



Médias, Sports et Divertissement

La pratique juridique de DLA Piper s'est révélée être le choix privilégié des professionnels du secteur des médias, des sports et du divertissement, qui exigent une représentation de tout premier plan et un service client d'excellence.

Nos avocats comprennent la manière dont les industries des médias, du sport et du divertissement fonctionnent. Notre expérience et notre présence géographique pour intervenir devant toutes les principales juridictions nous confèrent une légitimité forte auprès de nos clients. Nos clients bénéficient ainsi de nos connaissances approfondies et de notre solide expérience dans ces secteurs, ainsi que de notre approche créative, réactive et pratique.

Nous avons composé une équipe internationale d'avocats leader du marché à travers l'Europe, les États-Unis, l'Afrique, l'Asie Pacifique et l'Amérique latine. Nous offrons les avantages d'un cabinet d'avocats d'affaires international, doté d'un réseau et d'une expérience qui couvrent le monde entier.

Les conseils de DLA Piper auprès des acteurs du monde des médias, du sport et du divertissement, sont à l'avant-garde en matière de financement, d'emprunt, d'investissement et de droit des sociétés, de production et d'acquisition des droits, d'exploitation des droits des médias, d'exploitation et de diffusion en direct d'événements sportifs et autres manifestations, de protection de la propriété intellectuelle et de ses applications, de conformité réglementaire et administrative, de droit des ententes et de droit de la concurrence, d'aménagement de stades et de terrains sportifs et de résolution des différends.

Nous conseillons les ligues, clubs, propriétaires de franchise, diffuseurs, annonceurs, autorités de contrôle internationales et nationales, détenteurs de droits, agences et promoteurs, studios, distributeurs, promoteurs événementiels, sponsors, investisseurs, banques et autres établissements de prêt et personnes physiques.

Classements

Nos avocats sont régulièrement classés dans les annuaires Chambers & Partners à travers l'Europe, le Moyen-Orient et les États-Unis. En 2013, nous avons été classés en Band 1 en Médias et Divertissement (au Royaume-Uni), Technologies, Médias et Télécommunications (aux Émirats Arabes Unis) et Sports (Londres), et en Band 2 en Droit sportif (États-Unis). The Legal 500 a

CONTACTS CLÉS

Peter C. White

Partner
New York
T: +1 212 335 4555
peter.white@dlapiper.com

Nick Fitzpatrick

Partner
Londres
T: +44 (0)20 7796
6046
nick.fitzpatrick@dlapiper.com

AUTRES COMPÉTENCES

- Finance
- Intellectual Property and Technology
- Litigation, Arbitration and Investigations
- Real Estate

classé notre pratique Jeux et Paris (à Londres) en Tier 1.

Etudes de cas

- Conseil de la Premier League sur tous les aspects de sa stratégie en matière de droits de diffusion et d'exploitation, ainsi que dans le cadre de son contentieux célèbre portant sur la carte de décodeur. Les accords d'exploitation des droits nationaux et internationaux de la Premier League représentent les accords les plus importants dans le monde sportif - en dehors des États-Unis - et sont structurées de manière innovante afin de permettre une exploitation technologique neutre sur l'ensemble des plates-formes, tout en proposant des protections sophistiquées contre les menaces de piratage.
- Représentation des San Francisco Forty Niners (49ers) lors du refinancement, à hauteur de 1,05 milliards de dollars US, du chantier du Levi's Stadium à Santa Clara (Californie), par l'apport de capitaux issus des marchés financiers et de placements privés, ainsi que de la National Football League. En mars 2012, nous avons représenté les 49ers dans le cadre du financement du prêt senior à terme multi-tirage sécurisé de 850 millions de dollars US pour la construction du nouveau stade. Nous avons aussi participé à la structuration initiale de l'opération, qui s'appuie sur un Delaware statutory trust comme emprunteur des marchés boursiers et prêteur à la fois de Forty Niners SC Stadium Company LLC (StadCo), à concurrence de 400 millions de dollars US, et de la Santa Clara Stadium Authority, à concurrence de 450 millions de dollars US. Le Levi's Stadium sera détenu par la Santa Clara Stadium Authority et donné à bail pendant la saison de NFL à StadCo puis en sous-location aux 49ers.
- Représentation d'Al Jazeera Media Network, première société de médias au monde avec plus de 20 chaînes d'informations, de documentaires et de sports, dans le cadre de l'acquisition de Current Media, LLC, exploitant du réseau câblé américain Current TV. Conseil également de BeIN Sport, filiale d'Al Jazeera Media Network, dans le cadre de son lancement aux États-Unis ainsi que sur les questions de propriété intellectuelle, droit des sociétés, fiscalité et droit du travail, au fur et à mesure de l'augmentation du nombre d'abonnés américains. DLA Piper continue de conseiller en tant qu'avocat externe Al Jazeera Media Network et BeIN Sports sur tous leurs besoins juridiques dans le domaine des médias, du divertissement et en matière commerciale.
- Conseil de bwin.party Digital Entertainment dans le cadre de son opération historique avec Zynga, la plus grande société de jeux vidéo interactifs au monde, afin de lancer une offre sur le marché anglais. Cette opération a soulevé des problématiques complexes en matière commerciale et de propriété intellectuelle et a démontré notre compétence dans cet espace en forte évolution au sein duquel convergent les jeux d'argent et les jeux vidéo interactifs.
- Conseils d'un grand studio hollywoodien dans le cadre d'un financement structuré pluri-juridictionnel pour une liste de plus de 10 films, d'un montant de 400 millions de dollars US. Nous sommes intervenus dans l'élaboration de cette structure complexe et avant-gardiste, impliquant une dimension réglementaire, fiscale et transfrontalière. Cette structure a permis un retour sur investissement fonction des résultats au box office des films concernés.
- Représentation de l'Abu Dhabi United Group (ADUG) dans le cadre de l'acquisition, à hauteur de 100 millions de dollars US, d'une nouvelle équipe de football, le New York City Football Club (NYCFC), 20ème club issu de la Major League Soccer, qui évoluera à compter de 2015. L'ADUG, qui détient le Manchester City Football Club (MCFC), est le propriétaire majoritaire du nouveau club. Les New York Yankees ont également investi dans ce club et seront membre actif du groupe de propriétaires, notamment dans le cadre de l'aménagement d'un nouveau stade de football à New York.

