

VERS UNE TAXATION DU « TRAVAIL GRATUIT » DE L'INTERNAUTE.

Les données à caractère personnel sont la ressource essentielle de l'économie numérique

- La [mission d'expertise sur la fiscalité de l'économie numérique](#), commandée par le gouvernement l'été dernier, vient de s'achever, le rapport établi par Messieurs Collin et Colin ayant été publié mi-janvier.
- Partant du « **diagnostic** » selon lequel les entreprises du numérique ont plus de facilités à pratiquer l'optimisation fiscale, notamment du fait des difficultés d'adaptation du droit fiscal à la révolution du numérique, et que les gains de productivité générés par l'économie numérique ne se traduisent donc pas par des recettes fiscales complémentaires pour les Etats, le rapport émet une série de **propositions** pour remédier à cette problématique.
- Le constat de départ de ces propositions se fonde sur l'**intensité** de l'**exploitation** par les entreprises du numérique des données issues de l'activité des utilisateurs : le rapport relève en effet que les données, notamment les **données à caractère personnel**, sont la ressource essentielle de l'économie numérique et doivent être considérées comme issues du « travail gratuit » des internautes.

Les propositions du rapport

- Les auteurs du rapport listent un certain nombre de recommandations dont les lignes directrices peuvent être résumées comme suit :
 - **réformer le droit fiscal** pour recouvrer le pouvoir d'imposer les bénéfices qui sont réalisés sur le territoire par les entreprises du numérique ;
 - créer un environnement fiscal favorable à l'émergence d'entreprises nouvelles en réformant la **fiscalité de la R&D** et du financement par le marché ;
 - mettre en place une fiscalité liée à l'exploitation des données issues du suivi régulier et systématique de l'activité des utilisateurs sur le territoire.
- Sur ce dernier point, la conception générale de cette imposition, telle que proposée dans le rapport, serait la suivante :
 - un **champ d'application territorial** incluant toutes les entreprises, quel que soit leur Etat d'établissement, qui exploitent des données qu'elles collectent auprès d'un grand nombre d'utilisateurs localisés en France ;
 - un **champ d'application matériel** limité aux données dont la collecte traduit un « travail gratuit » de l'utilisateur, c'est-à-dire les seules données issues du « suivi régulier et systématique de l'activité des utilisateurs » au sens de la proposition de règlement européen (2) ;
 - une imposition sous la forme d'un **tarif unitaire** par utilisateur « suivi » (à partir d'un certain nombre d'utilisateurs), qui serait déterminé en fonction du positionnement de l'entreprise sur une grille de comportement au regard des objectifs poursuivis par l'imposition : plus le redevable adopterait des comportements qualifiés de « conformes » dans ses pratiques de collecte, moins le tarif unitaire serait élevé.

L'enjeux

Les données, notamment celles à caractère personnel, qui sont la ressource essentielle de l'économie numérique, doivent être considérées comme issues du « travail gratuit » des internautes et une fiscalité liée à leur exploitation doit être mise en place.

(1) [Rapport du 1-2013.](#)

Les perspectives

Ce rapport, présenté à la commission des finances du Sénat le 22 janvier dernier, doit encore être soumis à différents organismes, notamment au Conseil National du numérique, pour être analysé avant que les propositions susvisées puissent éventuellement être intégrées, le cas échéant, dans une future loi de finance.

(2) [Projet de règlement UE sur la protection des données personnelles](#)

[CELINE AVIGNON](#)
[LAURE LANDES-](#)
[GRONOWSKI](#)





Communications électroniques

PORTABILITE MOBILE OUTRE-MER

Cadre législatif et réglementaire de la conservation du numéro mobile

- La possibilité de conserver facilement son numéro mobile lors d'un changement d'opérateur constitue un progrès important pour permettre au consommateur de choisir l'offre la plus adaptée, en mettant en concurrence l'ensemble des opérateurs sans encourir de coût de changement trop élevé.
- Le cadre législatif et réglementaire de la « [portabilité du numéro](#) », modifié en 2006 (1), impose la mise en œuvre d'un processus de conservation et de résiliation avec guichet unique, dans les 10 jours suivant la demande. Ce processus a d'abord été mis en œuvre sur la zone Antilles – Guyane, en avril 2006, soit plus d'un an avant la métropole en mai 2007, suivie par La Réunion et Mayotte en juillet 2007.
- De manière générale, les dispositions en faveur des consommateurs qui s'appliquent en métropole s'appliquent également outre-mer. C'est notamment le cas des dispositions introduites par la loi n° 2008-03 du 3 janvier 2008 pour le développement de la concurrence au service des consommateurs. La conservation du numéro mobile présente cependant des spécificités.

