



## HEWLETT PACKARD A L'OFFENSIVE CONTRE ORACLE

### Oracle tenterait d'évincer Hewlett Packard des SGBDR

- Le 10 janvier dernier, l'Autorité de la concurrence a annoncé, sans toutefois prononcer les mesures conservatoires attendues par les saisissantes, à deux sociétés du groupe Hewlett Packard qui l'avaient saisie, qu'elle allait poursuivre l'instruction au fond, s'agissant d'une **suspicion d'abus de position dominante** à l'encontre de deux sociétés du groupe Oracle, les sociétés Oracle Corporation et Oracle France.
- Le 1er juillet 2011, les sociétés Hewlett Packard Company et Hewlett Packard France avaient saisi l'Autorité de la concurrence concernant des **pratiques mises en œuvre par les sociétés Oracle Corporation et Oracle France** dans le secteur des systèmes de gestion de bases de données relationnels (ci-après «SGBDR»), supposément destinées à évincer Hewlett Packard du marché des serveurs pour entreprise dits « *haut de gamme* ».
- Les sociétés du groupe Hewlett Packard souhaitaient voir les sociétés du groupe Oracle condamnées pour abus de position dominante, en ce qu'elles auraient tenté d'**évincer les sociétés du groupe Hewlett Packard du marché des serveurs pour entreprises** par des pratiques mises en œuvre sur le marché des SGBDR, marché sur lequel Oracle disposerait d'une position dominante.

### Deux pratiques reprochées par Hewlett Packard à Oracle

- Le groupe Oracle a, en effet, publiquement annoncé qu'il ne porterait pas la version de son futur SGBDR sur le **processeur de marque Intel « Itanium »**, utilisé principalement sur les **serveurs HP Integrity**.
- Selon les sociétés du groupe Hewlett Packard, ce refus aurait eu pour objectif de l'évincer du marché des serveurs pour entreprise. Les utilisateurs ne pouvant pas **migrer vers la version future du SGBDR Oracle**, ceux-ci auraient préféré changer de serveurs matériels plutôt que de SGBDR, compte tenu du coût de changement de SGBDR.
- L'Autorité de la concurrence a considéré qu'il est possible qu'Oracle dispose d'une **position dominante sur le marché SGBDR**, et qu'il n'était pas exclu que la pratique en cause soit constitutive d'un abus de position dominante.
- Par ailleurs, les sociétés du groupe Hewlett Packard reprochaient également au groupe Oracle d'avoir établi une **tarification discriminatoire** pour la licence de son actuel SGBDR, et ce au détriment des serveurs HP.
- L'Autorité de la concurrence n'a pas non plus exclu que cette pratique puisse constituer une **pratique discriminatoire** et soit susceptible de constituer une **pratique abusive**.
- L'Autorité de la concurrence a toutefois relevé que les conditions nécessaires au prononcé de **mesures conservatoires** n'étaient pas réunies en l'espèce, mais a décidé de poursuivre l'instruction au fond.

### Rappel

Une entreprise en position dominante sur un marché déterminé, peut être condamnée pour abus de position dominante, alors même que l'abus en cause est commis sur un autre marché.

(1) [Décision n° 12-D-01 du 10-01-2012](#)

### Les conseils

Face à une situation d'urgence nécessitant une intervention rapide, l'Autorité de la concurrence peut être amenée à prononcer des mesures conservatoires, en attendant de se prononcer au fond.

Cette décision intervient dans des délais extrêmement brefs, généralement trois à quatre mois après la saisine.

[FREDERIC FORSTER](#)  
[JEAN-MICHEL SANTONJA](#)



## L'AVIS DE L'AUTORITE DE LA CONCURRENCE SUR LA REGULATION DES MVNO

### Une première régulation des nouveaux entrants sur les MVNO...

- De nouveaux acteurs arrivent sur le marché de gros de la terminaison d'appel vocal mobile d'ici début 2012 et doivent fixer un **tarif de terminaison d'appel vocal vers leurs numéros mobiles**. Il s'agit de Free Mobile (4e opérateur de réseau mobile en France métropolitaine), Lycamobile (full-MVNO en vertu d'un contrat signé avec l'opérateur de réseau Bouygues Telecom) et Oméa Télécom (full-MVNO en vertu d'un contrat signé avec l'opérateur de réseau SFR).
- Or, la décision de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (Arcep) d'analyse du marché de la terminaison d'appel vocal mobile, actuellement en vigueur (1), dont le périmètre s'étend jusqu'au **31 décembre 2013**, n'inclut pas ces nouveaux entrants sur ce marché.
- L'Arcep mène actuellement une analyse de marché, à l'issue de laquelle elle adoptera une **décision imposant à Free Mobile, Lycamobile et Oméa Télécom des obligations remédiant aux problèmes de concurrence identifiés** (2).
- A cet effet, l'Arcep doit recueillir l'avis de l'Autorité de la concurrence, soumettre son projet de décision à consultation publique et le notifier à la Commission européenne, ainsi qu'à l'organe des régulateurs européens des communications électroniques (ORECE) et aux autorités compétentes des autres Etats membres de l'Union européenne.
- Il n'existe pas de cas comparable d'entrée sur le marché mobile dans un autre pays européen, soit d'un opérateur de réseau, soit d'un MVNO, dans le **contexte communautaire actuel d'orientation vers les coûts incrémentaux**, tel que recommandé par la Commission européenne (3).

### ... qui s'inscrit dans la continuité de la régulation en vigueur

- Dans son **avis n°11-A-19 du 9 décembre 2011** (4), l'Autorité de la concurrence « se réjouit du lancement de cette analyse des marchés qu'elle a appelée de ses vœux en estimant nécessaire que l'Arcep se livre dès que possible à l'analyse des nouveaux marchés de gros de la terminaison d'appel mobile, sans attendre la mise en place du futur cycle de régulation ».
- Elle « a eu à plusieurs reprises l'occasion d'appeler de ses vœux l'émergence d'un modèle full MVNO pour stimuler la concurrence sur les marchés mobiles, [et] ne peut que se féliciter de l'arrivée de ces nouveaux acteurs ».
- Par ailleurs, l'Autorité de la concurrence estime qu'une **terminaison d'appel asymétrique en faveur du nouvel entrant** (Free Mobile) peut, à titre transitoire, contribuer à rétablir l'équité concurrentielle entre les acteurs (5).
- Enfin, l'Autorité de la concurrence invite « le régulateur sectoriel à inclure dès à présent **NRJ Mobile** dans son analyse en définissant le marché de gros de la terminaison d'appel vocal d'NRJ Mobile sur son réseau », en précisant que « les analyses et conclusions du présent avis s'appliquent à cet opérateur au même titre qu'à Free Mobile, LycaMobile et Oméa Télécom ».
- Les éventuels nouveaux opérateurs mobiles virtuels (autres que Free Mobile, Lycamobile et Oméa Télécom) qui ouvriraient des numéros mobiles à l'interconnexion sur leurs réseaux, doivent donc surveiller la façon dont les **obligations définies dans le projet de décision de l'Arcep** pourraient leur être imposées également un jour, à circonstances de droit et de fait inchangées.

