

**COUR ADMINISTRATIVE D'APPEL  
DE VERSAILLES**

N° 23VE02130

----  
beIN SPORTS FRANCE

----  
Mme Nathalie Ribeiro-Mengoli  
Présidente

----  
Mme Pauline Ozenne  
Rapporteure

----  
Mme Julie Florent  
Rapporteure publique

----  
Audience du 28 mai 2026  
Décision du 30 juin 2026

----

**RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

**AU NOM DU PEUPLE FRANÇAIS**

La cour administrative d'appel de Versailles

(5<sup>ème</sup> chambre)

Vu la procédure suivante :

*Procédure contentieuse antérieure :*

La société beIN Sports France a demandé au tribunal administratif de Cergy-Pontoise d'annuler la décision du 30 novembre 2022 par laquelle l'inspecteur du service national des enquêtes de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) lui a enjoint de cesser toute diffusion par voie électronique de la publicité relative au sponsor « ... » dans un délai d'un mois, ensemble la décision du 3 avril 2023 rejetant son recours hiérarchique.

Par un jugement n° 2306997 du 13 juillet 2023, le tribunal administratif de Cergy-Pontoise a rejeté sa demande.

*Procédure devant la cour :*

Par une requête et deux mémoires, enregistrés les 13 septembre 2023, 18 septembre 2025 et 11 décembre 2025, la société beIN Sports France, représentée par Me Charat et Me Cohen, demande à la cour :

1°) d'annuler ce jugement ;

2°) d'annuler, pour excès de pouvoir, ces décisions ;

3°) de mettre à la charge de l'Etat la somme de 5 000 euros sur le fondement de l'article L. 761-1 du code de justice administrative.

Elle soutient que :

*En ce qui concerne la régularité du jugement :*

- il est entaché d'un défaut de motivation, dès lors qu'il se borne à affirmer, sans justification, que la présence du logo « ... » sur les maillots des joueurs lors de retransmissions télévisuelles constitue une publicité au sens de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation ;

- il est entaché d'une omission à statuer à défaut d'examiner la branche du moyen tirée de la méconnaissance des règles de libre concurrence ;

*En ce qui concerne son bien-fondé :*

- c'est à tort que le tribunal a écarté la fin de non-recevoir qu'elle opposait à l'intervention de l'association française des courtiers et prestataires de services d'investissement (AFCoPSI), dépourvue d'intérêt à intervenir faute de lien entre son objet social et l'objet de son recours contentieux et faute, également, d'atteinte directe et certaine portée à ses membres par la diffusion du logo « ... » sur les maillots de l'Atlético de Madrid lors du match de football joué contre l'Olympique de Marseille le 16 mai 2018 ;

- la décision attaquée constitue une sanction et non une mesure de police administrative, dès lors notamment que son but punitif résulte de la gravité de ses conséquences, qui vont au-delà d'une injonction de mise en conformité en l'empêchant de diffuser toute compétition sportive faisant apparaître la référence à « ... », sans qu'il ait été vérifié que cette société commercialisait encore en 2022 des produits financiers risqués ;

- les faits qui lui sont reprochés sont prescrits, en application de l'article L. 522-2 du code de la consommation dès lors qu'il s'est écoulé plus de trois ans après le premier acte de l'enquête n° 2018-047 menée par l'inspecteur du Service Nationale des Enquêtes(SNE) date du 25 mai 2018 ;

- la décision en litige a été prise en méconnaissance des droits de la défense garantis notamment par les articles 6 de la convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales et 14 du pacte international relatif aux droits civils et politiques, ainsi que par l'article 61-1 du code de procédure pénale applicable en vertu de l'article L. 512-10 du code de la consommation, dès lors que l'objet de l'enquête menée par l'inspecteur du SNE, qui visait initialement exclusivement la recherche et la constatation de manquements au titre du parrainage de l'équipe de l'Atlético de Madrid, a été modifié postérieurement à l'ouverture de l'enquête pour viser la publicité interdite, sans qu'elle en soit préalablement informée ;

- les faits qui lui sont reprochés ne constituent nullement un manquement aux dispositions de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation ;

• d'une part, la notion de publicité n'est définie ni par ces dispositions, qui sont dès lors inapplicables, ni par la jurisprudence ; il convient de se référer au décret n° 92-280 du 27 mars 1992 fixant les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de télé-achat ; la diffusion de l'inscription « ... » ou « ... » sur les maillots des joueurs de l'Atlético de Madrid ne répond pas à la définition d'une publicité même indirecte dès lors qu'elle n'a généré aucune rémunération ni aucune contrepartie ou autre avantage à son profit, ni n'a été faite dans un but promotionnel ; elle ne constitue pas davantage une publicité clandestine au sens de l'article 9 du décret précité du 27 mars 1992 en l'absence de but publicitaire et dès lors que la présence des inscriptions sur les maillots des joueurs ne peut être détachée des exigences liées à la retransmission des matchs ; en outre, cette diffusion ne peut être qualifiée de publicité dès lors qu'elle ne fait référence qu'à la seule dénomination du prestataire de services d'investissement et non à des contrats financiers et que la communication DOC-2017-01 de l'autorité des marchés financiers (AMF) a défini les communications à caractère promotionnel interdites en application de l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier dont ne font pas partie la diffusion des seuls termes « ... » qui s'apparente à de la

communication institutionnelle, hors du champ d'application des dispositions de l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier ; la décision attaquée procède de surcroît d'une confusion entre la publicité, qui vise à convaincre les consommateurs cibles d'acheter le produit ou le service, et le parrainage, qui vise uniquement à promouvoir l'image du parrain et non pas ses produits ou services ; en outre, le code de bonne conduite pour la retransmission d'événements sportifs comportant des panneaux publicitaires en faveur de boissons alcoolisées, adopté le 28 mars 1995, permet la retransmission des manifestations multinationales, les téléspectateurs n'étant ainsi pas privés de la diffusion des matchs de la Ligue des champions sponsorisée par un fabricant d'alcool ; à défaut de code de bonne conduite dans le secteur de la publicité, dont le projet a été rejeté par la DGCCRF, l'inspecteur du SNE aurait dû tenir compte de la communication conjointe prise par le CSA et l'AMF au cours du mois de juillet 2018 ;

- d'autre part, la décision en litige repose sur l'analyse du caractère risqué des contrats financiers proposés par « ... » délivrée par l'AMF le 2 juillet 2018 à la demande de la DGCCRF, laquelle est irrégulière dans la mesure où elle n'entre pas dans le champ de l'article L. 631-1 du code monétaire et financier : en effet, elle ne concerne pas le domaine des pratiques de commercialisation ; il n'entraîne pas dans les pouvoirs de l'AMF de délivrer autre chose que des renseignements ; en toute hypothèse ces renseignements n'ont pas été communiqués en vue de la mise en œuvre, recherchée par la DGCCRF, de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation mais de son article L. 222-16-2 ; en outre, en application de l'article 6 de la directive 2014/65/UE du Parlement européen et du Conseil du 15 mai 2014 concernant les marchés d'instruments financiers, cet avis aurait dû être précédé de la consultation de la CySEC qui est l'autorité compétente pour délivrer ou retirer l'agrément accordé à la société « ... » CY Limited, dans la mesure où, par ailleurs, elle ne disposait pas des contrats proposés par cette société ; à titre subsidiaire, l'existence de contrats financiers risqués, et notamment de contrats « CFD » (« contracts for differences ») sans protection intrinsèque pour le consommateur français proposés par la société « ... » CY Limited n'est pas démontrée, l'analyse de l'AMF, sommaire et contradictoire, n'étant pas probante ; l'attestation délivrée par un l'expert agréé près la Cour d'appel de Paris en marchés financiers et produits dérivés, établissant que les CFD proposés par la société « ... » CY Limited disposaient bien d'une protection intrinsèque, n'a pas été prise en considération ; par ailleurs, cette société proposait également des produits financiers non risqués ; la circonstance que « ... » n'a jamais fait l'objet, ni d'une injonction de l'AMF lui interdisant toute communication relative à son logo, ni d'une sanction financière qui aurait été prise par l'autorité chypriote des marchés financiers (la CySEC) n'a pas non plus été prise en considération ; l'avis de l'AMF de juillet 2018 est obsolète, rien ne venant prouver que « ... » proposait des produits financiers risqués à la date de l'injonction prononcée le 30 novembre 2022 ;

- à titre infiniment subsidiaire, le décompte des manquements qui lui sont imputés, fixé à 109, est disproportionné ;

- les dispositions de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation et de l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier, créés par la loi n° 2016-1691 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique qui transpose la directive 2014/65/UE du Parlement européen et du Conseil du 15 mai 2014 concernant les marchés d'instruments financiers, dite MiFiD II, ne sont pas compatibles avec cette directive dès lors qu'en méconnaissance du point 12 de son article 24, elles n'ont pas été notifiées à la commission européenne alors qu'elles instaurent des exigences supplémentaires au sens de cet article en prévoyant une interdiction générale de toute publicité pour les contrats financiers dits à risque ; ces dispositions ne sont pas non plus compatibles avec la directive 2015/1535 prévoyant, de même, une notification à la commission européenne ;