Un cadre unique donnant lieu à des actions spécifiques des pouvoirs publics

- Sous l'égide de l'[Arcep](#), les opérateurs ont travaillé à la mise en œuvre de la réduction des délais de mise en œuvre de la conservation du numéro, ainsi qu'à d'autres améliorations relatives à la meilleure information des abonnés.
- Les modalités d'échanges d'informations entre opérateurs ont ainsi été modifiées afin de :
 - réduire les délais de mise en œuvre de conservation du numéro mobile ;
 - sécuriser les demandes par l'introduction d'un relevé d'identité opérateur (RIO) ;
 - simplifier le parcours client.
- Ces modifications sont entrées en vigueur en métropole en 2011 et dans les départements outre-mer en 2012.
- Un dispositif similaire a été ainsi mis en œuvre le 7 novembre 2011 en métropole, le 31 juillet 2012 dans les départements de la Réunion et de Mayotte, et le 12 novembre 2012 dans les départements de la Guadeloupe, de la Martinique et de la Guyane ainsi que dans les collectivités de Saint-Martin et de Saint-Barthélemy.
- Il permet notamment d'effectuer le portage d'un numéro mobile vers un nouvel opérateur en 2 jours ouvrés outre-mer, contre 3 jours ouvrables en métropole.
- En effet, alors que le délai alloué à l'opérateur donneur pour répondre sur l'éligibilité de la demande est limité à 2 jours ouvrables en métropole, il a été fixé à 1 jour ouvré outre-mer (2). Les opérateurs ultramarins ne réalisant pas d'activité de portage le samedi, les échanges entre opérateurs doivent être réalisés dans un délai compatible avec le délai maximum de 3 jours ouvrables pour la mise en œuvre de la demande de conservation du numéro mobile.
- La mise en place de ce dispositif achève la démarche, engagée par l'[Arcep](#), d'harmonisation du processus de portabilité des numéros mobiles sur l'ensemble du territoire national.

Les enjeux

Améliorer la fluidité du marché de détail en simplifiant le changement d'opérateurs et en améliorant la transparence et l'information des consommateurs.

(1) Art. D 406-18 et s. du CPCE (Décr. 2006-82 du 27-1-2006).

L'essentiel

Un délai de changement d'opérateur en conservant son numéro mobile réduit de 10 jours calendaires à 2 jours ouvrés en outre-mer.

(2) [Décis. Arcep 2012-0576](#) du 10-5-2012 précisant les modalités d'application de la conservation des numéros mobiles, point 3.2.3.

[FRÉDÉRIC FORSTER](#)
[EDOUARD LEMOALLE](#)





Internet contentieux

@TWITTER : IDENTIFICATION DES AUTEURS DE CONTENUS LITIGIEUX

L'affaire #unbonjuif

- Dans une **ordonnance de référé du 24 janvier 2013** (1), le Président du Tribunal de grande instance de Paris, a ordonné au réseau social de microblogging [Twitter](#) de **communiquer les données d'identification des auteurs de messages** (tweets) antisémites, identifiés par le **hashtag** (ou [mot-dièse](#) depuis le 23 janvier 2013, selon la Commission générale de terminologie et de néologie) #unbonjuif ou #unjuifmort.
- Twitter avait alors été mis en demeure de supprimer ces messages par plusieurs associations. Twitter avait bien supprimé les tweets mais a ensuite été assignée en référé afin qu'il soit lui soit ordonné, **en tant qu'hébergeur**, de communiquer les données permettant d'identifier les personnes ayant créé les tweets manifestement illicites dont elles listaient les URL. Il était également demandé que Twitter mette en place un **dispositif de signalement** des contenus constitutifs d'apologie de crimes contre l'humanité et d'incitation à la haine raciale simple et accessible, le dispositif existant imposant de cliquer sur plusieurs liens successifs et n'était pas visible sur la page d'accueil.
- Twitter soulevait que l'application de la loi française n'était pas évidente et qu'il s'agissait d'une question de fond ne pouvant être examinée en référé. Elle **contestait être soumise à l'obligation de conservation des données** en vertu de l'article 6-II de la LCEN et du décret d'application du 25 février 2011 mais proposait toutefois de communiquer les données dans le cadre d'une commission rogatoire internationale ou sous réserve de l'exequatur de la décision. Elle proposait également de s'engager à mettre en ligne une version française de son dispositif de notification de contenus.

L'application de la loi française à Twitter

- Le juge a considéré qu'il n'apparaissait pas avec évidence (requis en référé) que l'obligation de conservation de **l'article 6-II de la LCEN** était applicable à Twitter, car les demanderesses ne démontraient pas que Twitter Inc. était établie en France ou utilisait pour la conservation des données des moyens matériels ou humains sur le territoire français.
- En revanche, il fait droit à la demande subsidiaire fondée sur l'article 145 du Code de procédure civile, en vertu duquel « s'il existe un motif légitime de conserver ou d'établir avant tout procès la preuve des faits dont pourrait dépendre la solution du litige, les mesures d'instruction légalement admissibles peuvent être ordonnées à la demande de tout intéressé, sur requête ou en référé ».
- Les **règles d'utilisation de Twitter** imposaient aux utilisateurs de respecter les lois locales, les contrevenants visés étant français et les contenus illicites, ce que ne contestait pas Twitter, ces messages tombaient donc sous le coup de la loi pénale française, applicable aux infractions commises sur le territoire français. Il existait un motif légitime pour les demanderesses d'obtenir ces données.
- Cependant, la **qualification d'hébergeur** semble bien retenue pour Twitter. Car c'est au visa de l'article 6-I 8 de la LCEN que le juge ordonne à Twitter la mise en place d'un **dispositif facilement plus simple et complet de signalement des contenus illicites**.

