'utilisateur. C'est le cas lorsqu'il sera possible d'envoyer, via le site, un modèle dont on désire l'impression⁵⁶ ou lorsqu'un catalogue de modèles est mis à disposition, sans que l'utilisateur puisse y contribuer⁵⁷. L'objet est par la suite envoyé directement chez le client. L'on qualifie néanmoins ces sites de traditionnels car l'utilisateur ne contribue pas au contenu du site en tant que tel. Les fichiers envoyés n'y sont ni stockés, ni rendus accessibles. Il s'agit ici simplement d'un contrat d'impression 3D entre l'utilisateur et le titulaire du site, réalisé à distance.

2. Sites participatifs

a. Typologie des sites participatifs

E. Ricbourg-Attal propose une classification des sites participatifs selon leur objet. Selon elle, la *summa divisio* concerne le caractère commercial ou non de la plateforme⁵⁸.

Les plateformes d'essence commerciale sont celles « dont l'objet principal est d'héberger les annonces des internautes – particuliers ou professionnels – qui souhaitent vendre un bien »⁵⁹. Il s'agit donc de mettre en rapport un vendeur et acheteur. A cet égard, l'implication du gestionnaire du site peut se faire à divers degrés. Celui-ci peut agir en tant que véritable mandataire aux différents stades de la vente⁶⁰. A l'opposé, il peut également se contenter de stocker les annonces de ses

⁵⁵ Voy. par exemple www.cat3dprint.com.

⁵⁶ Voy. par exemple www.formando.be.

⁵⁷ Voy. par exemple www.HB3D.fr, qui propose un service d'impression 3D à partir de ses propres modèles.

⁵⁸ E. RICBOURG-ATTAL, « La responsabilité civile des acteurs de l'internet du fait de la mise en ligne de contenus illicites », *op.cit.*, p. 210.

⁵⁹ *Ibidem*, p. 211.

⁶⁰ E. RICBOURG-ATTAL cite l'exemple de la plateforme PriceMinister.

utilisateurs, sans agir d'avantage⁶¹. La troisième possibilité est celle où le gestionnaire du site agit en tant qu'intermédiaire en procédant à la mise à disposition d'outils afin de mettre en avant le bien, d'en organiser la vente ou même d'aider les parties dans le cas d'un désaccord⁶².

Quant aux plateformes à contenu non-commercial, celles-ci se déclinent en réseaux sociaux et en sites de partage. Ces derniers, couvrant des sites tels que les « wikis »⁶³ où les sites de partage en *streaming*⁶⁴, ne sont néanmoins pas pertinents à l'étude des acteurs de l'impression 3D.

Les réseaux sociaux « *offrent des moyens techniques pour mettre en relation des personnes* »⁶⁵. Ceux-ci, bien que très variés et divers quant à leur finalité, fonctionnent toujours selon le même fil rouge. L'utilisateur procède à son inscription en communiquant certaines informations personnelles qui lui permettent de se constituer un profil. Selon le site, celui-ci sera plus ou moins personnalisable. Souvent, ils prévoient un système de messagerie instantanée. Dans certains cas, ils autorisent, voire mettent en place des applications interagissant avec le compte de l'utilisateur qui s'y affine. Ils permettent également de diffuser tout type de contenus. Toutefois, les conditions générales de la plateforme limitent les contenus pouvant être diffusés : typiquement, les contenus odieux, pornographiques ou enfreignant des droits de propriété intellectuelle sont ainsi prohibés. Le respect des droits de propriété intellectuelle en particulier est assuré de deux façons : soit les plateformes s'emploient à éviter que la diffusion des contenus soit qualifiée d'acte de contrefaçon, soit elles prévoient que l'acte de mise en ligne du contenu protégé emporte l'attribution d'une licence des droits portant sur l'œuvre⁶⁶. Afin de s'assurer du respect de cette limitation, elles se réservent en général le pouvoir de retirer tout contenu contraire à leurs conditions générales et instituent des mécanismes permettant à leurs utilisateurs de signaler de tels contenus.

⁶¹ E. RICBOURG-ATTAL cite l'exemple du site leboncoin.fr, qui est l'équivalent électronique des journaux de petites annonces.

⁶² E. RICBOURG-ATTAL donne l'exemple d'eBay.

⁶³ Les wikis sont les sites internet dont la totalité du contenu est le fait des internautes eux-mêmes.

⁶⁴ Le streaming désigne le mode de lecture continue du contenu.

⁶⁵ J. LARRIEU, « *Droit de l'Internet* », Ellipses, Coll. Mise au point, 2^{ème} éd., 2010, p. 150.

⁶⁶ E. RICBOURG-ATTAL « La responsabilité civile des acteurs de l'internet du fait de la mise en ligne de contenus illicites », *op.cit.*, p. 217.

b. Application aux sites dédiés à l'impression 3D

L'industrie du 3D connaît tant des plateformes à caractère commercial qu'à caractère non commercial. La plupart des plateformes commerciales permettent à l'utilisateur d'ouvrir « un magasin », c'est-à-dire un espace dans lequel il pourra proposer ses modèles à la revente. Elles offrent également la possibilité de personnaliser cet espace afin de le mettre en avant : l'utilisateur pourra, par exemple, doter son magasin d'un logo ou d'une bannière ou encore de sa propre adresse URL.

L'on retrouve des sites dont les conditions générales sont très explicites. C'est le cas de Sculpteo, dont le contrat qui est mis à disposition par la plateforme dispose que :

« L'objet du présent Contrat est également de déterminer les conditions dans lesquelles le Créateur donne mandat à SCULPTEO, qui accepte ce mandat, de gérer, au nom et pour le compte du Créateur, tous les aspects de la relation commerciale avec des clients potentiels, à savoir :

- *la mise en relation avec des clients potentiels qui souhaitent acheter le droit d'utiliser l'Image du Créateur afin de pouvoir faire réaliser par SCULPTEO un Objet à partir de cette Image. La mise en relation s'effectue par la reproduction de l'Image sur le Catalogue, offrant ainsi aux clients potentiels la possibilité d'acheter le droit d'utiliser l'Image ;*
- *la gestion de l'aspect financier de la relation commerciale avec le client final, à savoir le recouvrement, pour le compte du Créateur, du montant correspondant à l'achat par le client final du droit d'utiliser l'Image ;*
- *le reversement par SCULPTEO au Créateur de la partie du prix payé par le client final pour l'achat du droit d'utiliser l'Image. »*

Néanmoins, l'on retrouve également plusieurs plateformes dont les conditions générales disposent que la mise à disposition d'un espace de vente tel que décrit *supra* constitue un service de « hosted ecommerce »⁶⁷. Dans ce cas, la distinction entre un simple service d'hébergement et une plateforme agissant en tant que véritable intermédiaire est à faire en fonction des services additionnels – à la simple proposition d'une architecture de classement – proposés par le site. Il faut donc sonder si la plateforme permet la mise en avant du bien mis en vente ou en organise directement la vente. Cependant, cela paraît moins pertinent pour notre cas d'étude. En effet, à la

⁶⁷ Voy. par exemple les conditions générales de la plateforme i.Materialise : « *The i.materialise services are hosted ecommerce services, which enables you to sell items in the online shop on the i.materialise Website. On this shop, you can display and/or sell your own 3D designs that are approved and manufactured by Materialise* ».

différence des plateformes traditionnelles de commerce en ligne, la vente d'un modèle à travers une plateforme d'impression 3D emporte dans tous les cas son impression par cette plateforme. C'est ainsi que la plateforme i.Materialise ne manque pas de préciser que « *if a product is ordered by a customer, Materialise shall manufacture the 3D design and ship it directly to the consumer* ». Selon nous, un tel service emporte automatiquement l'implication de la plateforme en tant qu'intermédiaire. On ne pourrait en effet prétendre qu'en procédant à la fabrication du modèle vendu, l'on se limite au stockage des annonces de ses utilisateurs.

Les plateformes à caractère commerciale prévoient toujours, dans leurs conditions générales, l'exclusion de certains contenus, dont les contenus contrefaisants⁶⁸. Afin d'assurer le respect de cette exigence, certaines mesures sont mises en place :

« If the design you submit to Materialise risks infringing the intellectual property rights of third parties, Materialise reserves the right to either not produce the design or produce the design without the part that risks infringing the rights of third parties. Should your user generated content nevertheless be found to be infringing and/or in violation of any law, you will defend i.materialise against third party claims, and be held liable for all (direct and indirect) damages and costs incurred by i.materialise with respect to such claims. »

Ceci n'est qu'une formule parmi d'autres. Shapeways prévoit par exemple la suppression du compte de l'utilisateur contrefacteur et se réserve la possibilité d'effacer tout contenu qu'elle juge contraire à ses conditions générales⁶⁹.

Les utilisateurs sont également impliqués dans la lutte contre le contenu illicite : tous les sites mettent à leur disposition des mécanismes de notification de contenu contrefaisant. Ces dispositifs prévoient en général que certaines informations spécifiques doivent être communiquées afin de permettre à la plateforme d'identifier le contenu en question.

⁶⁸ Voy. par exemple les conditions générales de la plateforme Shapeways : « *You shall not, shall not agree to, and shall not authorize or encourage any third party to: (i) use the Service to upload, promote, sell, transmit or otherwise distribute any design or other content that is abusive, harassing, threatening, defamatory, obscene, fraudulent, deceptive, misleading, offensive, pornographic, illegal or otherwise unlawful; or (ii) upload, promote, sell, transmit or otherwise distribute designs or other content that infringe upon another party's intellectual property rights or other proprietary or contractual rights or obligations. All uploads to the Service must comply with the Shapeways Content Policy* ». Cette formule est celle qui est utilisée par la quasi-totalité des plateformes analysées.

⁶⁹ Voy. les conditions générales de Shapeways.

Il est établi que les plateformes participatives à caractère commercial proposent, dans tous les cas, un service d'impression. Relevons pour le surplus qu'il semble que le caractère commercial de la plateforme exclue cependant la mise à disposition de fichiers CAO, téléchargeables par l'utilisateur.

Il existe également un très grand nombre de plateformes 3D construites à l'image de réseaux sociaux. Celles-ci ne dérogent pas aux règles des plateformes sociales traditionnelles. L'utilisateur s'inscrit et crée son profil, auquel il peut ajouter une photo et une description, ainsi que d'autres informations et il est possible de commenter ou « liker » les modèles publiés par les autres utilisateurs. Dans la majorité des cas, une messagerie est mise en place et certaines plateformes proposent d'adhérer à des applications d'impression 3D, à défaut de proposer un tel service d'elles-mêmes. Relevons que la plupart des sites à caractère commercial disposent en général également d'un volet social, dédié à l'interaction de ses utilisateurs.

Toutes ces plateformes mettent en place des conditions générales d'utilisation, parfois dénommées « chartes », excluant la mise à disposition de contenu contrefaisant. Les « submission guidelines »⁷⁰ de Thingiverse énoncent ainsi de façon assez ludique que :

« Thingiverse is a place to share digital designs for physical objects. Here are just a few things to keep in mind when uploading files...

- *Designs must represent a real, physical object that can be made.*
- *Please only upload designs you've created or participated closely in creating.*
- *You may upload open-source/copyleft designs if you provide attribution.*
- *No pornographic or sexually explicit designs.*
- *Please don't upload weapons. The world has plenty of weapons already. »*

Elles prévoient, de la même façon que les plateformes marchandes d'impression 3D⁷¹, des mécanismes destinés à garantir l'obéissance des utilisateurs aux conditions générales du site.

⁷⁰ Celles-ci ne sont pas à proprement parler les conditions générales du site.

⁷¹ A l'exception du droit de refuser l'impression du modèle.

Le succès de ce type de plateforme est, selon nous, inhérent à la philosophie d'affranchissement dont est empreinte la communauté 3D⁷². En effet, celles-ci sont essentielles au développement de l'écosystème 3D en ce qu'elles permettent aux créateurs de partager directement leurs modèles aux propriétaires d'imprimantes 3D, sans passer par les modes traditionnels de fabrication. Les adeptes de la technologie semblent ainsi voir en ces plateformes l'occasion de se regrouper et d'interagir.

§3. Finalité du site

Il est également possible de distinguer les différents sites selon que ceux-ci ont un but lucratif ou non. Le mode de rémunération des plateformes ayant un but lucratif peut varier selon les sites.

1. Sites à but lucratif

Parmi les plateformes à but lucratif, l'on retrouve fort logiquement celles ayant un caractère commercial. Par opposition aux places de marché en ligne traditionnelles, les plateformes d'impression 3D à caractère commercial se rémunèrent en général à travers l'impression des modèles mis en vente. Ainsi, lors du téléchargement par l'utilisateur de son modèle, les plateformes informent celui-ci du prix standard de fabrication de l'objet. Le vendeur est alors libre de déterminer le bénéfice qu'il souhaite réaliser et détermine son prix de vente en ajoutant celui-ci au prix de fabrication.

La plupart des sites prévoient également le prélèvement d'un certain pourcentage sur le bénéfice obtenu par le vendeur, à titre de frais administratifs⁷³. Parfois, des frais sont également prévus lorsque la plateforme agit en tant que fournisseur d'accès au paiement par internet⁷⁴. Dans d'autres cas, l'utilisateur détermine un prix pour la cession du droit d'utilisation de l'image de son modèle par la plateforme. Celle-ci se rémunère alors en prélevant un taux sur ce prix⁷⁵.

⁷² Voir *supra*, p. 8.

⁷³ Qui semble être, sur la plupart des sites, fixé à 3,5%.

⁷⁴ Voy. par exemple les conditions générales de i.Materialise.

⁷⁵ Voy. par exemple Sculpteo, qui prévoit que 10% du prix fixé par l'utilisateur seront prélevés par la plateforme.

Mais l'on retrouve également certaines plateformes à caractère non commercial ayant un but lucratif. Celles-ci ne proposant pas de service d'impression, leur stratégie commerciale est toute autre : elles se rémunèrent par le biais de la location d'espaces publicitaire⁷⁶. Ainsi, malgré le fait que les modèles sont accessibles et téléchargeables gratuitement pour les utilisateurs, le site réalise néanmoins un certain profit. Souvent, celui-ci se sert des informations laissées par l'utilisateur afin de mettre en ligne de la publicité ciblée. C'est selon ce modèle que fonctionnent traditionnellement les sites collaboratifs.

2. Sites à but non lucratif

Les sites à but non lucratif sont ceux dont les modèles sont téléchargeables gratuitement et qui ne procèdent pas à la location d'espaces publicitaires. L'on retrouve certaines très grandes plateformes de ce type, telles que GrabCAD ou Thingiverse. Celles-ci semblent vouloir pousser jusqu'au bout la dimension sociale de l'impression 3D.

Néanmoins, il serait naïf de croire que ces plateformes aient un dessein purement bienfaisant. Thingiverse et GrabCAD sont détenus par le géant Makerbot, une des plus grandes entreprises actives dans le secteur de la fabrication additive. Dès lors, ces plateformes constituent un élément vital de la stratégie de l'entreprise, qui vise à l'adoption plus généralisée de la technologie. En effet, elles permettent aux utilisateurs d'accéder à des modèles qu'ils désirent imprimer, malgré qu'ils ne soient pas capables de créer de tels modèles par eux-mêmes.

⁷⁶ Voy. par exemple PartCommunity.

Chapitre 4. L'impression 3D à la rencontre des droits de propriété intellectuelle

L'on ne pourra parler de la responsabilité des plateformes liées à l'impression 3D que dans l'hypothèse d'un acte de contrefaçon. C'est pourquoi il est nécessaire de savoir dans quelle mesure la mise en ligne d'un fichier CAO est susceptible de contrevenir aux droits de propriété intellectuelle. A cette fin, il est ci-dessous procédé à une brève analyse de la cohabitation de l'impression 3D et les divers droits de propriété intellectuelle. Nous ne prétendons ici en aucun cas à l'exhaustivité.

§1. Le droit d'auteur

Aux termes de l'article XI.165, §1^{er} du Code de droit économique⁷⁷, le droit d'auteur porte sur les œuvres littéraires ou artistiques. Celles-ci doivent néanmoins être mises en forme⁷⁸ et originales, dans le sens où il faut qu'elles « *reflètent la personnalité de leur auteur* »⁷⁹. Les œuvres répondant à ces conditions bénéficieront automatiquement de la protection, sans qu'aucune démarche ne soit nécessaire.

Soulignons que le fichier CAO en lui-même peut être l'objet du droit d'auteur, et ce particulièrement dans l'hypothèse où celui-ci a été conçu à l'aide d'un logiciel de conception. En effet, il est possible, par le biais du logiciel, de créer une œuvre originale. Ceci ne semble pas être le cas lorsque le fichier est le fruit de la numérisation d'un objet physique : une telle démarche ne laisse pas de marge de manœuvre au concepteur du fichier pour imprégner ce dernier de sa personnalité⁸⁰.

Le droit d'auteur confère le droit exclusif de reproduire ou d'autoriser la reproduction « *de quelque manière et sous quelque forme que ce soit* » de l'œuvre⁸¹. Ceci recouvre également l'adaptation et la traduction de l'œuvre⁸². A cet égard, la Cour d'Appel de

⁷⁷ Ci-après : CDE.

⁷⁸ Art. 9(2) ADPIC: “*La protection s’étendra aux expressions et non aux idées, méthodes de fonctionnement ou concepts mathématiques en tant que tels*”.

⁷⁹ Directive 93/98 relative à l’harmonisation de la durée de protection du droit d’auteur et de certains droits voisins, considérant 17.

⁸⁰ C. VIGUIÉ, « la démocratisation des imprimantes 3D et le droit d’auteur », *R.I.D.A.*, 2014, p. 93.

⁸¹ Article XI.165, §1 CDE.

⁸² *Ibidem*.

Bruxelles a jugé que le titulaire d'un droit d'auteur sur un bâtiment – une œuvre en 3 dimensions – pouvait s'opposer à toute adaptation de celle-ci, en deux ou trois dimensions⁸³.