### L'enjeu

Eviter que la tarification des appels terminés sur le réseau de Free Mobile ou des full-MVNO ne leur soit défavorable et ne conduise à leur éviction du marché.

(1) Décision n° 2010-1149 du 2-11-2010

(2) CPCE, art. L.37-2

(3) Recommandation n° n° 2009/396/CE du 7-5-2009

(4) [Avis n° 11-A-19 du 9-12-2011](#)

(5) CE 24-7-2009, Orange France et SFR n°324642 et 324687

### L'essentiel

L'Autorité de la concurrence est favorable à la proposition de l'Arcep de mettre en place une régulation ex ante de la terminaison d'appel vocal mobile de Free Mobile et des full-MVNO, conduisant même transitoirement à une tarification asymétrique de la terminaison d'appels mobiles favorable aux nouveaux entrants.

[FREDERIC FORSTER](#)

[EDOUARD LEMOALLE](#)



## UN LIVRE VERT POUR FACILITER LES PAIEMENTS SURS ET INNOVANTS DANS LE COMMERCE ELECTRONIQUE

### Un livre vert pour encadrer les paiements en ligne

- La Commission européenne a publié un **livre vert sur le commerce électronique** intitulé « *Vers un marché européen intégré des paiements par carte, par internet et par téléphone mobile* » (1).
- Ce livre vert, en date du **11 janvier 2012**, fait l'analyse du paysage actuel des **paiements par carte, internet et téléphone mobile**, et identifie les lacunes qui font que « *la situation actuelle s'écarte de la vision d'un marché des paiements pleinement intégré* », ainsi que les obstacles à l'origine de ces lacunes.
- L'objectif de ce livre vert est de lancer une consultation qui permettrait d'identifier les mesures appropriées pour améliorer le marché et aboutir à la **création à terme d'un cadre européen** concret pour le paiement par carte, le e-paiement (internet) et le m-paiement (téléphone mobile).
- Dans ce livre vert, la Commission européenne effectue un état des lieux des services de paiement et des lacunes à combler, et rappelle que les « *paiements* » ont été identifiés comme étant **l'un des principaux obstacles à la croissance future du commerce électronique**.
- Les principales préoccupations tiennent à la diversité des modes de paiement entre les Etats membres, au coût des paiements pour les consommateurs et les commerçants, ainsi qu'à la sécurité des paiements.

### Des idées soumises à la consultation des professionnels

- Les principaux axes de ce livre vert sont les suivants :
  - le développement de l'**offre transfrontalière** (l'absence de règles et de standards communs dans les paiements créant des obstacles dommageables aux échanges transfrontaliers) ;
  - la réduction et la transparence de la **tarification des services de paiement** pour les consommateurs, les détaillants et les autres acteurs du commerce électronique ;
  - la **normalisation et l'interopérabilité transfrontière**, ainsi qu'une meilleure **coopération entre les prestataires de service**, pour le déploiement d'une concurrence, d'une liberté de choix et d'opérations de paiement plus efficaces (ce qui permettrait de promouvoir l'innovation et la compétitivité afin que les acteurs du marché des paiements développent des offres répondant mieux aux nouvelles demandes des consommateurs) ;
  - l'amélioration de la **sécurité des paiements**, à savoir principalement la prévention contre les fraudes et la protection des données, ceci étant un préalable essentiel pour renforcer la confiance, tant des utilisateurs de systèmes de paiement que des commerçants.

### L'enjeu

Encadrer les paiements en ligne pour favoriser le développement du commerce électronique.

(1) [UE, Livre vert du 11-1-2012, COM\(2011\) 941 final](#)

### Les conseils

Les professionnels ont jusqu'au 11 avril 2012 pour soumettre leur point de vue sur les propositions abordées dans ce livre vert.

[CELINE AVIGNON](#)

[LAURE LANDES-](#)

[GRONOWSKI](#)

## RESEAUX SOCIAUX : QUELLES OBLIGATIONS VIS-À-VIS DES FICHIERS MUSICAUX ?

### Pas d'obligation de filtrage général et préventif

- Le droit de l'Union Européenne s'oppose-t-il à ce qu'un juge national enjoigne à un prestataire de services d'hébergement (réseau social), de mettre en place un **filtrage** pour tous ses utilisateurs **à titre préventif, à ses frais et sans limitation de temps** ?
- Saisie de cette question dans le cadre d'une question préjudicielle, la Cour de Justice de l'Union Européenne a répondu par la négative, le **16 février 2012** (1).
- La Sabam, société belge de gestion collective des droits d'auteurs de la musique, a fait citer devant le Tribunal de Première Instance de Bruxelles le réseau social Netlog, qui permet à ses utilisateurs de publier des **extraits de vidéos**.
- La Sabam arguait de ce que, parmi ces publications, il y avait des **misés à disposition illicites** d'œuvres musicales du répertoire qu'elle gère et demandait au Tribunal qu'il enjoigne Netlog de faire cesser immédiatement leur mise à disposition.
- Netlog invoquait son **statut de prestataire technique d'hébergement** des vidéos, et le régime protecteur y afférent (sa responsabilité ne pouvant être engagée que s'il ne réagit pas à une notification de contenu illicite). Elle rappelait la **directive commerce électronique** du 8 juin 2000 qui prohibe toute obligation générale de surveillance des prestataires d'hébergement.
- Pour la cour de justice, l'exploitant d'un réseau social en ligne **ne peut pas être contraint** de mettre en place un système de filtrage général, visant tous ses utilisateurs, pour prévenir l'usage illicite des œuvres musicales et audiovisuelles.

### Les limites à la protection du droit d'auteur

- Pour décider qu'elle est opposée à l'injonction générale de filtrage sollicitée par la Sabam, la Cour s'est fondée sur les considérations suivantes :
  - le prestataire devrait **identifier les fichiers protégés par le droit d'auteur et utilisés sans autorisation** et surveiller activement, de manière illimitée dans le temps, tous les fichiers, ce qui est interdit par la directive commerce électronique;
  - un tel système obligerait Netlog à mettre en place un système complexe et coûteux et porterait **atteinte à sa liberté fondamentale d'entreprendre** ;
  - un tel système porterait **atteinte au droit à la protection des données à caractère personnel**, en ce qu'il implique l'analyse de chaque profil, **et à la liberté de communication des utilisateurs du réseau social** ;
  - son déploiement entraînerait le **blocage de contenus licites**.
- Pour la Cour, les directives européennes (2) doivent être interprétées en ce sens qu'elles **s'opposent à une injonction faite par un juge national** à un prestataire de services d'hébergement de mettre en place un système de filtrage :
  - des informations stockées sur ses serveurs par les utilisateurs de ses services,
  - qui s'applique indistinctement à l'égard de l'ensemble de ces utilisateurs,
  - à titre préventif,
  - à ses frais exclusifs, et
  - sans limitation dans le temps,
- capable d'identifier des fichiers électroniques contenant des œuvres protégées en vue de bloquer leur mise à disposition du public.