Les enjeux

L'obtention des données d'identification par l'hébergeur est indispensable afin d'agir contre l'auteur de contenus litigieux

(1) [TGI Paris Ord. réf. 24-1-2013](#) UEJF et autres / Twitter Inc. et Twitter France.

Les conseils

Il est possible d'obtenir les données d'identification des auteurs de contenus litigieux sur [Twitter](#), sur le fondement de la loi française. Le dispositif de signalement des contenus illicites requis pour les hébergeurs doit être simple, facilement accessible et visible.

[MATHIEU PRUD'HOMME](#)
[KATHARINA BERBETT](#)





LA TRADEMARK CLEARINGHOUSE PROCHAINEMENT OUVERTE AUX TITULAIRES DE MARQUES

Ouverture de la Trademark Clearinghouse prévue pour février 2013

- Décidée par le Conseil d'administration de l'[Icann](#) le 6 mars 2009, la « Trademark Clearinghouse » ou « **Chambre de compensation** » des marques consiste en une base d'informations, offrant des services d'authentification et de validation des marques, volontairement enregistrées par leur titulaire.
- Elle a vocation à permettre aux titulaires de marques d'**authentifier** et de **diffuser** leurs droits afin de les protéger face à l'arrivée des 1000 nouvelles extensions prévues par l'[Icann](#) entre 2013 et 2014 (1).
- Ainsi, outre sa fonction d'authentification et de validation de marque, la Chambre de compensation aura vocation à servir pour les offices d'enregistrement de **nouvelles extensions de base de données** dans le cadre des procédures Sunrise et des services de revendication de marques (mécanisme de protection des droits ou RPM).

Un nouveau mécanisme de protection pour les titulaires de marques

- Pourront être inscrites en chambre de compensation :
 - les marques enregistrées dans n'importe quelle juridiction ;
 - les marques non enregistrées validées par une juridiction nationale ou par un autre procédé judiciaire ;
 - les marques non enregistrées protégées par une loi ou par un traité en vigueur au moment de leur soumission à la chambre de compensation ;
 - toute dénomination protégée par la propriété intellectuelle.
- En revanche, les **marques en cours d'enregistrement**, soumises à une procédure d'opposition, ou soumises à une procédure, d'invalidation, d'annulation ou de rectification **ne pourront pas être inscrites** en chambre de compensation.
- Pour avoir leur marque enregistrée, les demandeurs devront **justifier** de leurs droits, en fournissant notamment une copie de l'enregistrement de ladite marque.
- Les demandeurs devront également **certifiés** que les informations fournies sont vraies et n'ont pas été fournies pour un usage abusif. En outre, le demandeur devra s'engager à garder les informations fournies à jour, sous peine de pénalité.
- Ce service ne sera cependant **pas gratuit**. Le prix à prévoir sera de l'ordre de 150 dollars par an et par marque. Ce prix pourra cependant être réduit en fonction du nombre de marques enregistrés auprès de la Chambre de compensation.
- Les agents enregistrant des portefeuilles de plusieurs centaines de milliers de marques auront donc plus de chance d'obtenir des tarifs avantageux, que les titulaires de marques isolés.

Les enjeux

Enregistrer sa marque en chambre de compensation vise à :

- être prioritaire pour enregistrer un nom de domaine (procédures Sunrise) ;
- recevoir une notification en cas d'enregistrement d'un nom de domaine identique à sa marque

Les conseils

S'il est vrai que le défaut d'inscription d'une marque dans la Chambre de compensation ne peut être considéré comme une négligence, compte tenu des enjeux, il paraît néanmoins essentiel pour les titulaires de marque de se mettre en ordre de bataille pour faire procéder à l'enregistrement de leur marque, dès que le service sera rendu accessible.

Pour ce faire il est recommandé de se faire assister d'un conseil, l'authentification d'une marque en Chambre de compensation répondant à des impératifs formels.

[ELISE DUFOUR](#)





Commerce électronique

LA DGCCRF PUBLIE LES RESULTATS DE SON ETUDE SUR LE E-COMMERCE ET LA RELATION-CLIENTS

Augmentation des plaintes sur 2010-2011 en vente à distance sur internet

- La [DGCCRF](#) vient de rendre publics les résultats de son étude concernant le développement du e-commerce et la relation-clients (1).
- Cette étude s'inscrit dans un contexte de développement très soutenu de ce mode de distribution puisque le secteur a enregistré un **chiffre d'affaires annuel** en augmentation de près de **20 %** sur les dernières années. Le **nombre de sites a plus que doublé en 5 ans** (de 47 300 en 2008 à plus de 109 000 en 2012 en France).
- La première observation porte sur l'**évolution des plaintes relatives à la vente à distance** sur internet. Elles ont augmenté de manière générale sur la période 2010-2011 (+9,2 %), alors même que l'ensemble des plaintes de consommateurs diminuait sur la même période (-2,3 %).
- Un autre chiffre clé de l'étude révèle qu'en 2011, la part des plaintes de consommateurs relative à la vente à distance par internet constituait pratiquement le **quart de l'ensemble des plaintes** (23,5 %), tous secteurs confondus.
- C'est dans le secteur de la vente de **produits de grande consommation** (dont produits alimentaires et équipements de la personne et de la maison) que les plaintes augmentent. **43,2 %** des plaintes de ce secteur proviennent des ventes sur internet, avec une pointe pour le commerce des équipements de la personne (59,1 %). Viennent ensuite la catégorie sport-loisirs-jardin-animaux (38,8 % de plaintes sur la vente en ligne) puis la santé (23,2 %).