L'on en déduit que l'impression en 3D d'un objet qualifiant d'œuvre, même si celui-ci n'existait qu'en 2 dimensions avant ladite impression, constitue un acte de reproduction. Dès lors, sans l'autorisation de l'auteur de l'œuvre, il s'agit d'une contrefaçon. Ceci s'inscrit dans la lignée du 5^{ème} considérant de la directive 2001/29⁸⁴, appelant à l'adaptation des règles de la propriété intellectuelle aux nouvelles formes d'exploitation d'œuvres.

Le droit d'auteur confère également à son titulaire un droit exclusif de communiquer son œuvre au public, et ce par n'importe quel procédé. La mise en ligne d'une œuvre correspond bel et bien à une telle communication, en ce qu'elle rend l'œuvre accessible à « *chacun, de l'endroit et au moment qu'il choisit individuellement* »⁸⁵. Il s'ensuit que le partage sur une plateforme d'un fichier CAO constitue une communication au public de l'œuvre incorporée dans le fichier, ainsi que du fichier en lui-même si celui-ci qualifie d'œuvre. Relevons également qu'il n'y a pas de raison d'opérer une différence de traitement entre un fichier CAO et un autre type de fichier, tel qu'un fichier MP3.

Le CDE prévoit une exception dite « pour copie privée », qui implique que « *la reproduction sur tout support autre que sur papier ou support similaire, d'œuvres, effectuée dans le cercle de famille et réservée à celui-ci* » ne contrevient pas au droit d'auteur⁸⁶. Cette exception est toutefois conditionnée à la publication licite de l'œuvre⁸⁷. Malgré l'exception, l'utilisateur ne pourra donc pas télécharger une œuvre mise en ligne sans l'accord de son auteur et ce même si l'utilisation qu'il en fait est restreinte au cadre familial.

§2. Les brevets

⁸³ CA Bruxelles, 22 juin 1959, *J.T.*, 1959, p. 562.

⁸⁴ Ci-après : directive *Infosoc*.

⁸⁵ Article XI.165, §1 CDE.

⁸⁶ Article XI.190, 9^o CDE.

⁸⁷ Article XI.190 CDE.

Le brevet protège les inventions à la condition que celles-ci soient nouvelles⁸⁸, impliquent une activité inventive⁸⁹ et soient susceptibles d'application industrielle⁹⁰. De plus, à la différence du droit d'auteur, il est nécessaire de déposer une demande pour obtenir un brevet⁹². Toute invention se matérialisant en un objet en 3 dimensions et répondant aux exigences du CDE est donc brevetable. Notons que le droit peut également porter sur un procédé⁹³ et qu'à ce titre, les procédés d'impression sont brevetables.

Le titulaire d'un brevet peut, pour la durée de la protection, interdire l'exploitation de son invention par des tiers⁹⁴. Ce terme recouvre deux aspects différents.

Premièrement, la contrefaçon directe consiste en « *la fabrication, l'offre, la mise dans le commerce, l'utilisation ou bien l'importation ou la détention aux fins précitées du produit objet du brevet* »⁹⁵. Dès lors, seule l'impression en tant que telle du fichier semble susceptible de contrevenir à un brevet. En effet, le fichier CAO en lui-même ne constitue pas un produit⁹⁶, et son partage en ligne ne peut dès lors être constitutive d'une contrefaçon directe.

Une telle publication du fichier sur Internet pourra néanmoins être considérée comme une contrefaçon indirecte. Celle-ci est constituée par « *la livraison ou l'offre de livraison, sur le territoire belge, à une personne autre que celles habilitées à exploiter l'invention brevetée, des moyens de mise en œuvre, sur ce territoire, de cette invention se rapportant à un élément essentiel de celle-ci, lorsque le tiers sait ou lorsque les circonstances rendent évident que ces moyens sont aptes et destinés à*

⁸⁸ Selon l'article XI.6, §1 CDE : « *Une invention est considérée comme nouvelle si elle n'est pas comprise dans l'état de la technique* ».

⁸⁹ Selon l'article XI.7 CDE : « *Une invention est considérée comme impliquant une activité inventive si, pour un homme du métier, elle ne découle pas de manière évidente de l'état de la technique* ».

⁹⁰ Selon l'article XI.8 CDE : « *Une invention est considérée comme susceptible d'application industrielle si son objet peut être fabriqué ou utilisé dans tout genre d'industrie, y compris l'agriculture* ».

⁹¹ Article XI.3, §2 CDE.

⁹² Article XI.14 CDE.

⁹³ Article XI.3, §2 CDE.

⁹⁴ Article XI.3, §1 CDE.

⁹⁵ Article XI.29, §1 CDE.

⁹⁶ M. BUYDENS, « Offre d'imprimante 3D et brevet : quelle cohabitation ? », dans *Défis et opportunités pour la propriété intellectuelle* (sous la dir. de Benoît Michaux), Bruxelles, Larquier, 2016, p. 108 : « *Le fichier n'est pas le produit lui-même mais sa condition de possibilité* ».

cette mise en œuvre »⁹⁷. De toute évidence, le fichier constitue un « moyen de mettre en œuvre l'invention » visé par la disposition⁹⁸.

Une exception d'usage privé est également prévue en ce qui concerne le brevet⁹⁹. Néanmoins, elle se différencie du droit d'auteur en ce qu'elle est indifférente à la licéité de la source. Ainsi, un particulier téléchargeant un fichier incorporant un produit breveté sur Internet sera en droit de l'imprimer chez lui, même dans l'hypothèse où ce fichier a été publié illicitement¹⁰⁰. Tel ne sera pas le cas d'une entreprise mettant à disposition sur Internet un fichier permettant d'imprimer un produit breveté sur lequel elle n'a aucun droit.

§3. Les dessins et modèles

Les dessins et modèles protègent « *l'apparence d'un produit ou d'une partie de produit que lui confèrent, en particulier, les caractéristiques des lignes, des contours, des couleurs, de la forme, de la texture et/ou des matériaux du produit lui-même et/ou de son ornementation* »¹⁰¹. Toutefois, pour jouir d'une protection, les dessins et modèles devront être nouveaux et présenter un caractère individuel¹⁰². Notons également l'exclusion des dessins et modèles d'interconnexion¹⁰³ et de ceux imposés par leur fonction technique¹⁰⁴.

La protection confère à son titulaire « *le droit exclusif d'utiliser et d'interdire à tout tiers d'utiliser le dessin ou modèle sans son consentement* »¹⁰⁵. Selon la même disposition, l'utilisation recouvre « *la fabrication, l'offre, la mise sur le marché,*

⁹⁷ Article XI.29, §2 CDE.

⁹⁸ M. BUYDENS, « Offre d'imprimante 3D et brevet : quelle cohabitation ? », *op. cit.*, p. 109

⁹⁹ Article XI.34, §1 CDE : « *Les droits conférés par le brevet ne s'étendent pas : a) aux actes accomplis dans un cadre privé et à des fins non commerciales* ».

¹⁰⁰ M. BUYDENS, « Offre d'imprimante 3D et brevet : quelle cohabitation ? », *op. cit.*, p. 108.

¹⁰¹ Article 3, a), du Règlement n°6/2002 du Conseil du 12 décembre 2001 sur les dessins ou modèles communautaires.

¹⁰² Article 4, al. 1 du Règlement n°6/2002 du Conseil du 12 décembre 2001 sur les dessins ou modèles communautaires.

¹⁰³ Article 8, al. 2 du Règlement n°6/2002 du Conseil du 12 décembre 2001 sur les dessins ou modèles communautaires.

¹⁰⁴ Article 8, al. 1 du Règlement n°6/2002 du Conseil du 12 décembre 2001 sur les dessins ou modèles communautaires.

¹⁰⁵ Article 19, al. 1 du Règlement n°6/2002 du Conseil du 12 décembre 2001 sur les dessins ou modèles communautaires.

l'importation, l'exportation ou l'utilisation d'un produit dans lequel le dessin ou modèle est incorporé ou auquel celui-ci est appliqué, ou le stockage du produit à ces mêmes fins ». Le fichier CAO n'étant pas un produit, sa création et sa diffusion ne pourront constituer des actes de contrefaçon. Néanmoins, l'impression du dessin ou modèle protégé sera bel et bien qualifiée d'acte de fabrication, interdite sans l'autorisation du titulaire du droit.

§4. La marque

Sont susceptibles de constituer une marque les « *dénominations, dessins, empreintes, cachets, lettres, chiffres, formes de produits ou de conditionnement et tous autres signes susceptibles d'une représentation graphique servant à distinguer les produits ou les services d'une entreprise* »¹⁰⁶, à l'exclusion des « *signes constitués exclusivement par la forme qui est imposée par la nature même du produit, qui donne une valeur substantielle au produit ou qui est nécessaire à l'obtention d'un résultat technique* »¹⁰⁷.

Lorsqu'une marque est déposée, elle confère à son titulaire un droit exclusif. Celui-ci lui permet d'interdire à tout tiers l'usage¹⁰⁸, dans la vie des affaires, d'un signe identique ou même similaire, si cette similarité entraîne un risque de confusion entre les deux signes¹⁰⁹.

Le partage en ligne d'un fichier CAO portant sur un objet dont la forme est protégée par le droit des marques constitue-t-il un tel usage ? Selon T. de Haan, l'écriture du fichier CAO ne semble « *pas constituer une reproduction de la marque perceptible par le consommateur moyen et encore moins un usage de la marque pour distinguer des produits* »¹¹⁰. Dès lors, l'offre du fichier ne semble, dans un premier temps, pas contrefaire au droit des marques. Cependant, la mise en ligne du fichier ne se fera que

¹⁰⁶ Article 2.1., al. 1 de la CBPI.

¹⁰⁷ Article 2.2., al. 2 de la CBPI.

¹⁰⁸ L'article 2.20., al 2 de la CBPI définit l'usage comme : « *a. l'apposition du signe sur les produits ou sur leur conditionnement ; b. l'offre, la mise dans le commerce ou la détention des produits à ces fins ou bien l'offre ou la prestation de service sous le signe ; c. l'importation ou l'exportation des produits sous le signe ; d. l'utilisation du signe dans les papiers d'affaires et la publicité* ».

¹⁰⁹ Article 2.20., al. 1 de la CBPI.

¹¹⁰ T. DE HAAN, « L'impression 3D face au droit des marques », dans *L'impression 3D, défis et opportunités pour la propriété intellectuelle* (sous la dir. De B. MICHAUX), Bruxelles, Larcier, 2016 p. 61.

très rarement seule : celle-ci est dans la plupart des cas accompagnée d'une représentation du produit fini, afin que l'acheteur puisse visualiser son achat potentiel. Dans les hypothèses où la mise en ligne a lieu dans la vie des affaires, il semble que les titulaires de la marque ainsi représentée pourront s'opposer à cet acte d'usage de celle-ci¹¹¹.

§5. Conclusion

Bien que l'acte de matérialisation subséquent au téléchargement d'un fichier CAO contrefaisant constitue toujours un acte de contrefaçon, tel n'est pas le cas au stade de la mise en ligne d'un fichier CAO. Ce sera lorsque le fichier incorpore un modèle protégé par un droit d'auteur ou un brevet. En droit des marques, la mise à disposition du fichier sur une plateforme sera contrefaisante à la condition que celle-ci soit accompagnée d'une représentation de l'objet imprimé. Concernant les fichiers qui incorporent un objet dont l'apparence est protégée par un dessin ou modèle, le titulaire du droit n'aura – malheureusement – pas la possibilité de s'opposer à leur mise en ligne sans son consentement. Ce dernier devra dès lors attendre l'acte de contrefaçon effectif, c'est-à-dire l'impression du fichier, afin de pouvoir agir.

¹¹¹ *Ibidem.*, p. 62.

Titre 2. Questions de responsabilité

La mise en ligne et l'impression d'un fichier CAO peut s'avérer contrefaisante. C'est pourquoi il convient de s'interroger sur les mesures mises en place afin d'encadrer les sites web à travers lesquels ces fichiers circulent. La directive e-commerce met en place un régime de responsabilité de faveur applicable aux intermédiaires en ligne. Nous en détaillerons les principes et la portée, à travers la jurisprudence européenne et son critère de neutralité. Par la suite nous analyserons, par le biais de plusieurs exemples concrets, dans quelle mesure les acteurs de l'impression 3D s'insèrent dans ce régime.

Le régime est actuellement sous le feu des projecteurs, suite à la proposition – controversée – de directive sur le droit d'auteur dans le marché numérique du 14 septembre 2016 de la Commission¹¹². Nous synthétiserons les changements que la Commission envisage dans la mesure où ceux-ci semblent pertinents à la présente étude.

Chapitre 1. Régime de responsabilité des intermédiaires en ligne issu de la directive « e-commerce »

§1. Fonctionnement général de la directive e-commerce

Ce sont les articles 12 à 15 de la directive 2000/31 qui traitent de la question¹¹³. Inspirés des « *Safe Harbors* » du *Digital Millenium Copyright Act*¹¹⁴ américain, ceux-ci mettent en oeuvre un régime conditionnel d'exonération en fonction du type d'activité que l'intermédiaire exerce.

Ceci implique que, dans l'hypothèse d'une atteinte à un droit subjectif¹¹⁵ perpétrée par le biais d'un service du web, la directive exonère les prestataires de ces services selon

¹¹² Proposition de directive (COM(2016) 593 final) du Parlement Européen et du Conseil du 14 septembre 2016 sur le droit d'auteur dans le marché unique numérique.

¹¹³ Ces dispositions ont été transposées en droit belge aux articles XII.17 à XII.20 du CDE.

¹¹⁴ Ci-après : DMCA.

¹¹⁵ Au contraire du DMCA qui ne vise que les atteintes au *copyright*, la directive s'applique à tout type d'atteinte à un droit subjectif.

le type d'activité qu'ils exercent. Ainsi, si l'intermédiaire se livre à des activités de simple transport¹¹⁶, de caching¹¹⁷ et d'hébergement¹¹⁸, il est susceptible de bénéficier de l'exonération mise en place par le législateur. Toutefois, lorsqu'il n'offre aucun de ces services, le régime de responsabilité de droit commun lui est applicable. Il conviendra alors de prouver l'existence d'une faute au sens de l'article 1382 du Code Civil pour engager la responsabilité civile de l'intermédiaire du fait de la diffusion de contenu illicite¹¹⁹.

De plus, il ne suffit pas d'exercer une des activités susmentionnées pour bénéficier de l'exonération de responsabilité. En effet, en plus d'entrer dans une des catégories établies par la directive, chaque type d'intermédiaire fait l'objet de contraintes particulières afin de bénéficier effectivement d'une exonération de responsabilité. Une telle exonération vaut tant pour la responsabilité civile que pénale.

Relevons, pour le surplus, l'importance de l'article 15 qui prévoit une absence d'obligation générale de surveillance pour les intermédiaires exerçant les activités couvertes par l'exonération. Cette disposition fait l'objet d'une analyse particulière *infra*.

§2. L'exonération en tant qu'hébergeur

1. Généralités

Par activité d'hébergement, la directive entend le « *le service de la société d'information consistant à stocker des informations fournies par un destinataire du service* »¹²⁰. Le terme générique d'« information » couvre également un fichier CAO et les plateformes liées à l'impression 3D offrent dès lors dans la majorité des cas un service d'hébergement. Il importe donc de détailler le fonctionnement de cette disposition.

¹¹⁶ Article 12 de la directive 2000/31.

¹¹⁷ Article 13 de la directive 2000/31.

¹¹⁸ Article 14 de la directive 2000/31.

¹¹⁹ Pour une analyse approfondie de l'application du régime de droit commun aux intermédiaires en ligne, voy. E. RICBOURG-ATTAL, « La responsabilité civile des acteurs de l'internet du fait de la mise en ligne de contenus illicites », *op.cit.*, pp. 301 et s.

¹²⁰ Article 14 de la directive 2000/31.

Sous réserve de l'hypothèse où le destinataire du service agit sous l'autorité ou le contrôle du prestataire, celui-ci n'est pas tenu responsable du contenu stocké aux conditions suivantes:

« a) le prestataire n'ait pas effectivement connaissance de l'activité ou de l'information illicites et, en ce qui concerne une demande en dommages et intérêts, n'ait pas connaissance de faits ou de circonstances selon lesquels l'activité ou l'information illicite est apparente ou

b) le prestataire, dès le moment où il a de telles connaissances, agisse promptement pour retirer les informations ou rendre l'accès à celles-ci impossible »¹²¹.

Ces conditions visent à s'assurer que le prestataire s'en tienne uniquement à son rôle d'intermédiaire¹²².

Déjà lors de son adoption, le régime a suscité certaines réflexions critiques. Ainsi, plusieurs auteurs ont dénoncé le fait de confier au prestataire la tâche de trancher sur le caractère licite ou non d'un contenu signalé¹²³. En ce faisant, le législateur européen érige l'intermédiaire en juge privé, « rôle qui ne lui revient pas et pour lequel il ne possède pas les compétences nécessaires »¹²⁴. La notion de « connaissance » que l'article 14 met en place a elle aussi fait naître des interrogations. En effet, celle-ci n'indiquerait aucunement quel seuil de connaissance est requis pour la mise en cause d'un intermédiaire¹²⁵.

2. L'accommodation du régime face au web 2.0.

La directive étant ancienne, celle-ci a été conçue autour d'un mode de fonctionnement statique du web. Les auteurs de la directive avaient alors une conception purement technique du prestataire d'activités d'hébergement. En effet, son activité consistait

¹²¹ *Ibidem*.

¹²² Y. POULLET et J-F. LEROUGE, « La responsabilité des acteurs de l'Internet », *op.cit.*, p. 1069.

¹²³ Voy. notamment E. MONTERO, M. DEMOULIN, C. LAZARO, « La loi du 11 mars 2003 sur les services de la société de l'information », *J.T.*, 2004, p. 93 ou A. STROWEL, N. IDE, F. VERHOESTRAETE, « La directive du 8 juin 2000 sur le commerce électronique: un cadre juridique pour l'Internet », *J.T.*, 2001 (n° 6000), p. 144 ou encore Y. POULLET et J-F. LEROUGE, « La responsabilité des acteurs de l'Internet », *op.cit.*, p. 1080.