- l'injonction attaquée n'est ni adaptée, ni nécessaire, ni proportionnée ;

- son caractère inadapté résulte de l'absence de caractérisation du manquement reproché, en l'absence de publicité indirecte, de la circonstance qu'elle s'applique à tort aux produits financiers non risqués également commercialisés par « ... », de la circonstance que les spectateurs continuent, via d'autres canaux de diffusion, à avoir accès à la retransmission des matchs au cours desquels apparaît le logo « ... », lequel apparaît en toute hypothèse sur les maillots des équipes visibles sur le site internet même de la société « ... », et de l'absence de prise en compte de l'impossibilité technique de flouter les logos figurant sur les maillots et juridique de renégocier le contrat avec l'UEFA ;

- cette injonction n'est pas nécessaire dès lors qu'ainsi qu'il résulte d'une communication conjointe de l'AMF et du CSA, dans le cas d'événements filmés à l'étranger, dans des pays où l'interdiction en cause n'est pas applicable, une recherche d'autres mesures moins sévères qu'une interdiction est possible, afin de concilier l'objectif de protection des consommateurs et les contraintes techniques et juridiques inhérentes aux médias télévisuels ;

- son caractère disproportionné résulte de son caractère général et absolu allant au-delà des manquements constatés, en ce que l'interdiction de publicité entraîne l'interdiction de toute diffusion à venir d'autres matchs, événements sportifs et reportages, y compris à l'étranger, au cours desquels apparaît la mention « ... » sans limitation dans le temps et l'espace, alors qu'elle aurait dû être circonscrite à une interdiction de rediffuser le match du 16 mai 2018 et à un retrait des trois courts reportages ;

- cette décision a été prise en méconnaissance du droit à l'information, de la liberté de communication et de la liberté d'expression dès lors qu'elle est disproportionnée eu égard à l'objectif poursuivi, qu'elle prive le public de la diffusion d'événements d'importance majeure au sens de l'article 20-2 de la loi du 30 septembre 1986 et du décret n°2004-1392 du 22 décembre 2004 et qu'il appartenait à la DGCCRF de prendre en compte les contraintes techniques et contractuelles applicables, l'impossibilité de diffuser les matchs ne pouvant être dissociée de l'injonction prise ; en outre, elle méconnaît la directive n°2010/13/UE du 10 mars 2010 du Parlement européen et du Conseil relative aux services de médias audiovisuels (SMA) dès lors qu'elle conduit à empêcher la retransmission, sur le territoire français, d'émissions sportives télévisées émanant d'autres Etats-membres ; par ailleurs, les exigences du Conseil constitutionnel relatives à la garantie de la liberté d'expression et de communication ne sont pas respectées dès lors que les dispositions de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation ne contiennent pas de définition de la publicité directe ou indirecte prohibée, que les faits matériels de sponsoring de « ... » n'ont jamais été sanctionnés et ne lui sont pas imputables et que la caractérisation de l'infraction dépend d'éléments subjectifs et arbitraires sur l'identification des services interdits ;

- elle méconnaît la liberté d'entreprendre et la liberté du commerce et de l'industrie en ce qu'elle remet en cause ses obligations contractuelles et qu'elle pose une interdiction générale et absolue visant également les produits financiers dont la publicité est toutefois autorisée auprès du grand public ;

- elle méconnaît la liberté contractuelle en l'absence de possibilité d'acheter des droits de diffusion partiels ou à géométrie variable pour tenir compte du parrainage des clubs en lice et dès lors que les matchs achetés et non diffusés l'ont été en pure perte ; en second lieu, cette atteinte lui cause un préjudice économique et moral, et porte aussi atteinte à sa réputation commerciale et est susceptible de la pénaliser lors de futurs appels d'offres ;

- elle méconnaît le droit de propriété dès lors qu'elle remet en cause les contrats en cours d'exécution sans être assortie d'une indemnisation équitable et que les conséquences financières de la privation de diffusion des matchs impliquant l'équipe de l'Atalanta Bergame et les Young Boys de Berne, toutes deux sponsorisées par « ... », sont extrêmement importantes ;

- elle méconnaît le principe de sécurité juridique dès lors qu'elle est trop large ; en premier lieu, elle contrevient au principe de la territorialité des lois, en s'appliquant à des compétitions qui se déroulent en dehors du territoire français, ce qui est préjudiciable pour les

organisateurs des compétitions et les équipes en lice de la Lega Série A, alors que la DGCCRF et l'AMF ont considéré que la législation s'applique aux compétitions qui se déroulent en France ; en deuxième lieu, elle ne tient pas compte des contraintes techniques et juridiques pesant sur les diffuseurs ; en troisième lieu, elle remet en cause les contrats en cours d'exécution, à l'égard des organisateurs de manifestations sportives, des abonnés et des distributeurs, le contrat la liant à l'UEFA à la date du match du 16 mai 2018 ayant été signé le 21 mai 2014, soit antérieurement à l'entrée en vigueur des dispositions de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation ; en quatrième lieu, elle a pour effet de faire peser sur les diffuseurs une analyse préalable de la nature des produits financiers ;

- elle méconnaît le principe d'égalité et les règles de concurrence dès lors qu'elle est seule contrainte, à l'exclusion de tout autre service de communication électronique, de cesser toute diffusion de programme comportant le logo « ... », aucun autre média n'ayant fait l'objet d'une mesure identique et que cela la désavantage par rapport à ses concurrents dans le cadre des appels d'offres ou dans le marché de la télévision ;

- elle porte une atteinte disproportionnée à la libre prestation des services en raison de son caractère général et absolu.

Par deux mémoires en défense, enregistrés les 16 juillet et 14 novembre 2025, ainsi qu'un mémoire non communiqué enregistré le 28 janvier 2026, les ministères économiques et financiers (direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes) concluent au rejet de la requête.

Ils font valoir que les moyens soulevés par la requérante ne sont pas fondés.

Par un courrier du 21 mai 2026, les parties ont été informées, en application des dispositions de l'article R. 611-7 du code de justice administrative, que l'arrêt était susceptible d'être fondé sur un moyen relevé d'office, tiré de l'irrecevabilité du moyen contestant, au titre de la méconnaissance de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation, l'existence d'une diffusion d'une publicité interdite au sens de ce texte (absence de publicité directe ou indirecte et absence de contrats relevant des dispositions de l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier), dès lors que ce moyen vise à remettre en cause les motifs qui sont le support nécessaire de l'annulation prononcée par le jugement du tribunal administratif de Paris n° 1820611 du 12 novembre 2020, revêtus de l'autorité absolue de chose jugée (la tierce opposition étant ouverte, voir par a contrario, notamment : CE, Avis, 6/5 CHR, 25 mai 2018, Préfet des Yvelines et autres, n°417350, A - Rec. p. 240).

Des observations en réponse au moyen d'ordre public ont été présentées pour la société beIN Sports France France le 26 mai 2026.

Vu les autres pièces du dossier.

Vu :

- la Constitution ;
- la convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales ;
- le pacte international relatif aux droits civils et politiques ;
- le traité sur le fonctionnement de l'Union européenne ;
- la directive 2010/13/UE du Parlement européen et du Conseil du 10 mars 2010 ;
- la directive 2014/65/UE du Parlement européen et du Conseil du 15 mai 2014 ;
- la directive 2015/35/UE du Parlement européen et du Conseil du 9 septembre 2015 ;
- le code de la consommation ;

- le code monétaire et financier ;
- le code de procédure pénale ;
- la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 ;
- le décret n°92-280 du 27 mars 1992 ;
- le décret n°2004-1392 du 22 décembre 2004 ;
- le code de justice administrative.

Les parties ont été régulièrement averties du jour de l'audience.

Ont été entendus au cours de l'audience publique :

- le rapport de Mme Ozenne,
- les conclusions de Mme Florent, rapporteure publique ;
- les observations de Me Cohen et de Me Charrat, pour la société beIN Sports France et de M. Conraud pour la DGCCRF.

Une note en délibéré, présentée pour la société beIN Sports France, a été enregistrée le 3 juin 2026.

Considérant ce qui suit :

1. A la suite de la diffusion par la société BeIN Sports France, le 16 mai 2018, du match de football opposant l'Olympique de Marseille à l'Atlético de Madrid dans le cadre de la finale de la Ligue Europa, le service national des enquêtes (SNE) de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) du ministère de l'économie, des finances et de la relance, constatant la présence sur le maillot des joueurs de l'équipe madrilène du logo « ... » de la société chypriote « ... » CY Ltd proposant des contrats financiers avec paiement d'un différentiel (CFD), a procédé à un contrôle portant sur le respect de l'interdiction de publicité directe ou indirecte par voie électronique relative aux contrats financiers risqués prévue par les articles L. 222-16-1 du code de la consommation et L. 533-12-7 du code monétaire et financier. Dans ce cadre, ce service national a sollicité de l'Autorité des marchés financiers (AMF), par courrier du 25 mai 2018, son analyse sur la nature exacte des services d'investissement proposés par la société « ... » et a demandé à la société beIN Sports France, par courrier du 25 juin 2018 annonçant l'ouverture d'une enquête, la transmission d'un support vidéo physique comprenant notamment le match en cause.

