

Derniers préparatifs avant le lancement du « .eu » !

Une zone de nommage à fort potentiel...

▸ Le lancement du TLD .eu concrétise les objectifs communautaires de développement du commerce électronique au niveau européen par la création d'une **identité propre**⁽¹⁾. Il s'inscrit ainsi dans le cadre du développement communautaire d'une protection uniforme des signes distinctifs engagé avec la création de la marque communautaire en 1993.

▸ Le registre *Eurid* estime à **un million** le nombre de noms de domaine en .eu qui sera demandé dès la première année auprès des registrars agréés, dans une zone de nommage qui touchant 459 millions d'européens. Ces prévisions sont soutenues par les statistiques actuelles qui démontrent que, juste derrière le .com et devant le .net, les extensions les plus demandées sont le .de (Allemagne) et le .uk (Royaume-Uni),.

▸ L'enregistrement d'un nom en « .eu » sera régi par le principe du « **premier arrivé, premier servi** », et donc « **seul servi** ».

▸ Afin de limiter les risques d'abus, l'ouverture générale du « .eu » sera précédée d'une période préalable d'enregistrement réservée aux titulaires de droits, dite sunrise, se déroulant en deux temps et débutant **à une date à préciser, au cours du dernier trimestre 2005**.

...à appréhender de manière proactive.

▸ L'enregistrement d'un nom de domaine en « .eu » est ouvert à toute entreprise ayant son **siège statutaire**, son administration centrale ou son établissement principal **dans la Communauté**, à toute organisation établie **dans la Communauté** et à toute personne physique résidant **dans la Communauté**.

▸ Dès la 1ère phase, d'une durée de deux mois, les titulaires et licenciés de **marques** nationales ou communautaires **enregistrées** pourront demander l'enregistrement en .eu du nom de domaine correspondant à leur marque. Pourront également être enregistrés, sur **justificatifs**, les indications géographiques et les noms ou acronymes des organismes publics.

▸ Au cours de la 2ème phase, l'enregistrement sera ouvert aux titulaires d'**autres droits** protégés par le droit national d'un Etat membre de l'UE et/ou par le droit communautaire. Quatre mois après le début de la sunrise, **la procédure d'enregistrement sera ouverte à tous**.

▸ Il est fortement conseillé de se préparer en vue de la sunrise à venir pour demander l'enregistrement des noms stratégiques **avant l'ouverture générale**.

Les enjeux

Créer un espace européen sur le web pour :

- aider les entreprises nationales à pénétrer le marché communautaire ;

- promouvoir et renforcer l'image du marché européen sur le réseau mondial.

(1) Règl. CE n°733/2002 du 22/04/2002, *JOCE* du 30/04/2002 et Règl. CE n° 874/2004 du 28/04/2004, *JOCE* du 30/04/2004 .

Les conseils

- Choisir les signes à enregistrer et identifier les risques de demandes concurrentes ;

- Sélectionner un bureau d'enregistrement et constituer les dossiers de demandes.

Marie-Emmanuelle HAAS
marie-emmanuelle-haas@alain-bensoussan.com

Virginie BRUNOT
virginie-brunot@alain-bensoussan.com

Informatique

Législation des systèmes de détection et d'identification des pirates sur internet

La lutte contre le peer to peer encadrée par la CNIL

▸ De **nouvelles dispositions** dans la loi Informatique et libertés prévoient que « *les traitements de données à caractère personnel relatives aux infractions, condamnations et mesures de sûreté* » peuvent être mises en oeuvre par les **sociétés de perception** et de **gestion des droits d'auteurs** et des droits voisins (comme la SACEM) et les organismes de défense professionnelle au titre des droits dont ils assurent la gestion ou pour le compte des victimes d'atteintes aux droits d'auteur⁽¹⁾.

▸ Dans sa décision du 29 juillet 2004, le **Conseil constitutionnel** a considéré que cette disposition, compte tenu des garanties mises en oeuvre (contrôle préalable de la CNIL et absence de conservation des données plus d'une année) était de nature à « *assurer, entre le respect de la vie privée et les autres droits et libertés, une conciliation qui n'est manifestement pas déséquilibrée* »⁽²⁾.