¹²⁴ A. STROWEL, N. IDE, F. VERHOESTRAETE, « La directive du 8 juin 2000 sur le commerce électronique: un cadre juridique pour l'Internet », *J.T.*, 2001 (n° 6000), p. 144.

¹²⁵ Voy. par exemple C. DE CALLATAY, « Les responsabilités liées aux messages postés sur internet: l'extension du régime d'exonération de responsabilité des intermédiaires aux acteurs du web 2.0 », *A&M*, n°3-4, 2013, p.172 ou A. STROWEL, N. IDE, F. VERHOESTRAETE, « La directive du 8 juin 2000 sur le commerce électronique: un cadre juridique pour l'Internet », *J.T.*, 2001 (n° 6000), p. 144.

simplement à stocker des sites web sur un serveur, afin de les rendre accessibles par le biais d'Internet¹²⁶. Pour bénéficier de la qualification, l'accent était dès lors mis sur le stockage sur des serveurs ainsi que sur la propriété de ceux-ci¹²⁷.

Nous l'avons vu, Internet est aujourd'hui construit selon une dynamique fondamentalement différente dès lors que l'utilisateur est « *placé au centre du processus de création et de diffusion des contenus* »¹²⁸. Le monde virtuel a ainsi été confronté à l'émergence d'une multitude de nouveaux acteurs, que l'on regroupe sous le terme commun de « sites collaboratifs », dont la plupart des plateformes liés à l'impression 3D font partie. Ceux-ci ne procédant pas au stockage matériel de sites web sur un serveur, la question se pose de savoir de quelle manière ils s'insèrent dans le régime mis en place par la directive e-commerce.

a. Approche fonctionnelle

Avant toute chose, il convient de préciser que la directive a conçu son régime selon une approche fonctionnelle. En effet, le premier rapport sur l'application de la directive précise que : « *Ces limitations s'appliquent à certaines activités clairement délimitées de prestataires intermédiaires plutôt qu'à des catégories de prestataires de services ou à des types d'information* »¹²⁹.

Dès lors, face à une atteinte commise par le biais d'un prestataire d'un service de l'information, il ne s'agira pas de désigner un acteur spécifique comme responsable ou exonéré en toutes circonstances, mais cela dépendra dans chaque cas d'espèce de l'activité spécifique pour laquelle sa responsabilité est mise en cause. Cette approche semble conforme à la réalité, car les prestataires rendent bien souvent des services hétéroclites, pour lesquelles une qualification figée ne paraît pas adaptée.

b. Hébergement versus édition

¹²⁶ E. MONTERO, « Les responsabilités liées au web 2.0 », *R.D.T.I.*, n°32/2008, 2008, p. 370.

¹²⁷ T.G.I. Nanterre, 8 décembre 1999, www.legalis.net cité par E. MONTERO, « Les responsabilités liées au web 2.0 », *op. cit.*, p. 370.

¹²⁸ E. MONTERO, « Les responsabilités liées au web 2.0 », *op. cit.*, p. 363.

¹²⁹ Premier rapport de la Commission au Parlement européen, au Conseil et au Comité économique et social européen sur l'application de la directive 2000/31 sur le commerce électronique, 21 novembre 2003, COM(2003) 702 final, p. 13.

Dans la pratique, ceci va se traduire par le fait de rechercher si l'activité dont il est question est une prestation de stockage de contenus apportés par les destinataires du service. A cet égard, le débat concerne le facteur de distinction entre l'hébergement et l'édition¹³⁰. Le souci est que « *la notion d'éditeur de site internet, par laquelle les présumés responsables aiment à se qualifier dans les mentions légales des sites, n'existe pas juridiquement* »¹³¹. La jurisprudence s'est dès lors efforcée de dégager certains critères de distinction.

1. Le critère du profit réalisé par les prestataires

Il est possible de tirer profit de l'exploitation d'une plateforme Internet. En effet, une grande majorité des titulaires de sites web – dont ceux liés à l'impression 3D – se rémunèrent à travers la location à des annonceurs d'espaces publicitaires, leurs bénéfices augmentant dès lors au gré de la fréquentation du site. Ce choix économique fut pris en compte plusieurs fois par la jurisprudence française pour disqualifier les prestataires du web 2.0 en éditeurs¹³².

L'affaire *Tiscali* est à cet égard significative. Lors de cette affaire, la Cour de Cassation française refusa d'octroyer la qualification d'hébergeur à la société en invoquant que celle-ci « *exploite commercialement le site, puisqu'elle propose aux annonceurs de mettre en place des espaces publicitaires payants directement sur les pages personnelles* »¹³³.

La Cour de Justice de l'Union Européenne vint rectifier le tir lorsqu'elle soutint dans son arrêt Google de 2010 qu' « *il y a lieu de relever que la seule circonstance que le service de référencement soit payant, que Google fixe les modalités de rémunération,*

¹³⁰ E. MONTERO, « Les responsabilités liées au web 2.0 », *op.cit.*, p. 373.

¹³¹ E. RICBOURG-ATTAL, « La responsabilité civile des acteurs de l'internet du fait de la mise en ligne de contenus illicites », *op.cit.*, p. 222.

¹³² Tel est le raisonnement qui a été tenu pour la première fois en 2006 dans l'affaire C.A. Paris (4^e ch.), 7 juin 2006, Tiscali Média c. Dargaud Lombard, Lucky Comics, www.legalis.net: « [...] de sorte que la société Tiscali Media doit être regardée comme ayant aussi la qualité d'éditeur dès lors qu'il est établi qu'elle exploite commercialement le site www.chez.tiscali.fr puisqu'elle propose aux annonceurs de mettre en place des espaces publicitaires payants directement sur les pages personnelles elle que la page www.chez.com/bdz, sur laquelle apparaissent, ainsi que Me Albou a pu le constater, différentes manchettes publicitaires ».

¹³³ Cass. fr. 1^{ère} ch. civ., 14 janvier 2010, *Tiscali c. Dargaud Lombard, Lucky comics*, www.juriscom.net (consulté le 20/02/2016).

ou encore qu'elle donne des renseignements d'ordre général à ses clients, ne saurait avoir pour effet de priver Google des dérogations en matière de responsabilité prévues par la directive 2000/31 »¹³⁴. Cet enseignement fut confirmé dans l'arrêt eBay de 2011¹³⁵.

Depuis, il semble que les cours et tribunaux, y-compris la Cour de Cassation française¹³⁶ se soient conformés à la jurisprudence européenne. Le rejet du critère économique doit être félicité, celui-ci étant selon de nombreux auteurs contraire à l'esprit de la directive¹³⁷. D'autant plus que la directive elle-même définit les services de la société de l'information comme des « *services fournis normalement contre rémunération* »¹³⁸.

2. Le critère de la structure de présentation

C'est dans l'affaire *Myspace* que l'argument est avancé pour la première fois¹³⁹. Subséquemment, plusieurs décisions ont validé cette argumentation et ainsi consacré le critère¹⁴⁰. A titre d'exemple, citons l'affaire *Lespipoles* dans laquelle il a été jugé que le titulaire du site web, en ordonnant son site « *selon une disposition précise et préétablie* », acquiert la qualité d'éditeur et est dès lors responsable des informations se trouvant sur son propre site¹⁴¹.

Cette jurisprudence peut désormais être qualifiée d'isolée. En effet, plusieurs décisions ultérieures ont rejeté le critère dans de termes très clairs: « *le fait de structurer des fichiers mis à la disposition du public selon un classement choisi par le seul créateur du site ne donne pas à ce dernier la qualité d'éditeur tant qu'il ne*

¹³⁴ C.J.U.E., 23 mars 2010, *Google France SARL c. Louis Vuitton et autres*, C-236/08, point 116.

¹³⁵ C.J.U.E., 12 juillet 2011, *L'Oréal et autres c. eBay International et autres*, C-324/09, point 115.

¹³⁶ Cass. fr. (1ère ch. civ.), 17 février 2011, *Société Nord-Ouest et société Image c. Dailymotion, M., O., X. c. société Bloobox-net*.

¹³⁷ P. VAN DEN BULCK et C. DUBOIS, « Quelle responsabilité pour les prestataires de services du web 2.0 ? », www.droitbelge.be (consulté le 17/11/2016) ; E. MONTERO, « Les responsabilités liées au web 2.0 », *op.cit.*, p. 377.

¹³⁸ Directive 2000/31 précitée, considérant 17.

¹³⁹ T.G.I. Paris (réf.), 22 juin 2007, *Lafesse c. Myspace*, www.legalis.net : « *en imposant une structure de présentation par cadres qu'elle met manifestement à la disposition des hébergés et en diffusant des publicités dont elle tire profit, elle a le statut d'éditeur et doit en assumer les responsabilités* » (consulté le 20/12/2016).

¹⁴⁰ T.G.I. Paris (réf.), 26 mars 2008, *Olivier Martinez c. Bloobox Net*, www.juriscom.net ; T.G.I. Nanterre (réf.), 28 février 2008, *Olivier D. c. Eric D.*, www.legalis.net ; T.G.I. Nanterre (réf.), 28 février 2008, *Olivier D. c. Aadsoft Com*, www.legalis.net (consulté le 20/12/2016).

¹⁴¹ T.G.I. Nanterre (réf.), 28 février 2008, *Olivier D. c. Eric D.*, www.legalis.net (consulté le 20/12/2016).

détermine pas les contenus des fichiers mis en ligne »¹⁴². Celui-ci n'est dès lors plus opérationnel.

c. Le critère de neutralité

1. Google Adwords: la découverte du critère

Dans cette affaire, la C.J.U.E. a tranché sur la possibilité pour *Google Adwords*, un fournisseur de liens sponsorisés, de bénéficier du statut de l'hébergeur tel que prévu à l'article 14 de la directive 2000/31. Afin de répondre à la question posée, la C.J.U.E. a adopté une démarche en trois étapes¹⁴³.

En premier lieu, il s'agit de déterminer si le service dont il est question est un « *service de la société de l'information* », condition à laquelle est subordonnée l'octroi du régime de faveur¹⁴⁴. La directive énonce que cette notion englobe « *tout service fourni, normalement contre rémunération, à distance au moyen d'équipement électronique de traitement (y compris la compression numérique) et de stockage des données, à la demande individuelle d'un destinataire de services* »¹⁴⁵. La volonté du législateur européen étant d'interpréter largement ce concept¹⁴⁶, la C.J.U.E. n'a pas hésité à octroyer la qualité au service *Adwords*¹⁴⁷.

Dans un second temps, la C.J.U.E. s'efforce d'identifier l'activité de *Google Adwords* de manière plus précise :

« *il ne saurait, en outre, être contesté que le prestataire d'un service de référencement transmet des*

¹⁴² T.G.I. Paris (3^{ème} ch.), 15 avril 2008, *Jean-Yves Lafesse c. Dailymotion*, www.juriscom.net; T.G.I. Paris (3^{ème} ch.), 15 avril 2008, *Omar et Fred et autres c. Dailymotion*, www.legalis.net (consulté le 20/12/2016).

¹⁴³ Nous suivons l'analyse de R. HARDOUIN, « Du copulatif au passif ou comment la conjonction « et » ajoute une condition pour jouir du régime de l'hébergeur », *Revue Lamy droit de l'immatériel*, juin 2010, n°61, pp. 40-43. D'autres auteurs ne distinguent que deux étapes, voy. notamment L. THOUMYRE, « Impact de l'arrêt Google Adwords de la CJUE sur la responsabilité des services 2.0. », juriscom.net (consulté le 4/07/2017) ou T. LEONARD, « L'exonération de responsabilité des intermédiaires en ligne : un état de la question », *J.T.*, 2012, pp. 814-818.

¹⁴⁴ C.J.U.E., 23 mars 2010, *Google France c. LVM, Viaticum, Luteciel, CRRNH et autres*, aff. jointes C-236/08, C-237/08 et C-238/08, point 109.

¹⁴⁵ Directive 2000/31 précitée, considérant 17.

¹⁴⁶ Directive 2000/31 précitée, considérant 18 selon lequel « *Les services de la société de l'information englobent un large éventail d'activités économiques qui ont lieu en ligne* ».

¹⁴⁷ C.J.U.E., 23 mars 2010, *Google France c. LVM, Viaticum, Luteciel, CRRNH et autres*, aff. jointes C-236/08, C-237/08 et C-238/08, point 110 : « *Eu égard aux caractéristiques [...] du service de référencement en cause dans les affaires au principal, il y a lieu d'en conclure que celui-ci réunit l'ensemble des éléments de cette définition* ».

*informations du destinataire dudit service, à savoir l'annonceur, sur un réseau de communication ouvert aux internautes et stocké, c'est à dire met en mémoire sur son serveur, certaines données, telles que les mots clés sélectionnés par l'annonceur, le lien promotionnel et le message commercial accompagnant celui-ci, ainsi que l'adresse du site de l'annonceur »*¹⁴⁸.

Cette description recouvre les 3 critères visés par l'article 14 de la directive 2000/31¹⁴⁹. A ce stade-ci, la qualification d'hébergeur devrait donc être octroyée au service dont il est question. Cependant, la C.J.U.E. rajoute une exigence supplémentaire au processus en disposant que :

*« encore faut-il, pour que le stockage effectué par le prestataire de référencement relève de l'article 14 de la directive 2000/31, que le comportement de ce prestataire se limite à celui d'un « prestataire intermédiaire » au sens voulu par le législateur dans le cadre de la section 4 de cette directive »*¹⁵⁰.

C'est dans cet ajout que réside l'apport principal de cette jurisprudence. En effet, afin d'être qualifié de prestataire intermédiaire, la C.J.U.E. impose à ceux-ci de « revêtir un « caractère purement technique, automatique et passif », impliquant que ledit prestataire « n'a pas la connaissance ni le contrôle des informations transmises ou stockées » »¹⁵¹. Les termes utilisés par la C.J.U.E. proviennent directement du considérant 42 de la directive 2000/31, qui énonce que :

« Les dérogations en matière de responsabilité prévues par la présente directive ne couvrent que les cas où l'activité du prestataire de services de la société de l'information est limitée au processus technique d'exploitation et de fourniture d'un accès à un réseau de communication sur lequel les informations fournies par des tiers sont transmises ou stockées temporairement, dans le seul but d'améliorer l'efficacité de la transmission. Cette activité revêt un caractère purement technique, automatique et passif, qui implique que le prestataire de service de la société de l'information n'a pas la connaissance ni le contrôle des informations transmises ».

La majorité de la doctrine interprétait ce considérant comme ne concernant que l'activité de caching¹⁵². Dans ses conclusions, l'avocat général était également de cet

¹⁴⁸ C.J.U.E., 23 mars 2010, *Google France c. LVM, Viaticum, Luteciel, CRRNH et autres*, aff. jointes C-236/08, C-237/08 et C-238/08, point 111.

¹⁴⁹ Celui-ci impose en effet des informations, un stockage de ces informations et le fait que ces informations soient fournies par un destinataire du service.

¹⁵⁰ C.J.U.E., 23 mars 2010, *Google France c. LVM, Viaticum, Luteciel, CRRNH et autres*, aff. jointes C-236/08, C-237/08 et C-238/08, point 112.

¹⁵¹ *Ibidem*, point 113.

¹⁵² Voy. notamment E. MONTERO, « Les responsabilités liées au web 2.0. », *op.cit.*, p. 372 ; T. LEONARD, « L'exonération de responsabilité des intermédiaires en ligne : état de la question », *op.*

avis¹⁵³. Néanmoins, il ressort de l'arrêt que celui-ci doit s'entendre comme s'appliquant transversalement aux trois catégories de prestataires intermédiaires exonérés¹⁵⁴.

L'on déduit donc de cet arrêt un nouveau critère afin de distinguer l'édition de l'hébergement : celui de la passivité¹⁵⁵. A cet égard, L. Thoumyre avait, en 2009, déjà écrit que :

*« L'éditeur et l'hébergeur partagent, certes, une identité génétique commune dès lors qu'ils sont tous deux acteurs de la publication, mais que leurs rôles diffèrent vis-à-vis de l'action qu'ils sont amenés à exercer tant sur la publication des contenus que sur la qualité de ceux-ci. Un rôle actif pour l'éditeur : réunir des contenus, les évaluer, voire les modifier, et procéder volontairement à leur publication (mise en ligne). Un rôle passif pour l'hébergeur : fournir un service, essentiellement technique, permettant à des tiers de mettre des contenus en ligne »*¹⁵⁶.

2. eBay : l'application du critère aux places de marché en ligne

L'affaire opposait eBay à la société l'Oréal, mécontente de la vente par des particuliers de certains de ses parfums originaux sur la plateforme en ligne. C'est à cette occasion que la C.J.U.E. a posé les conditions auxquelles les places de marché en ligne pouvaient bénéficier du statut d'hébergeur. Conformément à la jurisprudence *Adwords*, la Cour rappelle qu'eBay peut bénéficier du statut, à condition de ne pas avoir joué de rôle actif lui conférant la connaissance ou le contrôle des données¹⁵⁷. Elle réitère également que le stockage, la fixation des modalités du service, la perception d'une rémunération ainsi que le fait de donner des informations générales aux clients ne suffisent pas à disqualifier la plateforme en éditrice de contenu¹⁵⁸. Cependant, elle affirme que :

« Lorsque, en revanche, ledit exploitant a prêté une assistance laquelle a notamment consisté à optimiser la présentation des offres à la vente en cause ou à promouvoir ces offres, il y a lieu de

cit., p. 816 ; F. DE PATOUL et I. VEREECKEN, « La responsabilité des intermédiaires de l'internet: première application en droit belge », *op. cit.*, p. 57.

¹⁵³ Conclusions de l'avocat général M. Nillo Jääskinen, présentées le 9 décembre 2010, points 138 et s.

