

# **INTERNET Le statut de l'éditeur de presse en ligne**

**Le 23 janvier 2009, devant un parterre médiatique réuni au grand complet, le président de la République a annoncé les propositions de réforme qu'il avait retenues parmi les 90 recommandations du Livre vert remis à l'issue des États généraux de la presse écrite. Il entend activer leur mise en oeuvre, sur le modèle des engagements du Grenelle de l'Environnement. Ces mesures, classées en sept thèmes (voir le discours du Président sur [www.legipresse.com](http://www.legipresse.com)), sont conséquentes. Toutes impacteront les usages professionnels et les modèles économiques. Certaines même amèneront des réformes législatives profondes (voir les modifications législatives et réglementaires attendues, en cahier IV du présent Légipresse). Il y aura, pour les médias, un avant et un après États généraux. Pourtant, et alors même que ces réformes, si elles aboutissent, vont bouleverser leur quotidien, quasiment aucun professionnel du droit de la presse ne comptait parmi les 150 membres réunis dans les quatre pôles des États généraux, ni n'a été auditionné par eux.<br/>C'est pourquoi Légipresse a pris l'initiative de leur donner la parole autour d'une question: « En tant que professionnel du droit de la presse, si vous ne deviez retenir ou rejeter qu'une seule des propositions du Livre vert, laquelle choisiriez-vous et pourquoi? » Réponse en dix billets.<br/>La rédaction**

L'essentiel n'est pas de protéger le support mais de protéger la marque, il n'est pas de protéger le papier mais de protéger l'écrit ». C'est par ces mots que le Président Sarkozy ouvrait les États généraux de la presse en octobre dernier. Le message est passé. Le pôle consacré à cette question, qui devait réfléchir donc à l'internet comme nouveau « modèle pour la presse écrite », propose l'instauration d'un statut spécifique « de l'éditeur de presse en ligne ». Loin de vouloir inventer un modèle nouveau, la commission qui a planché sur ces questions aboutit à une inversion de la proposition de son intitulé même: ce n'est pas un modèle propre à internet qui devrait, selon ses propositions, s'appliquer à la presse écrite en ligne, mais le modèle traditionnel et spécifique de la presse écrite qui devrait être étendu et garanti à la presse sur internet. L'activité principale de « l'éditeur en ligne » doit, selon ces propositions, reposer sur le triptyque classique : originalité-actualité-périodicité. L'information étant « un droit » elle ne saurait demeurer dans les champs des droits commerciaux exclusifs. L'idée manifeste qui a guidé les travaux du pôle est de voir émerger dans la jungle d'internet les outils d'une reconnaissance de la presse, une forme de label, afin de permettre au public de s'y retrouver. Nous ne sommes pas sûrs, cela étant, que ledit statut puisse, comme il le propose, être délivré par une autorité indépendante. Il nous semble que, comme cela existe pour les entreprises de presse écrite, il suffit de constater que, dès lors qu'elles obéissent aux conditions spéciales posées par la loi, les droits qui en découlent sont automatiques. Le nouveau statut imposerait une transparence des dirigeants et propriétaires des entreprises de presse en ligne, comme de son financement. Autres garanties de l'indépendance et

du pluralisme, les entreprises de presse en ligne devraient bénéficier de l'important système d'aides directes et indirectes de la presse écrite. Ces aides, notamment fiscales, auraient vocation à favoriser l'« innovation permanente » comme « l'investissement des particuliers ». Les entreprises en ligne devraient surtout voir le système de taxation préférentielle (taux de TVA super réduit), dont bénéficie la presse, être unifié. Enfin, et surtout, la commission revendique l'application du régime de responsabilité aggravée de la loi sur la presse 1. Et elle souhaiterait, à ce sujet, promouvoir « une procédure de modération des contenus générés par les utilisateurs » en suggérant que pour cette nouvelle activité, plus prégnante et importante que le traditionnel courrier des lecteurs de la presse papier, de par l'interactivité que permettent les échanges en ligne, les éditeurs fassent sur la question une « déclaration de bonne foi » qu'il sera sans doute utile de développer plus avant 2. En définitive, ces États généraux de la presse font à nouveau la démonstration que les règles déjà existantes, qui ont fait leur preuve, trouvent à s'appliquer à ce nouveau support d'une activité qui existait avant lui 3. Mises en oeuvre, ces propositions permettraient au public de retrouver ses journaux, ses habitudes. Il restera informé, et la démocratie perdurera?

**Auteur(s) :**

**Basile Ader - Avocat au Barreau de Paris**

**Notes de bas de page :**

2. On doit y lire ? comme le recommande le pôle1 qui préconise le maintien du caractère pénal de la loi de 1881 (voir recommandation n°7 du pôle1)? l'attachement de ce pôle à la loi sur la presse dans son état actuel !

3. Elle rejoint en effet un principe dégagé par la jurisprudence de la Cour européenne qui tend peu à peu à s'imposer dans la jurisprudence française, même s'il vient contredire les principes fondamentaux de la loi de 1881 sur la responsabilité, selon lesquels « sanctionner un journaliste pour avoir aidé à la diffusion de déclarations émanant d'un tiers dans un entretien entraverait gravement la contribution de la presse aux discussions de problèmes d'intérêt général et ne saurait se concevoir sans raison particulièrement sérieuse ». (arrêt Jersild c/Danemark, 23 septembre 1994, paragraphe 35- Thoma c/Luxembourg 29 mars 2001, paragraphe 64 ? Radio France c/France 30 mars 2004).

4. Et elle rappelle opportunément que cette question a déjà été débattue au sein même de l'Administration puisque la Direction du développement des médias a déjà proposé une définition de l'entreprise de presse en ligne selon laquelle « doivent être considérés comme tels les services de communication au public en ligne, fournis à titre professionnel par un prestataire qui en assume la responsabilité éditoriale, consistant à la production et à la mise à disposition du public, de façon périodique et régulière, d'un contenu original composé d'informations et ayant fait l'objet d'un traitement journalistique et présentant un lien avec l'actualité, qui ne constitue pas, en lui-même, un outil de promotion ou un accessoire d'une activité industrielle ou commerciale ». Il est donc peut-être temps d'entériner cette définition qui a rencontré l'assentiment des différents professionnels de ce pôle.