▸ La **CNIL** a précisé que les traitements concernés pourraient être les traitements visant à **recenser les actes de contrefaçon** sur internet et à engager des poursuites et que les personnes morales en charge de la protection des droits de propriété intellectuelle pourraient être autorisées à utiliser des **logiciels permettant de relever les adresses IP** des internautes, ainsi que d'identifier la nature des oeuvres de l'esprit qu'ils mettent à disposition du public, et ce dans la perspective de réunir les preuves nécessaires à l'engagement de poursuites pénales ou civiles.

De nouveaux pouvoirs de surveillance pour les sociétés de gestion ?

▸ Les sociétés de gestion et de perception de droits d'auteurs et les associations professionnelles de défense des intérêts des auteurs et producteurs, une fois l'**autorisation de la CNIL** obtenue pour la mise en oeuvre des traitements d'adresses IP, se voient dotés d'un **pouvoir de surveillance** considérable dont elles devront user avec discernement.

▸ La CNIL a autorisé le Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs (SELL) à mettre en oeuvre un tel traitement⁽³⁾. Il pourra **scanner le web** à la recherche des clients de réseau p2p, collecter leur adresse IP (ou pseudos de connexion) et leur **envoyer des messages** sur le caractère illégal de leurs actes et les sanctions encourues. Toutefois, les adresses IP ne pourront pas être conservées ni utilisées pour dresser un procès-verbal d'infraction.

▸ L'autorisation de pratiquer de tels traitements fait peser sur ses bénéficiaires une **obligation de sécurité renforcée** au titre de la conservation, l'intégrité, l'inviolabilité et l'accessibilité des données collectées.

L'enjeu

Lutter contre le « peer to peer » en permettant de repérer les internautes qui piratent des oeuvres protégées en ligne (jeux vidéo, logiciels, films...).

(1) Loi n°78-77 du 6 janvier 1978, art. 9 modifié par la loi n°2004-801 du 6 août 2004.

(2) Décision n°2004-499 DC.

Les garanties

- L'identification des adresse IP ne peut s'effectuer que dans le cadre d'une procédure judiciaire (art. L.32-3-1 du CPCE).

- La CNIL dispose de moyens pour contrôler l'équilibre entre les internautes et les intérêts des auteurs.

(3) Séance du 24 mars 2005.

Benoît de Roquefeuil

benoit-de-roquefeuil@alain-bensoussan.com

Anne Cousin

anne-cousin@alain-bensoussan.com

Communications électroniques

Les techniques d'identification par biométrie

La biométrie au service de l'identification forte

▸ Les technologies biométriques permettent aujourd'hui de mettre au service de la sécurité, la **numérisation des empreintes digitales**.

▸ Elles se développent à très grande vitesse et touchent aujourd'hui le grand public. Longtemps réservée aux entreprises exerçant dans un **secteur d'activité sensible** (défense, banque, nucléaire, ...), elles sont aujourd'hui déployées dans les entreprises ou même auprès de clients finaux comme peuvent l'être les clients des **compagnies aériennes**.

▸ La biométrie devrait se développer d'autant plus facilement que le Gouvernement français a décidé de déployer, à travers le **programme INES des cartes nationales d'identité biométriques** et que l'Union européenne s'est engagée dans le déploiement de **passesports biométriques**.

▸ De fait, nombre d'entreprises se sont lancées dans une réflexion visant à déployer une technologie biométrique qui permettrait tout à la fois de gérer les aspects **sécurité** et **accès aux locaux** mais aussi **contrôle d'activité** des salariés.

Le déploiement dans l'entreprise

▸ Le déploiement d'une technologie biométrique au sein de l'entreprise n'est pas chose aisée et le **jugement du 19 avril 2005**⁽¹⁾ vient conforter l'idée selon laquelle avant tout déploiement et même avant tout choix de telle ou telle technologie une **analyse juridique de la situation** s'impose.

▸ Cette analyse tiendra compte d'au moins deux aspects : la législation dite « **informatique et libertés** » d'une part et le **droit du travail** d'autre part.