¹⁵⁴ R. HARDOUIN, « Du copulatif au passif ou comment la conjonction « et » ajoute une condition pour jouir du régime de l'hébergeur », *op. cit.*, p. 4.

¹⁵⁵ Beaucoup d'auteurs parlent également de « neutralité ».

¹⁵⁶ L. THOUMYRE, « La responsabilité pénale et extra-contractuelle des acteurs de l'Internet », *Lamy droit des médias et de la communication*, étude 464-19, nov. 2009.

¹⁵⁷ C.J.U.E., 12 juillet 2011, *L'Oréal et autres c. eBay International et autres*, C-324/09, point 113.

¹⁵⁸ C.J.U.E., 12 juillet 2011, *L'Oréal et autres c. eBay International et autres*, C-324/09, point 115.

*considérer qu'il a non pas occupé une position neutre entre le client vendeur concerné et les acheteurs potentiels, mais joué un rôle actif de nature à lui conférer une connaissance ou un contrôle des données relatives à ces offres ».*¹⁵⁹

Pour cette activité-là, le prestataire ne saurait dès lors être considéré comme un hébergeur. Il semblerait donc qu'il faille distinguer les indications générales de présentation des conseils précis et individualisés pour chaque vendeur. Ceux-ci entraînerait, à notre avis, une présomption de connaissance du contenu effectif par le prestataire.

d. Bilan

Afin d'examiner si le titulaire d'un site peut bénéficier du statut d'hébergeur, il appartient donc aux cours et tribunaux d'évaluer au cas par cas si celui-ci est neutre vis-à-vis du contenu hébergé.

1. Sites participatifs à caractère non commercial

Selon une étude d'impact menée récemment par l'Union Européenne en la matière, il semblerait que dans la majorité des cas les juridictions nationales sont d'avis que les services participatifs sont couverts par l'article 14 de la directive¹⁶⁰. Ceci semble être la conséquence directe du rejet des critères de disqualification dégagés par la jurisprudence française¹⁶¹. A titre d'exemple, l'étude mentionne un arrêt *Dailymotion*, dans lequel la qualification d'hébergeur a été octroyée à la plateforme, principalement au motif que :

*« la mise en place de cadres de présentation et la mise a disposition d'outils de classification des contenus sont justifiés par la seule nécessité, en cohérence avec la fonction de prestataire technique, de rationaliser l'organisation du service et d'en faciliter l'accès à l'utilisateur sans pour autant lui commander un quelconque choix quant au contenu qu'il entend mettre en ligne »*¹⁶².

¹⁵⁹ C.J.U.E., 12 juillet 2011, L'Oréal et autres c. eBay International et autres, C-324/09, point 116.

¹⁶⁰ Impact assessment on the modernisation of EU copyright rules, accompagnant les propositions de directive COM(2016) 593, COM(2016) 594 et SWD(2016) 302, 14 septembre 2016, SWD(2016)301 final, p. 143.

¹⁶¹ E. RICBOURG-ATTAL, « La responsabilité civile des acteurs de l'internet du fait de la mise en ligne de contenus illicites », *op.cit.*, p. 262.

¹⁶² Cass. fr. (1ère ch. civ.), 17 février 2011, *Société Nord-Ouest et société UGC Image c. Dailymotion, M., O., X. c. société Bloobox-net*, www.legalis.net (consulté le 17/11/2016).

Le même verdict a par exemple été rendu au sujet de Youtube¹⁶³, Google Adwords¹⁶⁴ ou encore Wikimedia¹⁶⁵. Toutefois, la classification des contenus n'emporte pas la perte du statut d'hébergeur qu'à la condition que celle-ci s'opère de façon automatique, par exemple par le recours à des mots-clés ou à certains critères, tels que la popularité du contenu. Ce n'est pas le cas lorsqu'il est procédé à une sélection afin de faire entrer certains contenus dans une catégorie¹⁶⁶.

L'on retrouve néanmoins des décisions récentes déniaient la qualité d'hébergeur à certaines plateformes. Dans l'affaire allemande opposant Youtube à une société de gestion collective allemande, GEMA, la plateforme s'est vu déclarée indirectement responsable du contenu fourni par ses utilisateurs, tout en gardant son statut d'hébergeur¹⁶⁷. Le Tribunal de première instance de Rome a poussé le raisonnement encore plus loin en déclarant que Break, une plateforme de vidéos en ligne, ne saurait être qualifiée d'hébergeur mais bien de fournisseur de contenu actif¹⁶⁸. Le tribunal a justifié son jugement en déclarant que Break ciblait ses annonces publicitaires en fonction du type d'utilisateur, organisait le contenu fourni en différentes catégories et permet à l'utilisateur de regarder les vidéos associées à celles qu'il a déjà visionnées. Dans un jugement subséquent du même tribunal, Megavideo subît le même destin¹⁶⁹. Cette jurisprudence reste toutefois isolée.

2. Sites participatifs de nature commerciale

A l'inverse, le critère de neutralité semble avoir fermé les portes à la qualification d'hébergeur pour trois types d'acteurs : les gestionnaires de forum, les moteurs de recherche ainsi que les plateformes de vente en ligne. Au vu du nombre de places de marché en ligne dédiée à l'impression 3D, il convient de s'intéresser de plus près au sort qui leur a été réservé.

Nous l'avons vu, dans son arrêt *eBay*, la C.J.U.E. a jugé que l'assistance à

¹⁶³ T.G.I. Paris (3^{ème} ch.), 29 janvier 2015, *S.A.R.L. Kare Productions et S.A.R.L. Delante Films c. Société Youtube et S.A.R.L. Google France*.

¹⁶⁴ C.A. Paris (7^{ème} ch.), 11 décembre 2013, *Olivier M. c. Google Ireland et Google France*.

¹⁶⁵ C.A. Paris (3^{ème} ch.), 14 juin 2016, *Mme X. c. Wikimedia Foundation Inc.*

¹⁶⁶ E. RICBOURG-ATTAL, « La responsabilité civile des acteurs de l'internet du fait de la mise en ligne de contenus illicites », *op.cit.*, p. 262.

¹⁶⁷ Tribunal Régional Supérieur Hambourg, Juillet 2015 ; Tribunal Régional Supérieur Munich, Janvier 2016, n° 29 U 2798/15.

¹⁶⁸ Trib. de 1^{ère} instance Rome, 27 avril 2016, *RTI c. TMTFT et Break Media*.

¹⁶⁹ Trib. de 1^{ère} instance Rome, 15 juillet 2016, *RTI c. Megavideo*.

l'optimisation de la présentation des offres ainsi que leur promotion par l'exploitant de la plateforme confèrent un rôle actif à ce dernier. Partant, un système de référencement à des annonces similaires, l'envoi de messages spontanés concernant des annonces similaires ou encore l'établissement d'une stratégie de vente constituent des actes de promotion des offres, emportant la disqualification du prestataire en éditeur. La Cour de cassation française a même énoncé que la perte de neutralité s'évaluait « *indépendamment de toute option choisie par les vendeurs* »¹⁷⁰.

Une autre décision concernant *eBay* distingue subtilement le fait de tirer profit de l'hébergement de données du fait de percevoir une commission sur les ventes réalisées aux enchères. Dans ce dernier cas, il est dans son intérêt que le prix proposé soit le plus élevé possible. La Cour en tire les conséquences :

*« qu'il en résulte que la société eBay, qui tire profit non pas uniquement du stockage des données mais également de la valeur attractive des marchandises mises au enchères, perd son caractère de neutralité par rapport aux données qu'elle ne se contente pas d'héberger mais qu'elle exploite »*¹⁷¹.

§3. Mise en œuvre de la responsabilité

La qualité d'hébergeur n'exonère pas automatiquement le prestataire de service de sa responsabilité. En effet, le législateur européen met en place un test en deux étapes afin de pouvoir effectivement bénéficier de l'exonération de responsabilité. Premièrement, l'hébergeur doit ne pas avoir eu connaissance du contenu illicite. Cependant, s'il en avait connaissance, il doit avoir réagi promptement afin de retirer ce contenu.

1. La connaissance

Dès l'adoption de la directive, la notion de connaissance a suscité plusieurs zones d'ombre. En particulier, la façon de prendre connaissance du contenu n'est pas explicitée par le texte et le degré de connaissance requis afin de pouvoir agir contre l'intermédiaire sème le doute. En revanche, une chose est sûre: la connaissance de

¹⁷⁰ Cass. fr. (ch. comm., fin. et econ.), 3 mai 2012, *Christian Dior Couture c. eBay Inc et eBay International*.

¹⁷¹ CA Paris, 23 janvier 2012, *SA eBay International AG c. Burberry Ltd e.a.*

l'hébergeur doit porter sur le caractère illicite du contenu, et non sur sa simple existence¹⁷².

a. Degré de connaissance

Pour rappel, le texte dispose que l'hébergeur sera exonéré à condition que « *le prestataire n'ait pas effectivement connaissance de l'activité ou de l'information illicites et, en ce qui concerne une demande en dommages et intérêts, n'ait pas connaissance de faits ou de circonstances selon lesquels l'activité ou l'information illicite est apparente* »¹⁷³.

Une différence du degré de connaissance requis existe donc en fonction du type d'action intentée. En matière pénale, il faudra prouver une « connaissance effective de l'illicéité simple » dans le chef de l'hébergeur. R. Hardouin assimile ce cas à celui où le prestataire prend connaissance du contenu suite à une décision judiciaire¹⁷⁴. Au vu des particularités du monde numérique, le législateur déroge à ce principe d'intervention judiciaire si l'hébergeur prend connaissance de circonstances indiquant une illicéité apparente. Dans ce cas-là, seule sa responsabilité civile pourra être retenue¹⁷⁵.

Néanmoins, dans l'affaire *eBay* précitée, la Cour dispose que pour perdre le bénéfice de l'exonération en matière civile, il suffit que l'hébergeur « *ait eu une connaissance de faits ou de circonstances sur la base desquels un opérateur économique diligent aurait dû constater l'illicéité en cause et agir* »¹⁷⁶. En ce faisant, elle opère un durcissement du critère de connaissance. En effet, les intermédiaires en ligne semblent désormais soumis à une obligation de diligence¹⁷⁷.

¹⁷² Directive 2000/31, considérant 46 : « *Afin de bénéficier d'une limitation de responsabilité, le prestataire d'un service de la société de l'information consistant dans le stockage d'informations doit, dès qu'il prend effectivement connaissance ou conscience du caractère illicite des activités, agir promptement pour retirer les informations concernées ou rendre l'accès à celles-ci impossible* ».

¹⁷³ Article 14 de la directive 2000/31.

¹⁷⁴ En effet, l'illicéité est définie comme la contrariété à la loi et « *dans une société de droit, la prérogative de dire sans ambiguïté ce qui est effectivement contraire à la loi appartient au juge* ». Pour une analyse approfondie, voy. R. HARDOUIN, « La connaissance de l'illicéité par les hébergeurs ou quand être notifié ne signifie pas nécessairement devoir retirer », *R.D.T.I.*, n°42/2012, p. 8.

¹⁷⁵ Relevons que cette conception n'est pas unanime. D'autres auteurs considèrent que la différence de formulation constitue simplement une référence à la dichotomie entre l'élément moral nécessaire à l'établissement d'une infraction d'une part, et la négligence de l'hébergeur d'autre part. Voy. C. DE CALLATAY, « Les responsabilités liées aux messages postés sur internet: l'extension du régime d'exonération de responsabilité des intermédiaires aux acteurs du web 2.0 », *op.cit.*, pp. 172-173.

¹⁷⁶ C.J.U.E., 12 juillet 2011, *L'Oréal et autres c. eBay International et autres*, C-324/09, point 120.

¹⁷⁷ E. RICBOURG-ATTAL, « La responsabilité civile des acteurs de l'internet du fait de la mise en ligne de contenus illicites », *op.cit.*, pp. 270-217.

b. La prise de connaissance

La directive interdisant les obligations générales de surveillance¹⁷⁸, la façon dont l'hébergeur est supposé découvrir un contenu illicite n'est pas claire. La C.J.U.E. déclare à cet égard que l'article 14 vise « *toute situation dans laquelle le prestataire concerné prend connaissance, d'une façon ou d'une autre, des faits ou circonstances* »¹⁷⁹. En d'autres termes, la prise de connaissance d'un contenu peut prendre place à la suite d'une notification mais également après un examen effectué spontanément par l'hébergeur¹⁸⁰.

Il convient de signaler que l'hébergeur n'a dès lors aucun intérêt à procéder spontanément à la recherche de contenu illicite sur son site web car dans l'hypothèse où il retire un contenu qui lui semble illicite mais qui en réalité ne l'est pas, celui-ci s'inflige un cas de responsabilité supplémentaire^{181 182}.

Relevons également que la directive e-commerce ne met en place aucun dispositif de notification. Il incombe donc aux Etats-Membres de prévoir un tel mécanisme. Le législateur français a ainsi institué l'obligation pour l'hébergeur, de mettre en place un mécanisme permettant aux personnes lésées de signaler certains contenus spécifiques¹⁸³. Dès lors que la notification contient certaines mentions énumérées à l'article 6-I-5 L.C.E.N., l'hébergeur est présumé avoir connaissance du caractère litigieux de l'information. Insistons à cet égard sur le fait que le caractère litigieux

¹⁷⁸ Voy. *infra*, p. 48.

¹⁷⁹ C.J.U.E., 12 juillet 2011, *L'Oréal et autres c. eBay International et autres*, C-324/09, point 121

¹⁸⁰ C.J.U.E., 12 juillet 2011, *L'Oréal et autres c. eBay International et autres*, C-324/09, point 122.

¹⁸¹ R. HARDOUIN, « La connaissance de l'illicéité par les hébergeurs ou quand être notifié ne signifie pas nécessairement devoir retirer », *op. cit.*, p. 9.

¹⁸² Nous adhérons néanmoins à la vue de C. de Callatay, selon laquelle cet inconvénient est inévitable car on ne saurait prétendre que l'hébergeur n'a pas connaissance d'un certain contenu pour le féliciter de sa démarche de contrôle. Voy. C. DE CALLATAY, « Les responsabilités liées aux messages postés sur internet: l'extension du régime d'exonération de responsabilité des intermédiaires aux acteurs du web 2.0 », *op.cit.*, p. 172.

¹⁸³ Article 6-I-7 L.C.E.N. : « *Compte tenu de l'intérêt général attaché à la répression de l'apologie des crimes contre l'humanité, de la provocation à la commission d'actes de terrorisme et de leur apologie, de l'incitation à la haine raciale, à la haine à l'égard de personnes à raison de leur sexe, de leur orientation ou identité sexuelle ou de leur handicap ainsi que de la pornographie enfantine, de l'incitation à la violence, notamment l'incitation aux violences faites aux femmes, ainsi que des atteintes à la dignité humaine, les personnes mentionnées ci-dessus doivent concourir à la lutte contre la diffusion des infractions visées aux cinquième, septième et huitième alinéas de l'article 24 de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse et aux articles 225-4-1, 225-5, 225-6, 227-23 et 227-24 et 421-2-5 du code pénal. A ce titre, elles doivent mettre en place un dispositif facilement accessible et visible permettant à toute personne de porter à leur connaissance ce type de données.* ».

d'un contenu n'équivaut pas à son caractère illicite¹⁸⁴. En revanche, en Belgique, aucun dispositif de la sorte n'a été mis en place. On en déduit qu'un contenu illicite peut être porté à la connaissance de l'hébergeur par toute voie de droit.

2. La réaction de l'hébergeur

a. L'examen de l'illicéité

L'appréciation de l'illicéité constitue le point névralgique de la législation. Effectivement, celle-ci est laissée entièrement à l'hébergeur, qui est ainsi érigé en juge. Le prestataire se retrouve dès lors dans une situation embarrassante : « *il peut lui être reproché de ne pas avoir supprimé des informations litigieuses afin de limiter l'atteinte au droit du plaignant, d'une part, ou lui être reproché d'avoir supprimé des informations parfaitement licites, d'autre part* »¹⁸⁵. Face à ce dilemme, R. Hardouin propose deux solutions¹⁸⁶.

D'une part, il est possible d'utiliser un concept mou semblable à celui du « manifestement illicite » en France. En effet, le Conseil constitutionnel français a émis une réserve selon laquelle l'hébergeur n'est sous l'obligation de retirer le contenu que dans l'hypothèse où celui-ci est manifestement illicite¹⁸⁷. Le problème de cette méthode réside dans les incohérences jurisprudentielles qu'elle engendre : la notion de « manifestement illicite » semble susciter des difficultés d'interprétation chez les juges¹⁸⁸. Elle ne serait dès lors pas apte à garantir la sécurité juridique.

A l'inverse, une autre approche consiste à catégoriser les contenus dont l'illicéité est apparente. Face à un contenu faisant partie d'une de ces catégories, l'hébergeur serait

¹⁸⁴ R. HARDOUIN, « La connaissance de l'illicéité par les hébergeurs ou quand être notifié ne signifie pas nécessairement devoir retirer », *op. cit.*, p. 11.

¹⁸⁵ E. MONTERO, « La responsabilité des prestataires intermédiaires sur les réseaux », in E. Montero (dir.), *Le commerce électronique européen sur les rails ? Analyse et proposition de mise en œuvre de la directive sur le commerce électronique*, Cahiers du CRID, n°19, Bruxelles, Bruylant, 2001, p. 291.

¹⁸⁶ R. HARDOUIN, « La connaissance de l'illicéité par les hébergeurs ou quand être notifié ne signifie pas nécessairement devoir retirer », *op. cit.*, p. 10.

¹⁸⁷ Conseil constitutionnel français, décision n° 2004-496 DC du 10 juin 2004, disponible sur www.conseil-constitutionnel.fr : « ces dispositions ne sauraient avoir pour effet d'engager la responsabilité d'un hébergeur qui n'a pas retiré une information dénoncée comme illicite par un tiers si celle-ci ne présente pas manifestement un tel caractère ou si son retrait n'a pas été ordonné par un juge ».