2. La DGCCRF a en outre été saisie, par un courrier reçu le 10 juillet 2018, d'une demande de l'Association française des courtiers et prestataires de services d'investissement (AFCoPSI) tendant à ce qu'une sanction soit infligée à la société beIN Sports en raison de la méconnaissance par cette dernière de l'interdiction de publicité prévue par l'article L. 222-16-1 du code de la consommation. La décision implicite de rejet née du silence gardé par la DGCCRF sur cette demande de sanction a donné lieu à l'engagement par l'AFCoPSI d'un recours contentieux devant le tribunal administratif de Paris qui, par un jugement n° 1820611 du 12 novembre 2020 a, après avoir retenu que la diffusion du logo « ... » arboré sur le maillot des joueurs madrilènes constituait une publicité audiovisuelle indirecte interdite, annulé le refus de sanctionner la société beIN Sports France et enjoint à la DGCCRF de mettre en œuvre ses pouvoirs de sanction à l'encontre des éditeurs de services de télévision M6 et beIN. Saisie d'un appel formé contre cette injonction par le ministre de l'économie, des finances et de la relance, la cour administrative d'appel de Paris a, par un arrêt n° 20PA04187 du 6 juillet 2021, estimé que si l'annulation du refus de sanction litigieux impliquait nécessairement que les agents de la DGCCRF donnent suite à l'infraction commise, celle-ci pouvait prendre la forme, compte tenu

du pouvoir d'appréciation dont dispose l'administration dans les suites qu'elle souhaite donner à des constats de manquements, soit d'une mesure de police administrative, soit d'une sanction administrative, et a dès lors enjoint à la DGCCRF de réexaminer la demande de l'AFCoPSI et de prendre une décision expresse sur celle-ci. L'AFCoPSI a en outre ultérieurement saisi cette cour d'une demande d'exécution de son arrêt.

3. Dans ce contexte, le service national des enquêtes de la DGCCRF a dressé plusieurs procès-verbaux de constats, les 13, 26 et 27 avril 2022 et a informé la société beIN Sports, par courrier du 20 mai 2022, de son intention de prononcer à son encontre une injonction de cesser toute diffusion de la publicité relative au sponsor « ... » par voie électronique. Après avoir recueilli les observations de la société beIN Sport, la DGCCRF a prononcé cette injonction, par décision du 30 novembre 2022, laquelle a été implicitement confirmée sur recours hiérarchique. Par un jugement du 13 juillet 2023 dont la société beIN Sports France relève appel, le tribunal administratif de Cergy-Pontoise a rejeté sa demande tendant à l'annulation de ces décisions.

#### Sur la régularité du jugement attaqué

4. Aux termes de l'article L. 9 du code de justice administrative : « *Les jugements sont motivés.* ».

5. Il ressort des termes du jugement attaqué qu'en réponse au moyen invoqué par la société beIN Sports France contestant la qualification de publicité au sens de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation, les premiers juges se sont bornés à juger, au point 13 du jugement attaqué, qu'« il est constant que les dispositions de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation prohibent toute forme de publicité numérique, y compris indirecte, pour ce type de contrat d'investissement, lorsqu'elle est à destination des non-professionnels ». En statuant ainsi, sans expliciter les motifs pour lesquels la présence du sponsor incriminé sur les maillots de certaines équipes de football devait être regardée comme une publicité relevant du champ d'application des dispositions de cet article, le tribunal a insuffisamment motivé son jugement. Par suite, et sans qu'il soit besoin de se prononcer sur le second moyen tiré de l'omission à statuer sur le moyen tiré de la méconnaissance des règles de libre concurrence, le jugement attaqué doit être annulé.

6. Dans les circonstances de l'espèce il y a lieu d'évoquer et de statuer immédiatement sur la demande présentée par la société beIN Sports France devant le tribunal administratif de Cergy-Pontoise et devant la cour.

#### Sur le bien-fondé du jugement et la légalité de la mesure d'injonction attaquée :

*En ce qui concerne la « recevabilité de l'intervention » de l'association française des courtiers et prestataires de services d'investissement (AFCoPSI) :*

7. Il ressort des pièces du dossier que l'AFCoPSI, appelée en la cause en qualité de simple observateur, n'a produit aucun mémoire et n'a donc formé aucune intervention. Par suite, la contestation de la société beIN Sports France quant à la recevabilité d'une intervention de cette association est sans objet et ne peut être qu'écartée.

En ce qui concerne le cadre juridique applicable :

8. Aux termes, d'une part, de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation : « *La publicité, directe ou indirecte, adressée par voie électronique à des clients susceptibles d'être non professionnels, notamment des clients potentiels, relative à la fourniture de services d'investissement portant sur les contrats financiers définis à l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier est interdite. (...) Est passible d'une amende administrative dont le montant ne peut excéder 100 000 € : / (...) / 6° Toute personne diffusant une publicité interdite en application du présent article.* ». Aux termes de l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier : « *Les prestataires de services d'investissement ne peuvent adresser, directement ou indirectement, par voie électronique, des communications à caractère promotionnel à des clients susceptibles d'être non professionnels, notamment des clients potentiels, relatives à la fourniture de services d'investissement portant sur des contrats financiers qui ne sont pas admis aux négociations sur un marché réglementé ou un système multilatéral de négociation, relevant de l'une des catégories de contrats définies par le règlement général de l'Autorité des marchés financiers et présentant l'une des caractéristiques suivantes : / 1° Le risque maximal n'est pas connu au moment de la souscription ; / 2° Le risque de perte est supérieur au montant de l'apport financier initial ; / 3° Le risque de perte rapporté aux avantages éventuels correspondants n'est pas raisonnablement compréhensible au regard de la nature particulière du contrat financier proposé. / (...)* ».

9. Aux termes, d'autre part, de l'article L. 511-3 du code de la consommation : « *Les agents de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes sont habilités à rechercher et constater les infractions ou les manquements aux dispositions mentionnées à la présente section dans les conditions définies par celles-ci* ». L'article L. 511-5 de ce même code dispose, dans sa version applicable : « *Les agents sont habilités à rechercher et à constater les infractions ou les manquements aux dispositions suivantes : (...) 3° Les chapitres Ier, II et III du titre II du livre II (...) Ils disposent à cet effet des pouvoirs définis à la section 1, aux sous-sections 1 à 5 de la section 2 ainsi qu'à la section 3 du chapitre II du présent titre et peuvent mettre en œuvre les mesures prévues à la section 1 du chapitre Ier du titre II.* ». Les dispositions de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation font partie du chapitre II du titre II du livre II du code de la consommation. Et les articles L. 521-1 et suivants du même code autorisent les agents habilités, lorsqu'ils constatent un manquement ou une infraction, à enjoindre à un professionnel, après mise en œuvre d'une procédure contradictoire et en lui impartissant un délai raisonnable, de se conformer à ses obligations ou cesser tout agissement illicite.

En ce qui concerne l'autorité absolue de chose jugée attachée aux motifs du jugement d'annulation du tribunal administratif de Paris du 12 novembre 2020 :

10. Il ressort des termes du jugement n° 1820611 du tribunal administratif de Paris du 12 novembre 2020 que pour annuler la décision implicite refusant de sanctionner la société beIN Sports France, le tribunal a jugé, d'une part, que « le logo « ... » apposé sur les maillots des joueurs de l'équipe de l'Atlético de Madrid lors du match de finale de la Ligue Europa diffusé en direct le 16 mai 2018 par les chaînes M6 et beIN constitue une forme de publicité audiovisuelle indirecte, au sens des dispositions précitées de l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier, au profit de la société « ... » », d'autre part, que « la société « ... » commercialise notamment des contrats financiers à haut risque, visés par les dispositions précitées de l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier » et enfin que les dispositions de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation interdisant la publicité par voie électronique en faveur de sociétés prestataires de services d'investissement proposant des contrats financiers définis à l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier, « l'administration, en refusant implicitement de

sanctionner les éditeurs de services de télévision ayant diffusé, à l'occasion de la retransmission en direct d'un match de football, une publicité pour une société prestataire de services financiers proposant de tels contrats, a entaché sa décision d'une erreur manifeste d'appréciation ».

11. Ces motifs, qui constituent le support nécessaire de l'annulation prononcée par le tribunal, dont le jugement est définitif, sont revêtus de l'autorité absolue de chose jugée.