▸ Il faut en effet rappeler que la loi informatique et libertés modifiée en août 2004 intègre les traitements de données à caractère personnel dans le régime des déclarations préalables et que de ce point de vu, il existe une véritable « **jurisprudence Cnil** » en la matière que nulle entreprise ne saurait ignorer.

▸ En droit du travail, il importera surtout de définir avec précision les règles relatives à l'**utilisation par les salariés** de la technologie utilisée et les éventuelles conséquences en terme de **traçabilité** et de **responsabilité** et saisir les instances représentatives du personnel selon les dispositions prévues au sein du Code du travail.

L'enjeu

La biométrie connaîtra nécessairement un développement exponentiel dans les années à venir, portée par le déploiement des cartes d'identité et passeports biométriques.

Les conseils

- Procéder à une analyse juridique préalable.

- Qualifier le projet au regard de la jurisprudence et des avis de la Cnil

- Respecter le processus de mise en œuvre conformément aux prescriptions du Code du travail

(1) TGI Paris, 1^{er} ch. sect. soc., 19/04/2005, Effia Services.

Eric Barbry,
eric-barbry@alain-bensoussan.com

Collectivités territoriales

Confidentialité et identification des candidatures et des offres dématérialisées

Les problèmes soulevés par la transmission dématérialisée

► Depuis le 1^{er} janvier 2005, les personnes publiques sont tenues de pouvoir recevoir les **candidatures et les offres des soumissionnaires par voie électronique**.

► D'un point de vue pratique, cette dématérialisation des candidatures et des offres pose des problèmes évidents de confidentialité : comme pour les documents sur support papier, la personne publique est en effet **tenue de prendre les mesures nécessaires pour conserver en l'état les documents électroniques envoyés par les candidats**. Les informations qui y figurent doivent ainsi rester **totalemtent inaccessibles** et inviolées à **compter de leur réception par la personne publique, jusqu'à leur ouverture** par la personne responsable du marché (PRM) et les membres de la commission d'appel d'offres (CAO).

► Une fois que la PRM et les membres de la CAO ont pris connaissance de ces informations, celles-ci doivent encore rester **confidentielles vis-à-vis des tiers et des autres candidats**, hormis les cas dans lesquels le droit d'accès aux documents administratifs peut trouver à s'appliquer.

Principes à respecter pour assurer la confidentialité des informations

► Les dispositions du **décret du 30 avril 2002** rappellent la responsabilité de la personne publique en matière de confidentialité des informations transmises par voie électronique. « A cet effet, la personne responsable des marchés peut demander aux candidats **d'assortir leurs fichiers d'un système de sécurité tel que les candidatures et les offres ne puissent être ouvertes qu'avec leur concours** », étant relevé qu'une difficulté supplémentaire apparaît ici : un dossier chiffré ne peut faire l'objet d'une détection anti-virale.

► En interne, la personne publique peut utiliser des techniques de chiffage ou de cryptage, ou encore avoir recours à des « coffres-forts (ou séquestres) électroniques ».

► Par rapport aux informations transmises sur support papier, la personne publique voit donc **le champ de sa responsabilité étendu** : en cas de marché dématérialisé, sa responsabilité peut être engagée **dès le moment où le candidat transfère ses dossiers électroniques** sur le réseau indiqué dans le règlement de consultation, alors qu'au format papier, l'acheteur public n'assure la sécurité des plis, et donc leur confidentialité, qu'à compter de leur réception physique.

L'enjeu

Connaître les cas dans lesquels la personne publique peut voir sa responsabilité engagée pour n'avoir pas assuré la confidentialité des informations transmises

Les conseils

- Répercuter sur les éventuels prestataires extérieurs informatiques les règles de confidentialité qui s'imposent aux personnes publiques.

- Prévoir dans le cahier des charges relatif à la plate-forme dématérialisée des clauses permettant de prouver la confidentialité des informations.

Danièle Véret
daniele-veret@alain-bensoussan.com

Arnold Vève
arnold-veve@alain-bensoussan.com

Propriété intellectuelle

L'utilisation d'images et de photos de l'entreprise et de son personnel

Respecter le droit à l'image des salariés

▸ Il résulte de l'**article 9 du Code civil**, que toute personne a sur son image et l'utilisation qui en est faite, le **droit absolu** de s'opposer à sa reproduction sans son autorisation ou d'en contrôler la destination.