¹⁸⁸ Voy. R. HARDOUIN, « La connaissance de l'illicéité par les hébergeurs ou quand être notifié ne signifie pas nécessairement devoir retirer », *op. cit.*, pp. 11-13 ; O. FONDEVILLE et A. JOUANNON « Le manifestement illicite, mystérieux point de rencontre entre la victime et l'hébergeur », 2008, www.juriscom.net, (consulté le 23/07/2017).

alors tenu de procéder au retrait sans décision judiciaire. Cette méthode présente un caractère radical, potentiellement dangereux pour la liberté d'expression. Néanmoins, elle assurerait la sécurité juridique des hébergeurs en ce qu'elle leur permettrait de savoir quels contenus retirer. Une telle solution s'inscrit dans la lignée de la procédure de *notice and take down*, prévue par le DMCA américain¹⁸⁹.

b. La promptitude de la réaction

La notion de « promptitude » n'étant pas définie par la directive, c'est à la jurisprudence qu'il incombe de l'éclairer. Il semble que cette condition soit appréciée de manière très sévère. Z. Karambiri illustre ceci avec une décision du Tribunal de Grande Instance de Toulouse, dans laquelle il a été jugé qu'un retrait intervenant dans les 5 jours de la demande de la victime n'était pas une réaction prompte¹⁹⁰.

3. Procédure de « notice and takedown »

Le DMCA américain conditionne l'exonération de responsabilité, en matière de droit d'auteur, à la mise en place d'un dispositif d'accueil des plaintes par le prestataire.

Le texte spécifie notamment un nombre d'éléments que l'ayant-droit doit joindre à sa demande de retrait du contenu, afin de permettre à l'intermédiaire d'identifier le contenu désigné. Dès lors qu'une plainte comporte tous les éléments mentionnés, l'intermédiaire sera considéré comme ayant la connaissance de l'information rapportée. Il sera alors dans l'obligation de la retirer, sans aucun jugement de valeur. Il devra en aviser l'auteur du contenu et ce dernier aura le choix de lui d'adresser une « contre-notification ». L'hébergeur doit communiquer la contre-notification au plaignant et l'informer qu'il repostera le contenu sur son site endéans les 10 jours. Le plaignant peut faire usage de ce délai afin d'obtenir une mesure d'interdiction en référé. S'il ne le fait pas, l'hébergeur sera tenu de replacer le contenu sur son site.

Le DMCA exonère ainsi l'hébergeur qui a retiré du contenu suite à une notification, même dans l'hypothèse où ce contenu s'avère licite par la suite. De plus, la personne ayant faussement représenté le contenu comme étant illégal sera tenue responsable du

¹⁸⁹ Voy. *infra*, p. 47.

¹⁹⁰ Il critique cette intransigeance au motif qu'elle trouve son fondement dans le fait que les juges considèrent évident le caractère illicite de l'information: « *En effet, le délai d'action de l'hébergeur sera d'autant plus sévèrement apprécié que le caractère illicite des informations est manifeste* ». Voy. Z. KARAMBIRI, « Les responsabilités liées aux contenus postés dans les blogs », *op. cit.*, p. 43.

préjudice encouru par l'hébergeur et l'ayant-droit en raison de ce retrait.

Une telle procédure présente l'avantage de résoudre les problèmes liés à la prise de connaissance, au degré de connaissance requis ainsi qu'à l'examen de l'illicéité. Elle assure donc véritablement la sécurité juridique des intermédiaires du web.

§4. La prévention et cessation des atteintes par les intermédiaires

1. Mesures de filtrage

Au vu du développement sans précédent du contenu mis en ligne, la question du filtrage de celui-ci à travers des mesures techniques de protection s'est inéluctablement posée. De telles mesures tendent à identifier le contenu fourni par les utilisateurs afin de déterminer s'il est nécessaire de le bloquer.

Aux termes du considérant 47 de la e-commerce, une telle surveillance du contenu peut être ordonnée par les autorités nationales, pour des cas spécifiques. Mais une autre tendance s'est développée : la mise en place spontanée de dispositifs de filtrage par certaines plateformes fondées sur le contenu apporté par leurs utilisateurs¹⁹¹. Certains auteurs voient dans le considérant 40¹⁹² un encouragement à l'établissement de telles mesures¹⁹³.

2. Absence d'obligation générale de surveillance

Toutefois, la directive e-commerce interdit d'imposer une obligation générale de surveillance aux intermédiaires en ligne. Son article 15 dispose en effet que :

*« 1. Les États membres ne doivent pas imposer aux prestataires, pour la fourniture des services visés aux articles 12, 13 et 14, une obligation générale de surveiller les informations qu'ils transmettent ou stockent, ou une obligation générale de rechercher activement des faits ou des circonstances révélant des activités illicites. »*¹⁹⁴

¹⁹¹ Voy. par exemple Content ID de Youtube ou VeRo d'eBay.

¹⁹² Celui-ci dispose qu'« il est dans l'intérêt de toutes les parties qui participent à la fourniture de services de la société de l'information d'adopter et d'appliquer » des « mécanismes rapides et fiables permettant de retirer les informations illicites et de rendre l'accès à celles-ci impossible ».

¹⁹³ En ce sens : T. LEONARD, « L'exonération de responsabilité des intermédiaires en ligne : état de la question », *op. cit.*, p. 815 ou encore M. CAHEN, « Intermédiaires techniques et retrait des contenus dits illicites », *Chronique de Murielle Cahen*, 2014, www.journaldunet.com (consulté le 21/12/2016).

¹⁹⁴ Bien que le texte ne semble pas coercitif, il s'agit bel et bien d'une interdiction. La version anglaise de la directive nous le confirme : celle-ci utilise l'expression « *shall not impose* », marquant le

Lors de son adoption, cette disposition fut justifiée par la charge disproportionnée qu'une surveillance généralisée constituerait pour les intermédiaires. En effet, il n'existait pas encore de technologies capable de filtrer le contenu illicite sans censurer les informations légales¹⁹⁵. Toutefois, eu égard à l'immense progrès technologique en la matière, cette justification perd de sa force¹⁹⁶. Suite à l'arrêt *Scarlet*, il semble que l'interdiction soit aujourd'hui fondée sur la nécessité d'assurer un équilibre avec les autres droits fondamentaux en jeu¹⁹⁷. De plus, l'interdiction est le corollaire du régime exonératoire de responsabilité des intermédiaires. Si une telle obligation existait, ce régime serait en effet vidé de tout contenu¹⁹⁸.

3. Obligation particulière de filtrage

L'article 15 n'empêche pas les autorités publiques nationales d'imposer aux intermédiaires une obligation de surveillance dans un cas spécifique clairement défini¹⁹⁹. Ceci ressortait déjà du considérant 47 de la directive e-commerce, qui nuance l'absence d'obligation de filtrage en disposant que celle-ci « *ne vaut que pour les obligations à caractère général* »²⁰⁰. Ce n'est pas un hasard que le législateur européen ait laissé la porte ouverte à une telle surveillance ponctuelle. Il est en effet constant que les intermédiaires sont considérés comme les plus aptes à mettre fin aux atteintes perpétrées à l'aide des services qu'ils proposent²⁰¹.

C'est dans cet esprit-là que le législateur a prévu la possibilité, pour les titulaires de

caractère obligatoire de la disposition. Nous en déduisons que la disposition a simplement été traduite erronément.

¹⁹⁵ Premier rapport de la Commission au Parlement européen, au Conseil et au Comité économique et social européen sur l'application de la directive 2000/31 sur le commerce électronique, 21 novembre 2003, COM(2003) 702 final, p. 15.

¹⁹⁶ R. HARDOUIN, « La connaissance de l'illicéité par les hébergeurs ou quand être notifié ne signifie pas nécessairement devoir retirer », *op. cit.*, p. 9.

¹⁹⁷ C.J.U.E., 24 novembre 2011, *Scarlet c. Sabam*, C-70/10, point 48-50 : la liberté d'entreprise des intermédiaires ainsi que les droits fondamentaux des utilisateurs doivent être pris en compte.

¹⁹⁸ T. LEONARD, « L'exonération de responsabilité des intermédiaires en ligne : état de la question », *op. cit.*, p. 815.

¹⁹⁹ Premier rapport de la Commission au Parlement européen, au Conseil et au Comité économique et social européen sur l'application de la directive 2000/31 sur le commerce électronique, *op. cit.*, p. 15.

²⁰⁰ Directive 2000/31, considérant 47 : « *L'interdiction pour les Etats membres d'imposer aux prestataires de services une obligation de surveillance ne vaut que pour les obligations à caractère général. Elle ne concerne pas les obligations de surveillance applicables à un cas spécifique et, notamment, elle ne fait pas obstacle aux décisions des autorités nationales prises conformément à la législation nationale* ».

²⁰¹ Directive 2001/29/CE du Parlement européen et du Conseil du 22 mai 2001 sur l'harmonisation de certains aspects du droit d'auteur et des droits voisins dans la société de l'information, considérant 59. Ci-après : directive 2001/29.

droit, de requérir une injonction à l'encontre des intermédiaires afin de faire cesser ces atteintes. Le 3^{ème} paragraphe de l'article 8 de la directive 2001/29 énonce par exemple que : « *Les États membres veillent à ce que les titulaires de droits puissent demander qu'une ordonnance sur requête soit rendue à l'encontre des intermédiaires dont les services sont utilisés par un tiers pour porter atteinte à un droit d'auteur ou à un droit voisin* ». Il existe une disposition similaire relative aux autres droits de propriété intellectuelle²⁰². Ces articles sont transposés en droit belge à l'article XVII.14, §1-4 CDE.

Il est important de souligner que de telles injonctions sont tout à fait indépendantes du régime de responsabilité applicable aux intermédiaires : elles ont pour objet la cessation d'une atteinte et non la réparation d'un dommage²⁰³. De plus, la directive 2001/29 précise, en son seizième considérant, que son application se fait « *sans préjudice des dispositions relatives à la responsabilité de la directive 2000/31* »²⁰⁴. La mise en œuvre de ces injonctions ne pourra donc pas contrevenir aux dispositions de la directive e-commerce, en ce compris l'interdiction d'imposer une surveillance généralisée du contenu hébergé ou transmis.

Chapitre 2. Les sites d'impression 3D confrontés à la directive e-commerce

Ce chapitre a pour but d'étudier dans quelle mesure les plateformes étudiées s'insèrent dans le régime issu de la directive e-commerce. A cette fin, nous avons procédé à une sélection de cinq sites, qui, selon nous, reflètent la typologie exposée ci-dessus. Les sites non participatifs en ont néanmoins été exclus au motif que leurs titulaires sont les seuls susceptibles de publier du contenu contrefaisant sur ceux-ci. Ils ne sauront dès lors en aucun cas bénéficier du statut d'hébergeur.

²⁰² Directive 2004/48/CE du Parlement européen et du Conseil du 29 avril 2004 relative au respect des droits de propriété intellectuelle, article 11 : « *Les États membres veillent également à ce que les titulaires de droits puissent demander une injonction à l'encontre des intermédiaires dont les services sont utilisés par un tiers pour porter atteinte à un droit de propriété intellectuelle, sans préjudice de l'article 8, paragraphe 3, de la directive 2001/29/CE* ».

²⁰³ Dès lors, les intermédiaires ne pourront défaire de l'injonction qui leur est adressée sous prétexte qu'ils sont exonérés de leur responsabilité. Voy. T. LEONARD, « L'exonération de responsabilité des intermédiaires en ligne : état de la question », *op. cit.*, p. 817.

²⁰⁴ Voy. également la directive 2004/48, qui consacre le même principe à l'article 2, §3, a).

Nous confronterons chacune de ces plateformes au test en trois étapes qui a été mis en place par la C.J.U.E. afin de voir si elles sont susceptibles de bénéficier du statut d'hébergeur. Néanmoins, dans le but d'éviter une certaine redondance, nous nous accordons sur le fait que chacune de ces plateformes constituent un service de la société de l'information en ce qu'elles fournissent toutes – au moins – un service, à distance et au moyen d'équipement électronique de traitement et de stockage de données, à la demande individuelle d'un destinataire de service.

Notons que certaines plateformes que l'on analyse sont américaines et seront dès lors, soumises au DMCA. Par conséquent, la confrontation de ces plateformes à la directive e-commerce est fictive. Néanmoins, elles bénéficient d'une grande notoriété au sein de l'écosystème 3D et beaucoup d'autres plateformes ont adopté leur mode de fonctionnement. Leur étude paraît dès lors pertinente.

§1. GrabCAD²⁰⁵

GrabCAD est une plateforme offrant, à titre principal, un service de mise à disposition de fichiers CAO que l'utilisateur peut télécharger gratuitement. Elle n'est pas destinée à des contenus particuliers, mais semble promouvoir la communauté 3D en général.

1. « Le stockage d'informations fournies par un destinataire de service »

La plateforme rencontre toutes les exigences de l'article 14. En effet, les fichiers qu'elle propose sont le fait de ses utilisateurs. Ils constituent dès lors des informations, que GrabCAD stocke à la demande des destinataires de leurs services, c'est-à-dire leurs utilisateurs.

2. Le test de neutralité

Pour rejoindre la communauté GrabCAD, il est nécessaire de créer un compte. Il suffit de fournir des informations basiques et seule l'adresse e-mail fournie est vérifiée à l'aide de l'envoi d'un mail d'activation du compte. Il est ensuite très simple

²⁰⁵ Voy. <http://grabcad.com>.

d'*uploader* son modèle sur la plateforme. En effet, le site redirige simplement l'utilisateur vers une page énonçant certaines lignes directrices²⁰⁶ – dont l'interdiction de soumettre un fichier contrevenant au droit d'auteur – qu'il faut accepter avant de pouvoir soumettre son fichier. Par la suite, l'utilisateur peut, selon son envie, fournir une description, des *tags*²⁰⁷, sélectionner une catégorie à laquelle appartient son modèle et même assortir son fichier d'une vidéo. Les fichiers sont alors publiés sans qu'il soit procédé à leur vérification.

Dans un premier temps, le critère de neutralité semble rempli. La plateforme n'opère pas de contrôle à priori et la classification des contenus est réalisée de manière tout à fait automatique, à travers les tags fournis par les utilisateurs ainsi que la catégorie de contenu qu'il a sélectionnée.

Néanmoins, après avoir téléchargé un modèle sur la plateforme, l'utilisateur reçoit un e-mail envoyé par celle-ci qui recommande certains modèles similaires disponibles sur la plateforme. L'envoi de tels messages spontanés avait, dans le cadre des places de marché en ligne, été considéré comme constituant une intervention sur le contenu hébergé, entraînant la perte de neutralité de la plateforme. Nous ne voyons pas de raison justifiant une différence de traitement entre les places de marché en ligne et les plateformes non commerciales à cet égard-là. C'est également le raisonnement qu'avait tenu le Tribunal de Première Instance de Rome, dans le jugement précité concernant la plateforme de partage de vidéos Break²⁰⁸.

Cependant, cette jurisprudence fait, selon nous, preuve d'une certaine inconsistance. En effet, si l'on considère qu'une classification du contenu opérée de façon automatique ne constitue pas une raison de disqualification de l'hébergeur, il n'y a aucune raison de considérer que l'envoi de tels messages est constitutif d'un agissement actif sur ce contenu. En effet, ces e-mails sont envoyés sur base de la

²⁰⁶ Celles-ci énoncent que : « *CAD models not following these guidelines may be taken down: 1. Renderings and/or description that don't represent the actual CAD files ; 2. Models violating copyright law (please use proper attribution and permission) ; 3. Inappropriate models (sexually explicit, designs for dangerous weapons, etc.)* ».

²⁰⁷ Selon le dictionnaire Larousse, un *tag* – également appelé métadonnée – est une donnée servant à caractériser une autre donnée, physique ou numérique. Un tag peut dès lors servir à structurer des ressources numériques.

²⁰⁸ Voy. supra, p. 42.

classification ainsi opérée, de façon tout à fait automatique. Dès lors, l'hébergeur n'est pas d'avantage susceptible d'avoir connaissance du contenu lors de l'envoi d'un mail automatique que lors de la classification automatisée de ces contenus. D'ailleurs, la jurisprudence semble être de cet avis car dans la grande majorité des cas, les plateformes à caractère non commercial ont pu bénéficier du statut, tout en procédant à l'association de certains contenus liés²⁰⁹.

A notre avis, GrabCAD peut dès lors bénéficier du statut d'hébergeur.

3. *Prise de connaissance*

GrabCAD est une plateforme américaine et est dès lors soumise au DMCA. A ce titre, elle met en place un système de « *notice and take down* ».

§2. 3Dcontentcentral²¹⁰

3Dcontentcentral est une plateforme qui s'adresse aux fournisseurs de pièces industrielles. Elle se décrit comme « *the premium self-service catalog publishing solution for industrial component suppliers* »²¹¹. Le catalogue qu'elle propose est approvisionné par ses utilisateurs, qui sont des fournisseurs certifiés. Les fichiers sont téléchargeables gratuitement. Elle ne propose pas de service d'impression.

1. « *Le stockage d'informations fournies par un destinataire de service* »

Ici également, les fichiers CAO sont des informations, fournies par les utilisateurs et stockés par la plateforme. Les 3 exigences de l'article 14 sont donc rencontrées.

2. *Le test de neutralité*

²⁰⁹ C'est le cas de Youtube, alors que la plateforme propose des vidéos associées à celles que l'utilisateur a déjà visionnées. Voy. T.G.I. Paris (3^{ème} ch.), 29 janvier 2015, *S.A.R.L. Kare Productions et S.A.R.L. Delante Films c. Société Youtube et S.A.R.L. Google France*.

²¹⁰ Voy. <http://3dcontentcentral.com>.

²¹¹ *Ibidem*.