### L'enjeu

La mise en place de mesures de filtrage génériques et préventives de l'Internet aux frais des réseaux sociaux pour préserver les objets protégés par la propriété intellectuelle.

(1) [CJUE 16-2-2012 Sabam c./Netlog aff. C-360/10](#)

### Le principe

S'ils ne sont pas soumis à une obligation générale de surveillance des contenus, les hébergeurs doivent tout de même supprimer tout contenu manifestement illicite qui leur est notifié sous peine d'engager leur responsabilité.

(2) Directives 2000/31/CE 8 juin 2000, 2001/29/CE du 22 mai 2001 et 2004/48/CE du 29 avril 2004.

[AURELIEN VAN DE WIELE](#)

## RESEAUX D'AFFILIATION : LE TYPOSQUATTING SEVEREMENT SANCTIONNE

### Panorama des actions permettant de sanctionner le typosquatting

- Le modèle de l'affiliation a le vent en poupe, mais peut être l'occasion pour les affiliés de se livrer à divers **comportements déloyaux** destinés à obtenir le versement de commissions indues.
- Le cas de l'affilié qui enregistre un nom de domaine similaire à celui de l'annonceur, et capte ainsi le trafic des internautes commettant des erreurs dans la saisie de l'URL, est bien connu. En mettant en place une redirection vers le site de l'annonceur ou d'un de ses concurrents, l'affilié percevra une rémunération.
- La Cour d'appel de Paris (1) a récemment jugé que l'affilié qui enregistre un nom de domaine constitutif de typosquatting, et redirige vers le site de l'annonceur commet :
  - une **atteinte au nom de domaine** de l'annonceur (exploitation déloyale procurant un avantage indu à l'affilié);
  - une **atteinte au nom commercial** (utilisation à but lucratif du nom commercial volontairement déformé) ;
  - des **actes de contrefaçon de marque** ;
  - une **atteinte au droit d'auteur**, et plus précisément au droit de représentation de l'annonceur sur son site en le communiquant d'une manière non autorisée.
- La qualification de contrefaçon de marque est intéressante. Contrairement à la décision de première instance (2), la cour a retenu la contrefaçon, et ce alors même que le site de l'affilié redirige le consommateur vers les produits et services proposés sur le site de l'annonceur et non sur un site concurrent.

### Les mesures de prévention

- Si l'éventail de sanctions paraît efficace, il ne faut pas pour autant négliger les mesures de prévention envisageables dans un cadre contractuel. Ainsi, la **mise en place d'une politique d'affiliation** établissant des règles strictes que devront suivre les affiliés s'avère incontournable.
- Cette politique devra nécessairement être adaptée à la chaîne contractuelle qui peut être complexe, du fait de l'intervention de la plateforme d'affiliation.
- Elle devra interdire et sanctionner le typosquatting, et de manière générale, encadrer les pratiques permettant de percevoir une rémunération sans que le site de l'affilié ne comporte de réel contenu propre.
- Ces mesures sont indispensables, d'autant plus qu'en cas d'atteinte, par un de ses affiliés, aux droits d'un concurrent, celui-ci est susceptible de chercher à engager la responsabilité de l'annonceur.
- La jurisprudence est en ce sens et rappelle que l'annonceur doit, pour maîtriser le risque juridique, respecter les règles suivantes:
  - **informer les affiliés** de la nécessité de respecter les droits des tiers ;
  - mettre en œuvre un **dispositif de contrôle** a posteriori, dans la limite de ses possibilités ;
  - **agir promptement**, une fois informé de la survenance d'un acte manifestement illicite commis par un affilié.

### Les enjeux

Maîtriser le risque juridique et protéger ses droits en prévenant et sanctionnant les comportements déloyaux des affiliés.

(1) CA Paris 30-11-2012

(2) TGI Paris 2-4-2009

### Les conseils

Imposer une politique d'affiliation stricte interdisant ce type de pratiques assortie procédures de contrôle

[MATHIEU](#)

[PRUD'HOMME](#)

[KATHARINA BERBETT](#)



## TECHNOLOGIES BIG DATA : QUELLE DATA-STRATEGY POUR L'ENTREPRISE ?

### Big Data : innovation ou rupture ?

- La notion de « *Big Data* » est utilisée pour désigner un **très gros volume de données structurées ou non**. Les outils classiques de gestion de bases de données ne sont plus adaptés pour procéder à leur traitement et analyse.
- Les possibilités de **collecte de données** sont, en effet, devenues considérables : smartgrids, smartmeters, géolocalisation, transactions marchandes en ligne, réseaux sociaux, communication machine to machine.
- Les entreprises ont rapidement cerné **l'intérêt de la maîtrise des Big Data**. La maîtrise de ces Big Data serait une révolution, tant pour les entreprises que pour le service public :
  - **optimisation et fluidification des processus ;**
  - **amélioration de la productivité ;**
  - **meilleure prise de décision ;**
  - **captation des tendances.**
- Il est d'ores et déjà admis que les premières entreprises qui atteindront cet objectif gagneront un **avantage concurrentiel certain**.
- Le **traitement et l'analyse en temps réel des Big Data** sont donc une promesse permettant de faire face à l'augmentation exponentielle du volume des données. Cependant, pour que la promesse devienne réalité, les entreprises doivent définir leur « *data-strategy* » et relever de nombreux défis...

### La donnée au cœur de la stratégie de l'entreprise

- Face à l'afflux de données, la donnée est au cœur de la stratégie de l'entreprise. Les défis du Big Data pour l'entreprise sont de trois ordres : technique, économique et juridique.
- **Défi technique.** Le défi le plus important porte sur la **refonte intégrale des outils classiques de gestion de bases de données**. Ces outils ne permettent, en effet, plus de traiter cette masse de données.
- Il faut donc repenser les bases de données traditionnelles et leurs langages. Les Big Data ne sont plus intégrés à l'intérieur de la base de données traditionnelle mais proviennent de l'extérieur.
- La base devient donc virtuelle. Par ailleurs, les outils sont alimentés en temps réels à l'aide de flux entrants.
- Si l'on assiste déjà à la naissance des outils de gestion des « Big Data », tels que Cassandra, Hadoop, GoogleFS, BigTable, Hive ou HBase, la révolution technologique n'en est qu'à ses débuts.
- **Défi économique.** L'afflux de volume très important de données structurées ou non est susceptible de générer **de nouveaux modèles économiques**. Les entreprises devront également prendre en compte les coûts relatifs à l'équipement, la gestion et l'analyse des données, la formation des techniciens, etc.
- **Défi juridique.** Enfin, le dernier défi porte sur les **risques juridiques relatifs au respect de la vie privée** que rencontreront les entreprises lors du traitement des données personnelles, et dont certaines seront considérées comme sensibles. Si les risques juridiques identifiés ne sont pas nouveaux, ils sont, en revanche, d'autant plus élevés que les données collectées et traitées sont importantes.

### Les enjeux

Selon une étude Lux Research, la quantité de données produites par les technologies Smartgrids, que devront gérer les gestionnaires de réseaux et fournisseurs d'énergie suite à la mise en œuvre des technologies de Smart Grids, pourrait augmenter jusqu'à 900%.