▸ Ce principe s'applique dans la sphère privée mais aussi **au sein de l'entreprise**, par exemple dans l'hypothèse de la réalisation sur l'**intranet** d'un « trombinoscope » présentant les photographies des salariés de l'entreprise.

▸ Ainsi, des salariés seraient fondés à faire état de leur désaccord quant à l'exploitation de leur photographie dans d'autres conditions ou sur un autre support que ceux initialement prévus (web, plaquette...).

▸ Il appartient à l'employeur de rapporter la **preuve de l'assentiment** donné par son salarié en vue de la publication de son image dans des conditions déterminées.

▸ Il convient donc de **recueillir l'autorisation écrite** des salariés avant mise en ligne de leur photographie. Le consentement devra être exprès et suffisamment précis quant aux modalités d'utilisation des images (support, durée...), l'autorisation ne couvrant pas les modes de publication qui n'ont pas été prévus dans l'autorisation. Il convient aussi de **gérer les droits de l'entreprise** sur les photographies et les supports après le départ du salarié de l'entreprise.

Respecter les droits d'auteur du photographe

▸ La photographie est une **œuvre de l'esprit protégée** par le droit d'auteur sur laquelle son auteur jouit du seul fait de sa création, d'un **droit de propriété** incorporelle exclusif et opposable à tous.

▸ Ainsi, les photographes auteur des photographies des salariés de l'entreprise, pourraient s'opposer à ce qu'une photographie prise pour une **utilisation déterminée** (un trombinoscope ou une plaquette interne par exemple) soit exploitée différemment (par exemple, des supports commerciaux) ou sur d'autres supports (presse écrite, par exemple).

▸ Il convient donc de gérer outre les droits du salarié représenté, la **cession des droits du photographe**, par un écrit. Selon l'article L 131-1 du Code de la propriété intellectuelle, cet écrit devra préciser la **liste des droits cédés** (reproduction, représentation, adaptation...) ainsi que le domaine d'exploitation des droits cédés, qui devra être délimité quant à son étendue, sa destination, le lieu et la durée.

L'enjeu

Pouvoir communiquer en toute légalité sur tous les éléments de l'entreprise et de ses salariés (identité, téléphone, fax, mél, fonctions exercées, photographie, etc...).

Les conseils

- Recueillir l'autorisation écrite des salariés en précisant les conditions d'utilisation des photos notamment en cas de départ de l'entreprise ;
- Ne pas oublier les droits du photographe et conclure avec lui un contrat.

Laurence Tellier-Loniewski
laurence-tellier-loniewski
@alain-bensoissan..com
Florence Revel de Lambert
florence-revel-de-lambert
@alain-bensoissan.com

Relations sociales

Valeur de la lettre de prise d'acte de la rupture du contrat de travail⁽¹⁾.

▸ Un salarié a adressé à son employeur une **lettre de démission** en lui reprochant un certain nombre de manquements et la cour d'appel a **requalifié la rupture en licenciement** sans cause réelle et sérieuse en se fondant sur des griefs qui n'étaient pas mentionnés dans la lettre de démission initiale. L'**employeur a contesté en vain** cette analyse car la Cour de cassation considère que l'écrit par lequel le salarié prend acte de la rupture du contrat de travail en raison des faits qu'il reproche à son employeur ne fixe pas les limites du litige et que le juge est **tenu d'examiner les manquements de l'employeur** invoqués devant lui par le salarié durant l'instance.

▸ Quelle peut être la signification et la portée de cet arrêt si ce n'est qu'il n'existe **pas de parallélisme des formes** avec la lettre de licenciement, qui elle, fixe les limites du litige devant la juridiction prud'homale.

Délai légal entre la convocation et l'entretien préalable au licenciement⁽²⁾

▸ L'ordonnance du 24 juin 2004 a **uniformisé et simplifié les délais** relatifs à la procédure de licenciement entre la convocation à l'entretien préalable et l'entretien (Art. L. 122-14 du C. du trav.). Il est de **5 jours** ouvrables que l'entreprise soit ou non pourvue de représentants du personnel.