Les défaillances en matière d'information générale sur les prix et les conditions de vente : objet principal des plaintes de consommateurs

- En ce qui concerne la nature des plaintes des consommateurs, la [DGCCRF](#) a réparti l'ensemble des plaintes relatives à la vente à distance reçues en 2011 (8259) en fonction de ses **trois grandes missions** : la régulation concurrentielle des marchés, la sécurité et la protection économique du consommateur.
- C'est dans ce dernier domaine que s'est concentrée la majorité des plaintes (7775), alors que les plaintes concernant la **régulation concurrentielle** des marchés et la **sécurité des produits** sont restées limitées (respectivement 356 plaintes dont 225 en matière de contrefaçon et 128 plaintes).
- Dans le domaine de la **protection économique du consommateur**, c'est en matière de défaillances relatives à l'**information générale sur les prix** et les **conditions de vente** que les réclamations des clients ont été les plus nombreuses (3984 plaintes). Ces défauts d'information ont été majoritairement relevés dans les secteurs des produits de grande consommation (2031 plaintes), de l'hôtellerie-restauration-tourisme (381 plaintes), de la communication-téléphonie (363 plaintes) et du sport-loisirs-jardin-animaux (309 plaintes).
- Les autres sources de plaintes ont été relevées sur les règles et **conditions de la vente** à distance et de la VPC (2592 plaintes) et les règles de **loyauté** (597 plaintes).
- Dans quasiment tous ces domaines, c'est le secteur des produits de grande consommation qui a le plus attiré les réclamations des clients.
- Il est recommandé aux e-commerçants de tenir compte de ces éléments afin de renforcer la sécurité juridique de leur site. Dans ce cadre, ces résultats peuvent notamment être utilisés pour **orienter les actions à mener** et établir des priorités.

L'enjeu

Un meilleur respect du droit de la consommation par les sites de e-commerce.

(1) [Le développement du e-commerce et la relation-clients](#), Hugo Hanne, DGCCRF, décembre 2012.

Les conseils

Identifier les principaux domaines de plaintes relevés par l'étude pour renforcer la sécurité juridique de son site et déterminer un plan d'actions adapté.

[CELINE AVIGNON](#)
[MATHILDE ALZAMORA](#)





Marques et noms de domaine

MARQUE TRIDIMENSIONNELLE : L'EXEMPLE TOPIQUE DE L'APPLE STORE

L'Apple Store : un concept et une marque

- Connue pour sa politique intensive de protection de ses droits tant en matière de brevets (1) que de **marques**, la société [Apple Inc.](#) vient de franchir un nouveau pas en obtenant la protection, à titre de marque, de l'aménagement de ses boutiques.
- Titulaire de milliers de marques allant des classiques noms de ses produits (iphone, ipad, icloud, app store) à leur moindre détails figuratifs (forme de bouton, icones, angles arrondis), la société à la pomme vient d'obtenir de l'[USPTO](#) (United States Patent and Trademark Office), l'enregistrement d'une marque figurative ayant pour objet de protéger « **la conception et le design d'un magasin** » (2).
- Au-delà de l'apport de cette décision à l'édifice de la politique de **différenciation d'Apple par le design**, la décision de l'[USPTO](#) rallie l'analyse juridique à la vision marketing d'une marque. En droit, une marque a pour fonction essentielle de permettre l'identification de l'origine de produits ou de services, de sorte que tout signe ne peut pas constituer une marque valable, tandis que l'approche marketing décrit la marque comme « un repère de valeurs qui s'incarnent dans une expérience totale incluant, certes, non seulement le produit, mais également tous les autres points de contact réels ou virtuels » (3).
- Il demeure qu'au regard de la stricte approche juridique de la marque, on peut s'interroger sur la **réelle aptitude du concept store de la société Apple à constituer une marque valable** pour identifier l'origine de « services de magasin de vente au détail d'ordinateurs, de logiciels, de périphériques d'ordinateurs, de téléphones portables, de produits électroniques grand public ainsi que des services de démonstration des produits précités ». En témoignent l'hésitation de l'Office américain des marques, qui n'a fait droit à la demande d'enregistrement de marque qu'après deux refus successifs et l'inhabituelle description particulièrement longue, sans être pour autant extrêmement précise, du signe « concept store » qu'[Apple](#) a faite au sein de la demande d'enregistrement.