Face à l'afflux de données, les enjeux pour l'entreprise sont de déterminer sa « *data-strategy* ».

### L'essentiel

Les défis relatifs au Big Data sont de trois ordres :

- technique ;
- économique ;
- juridique.

[DIDIER GAZAGNE](#)  
[CAROLINE GOUPIL](#)



## PROGRAMME DE CONFORMITE : QUELLE STRATEGIE POUR L'ENTREPRISE ?

### La sensibilisation aux règles de la concurrence ne suffit pas

- Le **10 février 2012**, l'Autorité de la concurrence a publié un document-cadre sur les programmes de conformité et non-contestation des griefs dans la continuité de l'enquête publique, qui s'est clôturée le 14 décembre 2011 (1).
- Dans un contexte d'aggravation des sanctions en matières de pratiques anticoncurrentielles et de développement des outils de détection des infractions par l'Autorité de la concurrence d'une part, et de décentralisation des pouvoirs décisionnaires au sein des entreprises d'autre part, la seule sensibilisation ne suffit plus.
- Les entreprises doivent adopter des **engagements proactifs** en matière de conformité aux règles de la concurrence.
- L'adoption d'un programme de conformité en est un outil incontournable, surtout pour les **entreprises déjà condamnées ou en position dominante**.
- Les entreprises qui souhaiteraient mettre en place un programme de conformité, dans le cadre de la procédure de non-contestation des griefs, pourront se voir accorder une **réduction de la sanction encourue** pouvant aller jusqu'à 10 %.
- Cette réduction **s'ajoutant à celle liée à la renonciation à contester les griefs**, qui s'élève également à 10 %, soit **une réduction de 20 % par rapport au montant de la sanction initialement encourue**.

### Les cinq recommandations de l'Autorité de la concurrence

- Le document-cadre, publié par l'Autorité de la concurrence, explique comment parvenir à un programme crédible et efficace.
- **Recommandations.** L'Autorité préconise cinq recommandations essentielles dans ce document-cadre :
  - le programme de conformité doit comporter un **engagement ferme des dirigeants** en faveur du strict respect des règles de concurrence ;
  - Il doit désigner un **réfèrent au sein de l'entreprise** chargé de la bonne mise en œuvre du programme et plus globalement, de la politique de conformité ;
  - il doit mettre en place des **actions de sensibilisation, d'information et de formation du personnel** ;
  - il doit instaurer des **mécanismes de contrôle, d'audit et d'alerte** ;
  - il doit enfin instaurer un **dispositif de suivi**, en cas de découverte d'infractions.
- **Circonstance atténuante.** Contrairement au projet de document-cadre dans lequel l'Autorité considérait que le programme de conformité ne pouvait pas constituer une circonstance atténuante, le document final prévoit que le fait, pour une entreprise, d'être dotée d'un programme de conformité permet à celle-ci de bénéficier d'une circonstance atténuante si elle découvre et met fin d'elle-même à une **pratique anticoncurrentielle autre qu'un cartel** avant toute ouverture d'une enquête ou d'une procédure par une autorité de concurrence.

### Les enjeux

La poursuite d'un objectif d'ordre préventif (garantir la conformité de l'ensemble des activités commerciales de l'entreprise avec les règles de la concurrence).

Tendre vers un objectif d'ordre curatif (limiter, pour l'entreprise, les risques liés à la survenance d'une infraction et à l'initiation d'une procédure contentieuse)

### L'essentiel

Un programme de conformité est un outil permettant à une entreprise de mettre toutes les chances de son côté afin de prévenir, détecter les infractions aux règles de la concurrence et d'en atténuer les conséquences en cas de sanction.

(1) [Autorité de la concurrence, Document-cadre du 10-2-2012](#)

[DIDIER GAZAGNE](#)

[LEILA BENAÏSSA](#)



## L'INTEROPERABILITE : UNE NOUVELLE APPROCHE DE L'EXCEPTION D'INTEROPERABILITE

### Première décision de la Cour de cassation en matière d'interopérabilité

- Par une décision du 20 octobre 2011 (1), la Cour de cassation s'est prononcée pour la première fois sur la possibilité, pour un tiers autorisé par le licencié, d'**utiliser un logiciel à des fins de migration des données**, ce afin de faciliter le passage d'un logiciel à un autre programme concurrent.
- En l'espèce, M. X., salarié de la **société Fiducial Informatique**, avait développé plusieurs logiciels à destination d'huissiers de justice. Après son départ de cette société, il créa un nouveau logiciel, destiné à cette même profession. Outre l'installation de son logiciel, étaient proposés à ses clients des **services complémentaires d'extraction et de migration des données**, afin de permettre le fonctionnement de son logiciel à partir des données stockées dans l'ancien logiciel de la société Fiducial Informatique.
- Cette dernière, qui avait fait constater que M.X. détenait et utilisait sans droit ses logiciels pour procéder aux opérations de migration, l'avait assigné pour contrefaçon.
- La Cour de Cassation a qualifié ces **actes de non-contrefaisants**, au motif qu'ils « *s'inscrivaient dans les strictes nécessités de l'interopérabilité autorisée par l'article L. 122-6-1 IV* ».

### Une appréciation souple de l'article L. 122-6-1 IV du CPI

- L'article L. 122-6-1 IV du Code de la propriété intellectuelle (2) prévoit que : « *la reproduction du code du logiciel ou la traduction de la forme de ce code n'est pas soumise à l'autorisation de l'auteur lorsque la reproduction ou la traduction (...) est indispensable pour obtenir les informations nécessaires à l'interopérabilité d'un logiciel créé de façon indépendante avec d'autres logiciels, sous réserve que soient réunies les conditions suivantes (...)* ».
- La Cour de cassation a fait sienne la **définition communautaire de l'interopérabilité**, entendue comme « *la capacité d'échanger des informations et d'utiliser mutuellement les informations échangées* » (3), pour en déduire que **les opérations de migration** s'inscrivent dans les strictes nécessités de l'interopérabilité.
- Une telle interprétation est particulièrement souple, dans la mesure où :
  - l'article L. 122-6-1 IV du Code de la propriété intellectuelle vise une reproduction ou une traduction du code, c'est-à-dire des **opérations de décompilation**, alors qu'en l'espèce, M.X n'a pas accédé aux sources et s'était contenté de détenir et d'exécuter le logiciel de la société Fiducial Informatique ;
  - les opérations effectuées n'avaient pas pour finalité le fonctionnement d'un logiciel avec d'autres logiciels (pourtant sous-entendu dans le Code de la propriété intellectuelle et dans la directive CE), mais **l'extraction de données**, en vue de leur reprise par un logiciel concurrent, venant remplacer le précédent ;
  - la Cour de cassation n'a pas examiné les **conditions de mise en œuvre de l'exception d'interopérabilité**.
- Pour mémoire, l'exception d'interopérabilité permet la décompilation en vue de la transmission d'informations entre plusieurs logiciels, mais également, en application de cette décision, la migration de données sans décompilation, en vue du remplacement d'un logiciel par un autre.