▸ La Cour de cassation précise que le salarié **ne peut en aucun cas renoncer à ce délai**, ce qui confère à cette disposition un caractère d'ordre public. En l'espèce, le délai n'avait pas été respecté et le salarié était en droit d'obtenir **réparation du préjudice** résultant de l'irrégularité de la procédure de licenciement.

Faire respecter l'interdiction de fumer dans les bureaux à usage collectif⁽³⁾

▸ Une salariée ayant plusieurs fois formulé des réclamations auprès de son employeur qui s'était simplement borné à interdire aux autres salariés de fumer en sa présence et à apposer des panneaux d'interdiction de fumer dans le bureau litigieux, a **pris acte par courrier de la rupture de son contrat de travail** aux torts de son employeur.

▸ Elle a saisi la juridiction prud'homale et obtenu la **requalification de la rupture en licenciement** sans cause réelle et sérieuse avec dommages et intérêt.

▸ L'employeur qui entend **déroger à l'interdiction de fumer** dans les lieux affectés à un usage collectif **doit établir**, après consultation du médecin du travail, du CHSCT ou à défaut des délégués du personnel, un **plan d'organisation** ou d'aménagement destiné à assurer la **protection des non-fumeurs** (Art. R. 3511-1 du C. de la santé publique).

Extraits

«... l'écrit par lequel le salarié prend acte de la rupture du contrat de travail en raison des faits qu'il reproche à son employeur ne fixe pas les limites du litige ; que le juge est tenu d'examiner les manquements de l'employeur invoqués devant lui par le salarié, même si celui-ci ne les a pas mentionnés dans cet écrit ... ».

(1) Cass. soc. 29 juin 2005 n° de Pourvoi 03-42804.

« ... encourt dès lors la cassation l'arrêt qui a décidé qu'il était loisible à la salariée de renoncer au délai de cinq jours ouvrables entre la convocation et la date de l'entretien préalable à un éventuel licenciement, délai qui en l'espèce n'avait pas été respecté par l'employeur... »

(2) Cass. soc. 28 juin 2005, n° de Pourvoi 02-47128.

« ... l'interdiction de fumer dans les lieux affectés à un usage collectif s'applique dans tous les lieux fermés et couverts qui constituent les lieux de travail (...) il appartient à l'employeur qui entendrait déroger à cette interdiction (...) d'établir (...) un plan d'organisation (...) destiné à assurer la protection des non-fumeurs ».

(3) Cass. soc. 29 juin 2005, n° de Pourvoi 03-44412.

Isabelle Tellier
isabelle-tellier@alain-bensoussan.com
Sonia Hadjali
sonia-hadjali@alain-bensoussan.com

Indemnisation des préjudices

Parodies, diffamations, injures et dénigrements sur le web : quelles indemnisation s ?

La modération des condamnations semble succéder à la sévérité

▸ Nouveau moyen de diffusion de l'information à la portée de tous les publics, l'internet s'est révélé dès ses origines comme un **espace de liberté d'expression**. Cette liberté s'exerce parfois au détriment des droits ou de l'image des entreprises lorsque les messages diffusés sont injurieux, diffamatoires ou dénigrants, à leur égard ou que l'utilisation caricaturale de leurs marques est à l'origine d'un risque de confusion. Les tribunaux sont amenés régulièrement à **réparer les conséquences des abus** constatés

▸ La dernière décision rendue en la matière n'a accordé **qu'un euro de dommages et intérêts** à la société «Amen», victime d'**injure publique** sur un forum de discussion⁽¹⁾. Cette indemnisation symbolique est associée à une **mesure de publication**, mais celle-ci ne vise que le site internet de la société gérée par l'auteur des messages, concurrente de la victime et non celui où les messages étaient diffusés.