La création d'un compte se fait de la même façon que sur GrabCAD. Néanmoins, l'upload des fichiers s'avère être un peu plus compliqué. Pour devenir un fournisseur, il est nécessaire de créer un catalogue qu'il faut nommer. Afin de valider ce catalogue, il faut obligatoirement fournir certaines informations : son adresse, un numéro de téléphone, le logo de son entreprise ainsi qu'un site web pour son entreprise. L'utilisateur est ensuite transféré vers les « terms and conditions for contributions », qui prévoient l'octroi d'une licence sur le contenu à 3Dcontentcentral ainsi que l'interdiction de mettre à disposition du contenu dont on n'est pas propriétaire. Une fois les conditions générales acceptées, il est possible de procéder à l'upload. Néanmoins, la publication du modèle ne peut se faire qu'après l'accomplissement de plusieurs contrôles de bases. Si le modèle est rejeté, le site envoie à l'utilisateur un mail détaillant les raisons de ce rejet.

Il s'ensuit que 3Dcontentcentral n'aura indéniablement pas accès au statut d'hébergeur. En effet, en procédant à des contrôles des contenus avant leur publication, il n'agit pas de façon neutre à l'encontre de ceux-ci.

3. Prise de connaissance

De la même façon que GrabCAD, la plateforme est américaine et prévoit dès lors, dans ses conditions générales, une procédure de « notice and takedown ».

§3. Partcommunity²¹²

Tout comme 3Dcontentcentral, Partcommunity est dédiée aux pièces de remplacement. Ses utilisateurs ainsi que des fournisseurs agréés peuvent mettre à disposition leurs modèles de telles pièces, qui sont ensuite – en fonction de la licence choisie par le fournisseur de contenu – gratuitement téléchargeables.

1. « Le stockage d'informations fournies par un destinataire de service »

²¹² Voy. <http://b2b.partcommunity.com>

Le service principal offert par Partcommunity étant également la mise à disposition d'un catalogue de fichiers CAO téléchargeables, le raisonnement est identique : Partcommunity est bien un service de stockage d'informations fournies par un destinataire de service.

2. *Le test de neutralité*

La procédure de création du compte de l'utilisateur est semblable à celles des autres plateformes, à la seule différence qu'il faut obligatoirement fournir les données de son entreprise ainsi que procéder à un test d'identification humaine. Afin de publier son modèle, il faut en donner le nom, procéder à une description de celui-ci, choisir la catégorie à laquelle il appartient et ajouter un tag. De plus, l'utilisateur choisit la licence qu'il veut accorder sur la pièce : il peut choisir de concéder une des licences *Creative Commons*²¹³, de permettre le téléchargement seulement sur une page externe ou bien de ne pas accorder de licence du tout. Le fichier est alors publié sans qu'il ne soit procédé à aucun contrôle, indépendamment du choix de licence qui a été fait.

La classification des contenus s'opère de façon tout à fait automatisée. Il s'ensuit qu'en l'absence de contrôle des pièces, Partcommunity n'a pas de rôle actif sur le contenu publié. Par conséquent, la plateforme pourra, selon nous, bénéficier du statut d'hébergeur qui enclenche le régime de faveur. Au demeurant, ses conditions générales l'exonèrent de toute responsabilité du fait des tiers²¹⁴.

3. *Prise de connaissance*

Partcommunity est une plateforme allemande. Elle est dès lors soumise au régime de la directive e-commerce. Partant, elle n'est pas soumise à l'obligation de mettre en place un dispositif d'accueil des plaintes. Néanmoins, il existe un onglet intitulé « contact us », permettant d'envoyer un message aux gestionnaires du site ou de les contacter téléphoniquement. Celui-ci ne donne toutefois aucune indication quant aux

²¹³ *Creative Commons* est une organisation à but non lucratif qui permet le partage et la réutilisation de la créativité et des connaissances grâce à la fourniture d'outils juridiques gratuits. Elle propose 6 types de licences, qui ont toutes en commun d'exiger que les utilisateurs fournissent une attribution pour le créateur lorsque la matière est utilisée et partagée. Voy. <http://creativecommons.org>.

²¹⁴ « *Any liability for consequential damages arising from the use of third data cannot be assumed* ».

informations que l'utilisateur doit transmettre s'il souhaite signaler l'existence d'un contenu lui appartenant. Il n'assure dès lors pas la sécurité juridique. Il est, à notre estime, plus astucieux de prévoir un dispositif calqué sur la procédure américaine.

§4. Thingiverse²¹⁵

Thingiverse est, comme GrabCAD, une plateforme dédiée à l'impression 3D en général. A ce titre, elle met à disposition un catalogue extensif des modèles que ses utilisateurs fournissent.

1. « Le stockage d'informations fournies par un destinataire de service »

Les fichiers CAO sont bien des informations que le destinataire de service fournit. Thingiverse procédant au stockage de ces fichiers, la plateforme satisfait aux conditions énoncées à l'article 14 de la directive e-commerce.

2. *Le test de neutralité*

Les démarches requises à la création du compte de l'utilisateur sont assez standard. Il n'est procédé qu'à la vérification de l'adresse mail fournie par celui-ci. Lorsque l'utilisateur désire partager son modèle avec la communauté, plusieurs options s'ouvrent à lui. Il sera dans tous les cas obligé d'accepter les « submission guidelines »²¹⁶ de Thingiverse, qui excluent, entre autres, les contenus enfreignant la propriété intellectuelle. Ensuite, il est dans l'obligation de fournir les informations de base – nom, catégorie et licence – concernant son modèle. De plus, il lui est également loisible de fournir des informations supplémentaires relatives à son fichier, telles que des instructions d'impression. Thingiverse se différencie néanmoins des autres plateformes en ce qu'elle permet, de façon tout à fait optionnelle, de soumettre son modèle en tant que projet éducationnel. Dans cette hypothèse-là, le projet est

²¹⁵ Voy. <http://www.thingiverse.com>.

²¹⁶ Voy. *supra*, p. 23.

soumis à une procédure d'approbation à l'issue de laquelle un label spécifique lui sera octroyé²¹⁷. Tel n'est pas le cas lorsque le modèle est soumis de façon classique.

Il en découle que lorsque le fichier en cause était publié en tant que modèle éducatif, Thingiverse ne pourra bénéficier du statut d'hébergeur. En effet, la classification de ces contenus a lieu sous le contrôle de la plateforme, qui procède à une procédure de sélection. Elle a dès lors un rôle actif, lui faisant perdre son caractère neutre vis-à-vis du contenu. Partant, elle sera soumise au régime de responsabilité de droit commun. Néanmoins, face à un modèle non éducationnel, Thingiverse garde son caractère neutre et peut dès lors prétendre au statut d'hébergeur. Ceci est conforme à l'approche distributive de la directive e-commerce²¹⁸.

3. *La prise de connaissance*

Thingiverse est une plateforme américaine, et prévoit dès lors un mécanisme d'accueil des plaintes des utilisateurs, en conformité avec le DMCA.

§5. Shapeways²¹⁹

Shapeways est une place de marché en ligne dédiée à l'impression 3D. Les utilisateurs désireux de vendre leurs modèles téléchargent ceux-ci sur la plateforme. Celle-ci met en place un catalogue avec tous les modèles de ses utilisateurs et en propose l'impression, contre rémunération. Elle ne met néanmoins pas à disposition les fichiers CAO incorporant les modèles proposés.

1. *« Le stockage d'informations fournies par un destinataire de service »*

Les modèles que les vendeurs téléchargent qualifient d'informations fournies pas un destinataire de service. De plus, Shapeways procède bien à leur stockage en les mettant à disposition de ses utilisateurs. Il s'ensuit que Shapeways, et plus

²¹⁷ Le site dispose en effet que : « *If you would like your Thing to be published to Thingiverse Education, then you may fill the below sections. Educational Things are marked with a special badge and can be searched and filtered on different parts of Thingiverse. However, all educational Things go through a review process to ensure the content is appropriate for education* ».

²¹⁸ Voy. *supra*, p. 35.

²¹⁹ Voy. <http://www.shapeways.com>.

généralement les places de marché en ligne relatives à l'impression 3D, exercent une activité de stockage d'informations fournies par ses destinataires de service.

2. *Le test de neutralité*

Avant de pouvoir ouvrir son « magasin », il est nécessaire de télécharger un premier modèle. Lors de ce téléchargement, l'utilisateur confirme qu'il adhère aux conditions générales du site. Celles-ci excluent de façon assez standard les contenus contrefaisants. Une fois le fichier sélectionné, il faut lui donner un titre et une description. L'utilisateur peut ensuite l'associer à une catégorie de contenu, y rajouter des tags, des images ou une vidéo afin d'en assurer la visibilité. L'étape subséquente est le choix des matériaux dans lesquels le modèle est imprimable. Pour chaque matériel choisi, Shapeways détermine son prix de base, auquel l'utilisateur rajoute alors son propre prix. Lorsque le vendeur a complété chaque étape, la publication et mise en vente du bien se fait de manière instantanée.

Lorsqu'un utilisateur désire acheter le modèle, Shapeways en assure l'impression. L'acheteur paye alors Shapeways, qui transfère l'argent au vendeur, après prélèvement du prix d'impression et de 3,5% sur le bénéfice du vendeur²²⁰.

Les classifications que Shapeways opère semblent se faire de façon tout à fait automatique, et elle ne propose aucun outil d'optimisation à la vente qui implique une intervention active sur le contenu. Qui plus est, le prix de base que Shapeways propose est calculé mécaniquement à partir du fichier envoyé et n'implique dès lors pas de connaissance du contenu. Néanmoins, d'autres éléments pourraient, selon nous, contribuer à la perte de neutralité de Shapeways. D'une part, la jurisprudence récente a considéré que la perception d'une commission sur le prix de vente constitue une source de perte de neutralité²²¹. Toutefois, Shapeways précise dans ses conditions générales que cette perception sert à couvrir ses frais administratifs. Partant, il est incertain qu'elle puisse être qualifiée de rémunération. D'autre part, Shapeways

²²⁰ « *When you sell an item, we keep the standard price and we send you the markup. An additional 3.5% transaction fee (the "Markup Fee") will be charged on all earned markups and reflected in your markup payable statement in the shop owner portal. We charge this fee to cover our administrative costs and payment provider costs* ».

²²¹ CA Paris, 23 janvier 2012, *SA eBay International AG c. Burberry Ltd e.a.*, voy. *supra* p. 43.

procède à l'impression du bien. Ainsi qu'exposé *supra*²²², nous sommes d'avis qu'un tel service confère en toutes circonstances un rôle actif à la plateforme, lui déniant par conséquent le statut d'hébergeur.

Bien que Shapeways fait preuve d'un rôle actif sur le contenu qu'elle imprime et est à ce titre soumise au régime de responsabilité de droit commun, elle remédie à cet inconvénient par le biais de ces conditions générales. En effet, celles-ci exonèrent la plateforme de toute responsabilité relative aux contenus de ses utilisateurs²²³.

3. *La prise de connaissance*

Shapeways est également une plateforme américaine, qui prévoit une procédure de « notice and takedown » lorsqu'un utilisateur estime que son droit d'auteur est enfreint.

Chapitre 3. Perspectives futures

En donnant naissance à ces nouveaux acteurs, le web 2.0 a remis en question la division tripartite sur laquelle reposait traditionnellement la Toile. C'est pourquoi de nombreuses voix se sont élevées pour en appeler à la réforme de la directive 2000/31, « afin de prendre en compte l'évolution du web et de se détacher du régime actuel de la responsabilité sur Internet qui se fonde sur la notion d'acteur »²²⁴. Diverses approches ont été avancées. Jetons-y un œil.

Nous ne prétendons ici pas à l'exhaustivité, l'objet de ce chapitre étant de synthétiser les changements envisagés qui sont pertinents aux acteurs de l'impression 3D.

§1. Vers un statut intermédiaire ?

Beaucoup sont d'avis que la dichotomie qui est opérée entre l'hébergement et l'édition ne reflète pas la réalité. C'est pourquoi, à titre d'exemple, un rapport du

²²² Voy. p. 22.

²²³ « *Shapeways has no obligation to review the User Generated Content and can in no way be held responsible for the content of the User Generated Content* ».

²²⁴ E. BARBRY et O. PROUST, « Le Web 2.0 passe la barre des prétoires », *Gaz. Pal.* 17-18 octobre 2007, p. 12.

Sénat français de 2011²²⁵ suggère l'instauration d'une nouvelle catégorie d'acteur : l'éditeur de service. L'appartenance à cette catégorie d'acteur se définirait selon un critère économique, car le rapport les désigne comme « *une société qui retire un avantage économique direct de la consultation des contenus hébergés* »²²⁶. Les rapporteurs rattachent à cette catégorie d'acteurs deux obligations : la mise en place d'un système de signalement des contenus illicites ainsi qu'une obligation de moyens de surveillance des contenus.

Le Rapport Lescure, quant à lui, propose « *de plaider pour une différenciation des statuts, permettant de soumettre à des régimes de responsabilité distincts les hébergeurs d'infrastructures techniques et les hébergeurs de contenus* »²²⁷. Les rapporteurs estiment en effet que la notion d'hébergeur recouvre aujourd'hui des acteurs bien trop diversifiés²²⁸. Mais ils soutiennent néanmoins qu'une refonte du statut d'hébergeur doit se faire avec grande prudence, au vu des nombreux enjeux de ce statut, qui dépasse la simple protection du droit d'auteur.

Le Conseil d'Etat français a également émis un avis de la sorte. Dans une étude menée en 2014, il propose d'instaurer un statut spécial de « plateforme » qu'il définit comme « *les services de référencement ou de classement de contenus, biens ou services édités ou fournis par des tiers et partagés sur le site de la plateforme* »²²⁹. L'idée est de soumettre les services en ligne qui ne sont pas de simples hébergeurs, ni de réels éditeurs du contenu mis en ligne, à un régime de responsabilité renforcée. En effet, de tels services sont souvent qualifiés d'hébergeurs et bénéficient à ce titre d'une exonération de responsabilité. Néanmoins, le rapport admet que pour qu'un tel changement puisse s'amorcer, une révision de la directive 2000/31 est nécessaire.

²²⁵ Mission d'information du Sénat sur le bilan de la loi n°2007-1544 du 29 octobre 2007 de lutte contre la contrefaçon, qui a été rendue le 29 février 2011.

²²⁶ Selon E. RICBOURG-ATTAL, cette définition « *visé ostensiblement les gestionnaires des sites qui diffusent des publicités lors de la consultation du contenu* ». Voy. E. RICBOURG-ATTAL, « La responsabilité civile des acteurs de l'internet du fait de la mise en ligne de contenus illicites », *op.cit.*, p. 286.

²²⁷ P. LESCURE, Miss. Contr. Mission « Acte II de l'exception culturelle », Contribution aux politiques culturelles à l'ère numérique, Mai 2013, p. 401.

²²⁸ *Ibidem*.

²²⁹ Conseil d'Etat français, « Etude annuelle 2014 – Le numérique et les droits fondamentaux », 2014.

La Commission européenne semble avoir voulu faire écho à ces propositions puisqu'en 2016, elle a mené une consultation publique²³⁰ dans laquelle elle interroge les citoyens européens sur la mise en place de nouvelles catégories d'intermédiaires²³¹. Néanmoins, il ressort de cette consultation que le public est très divisé : à peine plus de la moitié des répondants considère que cela est nécessaire. La majorité des fournisseurs de contenu, des utilisateurs individuels et des intermédiaires considèrent que le régime actuel couvre les nouveaux acteurs du web²³². Toutefois, le problème majeur d'une telle proposition réside dans le fait qu'il n'existe pas de consensus quant à la définition des plateformes en ligne²³³. La mise en place d'un statut intermédiaire paraît dès lors compromise.

Selon le Conseil National du Numérique français, il faut s'en réjouir. Il estime que l'existence d'une certaine insécurité juridique est inhérente à l'évolution extrêmement rapide de l'environnement digital. Dès lors, au vu du rôle clé que le régime a joué dans cette évolution, une modification du système actuel devrait se faire avec prudence²³⁴.

§2. Proposition de directive sur le droit d'auteur dans le marché unique numérique²³⁵

Dans l'intention de « *clarifier le rôle des services en ligne dans la distribution d'œuvres et d'autres objets* »²³⁶, la Commission a formulé une proposition de directive. Son objectif est de remédier à ce qu'elle appelle le « value gap », terme désignant le déséquilibre entre la rémunération perçue par les titulaires de droits et les plateformes exploitant les œuvres de ces ayants droit. La Commission veut ainsi

²³⁰ Commission européenne, « Public consultation on the regulatory environment for platforms, online intermediaries and the collaborative economy », 2016.

²³¹ La question était formulée de la manière suivante : « *Mereconduit/caching/hosting describe the activities that are undertaken by a service provider. However, new business models have appeared since the adopting of the E-commerce Directive. Do you think that further categories of intermediary services should be established, besides mere conduit/caching/hosting and/or should the existing categories be clarified ?* ».

²³² Commission européenne, « Synopsis Report on the public consultation on the regulatory environment for platforms, online intermediaries and the collaborative economy », 25 mai 2016, p. 16.

²³³ *Ibidem*, p. 1.

²³⁴ Position of the French Digital Council on the Public consultation of the European Commission on the regulatory environment for platforms, online intermediaries and the collaborative economy, p. 11.

²³⁵ Proposition de directive (COM(2016) 593 final) du Parlement Européen et du Conseil du 14 septembre 2016 sur le droit d'auteur dans le marché unique numérique.

²³⁶ *Ibidem*, exposé des motifs, p. 2.

assurer une juste rémunération des titulaires de droit, faute de quoi le développement de la créativité européenne serait mis en péril. L'exposé des motifs de la proposition énonce que celle-ci complète la directive e-commerce, sans y porter atteinte.