### L'essentiel

La Cour de cassation a autorisé des opérations de migration de données, afin de faciliter le passage d'un logiciel à un autre, sur le fondement de l'exception d'interopérabilité de l'article L. 122-6-1 IV du code du Code de la propriété intellectuelle.

(1) [Cass. 20-10-2011, n°10-14069](#)

### Les enjeux

Déterminer le champ d'application de l'exception légale d'interopérabilité.

Faciliter le passage d'un logiciel à un autre.

(2) Art. L. 122-6-1 IV CPI.

(3) Directive n°91/250 du 14-5-1991, codifiée par la [Directive n°2009/24 du 23-4-2009](#)

[ALEXANDRE FIEVEE](#)

[SOPHIE DUPERRAY](#)



## LA PRISE EN CHARGE DES DISPOSITIFS MEDICAUX

### Développement des logiciels de télésurveillance

- Les récentes et successives inscriptions, sur la liste des produits et prestations (LPP) pris en charge par la sécurité sociale, de différents logiciels de télésurveillance concourent au développement de la télésurveillance, qui constitue, de ce fait, **l'acte de télémedecine (1) connaissant le plus grand essor en France** à ce jour.
- Deux récents arrêtés du 16 janvier 2012 - publiés au Journal Officiel du 24 janvier 2012 – confirment cette tendance (2).
- Lesdits arrêtés ont en effet permis **l'inscription sur la LPP d'un nouveau logiciel de télésurveillance**, conçu par un fabricant de dispositifs médicaux pour ses défibrillateurs cardiaques implantables (DCI).
- En l'espèce, concernant ces logiciels, dont l'utilisation est associée à celle des défibrillateurs du même fabricant, la Haute Autorité de Santé (HAS) avait précédemment rendu des avis concluant à :
  - l'existence d'un « *service attendu* », étant précisé que la **reconnaissance d'un service attendu des dispositifs médicaux** constitue la condition indispensable à leur inscription sur la LPP ;
  - « *l'absence d'amélioration* » ou à une « *amélioration mineure* » de ce « *service attendu* », étant précisé que l'appréciation de ce critère ne vise qu'à déterminer le **taux de remboursement desdits dispositifs**.

### Parcours de prise en charge des dispositifs médicaux

- Pour être remboursés par la sécurité sociale, les dispositifs médicaux (DM) - dont les logiciels depuis la directive 2007/47/CE du 5 septembre 2007 (3) - doivent être inscrits sur la **liste des produits et prestations** fixée par arrêté (4).
- Outre l'obtention préalable par le dispositif du **marquage CE** (5), garant de la **conformité aux exigences européennes de santé et de sécurité** issues des différentes directives relatives aux dispositifs médicaux, l'inscription sur la LPP d'un dispositif médical est subordonnée à un **processus d'évaluation** de celui-ci.
- Cette évaluation est assurée par une commission spécialisée de la HAS : la **Commission nationale d'évaluation des dispositifs médicaux et des technologies de santé (CNEDiMST)** – de laquelle résulte un avis sur une demande d'inscription.
- L'avis de la CNEDiMST porte sur **l'appréciation du « service attendu » (SA)** et, si ce dernier est suffisant, sur « **l'appréciation de l'amélioration du service attendu** » (**ASA**) par rapport à un produit comparable (6).
- Le « *service attendu* » est apprécié à partir de deux critères principaux (7) :
  - **l'intérêt du produit** au regard, d'une part, de son effet thérapeutique, diagnostique ou de compensation du handicap, et de ses effets indésirables ou des risques liés à son utilisation notamment, et d'autre part, de sa place dans la stratégie thérapeutique ou diagnostique ou de compensation du handicap ;
  - **l'intérêt de santé publique attendu**.
- Une fois l'existence d'un « *service attendu* » relevée, l'appréciation de « *l'amélioration* » ou de « *l'absence d'amélioration* » du « *service attendu* » est examinée. Cette appréciation n'impacte, en effet, que le taux de remboursement et non le principe de l'inscription sur la LPP et donc de prise en charge du dispositif médical.

### L'essentiel

Deux arrêtés du 16 janvier 2012 ont modifié la liste des produits et prestations remboursables (LPP) pour y inscrire un nouveau système de télésurveillance.

(1)CSP, art. R.6316-1  
(2)[Arrêté du 16-1-2012 \(LPP\)](#) ; [Arrêté du 16-1-2012 \(Carelink\)](#)

### L'enjeu

L'existence d'un « *service attendu* » suffisant permet la prise en charge, par la sécurité sociale, de logiciels de télémedecine.

(3) CSP, art. L. 5211-1  
(4) CSS, art. R. 165-1  
(5) Directives n° 90/385/CEE du 20-6-1990 et n° 93/42/CEE du 24-6-1993  
(6) CSS, art. R. 165-11  
(7) CSS, art. R.165-2

[MARGUERITE BRAC](#)  
[DE LA PERRIERE](#)  
[TIPHAIN DELANNOY](#)



## LA GUERRE CONTRE LE TELECHARGEMENT ILLEGAL EST DECLAREE

### Des mesures renforcées

- En ce début d'année, la lutte contre le téléchargement illégal est riche en actualités.
- Sans attendre l'entrée en vigueur des **deux lois PIPA (Protect IP Act) et SOPA (Stop On line Piracy Act)** facilitant le blocage de sites hébergeant des contenus protégés par le copyright, le **19 janvier 2012**, la justice américaine a **bloqué l'accès de 18 sites internet**, dont le **site de téléchargement Megaupload**, et mis en examen 7 personnes, dont Kim Schmitz, fondateur du site Megaupload.
- Dans son communiqué, le département de justice américain qualifie le site Megaupload d'« *entreprise criminelle internationale organisée* » pour avoir enfreint la législation sur le copyright en proposant à l'échelle mondiale, sur internet, des contenus illégaux (1).
- Le **26 janvier 2012**, l'Union européenne a signé l'**accord commercial anti-contrefaçon** mieux connu sous son acronyme **ACTA** (2).
- Cet accord propose un **nouveau cadre légal harmonisé** au niveau international visant à renforcer la lutte contre la contrefaçon et notamment contre le téléchargement illégal sur internet.
- Il oblige, par exemple, les **fournisseurs d'accès à internet (FAI)** à transmettre, à la demande des ayants-droit, les informations relatives aux personnes soupçonnées d'avoir commis des actes de contrefaçon.

### Des réactions immédiates

- Du côté des **organisations de défense de la liberté d'expression et de communication**, les représailles ne se sont pas fait attendre.
- Après la fermeture du site Megaupload, de nombreux **sites officiels américains** ont fait l'objet d'**attaques par déni de service**, revendiquées par le **collectif Anonymous**.
- Ces attaques consistent à saturer le site de connexions simultanées, empêchant ainsi le serveur de fournir l'accès au service.
- De même, le jour de la signature du traité ACTA par l'Union européenne, le **site internet du Parlement européen** faisait l'objet d'un **déni d'accès**, également attribué au collectif Anonymous et dont l'un des derniers fait d'arme est d'avoir tagué le siège social de l'Hadopi.
- Tout aussi inquiétante est la **démission du rapporteur du texte** du traité ACTA, qui dénonce l'adoption, à l'insu de l'opinion publique, d'un traité menaçant les libertés individuelles.
- Dans un tel contexte, l'adoption des diverses mesures contre le téléchargement illégal ne se fera pas sans difficultés.
- La **ratification du traité ACTA** par le Parlement européen, condition de son adoption, s'annonce **délicate**.