En ce qui concerne la qualification de la décision attaquée :

12. Il résulte des termes de la décision attaquée et des pièces du dossier que, répondant au constat de manquements commis par la société beIN Sports France à l'interdiction, prévue par les dispositions du 6° de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation, de diffusion d'une publicité en faveur de services d'investissement portant sur des contrats dits « risqués », l'injonction litigieuse attaquée vise à faire cesser ce manquement en ordonnant la cessation de toute diffusion de cette publicité par voie électronique et, par suite, à prévenir sa réitération et le trouble à l'ordre public économique qui en résulte, indépendamment de toute responsabilité de la société beIN Sports France. Cette injonction répond ainsi non à un objectif répressif mais à l'objectif de protéger le consommateur français, et plus précisément les clients susceptibles d'être non professionnels. A cet égard, la circonstance invoquée qu'il n'a pas été vérifié que la société « ... » CY Ltd commercialisait encore des produits financiers risqués en 2022 n'est pas de nature à faire regarder cette mesure comme ayant un caractère punitif mais aurait seulement pour effet, le cas échéant, de remettre en cause la matérialité des faits sur lesquels elle repose. Au surplus, cette injonction est fondée sur les articles L. 521-1 et L. 521-2 du code de la consommation, qui sont insérés dans la section 1 du chapitre 1er du titre II du livre V du code de la consommation, intitulée « Mesures de police administrative ». Il suit de là que, alors même qu'elle produit des effets sur la situation de la société beIN Sports France, la mesure d'injonction contestée a le caractère d'une mesure de police administrative et non d'une sanction contrairement à ce que fait valoir la requérante.

En ce qui concerne la prescription :

13. Aux termes de l'article L. 522-2 du code de la consommation : « *L'action de l'administration pour la sanction d'un manquement passible d'une amende administrative excédant 3 000 euros pour une personne physique ou 15 000 euros pour une personne morale se prescrit par trois années révolues à compter du jour où le manquement a été commis si, dans ce délai, il n'a été fait aucun acte tendant à la recherche, à la constatation ou à la sanction de ce manquement.* »

14. Il résulte des dispositions précitées que le délai de prescription qu'elles instaurent s'applique à l'action de l'administration pour la sanction d'un manquement. En l'espèce, l'injonction attaquée revêt, ainsi qu'il est dit au point 12, le caractère d'une mesure de police administrative. Il suit de là que le moyen tiré de ce que la prescription prévue par les dispositions de l'article L. 522-2 du code de la consommation est acquise doit être écarté comme inopérant.

En ce qui concerne la méconnaissance du principe des droits de la défense :

15. D'une part, en invoquant la méconnaissance du principe des droits de la défense garanti notamment par l'article 6 de la convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales au motif que l'objet de l'enquête menée par l'inspecteur du SNE, tel qu'indiqué dans le courrier de ce dernier de demande de communication d'un support vidéo du 25 juin 2018, était initialement circonscrit à la recherche et la constatation de

manquements aux dispositions de l'article L. 222-16-2 du code de la consommation au titre du parrainage de l'équipe de l'Atlético de Madrid, avant d'avoir été modifié postérieurement à l'ouverture de l'enquête pour viser un manquement à l'interdiction de publicité prévue par les dispositions de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation, sans qu'elle en soit préalablement informée, la société requérante doit être regardée comme invoquant plus particulièrement la méconnaissance des stipulations de l'article 6§3 de cette convention, aux termes desquelles : « *Tout accusé a droit notamment à : a) être informé, dans le plus court délai, dans une langue qu'il comprend et d'une manière détaillée, de la nature et de la cause de l'accusation portée contre lui (...)* ». Toutefois, ni ces stipulations relatives aux droits de l'accusé en matière pénale, ni, en l'absence de texte, le principe général des droits de la défense ne sont applicables à la mesure d'injonction attaquée qui présente le caractère d'une mesure de police administrative. Il en va de même des stipulations, identiques, de l'article 14 du pacte international relatif aux droits civils et politiques. Il suit de là que les moyens tirés de la méconnaissance de ces stipulations et principe doivent être écartés comme inopérants.

16. D'autre part, au titre de la méconnaissance des droits de la défense, la société requérante invoque, en outre, la violation des dispositions de l'article 61-1 du code de procédure pénale, aux termes desquelles : « *(...) la personne à l'égard de laquelle il existe des raisons plausibles de soupçonner qu'elle a commis ou tenté de commettre une infraction ne peut être entendue librement sur ces faits qu'après avoir été informée : / 1° De la qualification, de la date et du lieu présumés de l'infraction qu'elle est soupçonnée d'avoir commise ou tenté de commettre ; (...)* ». Le dernier alinéa de l'article L. 512-10 du code de la consommation permettant aux agents habilités de procéder aux auditions de toute personne susceptible d'apporter des éléments utiles à leurs constatations ne renvoie toutefois à l'application de ces dispositions de l'article 61-1 du code de procédure pénale que « *lorsqu'il est procédé à l'audition d'une personne à l'égard de laquelle il existe des raisons plausibles de soupçonner qu'elle a commis ou tenté de commettre une infraction* ». En l'espèce, il ne ressort pas des pièces du dossier que l'inspecteur du service national des enquêtes de la DGCCRF chargé de l'enquête concernant les manquements imputés à la société requérante aurait procédé à une audition entrant dans le champ d'application de ces dispositions. Le moyen tiré de la méconnaissance de l'article 61-1 du code de procédure pénale doit donc également être écarté comme inopérant.

*En ce qui concerne le moyen tiré de l'absence de publicité interdite au sens de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation :*

17. Il résulte de ce qui a été dit aux points 10 et 11 que l'autorité absolue de chose jugée attachée au motif du jugement du tribunal administratif de Paris selon lequel le logo « ... » apposé sur les maillots des joueurs de l'équipe de l'Atlético de Madrid lors du match de finale de la Ligue Europa diffusé en direct le 16 mai 2018 par les chaînes M6 et beIN constitue une forme de publicité audiovisuelle indirecte au profit de la société « ... » fait obstacle à ce que, en l'absence de modification de la situation de droit ou de fait, la société beIN Sports France puisse contester la décision attaquée, prise par l'administration à la suite de l'injonction prononcée par la cour administrative d'appel de Paris dans les conditions mentionnées au point 2 et qui vise à remédier à la diffusion de publicités illégales, au motif qu'elle ne diffuserait aucune publicité au sens de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation. Si la société beIN Sport France fait valoir que l'autorité absolue de la chose jugée par le tribunal administratif de Paris ne saurait lui être opposée dans le cadre de la présente instance, la circonstance qu'une nouvelle enquête a été menée par l'inspecteur du SNE à la suite de l'injonction adressée par le tribunal administratif de Paris et que de nouveaux manquements auraient été constatés à la suite du jugement précité, lesquels sont en réalité identiques à ceux initialement relevés par l'administration, ne caractérise pas des circonstances de fait ou de droit nouvelles, le présent litige, qui porte sur les

manquements aux dispositions de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation à la suite de l'événement sportif de 2018, présentant par ailleurs le même objet que celui ayant donné lieu au jugement de ce tribunal.

18. En toute hypothèse, et à supposer que ce moyen soit recevable, la société requérante invoque en premier lieu les dispositions du décret du 27 mars 1992 pris pour l'application des articles 27 et 33 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 et fixant les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de télé-achat, dont l'article 1<sup>er</sup> dispose que : « *Le présent décret est applicable aux éditeurs de services de télévision. / (...)* ». Le premier alinéa de l'article 2 de ce décret dispose que : « *Pour l'application du présent décret, constitue une publicité toute forme de message télévisé diffusé contre rémunération ou autre contrepartie en vue soit de promouvoir la fourniture de biens ou services, y compris ceux qui sont présentés sous leur appellation générique, dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle, artisanale ou de profession libérale, soit d'assurer la promotion commerciale d'une entreprise publique ou privée.* ». Aux termes, par ailleurs, de l'article 1<sup>er</sup> de la directive n° 2010/13/UE du 10 mars 2010 du Parlement européen et du Conseil relative aux services de médias audiovisuels (SMA) « *1. Aux fins de la présente directive, on entend par: (...) i) «publicité télévisée»: toute forme de message télévisé, que ce soit moyennant paiement ou autre contrepartie, ou de diffusion à des fins d'autopromotion par une entreprise publique ou privée ou une personne physique dans le cadre d'une activité commerciale, industrielle ou artisanale ou d'une profession dans le but de promouvoir la fourniture, moyennant paiement, de biens ou de services, y compris de biens immeubles, de droits et d'obligations; (...)* ».

19. Il résulte de l'ensemble des termes de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation cités au point 8 que l'interdiction posée par cet article concerne, notamment, toute activité de diffusion d'une publicité relative à la fourniture de services d'investissement portant sur les contrats financiers définis à l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier réalisée par toute personne autre que les prestataires eux-mêmes de ces services d'investissement, dont les communications à caractère promotionnel sont par ailleurs prohibées par les dispositions de l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier, alors même que cette diffusion est réalisée sans but promotionnel en faveur de ce prestataire et sans rémunération ou quelconque contrepartie au bénéfice du diffuseur et qu'elle ne constitue ainsi pas, par elle-même, un acte de publicité au sens des dispositions citées au point précédent de l'article 2 du décret du 27 mars 1992 ou de l'article 1<sup>er</sup> de la directive n° 2010/13/UE du 10 mars 2010. Par conséquent, la circonstance que la société beIN Sports France n'a pas réalisé un acte de publicité au sens des textes mentionnés au point précédent en se bornant à diffuser une rencontre sportive impliquant une équipe dont les joueurs portent l'inscription « ... » sur leur maillot est sans incidence sur la mise en œuvre à son encontre des dispositions de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation.