Sustainability and ESG

The Media, Sport and Entertainment (**MSE**) sector is diverse facing an equally diverse spectrum of sustainability and environmental, social, and corporate governance (**ESG**) challenges. Key sustainability issues across the sector include data privacy, diversity and inclusion, equality, anti-discrimination, competition, and fraud and corruption. Social and governance issues dominate the sector, although environmental issues draw increasing concern for businesses in sport and entertainment with high energy use and waste and exposure to the changing climate.

Having advised a range of MSE clients, from the world's largest football league to leading global media outlets, leading advertising agencies and major Hollywood studios, we understand the sector is complex and multi-faceted, operating across multiple jurisdictions and responding to a diverse set of stakeholders. We have seen that businesses which respond to sustainability issues in a reactive and isolated manner stand to lose their market position, profit, access to capital and brand value. Businesses cannot assume that tackling one ESG issue well (such as a sexual harassment claim) is the end of the sustainability story.

Our MSE Sustainability and ESG team takes a unique, holistic approach to navigating these complexities. We build on our experience advising businesses on issues such as intellectual property protection, finance and corporate governance, regulatory compliance, media rights, antitrust and competition law, and disputes and crisis management. Our team combines this in-depth legal experience across the sector with wider expertise on cross-cutting ESG issues to offer our clients holistic advice wherever they are in their responsibility journey – whether developing a sustainability strategy or managing disputes and crises.

As much as risks and challenges, there are also opportunities for those companies who are adopters and leaders in the transition to a sustainable future. Our team strives to work with you to manage the risks and harness the opportunities in this transition.

MEDIA, BROADCASTING AND FILM

Media, broadcasting and film companies face systemic risks associated with customer engagement, data security and the right to privacy. Content regulation has moved beyond mere compliance; consumers have become social media activists and companies are judged for media bias, prejudice and discriminatory content. For example, film and content companies are exposed to key person risk and vulnerable to social controversies, such as #metoo, leading to program changes and cancellations. While social factors are predominant, there are also environmental pressures on film studios and broadcasters to limit emissions and ensure sustainable energy use, energy efficiency and waste management in high-budget productions.

PUBLISHING

For the publishing industry, the changing nature of its relationship with the consumer in the digital era has uncovered new sustainability challenges. Companies need to respond to customer concerns, particularly on data privacy and security, as well as regulator concerns on anti-competitive practices and content regulation. As above, compliance is often not enough to meet stakeholder expectations, for example, as social movements raise pressure on publishers to be accountable for content.

ADVERTISING

The shift to a greater emphasis on sustainability and ESG issues is particularly noticeable in the advertising sector, where brands are increasingly making claims about their products' sustainable credentials, and are also taking greater account of ethical issues in ad placement. Given the increased importance of sustainability issues to consumers, advertising regulators are similarly focussing increasingly on such matters. So compliance with advertising regulation around issues such as environmental ad claims, charity partnerships, and social cause-linked marketing campaigns is more important than ever before, for both advertisers and agencies.

SPORTS TEAMS AND FRANCHISES

For the sports governance sector, the pressure to transition to a sustainable model comes from the growing number of investors with responsible investment standards as well as the broad base of consumers and fans. The focus in sports has been on the social aspects of ESG, including anti-discrimination, equality and diversity and inclusion, and the governance aspects, such as fraud and corruption. Sports teams and franchises that have failed to meet stakeholder expectations, for example, on Black Lives Matter or sexual harassment policies, have faced a social and investor backlash. Those teams with home stadiums are also being held accountable on environmental performance, including emissions, energy efficiency and waste management.

WORLD EVENTS

World events depend on a range of sustainability considerations, from understanding local laws and regulation of emissions, energy use and waste management to supply chain management, labour rights, and jurisdictional risks in the host country. With the COVID-19 pandemic in 2020, we have seen how large-scale events can be particularly vulnerable to social and environmental factors, as a highly infectious disease caused mass event cancellations. Planning for events such as international sport competitions will continue to be challenging in the 'new normal', for example, as climate change causes more unpredictable and extreme weather and limits access to natural resources.

To discuss these issues in more detail please get in touch with our sustainability leaders.