### L'enjeu

Renforcer l'efficacité de la lutte contre la diffusion numérique des contenus illicites dans le respect des libertés individuelles

(1) [The United States Department of justice, Communiqué du 19-1-2012](#)

(2) [Accord commercial relatif à la contrefaçon](#)

### Les risques

Mettre à disposition des fichiers illégaux relève de la contrefaçon. Or, en matière de cybercriminalité, les services d'enquêtes procèdent à des échanges d'informations dans le cadre d'accords internationaux.

Ceux qui partagent ce type de contenus ne sont donc pas à l'abri de poursuites en France.

[MARIE SOULEZ](#)  
[JOSEPHINE WEIL](#)

## LES PROPOSITIONS DE FISCALISATION DES ACTEURS DU COMMERCE ELECTRONIQUE

### Vers la création d'un établissement virtuel stable ?

- Les acteurs du commerce électronique réalisent des **chiffres d'affaires** qui se comptent en **milliards d'euros**. Et, alors que le commerce électronique croît de plus de 20% par an en France, le produit intérieur brut (PIB) n'augmente que de 1,8% et ce, depuis dix ans.
- Face à ce constat, les propositions du Conseil national du numérique nouvellement créé se multiplient afin que ces **géants participent davantage à l'effort fiscal collectif** (1).
- Le premier écueil concernant la fiscalité de cette catégorie de contribuables provient de la notion fiscale d'établissement stable qui désigne le **lieu d'imposition** d'une activité. En effet, seules peuvent être assujetties à l'impôt sur les sociétés français les entreprises disposant d'un établissement stable sur le territoire.
- Or, nombreuses sont les entreprises qui, à des fins d'**optimisation fiscale**, sont installées dans des pays disposant de fiscalité plus favorable tels que le Luxembourg ou Malte. Une solution consisterait donc à « **reterritorialiser** » l'**activité** des acteurs de l'économie numérique.
- Dans ce contexte, le Conseil national du numérique suggère la reconnaissance juridique de l'établissement virtuel stable, permettant ainsi de s'affranchir des contraintes géographiques.
- Cette notion reste à définir, certainement au niveau de l'Union Européenne, et son emploi impliquerait la négociation de nombreuses **conventions fiscales** conclues par la France avec des pays tiers, mais elle permettrait d'assujettir ces entreprises à toute une série d'impôts.

### Le régime du « cycle commercial complet »

- Cette notion d'origine prétorienne que le Conseil national du numérique présente comme une piste à plus court terme, permet, en l'absence d'établissement autonome sur le territoire, de rattacher à la France les bénéfices réalisés par des **entreprises de nationalité étrangère**.
- L'application de ce régime suppose la réunion des **trois conditions** suivantes :
  - le caractère habituel des opérations ;
  - la constitution d'un cycle commercial complet ;
  - la différence de nature des opérations considérées de celles réalisées par l'entreprise sur son territoire d'origine et détachables par leur mode d'exécution.

### L'harmonisation de la TVA sur les biens culturels

- Cette proposition consisterait à harmoniser les taux de TVA sur les **biens culturels physiques et virtuels** ou à appliquer un taux adapté distinguant le contrat de prestation, d'une part et le contrat de licence qui bénéficie d'un taux de TVA réduit, d'autre part.

### Les enjeux

Lutter contre l'évasion fiscale engendrée par les grandes multinationales de l'Internet et du commerce électronique.

Fixer les contours d'une fiscalité internationale du commerce du numérique.

(1) [Club Parlementaire du numérique](#), Actualité du 21-12-2011.

### Les perspectives

Le Conseil national du numérique se prononce contre la création d'une taxe sur les régies publicitaires ou les sites recevant de la publicité aux motifs qu'une telle taxe ne toucherait que les entreprises tirant leur revenu de la publicité.

Le sénateur Philippe Marini a, cependant, annoncé qu'il souhaitait soumettre une proposition de loi en ce sens.

[PIERRE-YVES FAGOT](#)  
[CELESTE TRAVAUX](#)

## LA DIFFUSION DE MESSAGES ELECTRONIQUES PAR LES SYNDICATS

### L'utilisation de la messagerie électronique de l'entreprise par les syndicats

- L'article L.2142-6 du Code du travail dispose que « *un accord d'entreprise peut autoriser la mise à disposition des publications et tracts de nature syndicale, soit sur un site syndical mis en place sur l'intranet de l'entreprise, soit par diffusion sur la messagerie électronique de l'entreprise [.]* ».
- *L'accord d'entreprise définit les modalités de cette mise à disposition ou de ce mode de diffusion, en précisant notamment les conditions d'accès des organisations syndicales [.]* ».
- Dès lors, l'employeur peut-il sanctionner un délégué syndical qui envoie, **sans accord d'entreprise** l'y autorisant, 35 messages électroniques à caractère syndical à des responsables d'agence ?
- La Cour de cassation a répondu à cette question aux termes d'un arrêt en date du **10 janvier 2012**.
- Dans cette affaire, un délégué syndical a fait l'objet d'un **avertissement** pour avoir envoyé un tract signé de l'intersyndicale sur la messagerie électronique de 35 responsables d'agence d'une société bancaire.
- Les juges du fond ont débouté le délégué syndical de sa demande d'annulation de la sanction prononcée, considérant que la **liberté d'expression et de communication syndicale par voie électronique** est **limitée** par les dispositions de l'article L.2142-6 du Code du travail.

### La notion de diffusion de tracts syndicaux sur la messagerie électronique

- La Cour de cassation censure l'arrêt rendu par la Cour d'appel, pour **violation de l'article L2142-6 du Code du travail**, estimant que le message syndical était arrivé « *dans les seules boîtes électroniques des responsables d'agence, ce qui ne caractérisait pas une diffusion* ».
- La Cour de cassation précise ainsi la notion de « *diffusion* », au sens de l'article L.2142-6 du Code du travail, l'envoi de tracts syndicaux sur la messagerie électronique de 35 responsables d'agence ne semblant pas constituer une « *diffusion* ».
- En conséquence, un délégué syndical peut envoyer des tracts syndicaux sans accord d'entreprise l'y autorisant, dès lors que **cet envoi ne constitue pas une « diffusion »**.
- Cet arrêt démontre que moyens informatiques et de communication électronique ont des ressorts subtils, que ni le législateur ni la jurisprudence n'avaient vus.
- Les employeurs devront être vigilants avant de sanctionner l'envoi électronique de tracts ou publications syndicales par un délégué.
- Une jurisprudence complémentaire sur cette notion de « *diffusion* » syndicale se fait attendre.