20. En deuxième lieu, la société requérante soutient que l'inscription « ... » figurant sur le maillot des joueurs ne constitue pas une publicité dont la diffusion est interdite dès lors qu'elle ne concerne que la dénomination du prestataire de services d'investissement sans cibler explicitement les produits financiers risqués que celui-ci commercialise, en particulier pas le sigle « CFD », et que l'injonction en litige procède d'une confusion avec l'interdiction spécifiquement faite par ailleurs par les dispositions de l'article L. 222-16-2 du code de la consommation des opérations de parrainage en faveur de ces mêmes services d'investissement. Toutefois, les dispositions de l'article L. 222-16-2 du code de la consommation prohibent les opérations de parrainage ayant « *pour objet ou pour effet la publicité directe ou indirecte* » en faveur « *des services d'investissement portant sur les mêmes contrats financiers définis à l'article*

*L. 533-12-7 du code monétaire et financier* ». L'article L. 222-16-1 du code de la consommation prohibe quant à lui toute diffusion de publicité « *directe ou indirecte* » « *relative à* » la fourniture de services d'investissement portant sur ces mêmes contrats. Il résulte de ces dispositions combinées que la diffusion télévisée d'un match au cours duquel apparaît un sponsor visant à faire la publicité de services d'investissement portant sur les contrats financiers définis à l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier a pour effet la diffusion d'une publicité indirecte interdite. En l'espèce, le parrainage opéré par la société « ... » CY Ltd, qui se traduit par l'affichage de sa marque sur le devant des maillots des joueurs, lequel a vocation à apparaître à de multiples reprises durant la diffusion des matchs de football, a pour objet et pour effet la publicité, à tout le moins de façon indirecte, en faveur des services d'investissement qu'elle propose, notamment des contrats visés à l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier. Par suite, la retransmission par la société beIN Sport France d'un match au cours duquel des joueurs arborent sur leur maillot ce sponsor doit être regardée, pour l'application des dispositions de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation, comme la diffusion d'une publicité indirecte relative à des services d'investissement portant sur des contrats financiers visés par ces dernières dispositions.

21. En troisième lieu, la société beIN Sports France conteste l'injonction prononcée à son encontre en se prévalant de la position AMF DOC-2017-01 de l'Autorité des marchés financiers, par laquelle cette autorité a précisé les caractéristiques des communications promotionnelles concernées par l'interdiction prévue par l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier, et dont il résulte que « la communication institutionnelle, à savoir la communication destinée à promouvoir exclusivement l'image d'une entreprise, n'est pas visée par le dispositif » de cet article. Toutefois, cette position est relative à la seule définition de la communication institutionnelle au sens de l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier et rappelle au demeurant que les opérations de parrainage en lien avec les contrats financiers définis à cet article sont interdites. Or l'inscription du logo « ... » sur les maillots des joueurs de football constitue, ainsi qu'il est dit au point précédent, une publicité indirecte relative aux services d'investissement proposés par cette société. Enfin, ni le code de bonne conduite pour la retransmission d'événements sportifs comportant des panneaux publicitaires en faveur de boissons alcoolisées, adopté le 28 mars 1995, en vertu duquel, notamment, les manifestations multinationales peuvent être diffusées alors même que des publicités en faveur de boissons alcoolisées, par ailleurs interdites, viendraient à apparaître à l'écran, ni la circonstance qu'un amendement parlementaire ait été déposé en vue de prévoir une exception à l'application de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation dans le cadre d'événements ou compétitions sportifs, se déroulant à l'étranger ne sont de nature à remettre en cause la qualification de publicité réalisée par la société « ... ».

22. Dans ces conditions, la société requérante n'est ni recevable, ni fondée à soutenir que l'inscription « ... » figurant sur le maillot des joueurs de l'équipe sponsorisée par la société « ... » CY Ltd ne constitue pas une publicité au sens de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation et, par suite, à soutenir que la diffusion de celle-ci lors de la retransmission télévisée d'un match de football n'est pas visée par ces mêmes dispositions.

*En ce qui concerne le moyen tiré de l'inexistence de contrats financiers répondant à la définition prévue par les dispositions de l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier :*

23. Il résulte de ce qui a été dit aux points 10 et 11 que l'autorité absolue de chose jugée attachée au motif du jugement du tribunal administratif de Paris jugeant que « la société « ... » commercialise notamment des contrats financiers à haut risque, visés par les dispositions précitées de l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier » fait obstacle, ainsi qu'il a été

dit au point 17, à ce que, en l'absence de modification de la situation de droit ou de fait, la société beIN Sports France puisse contester la décision attaquée en raison de l'inexistence de contrats financiers répondant à la définition prévue par les dispositions de l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier. Il suit de là qu'un tel moyen est irrecevable.

24. En toute hypothèse, et à supposer que ce moyen soit recevable, les dispositions de l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier citées au point 8 visent les contrats financiers qui ne sont pas admis aux négociations sur un marché réglementé ou un système multilatéral de négociation, relevant de l'une des catégories de contrats définies par le règlement général de l'Autorité des marchés financiers et présentant notamment, un risque de perte supérieur au montant de l'apport financier initial. Les catégories de contrats définies par le règlement général de l'Autorité des marchés financiers sont précisées par l'article 314-7 de ce règlement, qui dispose que : *« Sont visées par l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier, les catégories de contrats financiers présentant l'une des caractéristiques suivantes : ils donnent lieu à l'expiration du contrat, selon qu'une condition fixée au contrat se réalise ou non, soit au versement d'un gain prédéterminé, soit à la perte totale ou partielle du montant investi ; / ils donnent lieu au versement de l'écart, positif ou négatif, entre le prix d'un actif ou d'un ensemble d'actifs sous-jacents à la conclusion du contrat et son prix à la clôture de la position, et ils contraignent, le cas échéant, le client à payer un montant supérieur au montant investi lors de la conclusion du contrat ; / ils ont pour sous-jacent une devise ou un ensemble de devises. »*

*S'agissant de la régularité des renseignements délivrés le 2 juillet 2018 par l'Autorité des marchés financiers :*

25. En premier lieu, pour solliciter l'analyse de l'Autorité des marchés financiers sur la nature exacte des services d'investissement proposés par la société « ... » CY Ltd, le chef du service national des enquêtes de la DGCCRF s'est fondé, dans son courrier du 25 mai 2018 sur les dispositions de l'article L. 631-1 du code monétaire et financier, dont le II dispose que : *« II.- (...) / L'Autorité de contrôle prudentiel et de résolution, l'Autorité des marchés financiers et l'autorité administrative chargée de la concurrence et de la consommation peuvent également se communiquer les renseignements utiles à l'exercice de leurs missions respectives dans le domaine des pratiques de commercialisation. (...) »*. Contrairement à ce que la société beIN Sports France soutient, la demande ainsi présentée portant sur l'offre commerciale de services d'investissement proposés par la société « ... » CY Ltd concerne directement les pratiques de commercialisation de celle-ci et vise à renseigner la DGCCRF sur la nature exacte des services d'investissement ainsi commercialisés, dans le but de lui permettre l'exercice des missions qui sont les siennes de recherche et de constatation des manquements au principe d'interdiction de publicités relatives à la fourniture de services d'investissement portant sur les contrats financiers définis à l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier, cette mission relevant du domaine des pratiques de commercialisation. Cette demande entraine donc dans le champ d'application des dispositions précitées de l'article L. 631-1 du code monétaire et financier et la circonstance qu'elle vise de manière surabondante les dispositions de l'article L. 222-16-2 du code de la consommation qui ne constituent pas le fondement de l'injonction faisant l'objet du présent litige est sans incidence sur ce point.

26. En second lieu, aux termes de l'article 5 de la directive 2014/65/UE du Parlement européen et du Conseil du 15 mai 2014 concernant les marchés d'instruments financiers : *« 1. Chaque État membre exige que la fourniture de services d'investissement et/ou l'exercice d'activités d'investissement en tant qu'occupation ou activité habituelle à titre professionnel fasse l'objet d'un agrément préalable conformément au présent chapitre. Un tel agrément est délivré par l'autorité compétente de l'État membre d'origine désignée conformément à*

*l'article 67. ». L'article 6 de cette directive dispose que : « 1. L'État membre d'origine veille à ce que l'agrément précise les services ou activités d'investissement que l'entreprise d'investissement concernée est autorisée à fournir. L'agrément peut couvrir un ou plusieurs des services auxiliaires visés à la section B de l'annexe I. En aucun cas, toutefois, il ne peut être délivré uniquement pour la seule prestation de services auxiliaires. / 2. Toute entreprise d'investissement souhaitant étendre son activité à d'autres services ou activités d'investissement ou à d'autres services auxiliaires non couverts au moment de l'agrément initial soumet une demande d'extension de cet agrément. / 3. L'agrément est valable sur tout le territoire de l'Union et permet à une entreprise d'investissement de fournir les services ou d'exercer les activités pour lesquels elle a été agréée dans toute l'Union, soit par l'établissement, y compris via une succursale, soit grâce à la liberté de prestation de services. ».*

27. Contrairement à ce que soutient la société requérante, les dispositions invoquées de l'article 6 de la directive précitée, dont il résulte seulement que l'agrément délivré à une entreprise d'investissement par l'Etat membre d'origine, valable sur tout le territoire de l'Union européenne, a pour objet de préciser les services ou activités d'investissement que cette entreprise est autorisée à fournir, n'imposaient pas à l'Autorité des marchés financiers de consulter l'autorité chypriote des marchés financiers (Cyprus Securities and Exchange Commission - CySEC) préalablement à son analyse des services d'investissement proposés par la société « ... » CY Ltd, agréée par cette autorité.