1. Texte de la proposition

L'article 13 de la proposition de directive envisage de bouleverser complètement la dynamique inhérente au système mis en place par la directive e-commerce. Le premier paragraphe de cette disposition impose aux « *prestataires de services de la société de l'information qui stockent et donnent accès à un grand nombre d'œuvres et d'autres objets protégés chargés par leurs utilisateurs* » de mettre en œuvre des mesures qui doivent assurer le bon fonctionnement des accords conclus avec les titulaires de droits. A titre d'exemple, elle mentionne « *le recours à des techniques efficaces de reconnaissance des contenus* ». Ces mesures doivent néanmoins rester appropriées et proportionnées et les plateformes doivent informer au mieux ses utilisateurs de leur fonctionnement. De plus :

« *2. Les États membres veillent à ce que les prestataires de services visés au paragraphe 1 mettent en place des dispositifs de plainte et de recours à l'intention des utilisateurs pour les litiges relatifs à l'application des mesures visées au paragraphe 1.*

3. Les États membres favorisent, lorsque c'est utile, la coopération entre les prestataires de services de la société de l'information et les titulaires de droits, grâce à des dialogues entre parties intéressées, afin de définir de bonnes pratiques, telles que les techniques appropriées et proportionnées de reconnaissance des contenus, compte tenu, notamment, de la nature des services, de la disponibilité des outils techniques et de leur efficacité au vu des évolutions technologiques. »²³⁷

Le considérant 38 de la proposition de directive énonce que l'obligation de filtrage consacrée à l'article 13 s'applique également lorsque l'intermédiaire en cause bénéficie du statut d'hébergeur. Le considérant 39, quant à lui, insiste à nouveau sur la nécessité de collaboration entre les titulaires de droits et les prestataires de services.

2. Accueil de la proposition

²³⁷ *Ibidem*, article 13.

Selon l'exposé des motifs de la directive ainsi que l'étude d'impact menée avant son adoption, celle-ci n'est pas attentatoire à la liberté d'entreprise des intermédiaires en ce qu'elle ne s'applique qu'aux acteurs donnant accès à un grand nombre d'œuvres. De plus, la proposition elle-même dispose que les mesures doivent rester proportionnées et la plupart des plateformes visées ont déjà mis en place des technologies destinées à reconnaître les contenus contrefaisants²³⁸. Son impact sur la liberté d'expression et d'information sera dès lors limité. L'assemblée nationale française semble adhérer à ce point de vue, en ce qu'elle a adopté une résolution saluant la proposition de directive quelques semaines après son adoption par la Commission.

Néanmoins, ce n'est pas l'avis de tout le monde. Ainsi, maintes voix²³⁹ s'élèvent pour dénoncer l'insécurité juridique qu'une telle disposition engendrerait pour les hébergeurs. En effet, plusieurs notions sont sujettes à des interprétations diverses. Tel est en particulier le cas de l'obligation de filtrage imposée aux prestataires stockant « *un grand nombre d'œuvres* ». La question de la ligne de démarcation avec les autres prestataires se pose indubitablement. Une auteur s'interroge également quant aux termes « *stocker et donner accès* » : le législateur visait-il une communication au public ?²⁴⁰ L'incertitude semble régner. En revanche, les auteurs s'accordent sur une chose : l'imposition d'une obligation de filtrage est incompatible avec la directive e-commerce en ce qu'elle impliquerait indubitablement une surveillance générale du contenu hébergé. Une telle surveillance est, d'une part, interdite par l'article 15 de la directive²⁴¹ et a, d'autre part, été déclarée contraire à plusieurs droits fondamentaux par la C.J.U.E. dans ses arrêts *Sabam* et *Netlog*²⁴². De plus, en disposant qu'une telle obligation s'applique également aux hébergeurs exonérés, le considérant 38 vise ainsi le régime de faveur de son objet. Pour le surplus, R. Hardouin relève que la mise en

²³⁸ Voy. par exemple ContentID de Youtube ou Signature de Dailymotion, qui recourent à la comparaison d'empreintes afin de détecter les contenus contrefaisants.

²³⁹ Voy. notamment C. ANGELOPOULOS, « EU Copyright Reform : Outside the Safe Harbours, Intermediary Liability capsizes into incoherence », Kluwer Copyright Blog, 2016, <http://kluwercopyrightblog.com> (consulté le 19/12/2016) ; R. HARDOUIN, « Droit d'auteur et marché unique numérique II. Conséquences pour les hébergeurs et la liberté d'expression », *I2D*, 2017, n°1.

²⁴⁰ C. ANGELOPOULOS, « EU Copyright Reform : Outside the Safe Harbours, Intermediary Liability capsizes into incoherence », Kluwer Copyright Blog, 2016, <http://kluwercopyrightblog.com> (consulté le 19/12/2016).

²⁴¹ Voy. *supra* p. 48.

²⁴² C.J.U.E., 24 novembre 2011, *Scarlet c. Sabam*, C-70/10 et C.J.U.E., 16 février 2012, *Sabam c. Netlog NV*, C-360/10.

place d'un dispositif de filtrage efficace requiert une certaine puissance financière et l'article 13 risque dès lors de constituer une barrière à l'entrée de l'activité d'hébergeur²⁴³.

Sans grande surprise, les fervents défenseurs de la neutralité du net ont également condamné la proposition. Selon eux, le blocage de contenus par les opérateurs restreint l'accès à Internet de leurs abonnés et met dès lors en danger la neutralité du Net, principe fondateur de la Toile²⁴⁴. Certaines organisations n'ont ainsi pas hésité à qualifier la proposition de « poison pour la liberté d'expression »²⁴⁵.

Appliquée au secteur de l'impression 3D, la proposition pose un autre problème. Celle-ci envisage d'imposer une obligation de filtrage à toutes les plateformes hébergeant un grand nombre d'œuvres, sans distinction quant au type de contenu qu'ils hébergent. A cet égard, une réflexion de B. Tabaka nous paraît très pertinente :

*« Un amalgame est fait entre divers métiers. Détecter une annonce proposant à la vente une fausse paire de chaussures Nike ou un faux Ipad n'est pas la même chose que détecter une vidéo intégrant sans droits telle ou telle musique. Les outils, méthodes de contrôles et enjeux ne sont pas les mêmes. En matière de plateformes de commerce électronique, le fingerprinting n'existe pas. En matière de plateforme de vidéos, l'analyse des ventes réalisées par un utilisateur n'existe pas »*²⁴⁶.

Ceci suscite la question de savoir quelle technologie une plateforme de partage de fichiers CAO peut mettre en place. Bien que certains DRM aient déjà été développés afin de prévenir l'impression de fichiers contrefaisants²⁴⁷, ceux-ci n'opèrent qu'au stade de l'impression. Qu'en est-il alors au stade de la mise en ligne de tels fichiers ? Le fingerprinting est-il envisageable pour les fichiers CAO ? La réponse à cette question est incertaine et dans l'hypothèse de l'adoption de l'article 13 tel qu'envisagé par la Commission, l'insécurité juridique de ces plateformes risque d'être à son comble.

²⁴³ R. HARDOUIN, « Droit d'auteur et marché unique numérique II. Conséquences pour les hébergeurs et la liberté d'expression », *op. cit.*, p. 24.

²⁴⁴ Voy. LaQuadrature, <http://laquadrature.net> selon lesquels « *La neutralité du Net garantit que les opérateurs télécoms ne discriminent pas les communications de leurs utilisateurs, mais demeurent de simples transmetteurs d'information. Ce principe permet à tous les utilisateurs, quelles que soient leurs ressources, d'accéder au même réseau dans son entièreté.* » (consulté le 18/12/2016).

²⁴⁵ J. MCNAMEE, Executive Director of European Digital Rights, cité par D. NARANJO, « Press Release : New copyright directive fails at every level », EDRI, 2016, <http://edri.org> (consulté le 18/12/2016).

²⁴⁶ M. REES, « LCEN et éditeur de service : interview de Benoît Tabaka », Next Inpact, 2011, www.nextinpact.com (consulté le 17/07/2017).

²⁴⁷ A. CLAPAUD, « La blockchain sera-t-elle la DRM de l'impression 3D ? », 4^{ème} Révolution, 2016, www.4erevolution.com (consulté le 19/07/2017).

Toutefois, l'avenir de la proposition de directive est incertain. Actuellement, elle fait l'objet de nombreux débats au Parlement européen, dont les membres semblent très divisés sur la question. Les dernières nouvelles rapportent néanmoins que celui-ci semble pencher en faveur des ayants-droit²⁴⁸. Nous en saurons plus en septembre.

§3. L'approche privilégiée

Il convient, dans un premier temps, de souligner qu'afin de lutter contre les potentielles dérives de l'impression 3D, les solutions juridiques doivent être complétées par des solutions techniques et stratégiques. Comme le relève très justement F. Ghilassene : « *il ne faut pas nager à contre-courant comme l'a fait l'industrie du disque. Au contraire, il faut domestiquer le courant* »²⁴⁹. Afin de prospérer, les entreprises auront donc tout intérêt à intégrer la nouvelle technologie dans leur stratégie commerciale. Néanmoins, l'analyse de telles solutions dépasse le cadre de cette contribution et nous nous concentrerons dès lors sur les mesures juridiques pouvant potentiellement améliorer le sort des plateformes en ligne dédiées à l'impression 3D.

Nous adhérons à la vue selon laquelle une refonte globale du statut d'hébergeur n'est pas souhaitable. En effet, le régime a bien démontré sa capacité d'adaptation à l'émergence de nouveaux acteurs sur la Toile : le statut d'hébergeur est désormais attribué à la plupart des acteurs du web 2.0, de sorte que ceux-ci ne se voient pas imposer des obligations de contrôle qui porteraient atteinte à la neutralité de l'Internet. De plus, la quasi-totalité de ces acteurs ont déjà érigé leur rôle de filtre en règle de bonne pratique : leurs conditions générales excluent toujours la mise à disposition de contenus illicites et prévoient également des mesures assurant le respect de cette limitation²⁵⁰.

Quant aux plateformes liées à l'impression 3D en particulier, il nous semble que leur aspect communautaire participe également à la préservation des droits de propriété

²⁴⁸ L. KAYALI, « Le Parlement européen commence à pencher du côté des ayants droit », Contexte Numérique, 2017, <http://www.contexte.com> (consulté le 27/07/2017).

²⁴⁹ F. GHILASSENE, « L'impression 3D: Impacts économiques et enjeux juridiques », *op. cit.*, p. 15.

²⁵⁰ Voy. *supra*, pp. 19-23.

intellectuelle : lors de chaque upload, l'accent est mis sur la propriété du modèle et, dans la majorité des cas, il est possible d'attribuer le crédit d'un certain modèle à un autre utilisateur de la plateforme. Les utilisateurs paraissent dès lors davantage investis dans la recherche des contenus contrefaisants²⁵¹. Au demeurant, l'utilisation, par la plupart des plateformes, des licences *Creative Commons* permet aux utilisateurs d'avoir une meilleure compréhension des droits existants sur les modèles téléchargés et contribue dès lors au partage, de façon licite, des fichiers CAO.

Ceci démontre que, même à droit constant, les hébergeurs de contenus adoptent une attitude responsable dans la lutte contre la contrefaçon²⁵². Dans ce contexte, l'imposition d'obligations supplémentaires aux hébergeurs de contenus nous paraît superflue. De plus, au vu des constantes évolutions que connaît la Toile, ces obligations risquent de très vite paraître inadaptées.

Afin d'adopter une approche plus progressiste et qui s'inscrit dans la lignée du développement continu d'Internet, nous sommes d'avis qu'il faille poursuivre dans la voie de l'autorégulation basée sur des engagements volontaires des sites participatifs. Néanmoins, afin d'éviter une autorégulation purement privée, nous adhérons au point de vue exposé dans le Rapport Lescure, selon lequel il importe d'impliquer la puissance publique dans le processus. Celle-ci devrait alors « *coordonner l'adoption de codes de bonnes pratiques par les différentes catégories d'intermédiaires et jouer un rôle de médiateur ou de tiers de confiance entre ayants droit et intermédiaires* »²⁵³.

Toutefois, si le statut d'hébergeur ne mérite pas d'être revu, l'intervention du législateur européen est, selon nous, nécessaire pour éclaircir un autre aspect du régime. Nous avons relevé *supra* les incertitudes liées à la prise de connaissance et l'examen du caractère illicite des contenus par les hébergeurs²⁵⁴. Celles-ci semblent

²⁵¹ A titre d'exemple, lors de l'upload d'un contenu appartenant à un autre utilisateur sur la plateforme GrabCAD, il n'a fallu qu'un jour pour qu'un utilisateur – qui n'en était même pas propriétaire – en dénonce l'existence.

²⁵² Ceci vaut pour les acteurs liés à l'impression 3D en particulier, mais également pour les acteurs du web 2.0 plus généralement. En effet, en plus de l'adaptation de leurs conditions générales, les grands acteurs du web participatif sont nombreux à mettre en place des outils de détection des contenus qui reposent sur une coopération volontaire avec les ayants droit.

²⁵³ P. LESCURE, Miss. Contr. Mission « Acte II de l'exception culturelle », Contribution aux politiques culturelles à l'ère numérique, Mai 2013, p. 392.

²⁵⁴ Voy. *supra*, pp. 45-46.

accrues pour les prestataires de services liés à l'impression 3D du fait de la multitude de droits auxquels ils sont confrontés. C'est pourquoi nous pensons qu'il serait opportun de consacrer légalement une procédure de notice and takedown, à l'image de celle qui est prévue par le DMCA. Bien des auteurs sont de cet avis²⁵⁵ et il ressort de la consultation publique précitée que 80% des répondants sont favorables à l'adoption d'un mécanisme de « contre-notification ». A cet égard, la Commission avait, en 2013 déjà, adopté une proposition de directive consacrant la procédure de notice and takedown. Néanmoins, il semble que suite au lobbying des ayants droit, celle-ci ait été rétractée sans même être publiée. Ceci est, à notre sens, regrettable en ce que la consécration d'une telle procédure aurait pour effet de mettre fin à l'insécurité juridique à laquelle font face les hébergeurs de contenus.

²⁵⁵ Voy. notamment C. DE CALLATAY qui détaille les avantages de la codification d'une telle procédure dans « Les responsabilités liées aux messages postés sur internet: l'extension du régime d'exonération de responsabilité des intermédiaires aux acteurs du web 2.0 », *op.cit.*, pp. 172-173.

Conclusion

La notion générique de « site dédié à l'impression 3D » recouvre des réalités très différentes. En effet, ces sites ne dérogent pas à la typologie des autres acteurs du web. Il est dès lors impossible de les cantonner à une catégorie juridique prédéterminée afin d'en délimiter l'éventuelle responsabilité.

Néanmoins, deux caractéristiques permettent de différencier ces sites des autres acteurs du web. Premièrement, certaines de ces plateformes offrent un service d'impression 3D et prennent, à ce titre, part dans le processus de création de l'objet vendu. Partant, ils exercent une position qui n'est pas neutre et qui permet une surveillance accrue du contenu. Deuxièmement, la totalité de ces sites sont empreint d'un aspect très communautaire, contribuant également au respect des droits de propriété intellectuelle. Pour le surplus, la lecture des conditions générales des plateformes dédiées à l'impression 3D atteste du professionnalisme de leurs dirigeants ainsi que de leur détermination à endosser un rôle de filtre des fichiers qui leur sont proposés.

Nous sommes d'avis que le régime actuel a su s'adapter à l'émergence de nouveaux acteurs et qu'afin de préserver cette souplesse, il serait regrettable d'imposer des obligations supplémentaires aux hébergeurs de contenus. En effet, la Toile est en constante évolution et, à l'heure d'aujourd'hui, l'on envisage déjà l'essor du web 3.0. Dans cette optique, il nous paraît indispensable d'adopter une approche évolutive par la consécration de principes généraux et modulables au gré du changement du fonctionnement d'Internet.

Bibliographie

1. Législation

Nationale

- Loi du 11 mars 2003 sur certains aspects juridiques des services de la société de l'information
- CDE, livre XI et livre XII., Art. 17-20

Française

- Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique, Art. 6-I-5 et 6-I-7.
- Décision du Conseil constitutionnel n°2004-496 DC du 10 juin 2004, www.conseil-constitutionnel.fr

Benelux

- Convention Benelux en matière de propriété intellectuelle (marques et dessins ou modèles), faite à La Haye le 25 février 2005, approuvée par la loi du 22 mars 2006.

Européenne

- Directive 2000/31/CE du Parlement Européen et du Conseil du 8 juin 2000 relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur (« directive sur le commerce électronique »)
- Directive 2001/29/CE du Parlement Européen et du Conseil du 22 mai 2001 sur l'harmonisation de certains aspects du droit d'auteur et des droits voisins dans la société de l'information
- Directive 2004/48/CE du Parlement européen et du Conseil du 29 avril 2004 relative au respect des droits de propriété intellectuelle
- Article 17, §2 de la Charte des droits fondamentaux de l'Union Européenne
- Règlement n°6/2002 du Conseil du 12 décembre 2001 sur les dessins ou modèles communautaires

- Proposition de directive (COM(2016) 593 final) du Parlement Européen et du Conseil du 14 septembre 2016 sur le droit d'auteur dans le marché unique numérique

Internationale

- Convention de Berne pour la protection des œuvres littéraires et artistiques, signée à Berne le 9 septembre 1886, approuvée par la loi du 25 mars 1999.
- Traité de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle sur le droit d'auteur (WCT), adopté à Genève le 20 décembre 1996, approuvé par la loi du 15 mai 2006

2. Doctrine

Monographies

- DERIEUX E. et GRANCHET A., « Lutte contre le téléchargement illégal : Lois DADVSI et HADPOI », Bruxelles, Larcier, 2010, pp. 8-46.
- GAUDRAT P. et SARDAIN F., « Traité de droit civil du numérique – Tome 2 : Droit des obligations », Bruxelles, Larcier, 2015, pp. 457-556.
- RICBOURG-ATTAL E., « La responsabilité civile des acteurs de l'internet du fait de la mise en ligne de contenus illicites », Bruxelles, Larcier, 2014

Etudes publiés dans un ouvrage collectif

- BUYDENS M., « Offre d'imprimante 3D et brevet : quelle cohabitation ? », dans *Défis et opportunités pour la propriété intellectuelle* (sous la dir. de B. MICHAUX), Bruxelles, Larcier, 2016
- DE HAAN T., « L'impression 3D face au droit des marques », dans *L'impression 3D, défis et opportunités pour la propriété intellectuelle* (sous la dir. De B. MICHAUX), Bruxelles, Larcier, 2016
- DEHARENG E. et FESLER D., « La responsabilité des hébergeurs et des intermédiaires au regard du développement des services en ligne » dans *Le*

droit des nouvelles technologies et de l'internet (sous la dir. de DOCQUIR B.), Bruxelles, Bruylant, 2012, pp. 63-98.