### L'enjeu

La notion de « *diffusion* » de publications ou tracts de nature syndicale sur la messagerie électronique de l'entreprise

(1) [Cass. soc. 10-1-2012 n° 10-18558](#)

### Les conseils

La vigilance de l'employeur dans l'exercice de son pouvoir disciplinaire vis-à-vis des délégués syndicaux

Attente d'une jurisprudence venant préciser la notion de « *diffusion* » syndicale

[EMMANUEL WALLE](#)  
[ANNE ROBINET](#)

## Les atteintes à la réputation sur internet : 7 mars 2012

- **Virginie Bensoussan-Brulé** animera, aux côtés de **David Fayon**, un petit-déjeuner débat consacré aux atteintes à la réputation sur internet.
- Avec l'augmentation du nombre d'informations disponibles sur le net, de plus en plus de personnes sont confrontées à des problèmes de réputation en ligne. Il convient alors, pour l'internaute, d'être particulièrement vigilant quant à sa réputation sur les blogs et les réseaux sociaux qui sont consultés afin de rechercher des informations sur une personne, que ce soit dans un contexte personnel ou professionnel.
- L'internaute peut maîtriser une partie de sa réputation en ligne, en contrôlant les informations personnelles qu'il diffuse sur internet.
- Cependant, les particuliers comme les entreprises peuvent faire l'objet de critiques ou de campagne de dénigrement sur internet. En effet, les blogs et les réseaux sociaux deviennent de nouveaux supports pour critiquer une marque.
  - Qu'est-ce que la diffamation ?
  - Comment traiter la diffamation au sein de l'entreprise ?
  - Que peut faire l'entreprise diffamée sur internet ?
  - Qui peut être tenu pour responsable ?
- Nous vous proposons de répondre à ces questions lors d'un petit-déjeuner débat.
- **Inscription gratuite** sous réserve de confirmation avant le 5 mars 2012 par courrier électronique en indiquant vos coordonnées et le nombre de personnes qui assisteront au petit déjeuner débat à l'adresse suivante : [invitation-conference@alain-bensoussan.com](mailto:invitation-conference@alain-bensoussan.com) ou en faxant le [bulletin d'inscription](#) en ligne au 01 41 33 35 36.

## PayFORUM 2012 des services monétiques : 21 et 22 mars 2012

- Pression réglementaire sur le passage au SEPA, montée des établissements de paiements, authentification forte, signature électronique, mais aussi paiement mobile, TPE légers et mobilité au point de vente, nouveaux services commerçants, instant issuing, nouveaux standards monétiques, prépayé, cartes 2.0 : la monétique est en plein bouleversement.
- Ce rendez-vous annuel des professionnels des paiements est la 5ème édition du forum, organisée par le Groupe Publi-News, éditeur spécialisé dans l'information des professionnels de la banque et de l'assurance.
- A signaler parmi les ateliers thématiques présentant les dernières solutions technologiques et les conférences sur les stratégies des acteurs : Lutte contre la fraude / PCI-DSS / Usurpation d'identité / Lutte contre le blanchiment.
- Une cérémonie des Trophées Publi-News 2012 des Paiements Innovants récompensera les meilleurs projets du moment en matière de paiement dans différentes catégories : e-commerce, lutte contre la fraude, prépaiement, authentification forte, banque acquéreur, cartes privatives et prépayées.
- **Entrée gratuite** réservée aux professionnels de la banque, du crédit, de l'assurance et des enseignes de la grande distribution pour une inscription au plus tard le vendredi 9 mars 2012. [Programme détaillé](#) et pour plus d'informations, contactez par mail : [payforum@publi-news.fr](mailto:payforum@publi-news.fr) ou par téléphone : Magali Vialar : + 33 (0)1 41 49 93 60.

## NOTRE RESEAU DE CORRESPONDANTS ORGANIQUES LEXING VOUS INFORME

### Marchés publics belges - Défense et sécurité

- Ont été publiés au Moniteur belge du 1<sup>er</sup> février 2012 :
  - Loi du 13 août 2011 relative aux marchés publics et à certains marchés de travaux, de fournitures et de services dans les domaines de la défense et de la sécurité ;
  - Arrêté royal du 23 janvier 2012 relatif à la passation des marchés publics et de certains marchés de travaux, de fournitures et de services dans les domaines de la défense et de la sécurité ;
  - Arrêté royal du 24 janvier 2012 fixant l'entrée en vigueur de la loi du 13 août 2011 relative aux marchés publics et à certains marchés de travaux, de fournitures et de services dans les domaines de la défense et de la sécurité, ainsi que les règles relatives à la motivation, à l'information et aux voies de recours concernant ces marchés.



Aurélien Vandeburie  
[Cabinet Elegis](#)

### Google Suggest et Google Street View dans la ligne de mire du juge suisse

- Le 12 février 2011, a été rendu en Suisse, par la Cour civile du Tribunal cantonal jurassien, le premier arrêt consacré à Google Suggest. **Sébastien Fanti**, dans un premier article, analyse le contenu et la portée de cet arrêt, à la lumière des décisions de justice récemment rendues en France, en Belgique et en Italie.
- Dans un second article, Sébastien Fanti met en perspective la condamnation de Google par le Tribunal administratif fédéral de Berne, en avril 2011, dans l'affaire Google Street View, avec la délibération rendue par la Cnil, le 17 mars 2011, prononçant à l'encontre de Google une sanction pécuniaire de 100 000 euros.



Sébastien Fanti

[Google Suggest](#)

[Google Street View](#)

### Projet visant à protéger la vie privée des consommateurs américains sur internet

- **Françoise Gilbert** commente le projet de loi que la Maison Blanche vient de présenter le 23 février 2012 visant à protéger la vie privée des consommateurs américains sur internet.
- Ce Consumer Privacy Bill of Rights, sorte de « charte » ou « déclaration de droits » des consommateurs en ligne, devrait changer la manière dont la majorité des sociétés américaines communiquent actuellement avec leurs clients.
- Cette charte s'appliquerait à tout type de données. Le texte adopte une définition large des données à caractère personnel dans la mesure où constitue une « donnée à caractère personnel » toutes formes de données ou agrégations de données relatives à une personne identifiable, et notamment les données liées à un ordinateur ou tout autre dispositif spécifique.
- La charte énumère sept principes clés que les entreprises sont invitées à appliquer afin de garantir la confidentialité des données des internautes : contrôle individuel, transparence, respect du contexte, sécurité, accès et exactitude, collecte ciblée et responsabilité.
- Ce projet de loi devrait instaurer un cadre de protection des données qui rapprochera les Etats-Unis davantage de ce qui est actuellement applicable dans les autres pays du monde.



Francoise Gilbert –

[IT Law Group](#)

[White House Unveils  
Consumer Privacy Bill of  
Rights.](#)



## De nouveaux instruments juridiques de lutte contre la contrefaçon en ligne

- En février dernier, a été annoncée la signature de deux nouvelles chartes d'engagement contre la contrefaçon sur internet (1) par 6 fédérations professionnelles, 21 entreprises titulaires de droits, 4 plates-formes de petites annonces et 8 opérateurs postaux.
- La première charte de lutte contre la cyber-contrefaçon, signée en décembre 2009, comporte désormais 50 signataires, quatre plateformes d'e-commerce et six entreprises titulaires de droits supplémentaires ayant signé ce document.