*S'agissant de la commercialisation par la société « ... » CY Ltd de contrats entrant dans la définition des contrats visés à l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier :*

28. En premier lieu, il ressort des pièces du dossier, en particulier de l'analyse de l'Autorité des marchés financiers délivrée le 2 juillet 2018 à partir de la consultation du site internet de la société « ... » CY Ltd, et en particulier des notices « Risk Disclosure Notice » et « Key Information Document » à destination de ses clients, que plusieurs mentions figurant sur son site laissent entendre que la protection dont bénéficient les clients sur les « contrats sur différence » (CFD) porte sur le solde de leur compte et qu'il ne s'agit pas d'une protection pour chaque position ouverte. Elle précise que ces CFD ne bénéficient ainsi pas d'une protection intrinsèque telle que définie par la position AMF DOC-2017-01 de l'Autorité des marchés financiers, permettant d'assurer que la perte maximale de l'investisseur ne puisse être supérieure au montant investi, cette protection n'étant en réalité pas intégrée au contrat, le client devant notamment opter pour un mécanisme de « stop loss » ajouté à ce contrat. Elle précise encore que si certaines mentions du « User agreement » laissent penser que les résidents français bénéficieraient d'une protection intrinsèque attachée aux contrats qu'ils concluent leur permettant de bénéficier d'une garantie automatiquement placée pour chaque position, d'autres mentions relevées sur le site internet de la société « ... » CY Ltd laissent quant à elles entendre que les investisseurs peuvent perdre plus de la totalité de leur investissement. Contrairement à ce que soutient la société requérante, cette analyse n'est pas contradictoire, et ne saurait être regardée comme insuffisante au seul motif qu'elle ne suit pas celle réalisée à la demande de la société « ... » CY Ltd par un expert en marchés financiers et produits dérivés agréé près la Cour d'appel de Paris, affirmant à l'inverse, en citant certaines clauses du « User agreement » de la société « ... » CY Ltd, une absence de risque, pour les résidents français, de perte supérieure à l'investissement initial et l'existence d'un mécanisme de protection intrinsèque à ces contrats. Au demeurant, il résulte des termes mêmes de son analyse que l'Autorité des marchés financiers a bien pris en considération et s'est prononcée au vu de l'avis de cet expert qu'elle a d'ailleurs annexé à son analyse. Par ailleurs, la circonstance que l'inspecteur de la DGCCRF ne ferait pas expressément état, dans son procès-verbal, de cette analyse contraire à celle de l'Autorité des marchés financiers ne révèle pas qu'il ne l'aurait pas davantage examinée en ce qui le concerne.

29. En deuxième lieu, si la société beIN Sports France fait valoir que l'intégralité des contrats commercialisés par la société « ... » CY Ltd ne correspond pas à la définition des contrats risqués prévue par les dispositions précitées de l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier, il ressort toutefois de l'analyse susvisée de l'Autorité des marchés financiers du 2 juillet 2018 que la « plus grande partie » de l'offre CFD de la société « ... » CY Ltd se trouve correspondre à la définition des contrats risqués prévue à l'article L. 533-12-7 du code de la consommation, et déclinée dans la position AMF DOC-2017-01. La société requérante, en se bornant à faire valoir que l'avis de l'AMF n'apporte pas de démonstration sur ce point, alors qu'ainsi qu'il est dit au point précédent cet avis procède d'une analyse suffisamment circonstanciée de l'offre de services d'investissement de « ... », n'apporte pas d'éléments permettant de remettre en cause cette appréciation. Par suite, il ressort des pièces du dossier que le manquement reproché à la société requérante est constitué, sans qu'y fasse obstacle la circonstance qu'une minorité de contrats commercialisés par « ... » serait hors champ des contrats visés à l'article L. 533-12-7 du code de la consommation.

30. En troisième lieu, la circonstance que la société « ... » CY Ltd n'a jamais fait l'objet, ni d'une injonction de l'AMF lui interdisant toute communication relative à son logo, ni d'une sanction financière qui aurait été prise par l'autorité chypriote des marchés financiers (la CySEC) est sans incidence sur la légalité de la décision attaquée.

31. En quatrième lieu, si la société requérante soutient que l'analyse de l'AMF de juillet 2018 est devenue obsolète à la date de l'injonction attaquée prononcée le 30 novembre 2022, elle se borne à se référer en ce qui la concerne à l'avis de M. Rémy Pierre encore antérieure à l'analyse de l'AMF et n'apporte aucun début d'élément de nature à établir que la société « ... » CY Ltd aurait cessé de proposer des produits financiers risqués à la date de la décision attaquée.

32. Il résulte de ce qui précède que le moyen tiré de l'inexistence de contrats financiers risqués proposés par la société « ... » CY Ltd, qui n'est ni recevable, ni fondé, doit être écarté.

*En ce qui concerne le moyen tiré du caractère excessif du nombre de manquements reprochés :*

33. La société requérante soutient « à titre infiniment subsidiaire » que le décompte des manquements qui lui sont imputés, fixé à 109, est disproportionné. Toutefois, comme le fait valoir la DGCCRF elle-même, ce point est sans incidence sur la légalité de la mesure attaquée qui n'en tire pas de conséquence. Le moyen peut donc être écarté comme inopérant.

*En ce qui concerne le moyen tiré du défaut de notification des dispositions de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation à la Commission européenne :*

34. En premier lieu, aux termes de l'article 24 de la directive 2014/65/UE du Parlement européen et du Conseil du 15 mai 2014 concernant les marchés d'instruments financiers dite directive MIFID II, relevant dans la section de cette directive, relative aux « Dispositions visant à garantir la protection des investisseurs : « 1. Les États membres exigent que, lorsqu'elles fournissent à des clients des services d'investissement ou, le cas échéant, des services auxiliaires, les entreprises d'investissement agissent d'une manière honnête, équitable et professionnelle qui serve au mieux les intérêts desdits clients et se conforment, en particulier, aux principes énoncés au présent article et à l'article 25. / (...) / 3. Toutes les informations, y compris publicitaires, adressées par l'entreprise d'investissement à des clients ou à des clients potentiels, sont correctes, claires et non trompeuses. Les informations publicitaires sont

*clairement identifiables en tant que telles. (...) / 12. Les États membres peuvent, dans des cas exceptionnels, imposer aux entreprises d'investissement des exigences supplémentaires pour les matières régies par le présent article. Ces exigences doivent être objectivement justifiées et proportionnées afin de répondre à des risques spécifiques pesant sur la protection des investisseurs ou l'intégrité du marché qui revêtent une importance particulière dans la structure de marché propre à l'État membre concerné. / Les États membres notifient à la Commission toute exigence qu'ils ont l'intention d'imposer en vertu du présent paragraphe sans délai excessif, et ce au moins deux mois avant la date fixée pour l'entrée en vigueur de ladite exigence. La notification expose les motifs pour lesquels l'exigence a été imposée. Ces exigences supplémentaires ne restreignent pas les droits des entreprises d'investissement prévus aux articles 34 et 35 de la présente directive, ni n'y portent atteinte de quelque autre manière. Dans un délai de deux mois à compter de la notification visée au deuxième alinéa, la Commission donne son avis sur la proportionnalité et la motivation des exigences supplémentaires. La Commission communique aux États membres les exigences supplémentaires imposées conformément au présent paragraphe et les publie sur son site internet (...). »*

35. Il résulte des dispositions précitées du 12. de l'article 24 de cette directive que si la notification à la Commission européenne d'exigences supplémentaires imposées par les États membres pour les matières régies par cet article aboutit à un avis de la Commission sur la proportionnalité et la motivation de ces exigences, à leur communication aux États membres et à une publication sur son site internet, aucune de ses dispositions ne subordonne l'entrée en vigueur des exigences supplémentaires à l'accord ou à l'absence d'opposition de la commission, ni n'est de nature à faire regarder leur entrée en vigueur comme subordonnée à leur notification préalable, pour avis, à la Commission. Par suite, et en tout état de cause, la société beIN Sports France n'est pas fondée à soutenir que les dispositions de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation ne lui sont pas opposables à défaut d'une notification de l'article L. 533-12-7 du code monétaire et financier à la Commission.