Une décision susceptible d'être adoptée en France

- Une telle marque pourrait-elle être enregistrée en tant que marque française ou communautaire ? Le droit français et communautaire reconnaissent qu'un signe tridimensionnel puisse constituer une marque, et notamment une marque de service dans la mesure où ils précisent expressément que peuvent notamment constituer une marque les formes, notamment celles du produit ou de son conditionnement ou celles caractérisant un service (4).
- En France dans un arrêt du 11 janvier 2000, la **Cour de cassation** a rappelé, à l'occasion de l'appréciation de la validité d'une marque portant sur l'agencement d'une parfumerie, que « la protection à titre de marque de la forme caractéristique d'un bâtiment dans lequel on propose le service désigné au dépôt est légalement possible dès lors que cette forme est précise et arbitraire pour désigner le service en cause » et que tel n'est pas le cas du signe reproduisant « l'intérieur d'un magasin avec de très nombreux éléments, sans qu'on puisse déterminer lesquels d'entre eux seraient distinctifs pour désigner des services de conseils aux particuliers en matière de parfumerie ».
- Si l'[OHMI](#) est beaucoup plus strict, il a d'ores et déjà enregistré une marque constituée d'une devanture de magasin (5). Il y a cependant à parier que la validité de telles marques donnera lieu à débat en cas d'action fondée sur ces dernières.

L'enjeu

La protection d'un espace commercial par le droit des marques

(1) cf. la bataille judiciaire l'opposant à la société Samsung – notre article du 12-10-2012

(2) [Copie de la marque US85036990, 22-1-2013](#)

(3) Kapferer, Ré-inventer les marques, La fin des marques telles que nous les connaissons, p.12.

(4) CPI L711-1 et Règlement 207/2009 art. 4

(5) [Copie de la marque communautaire Fashion Shop](#)

Les conseils

Réaliser, préalablement à tout dépôt, des recherches d'antériorités parmi les marques figuratives tridimensionnelles et les dessins ou modèles protégés afin de s'assurer au mieux de la disponibilité de la marque en projet.

[VIRGINIE BRUNOT](#)

[ANNE-SOPHIE](#)

[CANTREAU](#)





Propriété intellectuelle

REMUNERATION POUR COPIE PRIVEE

Bref rappel sur le dispositif de rémunération pour copie privée

- Créée par la loi du 3 juillet 1985, la rémunération pour copie privée vise à **compenser le manque à gagner des auteurs** ou de leurs ayants-droit résultant de la possibilité pour les consommateurs de réaliser des copies licites de leurs œuvres, à des fins privées.
- Calculée à partir d'études d'usage prenant en compte les habitudes des consommateurs, elle est payée par ces derniers, lors de l'achat de support de stockage ou d'enregistrement. Ce montant varie **en fonction des supports** utilisés. Il est voté par la commission sur la rémunération pour copie privée.
- Conformément aux **exigences communautaires**, depuis la loi du 20 décembre 2011 sur la rémunération pour copie privée, sont **exclus de la rémunération** les supports d'enregistrement **acquis à des fins professionnelles**. Toutefois, cette loi, en son article 6, II, validait rétroactivement les redevances perçues ou réclamées en application de la décision n° 11 du 17 décembre 2008 de la commission faisant l'objet d'une action contentieuse avant le 18 juin 2011 et n'ayant pas encore donné lieu à une décision de justice passée en force de chose jugée.
- Le **17 octobre 2012**, dans le cadre d'un litige opposant [SFR](#) à la Société pour la rémunération de la copie privée audiovisuelle et sonore ([Copie France](#)), la Cour de cassation a renvoyé devant le Conseil constitutionnel une question prioritaire de constitutionnalité relative à cet article.

Sanction au nom de l'intérêt général

- [SFR](#) contestait la licéité « des factures émises et à émettre » par [Copie France](#) sur le fondement de la décision n° 11 annulée par le Conseil d'Etat.
- Rappelant que si le législateur peut modifier rétroactivement une règle de droit ou valider un acte administratif ou privé c'est à la condition de poursuivre un but d'intérêt général, le Conseil Constitutionnel a annulé, dans sa décision du 15 janvier 2013 (1), l'article 6 II de la loi n° 2011-1898 du 20 décembre 2011.
- Le Conseil considère que « les motifs financiers invoqués à l'appui de la validation des rémunérations faisant l'objet d'une instance en cours le 18 juin 2011, qui portent sur des sommes dont l'importance n'est pas établis, ne peuvent être regarder comme suffisant pour justifier une telle atteinte aux droits des personnes qui avaient engagé une procédure contentieuse avant cette date ».

Nouveaux barèmes pour la copie privée

- C'est dans ce contexte très tendu et suite à la démission de la commission des acteurs de l'industrie (2), qu'avaient été adoptés le **14 décembre 2012** les **nouveaux barèmes** de la rémunération pour copie privée (3). Ces barèmes applicables depuis le **1^{er} janvier 2013** font déjà l'objet de vives critiques, de la part des industriels comme des consommateurs.
- Par ailleurs, n'a toujours pas, à ce jour, été défini le statut juridique des services de l'informatique en nuage (**cloud computing**) au regard de l'exception et de la rémunération pour copie privée.

L'enjeu

Faire évoluer le dispositif de rémunération pour copie privée pour le faire perdurer.