▸ La première condamnation importante (**39 637 €**) avait été prononcée en 2000 contre deux particuliers, en faveur de la RATP pour **contrefaçon de marque et dénigrement**⁽²⁾. La condamnation la plus lourde (**94 000 €** frais de publication inclus) visait les animateurs d'un site de défense des consommateurs ayant diffusé ou laissé diffuser des **propos injurieux, diffamatoires ou dénigrants** à l'égard de la société Père-Noël.fr⁽³⁾. La Cour d'appel de Paris a également sévèrement sanctionné (**83 847 euros** frais de publication inclus) une société pour avoir dénigré un concurrent et contrefait sa marque sur son site internet et par un lien hypertexte⁽⁴⁾.

Mais les méthodes d'évaluation restent toujours aussi imprécises

▸ L'affaire Pernod Ricard⁽⁵⁾ s'était déjà soldée par une condamnation plus mesurée (**9 500 €** frais de publication inclus). Pourtant, le point commun de l'ensemble des décisions rendues dans ce domaine reste **l'absence quasi-totale d'explications** concernant l'évaluation de l'étendue des dommages subis.

▸ Les demandeurs évaluent leurs dommages, sans les qualifier ni les justifier, par dizaines ou centaines de milliers d'euros (ou de francs avant 2002) et **les juges arrondissent** de même le montant des réparations, avant d'y ajouter le montant estimé des frais de publication.

▸ Seule la décision rendue en faveur de Pernod Ricard mentionne le **nombre de visiteurs** ayant consulté le site en cause pendant la période litigieuse, information pourtant indispensable pour estimer les conséquences de ces agissements. Celle-ci devrait être associée à toute autre information pertinente : **statistiques de consultation des pages litigieuses**, profil des visiteurs, relais de l'information par d'autres médias...

L'enjeu

L'impact des messages ou informations diffusées par internet peut être considérable pour l'image d'une entreprise, mais il dépend de multiples critères et en premier lieu, du nombre d'internautes qui ont pu en avoir connaissance.

- (1) TGI Paris, 7/03/2005, Amen c. Azuria et P.V.
- (2) TGI Paris, 21/03/2000, RATP c. L.M. et V.L.
- (3) TGI Lyon, 28/05/2002, Père-Noël.fr / F.M. et E.C.
- (4) CA Paris, 4^e ch. 19/09/2001, NRJ c. Europe 2 Communication.
- (5) TGI Paris, 9/01/2004 Pernod Ricard et Pernod c. T.A.

Les conseils

Dans le cadre d'une procédure civile visant la réparation du dommage, la victime doit obtenir la communication des statistiques détaillées de consultation du site et produire toute information utile à l'appréciation de son préjudice.

Bertrand Thoré
bertrand-thore@alain-bensoussan.com

Fiscalité

Le traitement comptable des créations de sites et noms de domaine

Les coûts engagés sont soit des immobilisations, soit des charges...

▸ Dans son avis n° 2003-11 du 21 octobre 2003, le Conseil National de la Comptabilité a précisé le traitement comptable des coûts de création de « **sites Internet** », couvrant également les sites **Intranet** et **Extranet**.

▸ Pour que les **coûts de création** de sites soient inscrits à l'**actif du bilan**, l'entreprise doit être en mesure de démontrer qu'elle remplit simultanément les **conditions suivantes** : (i) le site a de sérieuses chances de réussite technique, (ii) l'entreprise a l'intention d'achever le site et de l'utiliser ou de le vendre, (iii) elle a la capacité d'utiliser ou de vendre le site, (iv) le site doit générer des avantages économiques futurs, (v) l'entreprise dispose des ressources (techniques, financières et autres) appropriées pour achever le développement et utiliser ou vendre le site, (vi) elle a la capacité d'évaluer de façon fiable les dépenses attribuables au site au cours de son développement.

▸ Dans le **cas contraire**, elle ne peut pas immobiliser les coûts engagés au titre de la conception et du développement du site, qui doivent dans ce cas être **comptabilisés en charge**. Les dépenses de création de sites Internet « passifs » destinés à donner des informations sur l'entreprise (sites plaquette) et qui ne participent pas aux systèmes d'information ou commerciaux de l'entreprise (comptabilité, vente ...) ne sont pas des actifs et doivent être comptabilisés en charge.