36. En second lieu, l'article 5 de la directive 2015/1535 du Parlement européen et du Conseil du 9 septembre 2015 prévoyant une procédure d'information dans le domaine des réglementations techniques et des règles relatives aux services de la société de l'information, prévoit que « (...) les États membres communiquent immédiatement à la Commission tout projet de règle technique (...) ». L'article 1<sup>er</sup> de cette directive dispose quant à lui que : « (...) / 2. La présente directive ne s'applique pas : (...) b) aux services de radiodiffusion télévisuelle visés à l'article 1er, paragraphe 1, point e), de la directive 2010/13/UE du Parlement européen et du Conseil (...) », lequel définit la radiodiffusion télévisuelle comme « un service de médias audiovisuels fourni par un fournisseur de services de médias pour le visionnage simultané de programmes sur la base d'une grille de programmes ». La société beIN Sports France, qui propose des services de radiodiffusion télévisuelle, et à qui ne s'applique pas cette directive, ne peut ainsi utilement se prévaloir des dispositions de son article 5. Ce moyen ne peut, par suite, qu'être écarté comme inopérant.

*En ce qui concerne le moyen tiré du défaut de caractère adapté, nécessaire et proportionné de l'injonction attaquée :*

37. Si la société requérante fait en premier lieu valoir que le caractère inadapté de cette injonction résulte de l'absence même de caractérisation du manquement reproché, en l'absence de publicité indirecte, il résulte de ce qui a été dit aux points 18 à 22 que la matérialité de ce manquement est établie. Si elle fait également valoir que le caractère inadapté de cette injonction à l'objectif de protection des consommateurs résulte de ce qu'elle s'applique à tort à des contrats commercialisés par la société « ... » CY Ltd qui ne correspondent pas à la définition des contrats

dit risqués, il résulte de ce qui a été dit ci-dessus au point 29 que la plus grande partie des contrats commercialisés par « ... » entre dans le champ des contrats visés à l'article L. 533-12-7 du code de la consommation. Par ailleurs, la circonstance que la publicité pour « ... » continuerait d'être adressée par voie électronique par d'autres canaux que beIN Sports France, et notamment par des sites de paris en ligne ou des sites pirates, est seulement de nature à suggérer, le cas échéant, l'existence de manquements commis par d'autres sociétés, mais n'est pas de nature, par elle-même, à établir le caractère inadapté de l'injonction attaquée concernant beIN Sports France. Enfin, la société beIN Sports ne peut utilement faire valoir que l'injonction attaquée est inadaptée au motif que le sponsor maillot en faveur de « ... » est visible sur le site internet de ce prestataire de services d'investissement.

38. En deuxième lieu, si l'Autorité des marchés financiers et le Conseil supérieur de l'audiovisuel ont, dans une communication commune établie au cours du mois de juillet 2018, invité les services de radio, de télévision et de médias audiovisuels, dans le cas de la retransmission de manifestations sportives filmées dans des pays dont la législation n'interdit pas la publicité en faveur des produits financiers hautement spéculatifs, à ne faire preuve d'aucune complaisance à l'égard de ces publicités, en s'abstenant de favoriser leur visualisation, de réaliser des plans rapprochés de celles-ci et d'y faire référence dans le commentaire oral de la compétition, il n'est cependant pas établi que ces mesures moins contraignantes pourraient être mises en œuvre dans l'hypothèse où la publicité interdite figure sur les maillots des joueurs, ni, par suite, qu'elles permettraient de répondre à l'objectif poursuivi de protection des consommateurs. Il suit de là que la société beIN Sports France n'est pas davantage fondée à contester le caractère nécessaire de l'injonction attaquée de cesser toute diffusion de la publicité relative au sponsor « ... ».

39. En troisième lieu, la société requérante soutient que l'injonction attaquée est disproportionnée en ce qu'elle engendre, de fait, compte tenu notamment de l'impossibilité technique de masquer les mentions des maillots lors de la retransmission télévisuelle d'un match, et des contrats la liant à l'UEFA, une interdiction générale et absolue de retransmission télévisuelle de tout match, événement sportif et reportage, y compris ceux se déroulant à l'étranger, au cours desquels apparaît la mention « ... » sans limitation dans le temps et l'espace. Toutefois, cette injonction qui, comme le prévoit l'article L. 521-1 du code de la consommation, a pour seul objet de faire cesser le manquement constaté aux dispositions de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation en enjoignant au professionnel concerné de mettre un terme à la diffusion d'une publicité indirecte pour des contrats hautement spéculatifs, répond à un motif d'intérêt général tenant à la nécessité de renforcer la protection des investisseurs non professionnels contre des publicités indirectes pour des produits hautement complexes de nature à les exposer à une probabilité de perte très élevée. Il résulte à cet égard de l'étude d'impact afférente au projet de loi relatif à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique, ayant conduit à l'adoption des articles L. 222-16-1 du code de la consommation et L. 533-12-7 du code des marchés monétaires et financiers, qu'à la suite du constat par l'Autorité des marchés financiers d'une forte hausse sur plusieurs années des plaintes des épargnants ayant investi sur des plateformes internet proposant des instruments hautement spéculatifs et risqués, une étude a été menée révélant que plus de 9 clients sur 10 sur ces plateformes étaient perdants, avec une espérance de gains négative, la perte s'établissant en moyenne à plus de 10 000 euros par client sur quatre ans. En tout état de cause, si l'interdiction de diffuser les logos incriminés des joueurs est indissociable de la diffusion même des matchs auxquels ils participent, il ressort de l'ensemble des écritures de la société requérante que cette situation est seulement la conséquence des termes du contrat qu'elle a conclu avec l'UEFA, qui lui interdisent de modifier les images, et notamment les logos portés par les joueurs, à peine de s'exposer à une suspension de ses droits de diffusion et de retrait de son accès au signal, sans

qu'elle justifie d'ailleurs avoir tenté de négocier une évolution de son contrat sur ce point. Dans ces conditions, le caractère disproportionné de l'injonction prononcée par le service national des enquêtes de la DGCCRF ne saurait être regardé comme établi.

40. Il résulte de ce qui précède que le moyen tiré de ce que l'injonction attaquée n'est pas nécessaire, adaptée et proportionnée à l'objectif poursuivi de protection des consommateurs doit être écarté.

*En ce qui concerne le moyen tiré de l'atteinte au droit à l'information, de la liberté de communication et de la liberté d'expression :*

41. Aux termes de l'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789 : « *La libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'homme : tout citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la loi* ». Aux termes de l'article 10 de la convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales : « *1. Toute personne a droit à la liberté d'expression. Ce droit comprend la liberté d'opinion et la liberté de recevoir ou de communiquer des informations ou des idées sans qu'il puisse y avoir ingérence d'autorités publiques et sans considération de frontière. Le présent article n'empêche pas les États de soumettre les entreprises de radiodiffusion, de cinéma ou de télévision à un régime d'autorisations. / (...)* ».

42. Au soutien de son moyen tiré du caractère disproportionné résultant de l'atteinte portée par la décision attaquée au droit à l'information protégé par l'article 10 de la convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales ainsi qu'à la liberté d'expression et de communication, garantie notamment par l'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen, la société requérante invoque en particulier la méconnaissance des dispositions de l'article 20-2 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, aux termes desquelles : « *Les événements d'importance majeure ne peuvent être retransmis en exclusivité d'une manière qui aboutit à priver une partie importante du public de la possibilité de les suivre en direct ou en différé sur un service de télévision à accès libre. / La liste des événements d'importance majeure est fixée par décret en Conseil d'Etat. Ce décret détermine les conditions d'application du présent article. (...)* ». Aux termes de l'article 3 du décret du 22 décembre 2004 pris pour l'application de l'article 20-2 précité de la loi du 30 septembre 1986 : « *La liste des événements prévue à l'article 20-2 de la loi du 30 septembre 1986 susvisée est arrêtée comme suit : (...)* 5° *La finale de la Coupe de l'Union européenne de football association (UEFA) lorsqu'un groupement sportif inscrit dans l'un des championnats de France y participe (...)* ». Toutefois, et en l'absence, en toute hypothèse, d'obstacle définitif avéré à toute renégociation des clauses liant la société requérante à l'UEFA, ces dispositions relatives à l'accès du public aux événements d'importance majeure sur un service de télévision à accès libre ne sont pas de nature à établir le caractère disproportionné de la mesure de police administrative adressée à la requérante dans un but de protection du consommateur. De même, si la société requérante invoque une méconnaissance de la directive n°2010/13/UE du 10 mars 2010 du Parlement européen et du Conseil relative aux services de médias audiovisuels (SMA), elle n'établit pas en quoi, en tout état de cause, l'injonction en litige relative à la diffusion par beIN Sports France, en France, de la publicité en faveur de « ... », constituerait une entrave à la retransmission en France, d'émissions télévisées émanant d'un autre Etat-membre. Il en résulte que le moyen tiré de l'atteinte disproportionnée au droit à l'information et à la liberté d'expression et de communication doit être écarté.