Les perspectives

Alors que les nouveaux barèmes sont vivement critiqués, le statut des copies réalisées grâce au cloud computing n'a toujours pas été défini, ce qui laisse supposer de nouvelles évolutions.

(1) [CC 15-1-2013](#), [Décis. 2012-287 QPC](#).

(2) [Table ronde sur la rémunération pour copie privée 21-11-2012](#).

(3) [Décis. n° 15 du 14-12-2012](#) de la commission art. L 311-5 CPI.

[MARIE SOULEZ](#)





NOUVEAU CADRE JURIDIQUE DU COMMERCE ELECTRONIQUE DE MEDICAMENTS

L'Ordonnance du 19 décembre 2012

- Suite à sa présentation en Conseil des ministres, l'Ordonnance relative au renforcement de la **sécurité** de la chaîne d'**approvisionnement des médicaments**, à l'encadrement de la vente de médicaments sur internet et à la lutte contre la falsification de médicament a été publiée, le 21 décembre dernier, au Journal Officiel (1).
- En premier lieu, l'ordonnance prévoit que l'activité de **commerce électronique** de médicaments n'est autorisée que pour les médicaments de médication officinale qui peuvent être présentés en **accès direct au public** (CSP, art. L 5125-34). Par conséquent, les médicaments vendus sur ordonnance médicale sont par nature exclus.
- En outre, l'activité de commerce électronique de médicaments n'est autorisée que pour les **pharmaciens** ayant obtenu une **licence** pour créer une officine de pharmacie physique ou une décision du [Ministre chargé de la santé](#) et, lorsque la pharmacie est effectivement ouverte (CSP, art. L 5125-35).
- Enfin, la création d'un site internet d'une officine est soumise à une **autorisation** du Directeur général de [l'Agence Régionale de Santé](#) compétente, le pharmacien étant également tenu d'informer le Conseil de l'Ordre des pharmaciens compétent de l'ouverture de son site internet de commerce de médicaments en ligne (CSP, art. L 5125-36).
- En cas de non-respect des dispositions de ce texte, le Directeur général de [l'Agence Régionale de Santé](#) compétent peut notamment prononcer la fermeture temporaire du site, ainsi qu'une amende administrative plafonnée à 1 million d'euros (CSP, art. L 5125-39).

Le texte d'application et les autres obligations du e-pharmacien

- Le **décret d'application** de cette Ordonnance a été publié, le 31 décembre 2012 (2) et vient préciser :
 - les **obligations** à respecter pour les pharmaciens concernés, notamment s'agissant des mentions et affichages devant figurer sur le site internet du pharmacien ;
 - les modalités de la **demande d'autorisation** de commerce électronique de médicaments.
- Enfin, l'activité de **vente de médicaments par correspondance** ne devra pas être uniquement conforme aux dispositions de ces textes.
- En effet, l'ensemble des dispositions de la **loi pour la confiance dans l'économie numérique** du 21 juin 2004, du Code civil, du Code de la consommation s'agissant notamment de la vente à distance, ainsi que du Code de la santé publique s'agissant de la publicité pour les médicaments s'appliquera également aux **e-pharmaciens**.

L'essentiel

Si les dispositions de ces textes autorisent le commerce électronique de médicaments, elles encadrent strictement cette activité.

(1) [Ordonnance n°2012-1427](#) du 19-12-2012.

(2) [Décret n°2012-1562](#) du 31-12-2012

L'enjeu

Ces textes opèrent transposition, en droit français, de la Directive européenne 2011/62/UE du 8 juin 2011, dont la date limite de transposition était fixée au 2 janvier 2013.

[MARGUERITE BRAC](#)
[DE LA PERRIERE](#)
[NICOLAS DUBOSPERTUS](#)





CREATION D'UN CREDIT D'IMPOT RECHERCHE « INNOVATION » PAR LA LOI DE FINANCES POUR 2013

Entreprises concernées et dépenses éligibles au volet innovation du crédit d'impôt recherche

- L'article 71 de la loi de finances pour 2013 introduit une des mesures phare du [Pacte national pour la croissance](#), dénommée « **crédit d'impôt innovation** » afin d'élargir le périmètre des dépenses éligibles au crédit d'impôt recherche (CIR) (1).
- Ce crédit d'impôt innovation s'insère dans le **dispositif du CIR** et intervient donc en complément de ce dernier.
- Depuis le **1^{er} janvier 2013**, les entreprises répondant à la définition des petites et moyennes entreprises qui exposent des dépenses d'innovation, peuvent bénéficier du volet innovation du CIR.
- Il s'agit des entreprises qui emploient **moins de 250 personnes** et dont le chiffre d'affaires annuel n'excède pas **50 millions d'euros** ou dont le total du bilan annuel n'excède pas **43 millions d'euros**.
- Dans ce cadre, sont éligibles au volet innovation du CIR, les dépenses réalisées pour la **conception de prototypes** ou d'installations pilotes de nouveaux produits, étant précisé qu'un prototype est un bien qui n'est pas destiné à être mis sur le marché, mais à être utilisé comme modèle pour la réalisation d'un nouveau produit.
- A ce titre, un **nouveau produit** est considéré comme un **bien corporel ou incorporel** n'existant pas sur le marché et offrant des performances supérieures aux produits existants sur les plans technique, de l'écoconception, de l'ergonomie ou de ses fonctionnalités.