... selon les phases du processus de création

▸ Les coûts engagés au cours de la **phase de recherche** préalable ne peuvent pas être comptabilisés à l'actif et doivent être inscrits au **compte de résultat**, puisqu'il n'est pas possible à ce stade d'évaluer avec une fiabilité suffisante s'ils donneront lieu à de **futurs avantages économiques** contrôlés par l'entreprise ; les frais de recherches comptabilisés initialement en charge, sur un projet qui aboutit à la création d'un site Internet, ne peuvent pas ultérieurement être réintégrés aux coûts de développements d'un site inscrit à l'actif.

▸ Les coûts engagés au cours de la **phase de développements** et de **production** peuvent être **comptabilisés à l'actif**, à leurs coûts de production, dans la mesure où les conditions permettant d'en inscrire le projet parmi les immobilisations incorporelles sont satisfaites.

▸ Quant aux dépenses engagées après son acquisition ou son achèvement, c'est à dire en **phase d'exploitation**, celles-ci doivent être **comptabilisées en charge** lorsqu'elles sont encourues, sauf s'il est probable que ces dépenses permettront au site de générer des avantages économiques futurs au-delà du niveau de performances défini avant l'engagement des dépenses, et si ces dépenses peuvent être évaluées et attribuées à l'actif de façon fiable.

L'enjeu

Déterminer si les dépenses engagées par l'entreprise à l'occasion de la création d'un site ou de l'enregistrement d'un nom de domaine doivent être considérées comme un élément de l'actif incorporel ou une charge déductible de l'exercice au cours duquel elles ont été engagées.

Conseils

- En cas d'acquisition de logiciels spécifiques par l'entreprise, ceux-ci peuvent être amortis dans les conditions précisées pour l'acquisition d'un site.

- Ces principes sont également applicables aux dépenses d'adaptation d'un site.

Pierre-Yves Fagot
pierre-yves-fagot@alain-bensoissan.com

Actualité

Les sources

L'obligation de collecte et de traitement des déchets électroniques

▸ Le **décret du 20 juillet 2005** relatif à la composition des équipements électriques et électroniques (EEE) et à l'élimination des déchets issus de ces équipements ⁽¹⁾ **transpose avec retard deux directives** européennes qui visent à réduire l'emploi des substances dangereuses dans les EEE ⁽²⁾.

▸ Les **distributeurs d'EEE** ménagers ont l'obligation de proposer à leurs clients la **reprise** de leur **équipement usagé** lors de l'achat d'un équipement neuf du même type. Les **producteurs** doivent prendre en charge la **collecte sélective** de leurs produits.

(1) Décret n° 2005-829, *JO* du 22 juillet 2005.

(2) Directives 2002/95/CE et 2002/96/CE du 27 janvier 2003.

La transparence des marchés financiers

▸ La **loi du 26 juillet 2005** pour la confiance et la **modernisation de l'économie** ⁽³⁾ prévoit que les obligations de publicité et d'information au titre de la transparence des marchés financiers peuvent se faire par **voie électronique** (art. L. 621-7 du C. des marchés financiers).

(3) Loi n°2005-842, *JO* du 27 juillet 2005.

Mise à jour du Code des postes et des communications électroniques

▸ Le **décret du 26 juillet 2005** relatif aux conditions d'établissement et d'exploitation des réseaux et à la fourniture de services de communications électroniques ⁽⁴⁾ modifie la **partie réglementaire du Code** des postes et des communications électroniques.

▸ Il précise les **modalités de déclaration des réseaux ouverts au public** et les services fournis au public ainsi que les droits et obligations attachés à cette déclaration qui viennent se substituer au cahier des charges prévu dans l'ancien cadre. Il détaille aussi les **pouvoirs de recueil d'informations de l'ART** .

(4) Décret n° 2005-862, *JO* du 29 juillet 2005.

Encadrement des enchères à distance et de la portabilité des numéros

▸ La **loi du 2 août 2005** en faveur des petites et moyennes entreprises ⁽⁵⁾ aborde notamment la pratique des **enchères à distance** (articles 51 et 52) et fixe les conditions de **portabilité d'un numéro téléphonique** (article 59 modifiant l'article L.44 du CPCE).