(1) [Minofi, Communiqué du 8-2-2012](#)

## Dépôts de brevets : les chiffres clefs de l'année 2011

- Le nombre des dépôts de brevets effectués par les entreprises françaises s'est accru en 2010 et 2011, le nombre des dépôts de marques restant, quant à lui, constant en 2011. Selon l'Inpi, cette progression atteste du fait que « *face à un contexte de crise économique avérée, doublée d'une concurrence toujours plus accrue, notamment à l'étranger, la protection de la propriété industrielle reste au cœur des stratégies d'innovation* » (2).
- Il est à noter également que 75% des dépôts de brevets et 66% des dépôts de marques sont désormais accomplis par voie électronique.

(2) [Inpi, Communiqué du 15-2-2012](#)

## Afnic : prochain lancement de l'enregistrement des IDNs

- L'Afnic a fait état, début février, de l'ouverture prochaine à l'enregistrement des IDNs (Internationalized Domain Names). 30 nouveaux caractères pourront ainsi composer un label de nom de domaine, portant à 67 le nombre de caractères autorisés contre 37 à ce jour (3).
- L'ouverture s'effectuera en deux temps : enregistrement prioritaire (sunrise) du 3 mai au 3 juillet 2012, puis attribution des noms de domaine selon la règle du « *premier arrivé, premier servi* ».

(3) [Afnic, Communiqué du 3-2-2012](#)

[IDN, Spécifications techniques](#)

## Publication du rapport Energies 2050

- Réalisé à la demande d'Eric Besson, ministre chargé de l'Industrie, de l'Énergie et de l'Économie Numérique, le rapport Energies 2050, présenté en février dernier par Jacques Percebois et Claude Mandil, comporte l'examen des différents scénarios de politique énergétique susceptibles d'être mis en œuvre pour la France en 2050, dont l'analyse de l'évolution du parc nucléaire civil français (4).

(4) [Synthèse générale du rapport Energies 2050](#)

[Plus d'informations](#)

La JTIT est éditée par Alain Bensoussan Selas, société d'exercice libéral par actions simplifiée, 29, rue du colonel Pierre Avia 75015 Paris, président : Alain Bensoussan

Directeur de la publication : Alain Bensoussan – Responsable de la rédaction : Isabelle Pottier

Diffusée uniquement par voie électronique – gratuit –

ISSN 1634-0701

Abonnement à partir du site : <http://www.alain-bensoussan.com/outils/abonnement-juristendance>

©Alain Bensoussan 2012



## Développer sa présence sur Internet : quelle stratégie d'entreprise ?

David Fayon (\*)

### Que doit prendre en compte une entreprise avant de développer sa présence sur internet ?

Au préalable, l'entreprise doit faire un diagnostic de son identité numérique qui est son identité constituée par l'ensemble des traces laissées sur Internet par l'entreprise elle-même et par des tiers (clients, concurrents, prestataires, fournisseurs, internautes). Ceci peut rapidement être fait par quelques requêtes sur les moteurs de recherche (nom de l'entreprise, produits et services phares) mais nécessite de dédoubler avec d'éventuels homonymes. Cela permet de voir comment elle se positionne par rapport à ses concurrents. Mais ce n'est qu'une vision partielle de la réalité puisque le web dit invisible n'est pas référencé par les moteurs. Le site Web de l'entreprise qui constitue le pivot de la présence sur Internet peut être analysé (visibilité des pages dans les requêtes formulées sur certains mots ou groupes de mots clés, PageRank, nombre de liens entrants, etc.). Ensuite, les questions à se poser sont doubles : qu'est-ce que l'entreprise a à dire et quelles sont ses cibles de façon à pouvoir communiquer ensuite. L'autre point important est la valeur ajoutée que peut représenter la communication pour les clients (promotions, lancement de nouvelles offres, astuces pratiques pour mieux utiliser les services, informations environnementales ou sur l'origine des matières premières constituant un facteur différenciant, part du produit ou service créé et fabriqué en France - thème à la mode). Elle doit aussi s'interroger sur ce qu'elle veut faire sur Internet : développer son audience (buzz), son chiffre d'affaires en vendant en ligne ou en drainant dans ses magasins des clients renseignés en ligne. Autres points à ne pas négliger : temps consacré pour gérer sa présence sur Internet et retour sur investissement.

### Cela nécessite-t-il d'acquérir de nouvelles compétences, dépenses et/ou de réorganiser l'entreprise ?

Il est nécessaire d'avoir une ou plusieurs personnes qui effectuent ces actions. Ce peut être le community manager qui gère et anime la présence de l'entreprise sur les réseaux sociaux (le site restant le pivot de la présence de l'entreprise sur Internet) sur lesquels elle souhaite être présente selon ses cibles (soit réseaux sociaux généralistes de type Facebook ou Twitter soit réseaux sociaux de niche si l'entreprise a des clientèles qui correspondent à certains corps de métiers donnés (par ex. architectes, ingénieurs, médecins, etc.) soit encore réseaux sociaux à l'international si son activité est réalisée dans certains pays. Cette compétence peut être faite en interne mais nécessite une appétence pour les réseaux sociaux et les nouveaux outils numériques soit être sous-traitée. Il n'y a pas à proprement à réorganiser l'entreprise, le community manager assurant l'interface entre les clients et prospects et l'entreprise. Il va relayer les problèmes en interne et communiquera les solutions possibles aux clients/prospects. Néanmoins, la tendance forte est de décroquer les structures. C'est vrai pour les grosses organisations mais aussi pour les TME/PME où la tradition de conservation de l'information est résolue. Pas réorganiser l'entreprise mais mieux partager l'information, mieux savoir quels sont ses experts et assurer un rôle de connecteurs auprès d'eux pour plus de dynamisme. Développer la présence de l'entreprise sur Internet la rend plus visible et ce doit être une opportunité pour vaincre les résistances au changement, le non-partage de certains résultats, tout en veillant à la confidentialité de certaines informations.

### Qu'avez-vous à dire aux entreprises qui pensent que c'est un effet de mode qui passera ?

Dans les années 1970, nous avons les mêmes réflexions des dirigeants à l'égard du téléphone : perte de temps, inutilité, gadget, etc. Puis ce fut le même discours dans les années 1990 avec l'arrivée de la messagerie. Il en va de même au début des années 2010 avec l'avènement des réseaux sociaux en entreprises qui sont au cœur de la présence numérique de l'entreprise (avec les blogs, forums, wikis). Il ne s'agit non pas d'un phénomène de mode mais d'un changement inéluctable que chaque entreprise quelle que soit sa taille ou son secteur d'activité se doit d'être en mesure d'affronter avec méthode et sérénité.

(\*) [www.davidfayon.fr](http://www.davidfayon.fr) coauteur de *Développer sa présence sur Internet et de Réseaux sociaux et entreprise : les bonnes pratiques.*