Taux et plafond du volet innovation du crédit d'impôt recherche

- Le champ des dépenses de recherches et développement éligibles est élargie pour soutenir davantage d'entreprises innovantes.
- En outre, pour **équilibrer les comptes**, le législateur a supprimé le taux bonifié applicable aux deux premières années de bénéfice du CIR (40% la première année et 35% la deuxième).
- Le **dispositif classique du CIR** est désormais fixé à 30 % de la fraction des dépenses de recherche n'excédant pas 100 millions d'euros et à 5 % au-delà de ce seuil.
- Contrairement à ce dispositif classique, le montant des dépenses éligibles au volet innovation du CIR est **plafonné à 400 000 euros par an**, étant précisé que le taux de ce crédit d'impôt est fixé à **20 % des dépenses éligibles**.
- En conséquence, le montant maximal pouvant être acquis au titre du volet innovation du CIR est de **80 000 euros par an** (20 % de 400 000 euros).
- Cette réforme crédit d'impôt s'applique aux demandes adressées à compter du **1er janvier 2013**.

L'enjeu

Elargir à l'innovation le périmètre des dépenses éligibles au crédit d'impôt recherche (CIR)

(1) Loi de Finances pour 2013 modifiant [l'article 244 quater B du Code général des impôts](#).

Les conseils

Il convient d'attendre la doctrine de l'administration fiscale au sujet des dépenses d'innovation éligibles afin que les dépenses déclarées au titre du CIR ne soient pas requalifiées au titre de cette nouvelle mesure.

[PIERRE-YVES FAGOT](#)

[STEVE MOCHEE](#)





TECHNIQUE DE « PRISE DE REFERENCES » – CE QU'IL FAUT SAVOIR

Modalités de « prise de référence » : quelles infos ? Modes d'obtention ?

▪ La prise de référence consiste à permettre au recruteur ou à l'employeur, dans le cadre des étapes menant à l'obtention d'un emploi, à vérifier les activités professionnelles et renseignements donnés lors de l'entretien.

Concrètement le futur employeur contacte les anciens employeurs du candidat pour obtenir certaines informations sur son parcours professionnel.

▪ **Concernant la nature des informations collectées**, elle doit être conforme à :

▪ La [loi du 6 février 1978](#), article 1^{er} "*L'informatique doit être au service de chaque citoyen. (...) Elle ne doit porter atteinte ni à l'identité humaine, ni aux droits de l'homme, ni à la vie privée, ni aux libertés individuelles ou publiques*".

▪ L'article L 1221-6 du Code du travail qui dispose que "*Les informations demandées sous quelque forme que ce soit, au candidat à un emploi **ne peuvent avoir comme finalité que d'apprécier sa capacité à occuper l'emploi proposé ou ses aptitudes professionnelles**. Les informations doivent présenter un lien direct est nécessaire avec l'emploi proposé ou avec l'évaluation des aptitudes professionnelles. Le candidat à un emploi (...) est tenu d'y répondre de bonne foi.*"

▪ L'article 9 du Code civil rappelant : "*Chacun a droit au respect de sa vie privée*".

▪ **Concernant les modalités d'obtention des informations :**

▪ L'article 25 de la loi du 6 janvier 1978 **interdit la collecte de données par moyens frauduleux**, déloyal ou illicite.

▪ La [délibération de la Cnil n°02-017](#) du 21 mars 2002 précise en ce sens que la **collecte de références** auprès de l'environnement professionnel du candidat (supérieurs hiérarchiques, collègues, maîtres de stages, clients fournisseurs ...) est **autorisée pourvu que l'intéressé en soit informé** et y ait consenti.

▪ Par conséquent, constituerait une manœuvre déloyale, le fait, par une personne chargée du recrutement, de porter à la connaissance d'un employeur la candidature de l'un de ses salariés sans l'accord exprès de celui-ci.

« Prise de référence » et suites : quid de l'utilisation des données collectées.

▪ Concernant l'**utilisation des données**. Les informations collectées ne peuvent être utilisées que pour la **proposition d'emploi**, à l'exclusion de toute autre finalité, notamment de prospection commerciale.

▪ Le candidat doit également être préalablement informé de toute éventuelle cession d'informations avec d'autres organismes chargés de recrutement et être en mesure de s'y opposer.

▪ Concernant la **durée de conservation**. La Cnil recommande au sein sa [délibération n° 02-017](#) que la durée de conservation **n'excède pas deux ans** après le dernier contact avec la personne concernée.

▪ Concernant le **droit d'accès et de rectification** du candidat. La CNIL recommande que tout candidat soit clairement informé des modalités d'exercice du droit d'accès et puisse obtenir sur sa demande toutes les informations le concernant y compris les résultats des analyses et des tests ou évaluations professionnelles éventuellement pratiqués.

L'enjeu

S'assurer de l'adéquation du candidat au poste proposé, sans contrevenir à la réglementation en vigueur.