▸ La **simplification des démarches** pour l'abonné et la **rapidité** du traitement (dix jours) devraient renforcer l'efficacité d'une **portabilité** jusqu'alors peu pratiquée et devrait favoriser l'émergence de **nouveaux opérateurs alternatifs** .

(5) La loi n° 2005-882, *JO* du 3 août 2005.

Directeur de la publication : Bensoussan Alain
Rédigée par les avocats et juristes de ALAIN BENSOUSSAN SELAS
Animée par Isabelle Pottier, avocat
Diffusée uniquement par voie électronique
ISSN 1634-071X
Abonnement à : avocats@alain-bensoussan.com

Interview

Le web doit être une plate forme d'information pour notre industrie

Madame Camille Darnaud-Dufour, Vice Président, Communications Soc. Soitec (*),

par Isabelle Pottier



Quelle est la place occupée par le web dans la communication de votre groupe ?

La communication web a été prise en compte peu de temps après la création de notre société en 1992 afin de lui assurer une grande visibilité sur son premier marché de l'époque, les Etats-Unis. Notre volonté de communication est donc très ancienne. Notre créneau est basé sur notre technologie Smart Cut™ qui est aujourd'hui le standard de l'industrie (90 % du marché à travers le monde) pour fabriquer ce nouveau matériau de pointe servant à la fabrication des puces. Nous connaissons actuellement une croissance spectaculaire (une moyenne de 57 % par an depuis 1998) à laquelle notre politique de communication n'est sans doute pas étrangère.

En outre, la part occupée par le web est de plus en plus importante tant en volume qu'en ressource et en temps consacré. Nous avons 3 sites : www.soitec.com, www.picogiga.com (une division du groupe) et www.advancedsubstratenews.com (la newsletter du groupe). Bien que français, notre groupe communique surtout au niveau international, nos clients étant en grande partie étrangers. C'est aussi la raison pour laquelle nos sites ont été entièrement développés en anglais.

Quel type de sites avez-vous choisi de développer (sites vitrine, commerciaux...)?

Nos sites sont avant tout une source d'information pour nos clients et partenaires mais aussi pour l'ensemble de notre industrie. Sur la page d'accueil de notre site, on trouve beaucoup d'actualités (communiqués de presse d'un côté et nouvelles de l'industrie de l'autre). Tout ce qui traite de notre technologie s'y trouve. Il peut s'agir d'une annonce d'un de nos clients ou partenaires sur ce qu'il fait avec notre technologie ou bien d'articles de fond sur la technologie SOI. Nos sites sont en fait une ressource informationnelle pour l'industrie du semi-conducteur, à tel point que les journalistes eux-mêmes y ont recours lorsqu'ils ont un papier à écrire sur cette technologie.

Quels sont vos projets web à très court terme ?

Toujours plus d'information et de réactivité ! Nous réfléchissons notamment à une présentation plus dynamique de nos rapports annuels pour qu'ils ne soient pas seulement des documents «pdf» pas toujours facile à parcourir. De même, nous avons pris la décision de ne pas rééditer nos plaquettes de présentation de la société, trop rapidement obsolètes alors que nos sites permettent d'être à jour en temps réel. S'ils sont d'ailleurs très visités (les statistiques de fréquentation du site Soitec sont en hausse de 82 % par rapport à l'an passé !) c'est aussi parce qu'ils sont mis à jour plusieurs fois par semaine en fonction de l'actualité.

Dans nos projets se trouve également la construction d'un autre site dédié celui-là, à notre nouveau contrat de parrainage dans le domaine de la voile. Par ailleurs, nous terminons l'adaptation en français, du site Soitec qui devrait être accessible très prochainement (et en fin d'année, pour le site Picogiga). Cette version française du site répond à un besoin institutionnel de communication en tant que société française cotée en bourse. Enfin, nous souhaitons que notre site soit une plate forme d'information non seulement sur notre technologie mais sur ses nombreuses applications.

(*) Société française leader du matériau SOI (Silicium sur Isolant) pour l'industrie microélectronique de pointe et les nanotechnologies qui permet aux fabricants de circuits intégrés d'obtenir des gains de performance et d'autonomie.