43. Par ailleurs, aux termes du premier alinéa de l'article 23-1 de l'ordonnance du 7 novembre 1958 portant loi organique sur le Conseil constitutionnel : « *Devant les juridictions relevant du Conseil d'État (...), le moyen tiré de ce qu'une disposition législative porte atteinte aux droits et libertés garantis par la Constitution est, à peine d'irrecevabilité, présenté dans un écrit distinct et motivé (...)* ».

44. Si la société requérante invoque, en s'appuyant sur la jurisprudence du Conseil constitutionnel, une atteinte à l'exercice de la liberté d'expression et de communication qui n'est pas nécessaire, adaptée et proportionnée au motif que les dispositions de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation ne contiennent pas de définition de la publicité directe ou indirecte prohibée, qu'elles conduisent à viser des faits matériels de sponsoring qui ne lui sont pas imputables et que la caractérisation du manquement, en particulier des contrats visés par l'interdiction prévue par ces dispositions, dépendrait d'éléments subjectifs et arbitraires, cette argumentation relève d'une critique de la conformité à la Constitution de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation qui n'a pas été présentée par un mémoire distinct dans le cadre d'une question prioritaire de constitutionnalité. Ce moyen n'est, par suite, pas recevable et ne peut qu'être écarté.

*En ce qui concerne les moyens tirés de l'atteinte à la liberté d'entreprendre, à la liberté du commerce et de l'industrie, à la liberté contractuelle et au droit de propriété :*

45. A l'appui de ses moyens spécifiquement tirés de l'atteinte disproportionnée portée par l'injonction attaquée à la liberté d'entreprendre, à la liberté du commerce et de l'industrie, à la liberté contractuelle et au droit de propriété, la société requérante fait valoir que l'injonction en litige remet en cause l'ensemble de ses obligations contractuelles en l'exposant à des pertes financières conséquentes. Toutefois, et pour les motifs exposés au point 39, alors que l'objet de cette injonction, est circonscrit à la cessation de la diffusion de la publicité relative à « ... », la société requérante n'est pas fondée à soutenir que l'injonction attaquée porte une atteinte disproportionnée à la liberté d'entreprendre, à la liberté du commerce et de l'industrie, à la liberté contractuelle et au droit de propriété. Si la société requérante oppose en particulier sur ce point le contenu de son contrat la liant à l'UEFA, elle n'apporte en tout état de cause, ainsi qu'il a été déjà dit, aucun élément de nature à établir l'impossibilité juridique de re-négocier les clauses lui interdisant de modifier, par floutage, les images dont elle détient les droits de diffusion. Par ailleurs, les conséquences financières attachées à l'exécution de l'injonction attaquée sont par elles-mêmes sans incidence sur la légalité de celle-ci.

*En ce qui concerne le moyen tiré de l'atteinte au principe de sécurité juridique :*

46. Si la société requérante soutient, d'une part, à l'appui de son moyen tiré de la méconnaissance du principe de sécurité juridique que l'injonction attaquée méconnaît le « principe de la territorialité des lois » en ce qu'elle s'applique à des compétitions sportives qui se déroulent à l'étranger, elle ne démontre pas en quoi ce principe général, dont elle ne précise pas, au demeurant, le fondement, serait méconnu alors que la mesure en litige s'applique en considération de la diffusion sur le territoire national d'une publicité interdite à destination des consommateurs résidant sur ce territoire. Par ailleurs, il ne ressort pas des pièces du dossier, notamment pas du courrier du 22 octobre 2018 adressé par la DGCCRF à l'AFCoPSI, que la DGCCRF pourrait être regardée comme s'étant engagée à ne pas rechercher et constater des manquements dans l'hypothèse d'un événement sportif se déroulant en dehors du territoire français.

47. D'autre part, si la société fait en outre valoir une atteinte au principe de sécurité juridique résultant de la remise en cause par l'injonction attaquée de contrats en cours d'exécution, en se prévalant en particulier de la circonstance que le contrat la liant à l'UEFA à la date du match du 16 mai 2018 a été signé le 21 mai 2014, soit antérieurement à l'entrée en vigueur des dispositions de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation, il ressort toutefois des pièces du dossier que l'injonction attaquée a été prononcée le 30 novembre 2022 soit bien après l'expiration de ce contrat qui couvrait les trois saisons 2015/2016, 2016/2017 et 2017/2018. Par suite, si la société beIN Sports France soutient que l'injonction attaquée a eu pour effet de remettre en cause des relations contractuelles en cours, il y a lieu d'en déduire que cette atteinte alléguée concerne le contrat qu'elle a décidé de renouveler en l'état avec l'UEFA postérieurement à l'entrée en vigueur des dispositions de l'article L. 222-16-1 du code de la consommation, en dépit des courriers que lui avait adressés la DGCCRF attirant son attention sur cette entrée en vigueur. Dans ces conditions, le moyen tiré de l'atteinte au principe de sécurité juridique doit être écarté.

48. Enfin, la société requérante ne peut utilement faire valoir que l'injonction attaquée a pour effet de faire peser sur les diffuseurs une analyse préalable de la nature des produits financiers susceptibles d'apparaître à l'écran.

49. Il résulte de ce qui précède que le moyen tiré de l'atteinte au principe de sécurité juridique doit être écarté.

*En ce qui concerne le moyen tiré de la méconnaissance du principe d'égalité et des règles de concurrence :*

50. Aucune pièce du dossier ne permet d'établir que la DGCCRF aurait refusé d'engager tout contrôle à l'encontre d'autres diffuseurs, la requérante déclarant au demeurant elle-même que deux autres sociétés, M6 et Canal+, ont fait l'objet d'une injonction similaire. Par suite, il n'est pas établi que l'injonction attaquée aurait pour effet de désavantager la société beIN Sports France par rapport à ses concurrents, en méconnaissance des règles de concurrence. Le moyen tiré de la méconnaissance de ces règles de concurrence n'est, dès lors, pas fondé et doit être écarté. Il en va de même, en tout état de cause, du moyen tiré de la méconnaissance du principe d'égalité.

*Sur le moyen tiré de la méconnaissance de la libre prestation de services :*

51. Aux termes de l'article 56 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne : « (...) les restrictions à la libre prestation des services à l'intérieur de l'Union sont interdites à l'égard des ressortissants des États membres établis dans un État membre autre que celui du destinataire de la prestation (...) ». Aux termes du premier alinéa de l'article 57 du même traité : « Au sens des traités, sont considérées comme services les prestations fournies normalement contre rémunération, dans la mesure où elles ne sont pas régies par les dispositions relatives à la libre circulation des marchandises, des capitaux et des personnes ».

52. Si l'injonction litigieuse a pour effet de limiter la portée de la diffusion d'une publicité relative à la fourniture de service d'investissement portant sur des contrats financiers dits « risqués » réalisée par une entreprise d'investissement, établie non en France, mais sur le territoire d'un autre Etat-membre de l'Union européenne, elle répond toutefois, ainsi qu'il a été dit au point 39, à une raison impérieuse d'intérêt général tenant à la nécessité de protéger les investisseurs non professionnels contre le risque élevé de perte en capital lié à un investissement dans des produits financiers hautement risqués. Il ne ressort pas des pièces du dossier que cette

mesure ne serait pas adaptée à l'objectif poursuivi de protéger l'épargne des investisseurs particuliers. Enfin, son objet est circonscrit à la diffusion de la publicité en cause par voie électronique à destination de clients non professionnels et ne fait pas par lui-même obstacle à la réalisation par la société « ... » de toute publicité ni à la diffusion de cette publicité, pour autant que cette diffusion soit destinée aux investisseurs professionnels. Par conséquent, cette injonction est également proportionnée à l'objectif poursuivi et le moyen tiré de ce qu'elle méconnaît l'article 56 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne doit être écarté.

53. Il résulte de tout ce qui précède que la demande de la société beIN Sports France, qui est seulement fondée à demander l'annulation du jugement attaqué du tribunal administratif de Cergy-Pontoise, doit être rejetée. Par conséquent, ses conclusions tendant à l'application de l'article L. 761-1 du code de justice administrative doivent être rejetées.

### **D É C I D E :**

Article 1<sup>er</sup> : Le jugement n° 2306997 du tribunal administratif de Cergy-Pontoise du 13 juillet 2023 est annulé.

Article 2 : La demande de la société beIN Sports France est rejetée.

Article 3 : Le présent arrêt sera notifié à la société beIN Sports France et au ministre de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle, énergétique et numérique. Copie en sera délivrée à l'autorité des marchés financiers -AMF.

Délibéré après l'audience du 28 mai 2026, à laquelle siégeaient :

Mme Ribeiro-Mengoli, présidente,  
Mme Bruno-Salel, présidente assesseure,  
Mme Ozenne, première conseillère.

Rendu public par mise à disposition au greffe le 30 juin 2026.

La rapporteure,

La présidente,

P. Ozenne

N. Ribeiro-Mengoli

La greffière,

C. Richard

La République mande et ordonne au ministre de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle, énergétique et numérique en ce qui le concerne ou à tous commissaires de justice à ce requis en ce qui concerne les voies de droit commun, contre les parties privées, de pourvoir à l'exécution de la présente décision.