- DERIEUX E., « Neutralité et responsabilité des intermédiaires de l'internet : Mythe ou réalité du principe de « neutralité » ? » dans *La neutralité de l'Internet en Europe* (sous la dir. de STROWEL A.), Bruxelles, Bruylant, 2013, pp. 141-159.
- HUBIN J-B., « L'impression 3D et le droit des obligations: questions choisies » dans *L'impression 3D, défis et opportunités pour la propriété intellectuelle* (sous la dir. de B. MICHAUX), Bruxelles, Bruylant, 2016, pp. 32-48.
- MICHAUX B. et HALLEMANS S., "Introduction", dans *L'impression 3D: Défis et opportunités pour la propriété intellectuelle* (sous la dir. de B. MICHAUX), Bruxelles, Larcier, 2016, pp. 5-10.
- POULLET Y. et LEROUGE J-F., « La responsabilité des acteurs de l'Internet » dans *Rapports belges au Congrès de l'Académie Internationale de Droit Comparé Brisbane*, Bruxelles, Académia Bruylant, 2000, pp. 1043-1103.
- VIVANT M., « Un défi pour la propriété intellectuelle : la métamorphose de l'end user – téléchargement, impression 3D et mondes virtuels », dans *Droit, économie et valeurs : Hommage à Bernard Remiche*, Larcier, Bruxelles, 2015, pp. 509-522.

Contributions doctrinales dans un périodique

- ADER B., « Les dernières affaires sur la responsabilité des intermédiaires de l'internet », *LEGICOM*, 2000, n°21-22, pp. 213-215.
- BARBRY E. et PROUST O., « Le Web 2.0 passe la barre des prétoires », *Gaz. Pal.* 17-18 octobre 2007, p. 12.
- BERNARD A., OSCHETTA J-M., OBATON A-F., TAILLANDIER G., « Fabrication additive: état de l'art et besoins métrologiques engendrés », *Rev. franç. métr.*, 2016, n°41, pp. 21-36.
- BRADSHAW S., BOWYER A., HAUFE P., « The Intellectual Property implications of low-cost 3D printing », *ScriptEd*, 2010, 7(1), pp. 5-31.

- BRAET O. *et al.*, « La réglementation de la neutralité du réseau en Belgique – réflexions et recommandations », *R.D.T.I.*, 2014, n°54/2014, pp. 5-26.
- DE CALLATAY C., « Les responsabilités liées aux messages postés sur internet: l'extension du régime d'exonération de responsabilité des intermédiaires aux acteurs du web 2.0 », *A&M*, n°3-4, 2013, pp. 166-182.
- DE PATOUL F. et VEREECKEN I., « La responsabilité des intermédiaires de l'internet : première application en droit belge », note sous Cass. (2^{ème} ch.), 3 février 2004, *R.D.T.I.*, 2004, n°19/2004, pp. 54-59.
- DE PATOUL F., « La responsabilité des intermédiaires sur internet : les plates-formes de mise en relation, les forums et les blogs », *R.D.T.I.*, 2007, n°27/2007, pp. 85-106.
- DEMOULIN M., LAZARO C., MONTERO E. « La loi du 11 mars 2003 sur les services de la société de l'information », *J.T.*, 2004, p. 91-95.
- DUSSOLIER S. et MONTERO E., « Des enchères et des fleurs, de l'usage des marques à la responsabilité de l'intermédiaire : le bouquet contrasté des arrêts eBay et Interflora », note sous C.J.U.E., 12 juillet 2011, *L'Oréal c. eBay*, *R.D.T.I.*, 2011, n°45/2011, pp. 170-189.
- FOSSOUL V., « La responsabilité des intermédiaires en droit des marques et en droit d'auteur à la lumière de la récente jurisprudence européenne », *R.D.C.*, 2014, n°2014/5, pp. 462-489.
- GOBERT D. et JOURET J., « L'arrêt Scarlet contre Sabam : la consécration d'un juste équilibre du rôle respectif de chaque acteur dans la lutte contre les échanges illicites d'œuvres protégées sur Internet », *R.D.T.I.*, 2012, n°46/2012, pp. 34-65.
- HARDOUIN R., « Du copulatif au passif ou comment la conjonction « et » ajoute une condition pour jouir du régime de l'hébergeur », *Revue Lamy droit de l'immatériel*, juin 2010, n°61, pp. 40-47.
- HARDOUIN R., « L'hébergeur et la publicité : la neutralité comme condition d'une coexistence », *Revue Lamy droit de l'Immatériel*, juillet 2010, n°62, pp. 47-51.
- HARDOUIN R., « La connaissance de l'illicéité par les hébergeurs ou quand être notifié ne signifie pas nécessairement devoir retirer », *R.D.T.I.*, n°42/2012, pp. 7-14.

- HARDOUIN R., « Droit d'auteur et marché unique numérique II. Conséquences pour les hébergeurs et la liberté d'expression », *I2D*, 2017, n°1, pp. 23-24.
- HEEB C., « Overeenkomsten via het internet : enkele bijzondere vraagstukken i.v.m. elektronische handel, consumentenbescherming en tussenpersonen », *DCCR*, 2016, n°113-2016, pp. 69-87.
- IDE N., STROWEL A., VERHOESTRAETE F., « La directive du 8 juin 2000 sur le commerce électronique: un cadre juridique pour l'Internet », *J.T.*, 2001 (n° 6000), pp. 133-145.
- JULIA-BARCELO R., « Online intermediary liability issues : comparing E.U. and U.S. legal frameworks », *E.I.P.R.*, 2000, n°22(3), pp. 105-119.
- KARAMBIRI Z., « Les responsabilités liées aux contenus postés dans les blogs », *R.D.T.I.*, 2009, n°36/2009, pp. 29-61.
- LEONARD T., « L'exonération de responsabilité des intermédiaires en ligne : un état de la question », *J.T.*, 2012, pp. 814-818.
- MONTERO E., « Les responsabilités liées au web 2.0 », *R.D.T.I.*, n°32, 2008, pp. 363-388.
- THOUMYRE L., « Précisions contrastées sur trois notions clés relatives à la responsabilité des hébergeurs », *R.L.D.I.*, 2008/35, p. 17-20.
- THOUMYRE L., « La responsabilité pénale et extra-contractuelle des acteurs de l'Internet », *Lamy droit des médias et de la communication*, étude 464-19, nov. 2009.
- VAN BESIEN B., « La responsabilité des gestionnaires de forums de discussion non commerciaux », *A&M*, 2010, n°2010/5, pp. 562-578.
- VIGUIÉ C., « La démocratisation des imprimantes 3D et le droit d'auteur », *R.I.D.A.*, 2014, p. 93.

Articles publiés sur internet

- ANGELOPOULOS C., « EU Copyright Reform: Outside the Safe Harbours, Intermediary Liability capsizes into incoherence », *Kluwer Copyright Blog*, 2016, <http://kluwercopyrightblog.com> (consulté le 19/12/2016)

- CAHEN M., « Intermédiaires techniques et retrait des contenus dits illicites », *Chronique de Murielle Cahen*, 2014, www.journaldunet.com (consulté le 21/12/2016).
- DUBOIS C. et VAN DEN BULCK P., « Quelle responsabilité pour les prestataires de services du web 2.0? », www.droitbelge.be (consulté le 17/11/2016)
- FONDEVILLE O. et JOUANNON A-S., « Le « manifestement illicite », mystérieux point de rencontre entre la victime et l'hébergeur », 2008, www.juriscom.net (consulté le 10/07/2017).
- HUSOVEC M., « Holey Cap ! CJUE Drills (Yet) Another Hole in the E-Commerce Directive's Safe Harbors », *Kluwer Copyright Blog*, 2016, www.copyrightblog.kluweriplaw.com (consulté le 20/12/2016).
- MARINO L., « Arrêt UPC Telekabel : le blocage des sites pirates devant la CJUE », 2014, www.lauremarino.blogspot.be (consulté le 7/07/2017).
- THOUMYRE L., « Comment les hébergeurs français sont devenus juges du manifestement illicite », 2004, www.juriscom.net (consulté le 4/07/2017).
- THOUMYRE L., « Impact de l'arrêt Google Adwords de la CJUE sur la responsabilité des services 2.0. », 2010, www.juriscom.net (consulté le 4/07/2017).

Articles de presse

- ALEX, « Une façade imprimée en 3D pour le Conseil de l'Union Européenne », 12 janvier 2016, *3dnatives*, www.3dnatives.com (consulté le 26/07/2017).
- CHAMPEAU G., « Affaire SABAM : Grande victoire contre le filtrage généralisé en Europe ! », 2011, www.numerama.com (consulté le 15/11/2016)
- CHAMPEAU G., « LCEN : Un statut spécial de « plateforme » souhaité par le Conseil d'Etat », 2014, www.numerama.com (consulté le 16/11/2016).
- CHAMPEAU G., « Pourquoi Bruxelles veut votre avis sur la responsabilité des intermédiaires techniques », 2015, www.numerama.com (consulté le 16/11/2016).
- CHAMPEAU G., « Droit d'auteur : la Commission présente une directive très critiquée », 2016, www.numerama.com (consulté le 16/11/2016).

- CLAPAUD A., « Les industries de demain naissant au cœur des fab labs », 2013, 01netBusiness, www.pro.01net.com (consulté le 20/11/2016).
- CLAPAUD A., « La blockchain sera-t-elle la DRM de l'impression 3D ? », 4^{ème} Révolution, 2016, www.4ereveloution.com (consulté le 19/07/2017).
- FABULOUS, « Le fichier 3D n'aura plus aucun secret pour vous », www.fabulous.com.co (consulté le 20/11/2016).
- GETTING B., "Basic Definitions: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0", 2007, Practical e-commerce, www.practicalcommerce.com, (consulté le 29 novembre 2016).
- GHILASSENE F., « Impression 3D et propriété intellectuelle : un problème, des solutions », 2014, www.paristechreview.com (consulté le 13/05/2016)
- GIROU V., « Digital light synthesis – Carbon et l'impression 3D », 17 avril 2017, Electric News, www.electricnews.fr (consulté le 26/07/2017).
- IKONICOFF R., « La construction de tissus humains par imprimante 3D devient une réalité », 20 février 2016, Science et Vie, www.science-et-vie.com (consulté le 26/07/2017).
- KAYALI L., « Le Parlement européen commence à pencher du côté des ayants droit », Contexte Numérique, 2017, <http://www.contexte.com> (consulté le 27/07/2017).
- LUCAS T., « L'impression 3D passe à la polymérisation liquide, façon Terminator 2 », 17 mars 2015, L'usine Digitale, www.usine-digitale.fr (consulté le 26/07/2017).
- MCNAMEE JOE, « EU Copyright Directive – privatised censorship and filtering of free speech », EDRI, 2016, <http://edri.org> (consulté le 18/12/2016).
- MELANIE, « Top 12 des applications de l'impression 3D au service du handicap », 11 janvier 2017, 3dnatives, www.3dnatives.com (consulté le 26/07/2017).
- NARANJO D., « Towards a corporate copyright reform in the EU ? », EDRI, 2016, <http://edri.org> (consulté le 18/12/2016).
- NARANJO D., « Press Release : New copyright directive fails at every level », EDRI, 2016, <http://edri.org> (consulté le 18/12/2016).
- POIDEVIN B., « La responsabilité des intermédiaires de l'Internet au vu du rapport Lescure », 2013, www.jurisexpert.net (consulté le 16/11/2016).

- REES M., « Adwords : la CJUE protège la neutralité et l'hébergement payant », Next Impact, 2010, www.nextinpact.com (consulté le 17/07/2017).
- REES M., « LCEN et éditeur de service : interview de Benoît Tabaka », Next Impact, 2011, www.nextinpact.com (consulté le 17/07/2017).
- REES M., « Le statut d'hébergeur de YouTube encore conforté en justice », Next Impact, 2015, www.nextinpact.com (consulté le 17/07/2017).
- THE ECONOMIST, « 3D Printers start to build factories of the future », 29 juin 2017, The Economist, www.economist.com (consulté le 26/07/2017).

Etudes et Rapports

- Premier rapport de la Commission au Parlement européen, au Conseil et au Comité économique et social européen sur l'application de la directive 2000/31 sur le commerce électronique, 21 novembre 2003, COM(2003) 702 final, pp. 13-15
- Study on the liability of internet intermediaries – Country report : Belgium, under the dir. of Prof. Montero, Markt/2006/09/E, 2007.
- LESCURE P., Miss. Contri. Mission « Acte II de l'exception culturelle ». Contribution aux politiques culturelles à l'ère numérique, Mai 2013, Tome I.
- MANYIKA J. *et al.*, « Disruptive technologies: Advances that will transform life, business and the global economy », *McKinsey Global Institute*, 2013.
- GHILASSENE F., « L'impression 3D: Impacts économiques et enjeux juridiques », Les Dossiers de la Direction des Etudes de l'INPI, Dossier n°2014-04 - Septembre 2014.
- Conseil d'Etat français, « Etude annuelle 2014 – Le numérique et les droits fondamentaux », 2014.
- Position of the French Digital Council on the Public consultation of the European Commission on the regulatory environment for platforms, online intermediaries and the collaborative economy.
- Commission européenne - Synopsis Report on the public consultation on the regulatory environment for platforms, online intermediaries and the collaborative economy, 2016.
- Impact assessment on the modernisation of EU copyright rules, accompagnant les propositions de directive COM(2016) 593, COM(2016) 594 et SWD(2016) 302, 14 septembre 2016, SWD(2016)301 final, p. 143.

Sites Internet

- *www.3dcontentcentral.com*
- *www.3docean.net*
- *www.b2b.partcommunity.com*
- *www.cat3dprint.com*
- *www.creativecommons.org*
- *www.fablab.nl*
- *www.formando.be*
- *www.grabcad.com*
- *www.hb3d.fr*
- *www.highend3d.com*
- *www.i.materialise.com*
- *www.laquadrature.net*
- *www.lesimprimantes3d.fr*
- *www.myminifactory.com*
- *www.renderosity.com*
- *www.sculpteo.com*
- *www.shapeways.com*
- *www.snapeda.com*
- *www.thingiverse.com*
- *www.turbosquid.com*
- *www.youmagine.com*

3. Jurisprudence

Belge

- CA Bruxelles, 22 juin 1959, *J.T.*, 1959, p. 562.
- Cass. (2^{ème} ch.), 3 février 2004, *R.D.T.I.*, 2004, n° 19/2004, p. 54.
- TPI, Bruxelles (cess.), 29 juin 2007, *A&M*, 2007, n° 2007/5, p. 476.

Française

Cour d'Appel

- CA Paris, 4ème ch., A, 7 juin 2006, *Tiscali Media c. Dargaud Lombard, Lucky Comics*, www.legalis.net
- CA Paris, 23 janvier 2012, *SA eBay International AG c. Burberry Ltd e.a.*, www.legalis.net
- C.A. Paris (7^{ème} ch.), 11 décembre 2013, *Olivier M. c. Google Ireland et Google France*, www.legalis.net
- C.A. Paris (3^{ème} ch.), 14 juin 2016, *Mme X. c. Wikimedia Foundation Inc.*

Tribunal de Grande Instance

- TGI Paris, réf., 22 juin 2007, *Lafesse c. Myspace*, www.legalis.net
- TGI Nanterre (réf.), 28 février 2008, *Olivier D. c. Eric D.*, www.legalis.net
- TGI Nanterre (réf.), 28 février 2008, *Olivier D. c. Aadsoft Com*, www.legalis.net
- TGI Paris (réf.), 26 mars 2008, *Olivier Martinez c. Bloobox Net*, www.juriscom.net
- TGI Paris, 15 avril 2008, *Jean Yves Lafesse et autres c. Dailymotion et autre*, www.legalis.net
- T.G.I. Paris (3^{ème} ch.), 29 janvier 2015, *S.A.R.L. Kare Productions et S.A.R.L. Delante Films c. Société Youtube et S.A.R.L. Google France*, www.legalis.net

Cour de Cassation

- Cass. fr. 1ère ch. civ., 14 janvier 2010, *Tiscali c. Dargaud Lombard, Lucky Comics*, www.juriscom.net
- Cass. fr. (1ère ch. civ.), 17 février 2011, *Société Nord-Ouest et société Image c. Dailymotion, M., O., X. c. société Bloobox-net*, www.juriscom.net
- Cass. fr. (ch. comm., fin. et econ.), 3 mai 2012, *Christian Dior Couture c. eBay Inc et eBay International.*, www.juriscom.net

Cour de Justice de l'Union Européenne

- C.J.U.E., 29 janvier 2008, *Productores de Música de España (Promusicae) c.*

Telefónica de España SAU, C-275/06.

- C.J.U.E., 23 mars 2010, *Google France c. LVM, Viaticum, Luteciel, CRRNH et autres*, C-236/08, 237/08 et 238/08.
- C.J.U.E., 12 juillet 2011, *L'Oréal c. eBay*, C-324/09.
- C.J.U.E., 24 novembre 2011, *Scarlet c. Sabam*, C-70/10.
- C.J.U.E., 16 février 2012, *Sabam c. Netlog*, C-360/10.
- C.J.U.E., 27 mars 2014, *UPC Telekabel Wien GmbH c. Constantin Film Verleih GmbH e.a.*, C-314/12.
- C.J.U.E., 11 septembre 2014, *Sotiris Papasavvas c. O Fileleftheros Dimosia Etaireia Ltd e.a.*, C-291/13.
- C.J.U.E., 15 septembre 2016, *Tobias mcFadden c. Sony Music Entertainment Germany GmbH*, C-484/14.