



# L'Europe malmène les exclusivités TV

*L'avis de la Cour de justice européenne dans une affaire de matchs de foot anglais pourrait remettre en cause la notion de droits de diffusion par pays au profit de droits internationaux.*

PAULE GONZALES

**AUDIOVISUEL** C'est l'histoire d'un pub anglais qui va peut-être changer la face du monde de la télévision payante. La Cour de justice européenne vient en effet de juger que « les accords d'exclusivité territoriale » pour les droits de retransmission des matchs de football sont contraires au droit de l'Union européenne. En 2004, Karen Murphy, la patronne du pub anglais Landlady, a mis fin à un contrat avec le bouquet satellitaire britannique BSkyB, qui a acheté les droits pour la Grande-Bretagne des matchs de la Premier League auprès de la ligue anglaise de football - l'EPL. Faisant jouer la concurrence européenne, elle s'était alors abonnée au grec Nova, en donnant un faux nom et une fausse adresse. Avec Nova, « je payais 800 livres (930 euros) par an pour un abonnement, contre 700 livres par mois pour Sky », avait-elle alors plaidé. Mais s'estimant lésée, l'EPL, qui commercialise ces droits, a obtenu sa condamnation par un tribunal anglais. L'affaire a alors été portée devant la justice européenne qui a donc rejeté, en début de semaine, les arguments de l'EPL.

Cette décision fait trembler le petit monde de la télévision en Europe où, jusqu'à présent, les droits de diffusion étaient commercialisés sous forme d'exclusivité territoriale par territoire afin de maximiser les profits des détenteurs de droits. Certes, l'avis de la Cour de justice européenne prend le temps de reconnaître que cette pratique est légale. Mais « elle reconnaît aussi le droit, au nom de la liberté d'établissement et de prestation de

Didier Drogha, l'attaquant ivoirien de Chelsea, samedi dernier pendant un match du championnat anglais. Des images très convoitées.

A. YATES/AFF



service, celui, pour les télévisions, notamment à péage, de vendre des décodeurs ailleurs que sur leur territoire », explique maître Victoriano Melero, du cabinet Clifford Chance spécialisé dans les droits sportifs. Ce dernier dédramatise cependant l'affaire en rappelant le contexte particulier du Royaume-Uni en matière de football : « Le championnat anglais est sans doute l'un des rares à avoir une valeur très importante sur le plan international. De plus, il est vrai que les prix des abonnements pour la diffusion dans les pubs en Angleterre sont particulièrement élevés. »

Maître Fabrice Lorvo, du cabinet **FTPA** ajoute : « Il n'est pas certain que cet avis concernant le

marché anglais soit complètement transposable dans le droit français. Pour faire court, c'est peut-être une bombe, mais on n'est pas encore certain qu'elle explose. » « Dé-tenteurs de droits et diffuseurs vont devoir être plus créatifs pour protéger dans leurs contrats les exclusivités. »

## Impact sur la télé gratuite

Ainsi la brèche dans la territorialisation des droits est bien ouverte. L'impact pourrait ne pas se limiter à la télévision payante mais s'étendre aux chaînes gratuites dont le signal déborde toujours dans les zones frontalières d'un pays à l'autre. De plus, cette remise en question dans la territo-

rialité des droits risque de s'étendre aux industries culturelles, et notamment au cinéma. Si les cinématographies européennes sont protégées car peu exportables, en revanche, les studios américains sont sur des charbons ardents car toute leur économie repose sur cette territorialisation des droits. À terme, ils ont notamment à redouter une baisse des tarifs, voire un alignement de ces derniers d'un territoire à l'autre.

Enfin, cet avis avantage les services numériques, qu'ils s'appellent iTunes, GoogleTV ou demain Netflix. Ces derniers prônent la globalisation des droits et l'accès des contenus sans restriction de frontières. ■

**VICTORIANO MELERO**  
AVOCAT CHEZ  
CLIFFORD CHANCE

« Le championnat anglais est sans doute l'un des rares à avoir une valeur très importante sur le plan international. De plus, il est vrai que les prix des abonnements pour la diffusion dans les pubs en Angleterre sont particulièrement élevés. »