Les conseils

► Recueillir l'accord du candidat préalablement à la transmission des informations

► Informer le candidat de la durée de conservation de ses données

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





Indemnisation des préjudices

PRODUCTION D'INFORMATIONS POUR CHIFFRER LES PREJUDICES EN MATIERE DE CONTREFAÇON

Le droit d'information du Code de la propriété intellectuelle non applicable

- Une récente décision de la Cour d'appel de Paris a rappelé les conditions dans lesquelles la victime d'actes de contrefaçon peut **obtenir** de l'auteur des faits, des **informations** pouvant être exploitées pour le **chiffrage de ses préjudices**.
- La loi de lutte du 29 octobre 2007 (1) avait introduit au Code de la propriété intellectuelle des dispositions permettant d'obtenir du juge qu'il ordonne la production d'informations détenues par l'auteur de la contrefaçon, et notamment, « *Les quantités produites, commercialisées, livrées, reçues ou commandées, ainsi que sur le prix obtenu pour les marchandises ou services en cause* » (2).
- Ces informations peuvent permettre de **valoriser les ventes réalisées** par le contrefacteur à partir des produits en cause et ainsi, en les comparant aux informations relatives aux ventes de la victime, d'apprécier son manque à gagner. Cependant, comme l'indique expressément ces textes, ces informations doivent avoir pour objet « *de déterminer l'origine et les réseaux de distribution des marchandises et services qui portent atteinte aux droits du demandeur* » et non de chiffrer ses préjudices.
- Dans cette décision, le demandeur se fondait sur l'article L 716-7-1 du CPI (marques), pour que le juge ordonne à l'auteur de la contrefaçon de **justifier** du **chiffre d'affaires** et des **bénéfices réalisés** avec les produits en cause ainsi que des quantités fabriquées, vendues et détenues. Il précisait que ces informations devaient permettre à la Cour de statuer sur son préjudice commercial, pour lequel il demandait, à titre de provision, une somme de **200 000 euros**(3).

Alors que le Code de procédure civile prévoit des mesures adaptées

- La Cour rappelle au demandeur qu'il ne pouvait demander la production de ces informations dans le seul but de chiffrer ses préjudices, alors que ces dispositions ont une autre finalité.
- Comme l'indique l'arrêt, les articles 11, 138 et 770 du Code de procédure civile (4) permettent aux parties de demander au juge d'ordonner la communication d'une preuve détenue par l'autre partie ou par un tiers, notamment pour le chiffrage des préjudices.
- Le demandeur pouvait également demander une **mesure d'instruction**, telle qu'une **expertise judiciaire**, destinée à évaluer son préjudice, dans le cadre des articles 143 et suivants du même code.
- Cependant, ces mesures d'instruction ne peuvent être ordonnées que si le juge ne dispose pas de **preuves** suffisantes pour statuer, et, comme le souligne l'arrêt, « sans suppléer la carence de la partie dans l'administration de la preuve » (5), c'est-à-dire uniquement lorsque celui qui demande la mesure d'instruction ne dispose pas des éléments de preuve nécessaires.
- L'article 9 du Code de procédure civile impose aux parties de **prouver les faits** qu'ils invoquent et notamment leurs préjudices. L'arrêt ayant constaté que le demandeur ne justifiait pas de l'existence du **préjudice commercial** subi, **rejette** toute indemnisation de ce préjudice et confirme la décision de première instance lui ayant accordé seulement 15 000 € au titre d'une atteinte à la marque.

Les références

(1) Loi 2007-1544 de lutte contre la contrefaçon du 29-10-2007.

(2) Art. L331-1-3, Art. L 521-5, L 615-5-2 , L 623-27-2 , L 716-7-1, L 722-5 du CPI.

(3) [CA Paris, Pôle 5 ch. 1, 30-1-2013, RG n°11/07435](#).

(4) Art. 11, 138 et 770 du C. procédure civ.

(5) Art. 146 du C. procédure civ.

L'enjeu

- Rapporter la preuve d'un préjudice relève en premier lieu de l'examen de l'évolution du patrimoine du demandeur, avant et après les faits.
- Obtenir la réparation d'un préjudice ou une mesure d'instruction sur le montant de celui-ci exige donc la communication préalable des informations, notamment comptables, justifiant cette évolution.

[BERTRAND THORE](#)



Prochains événements

Réforme de la protection des consommateurs, le compte à rebours a commencé : 20 février 2013

- **Céline Avignon** animera un petit-déjeuner débat consacré au projet de réforme de la protection des consommateurs.
- Benoit Hamon a annoncé qu'il présenterait en ce début d'année son projet sur la consommation qui visera à renforcer les droits des consommateurs tout en favorisant l'innovation et la concurrence. Ce projet devrait également transposer les dispositions de la directive 2011/83 du 25 octobre 2011, les Etats de l'Union européenne devant appliquer ces mesures à partir du 13 juin 2014.
- Si aujourd'hui l'état du droit demeure inchangé, en revanche les entreprises ayant une activité de commerce électronique doivent anticiper cette réforme et procéder à une analyse d'impact sur leurs procédures internes afin de déterminer un plan d'actions adapté visant à mettre en œuvre à échéance, la réforme.
- Nous vous proposons à l'occasion de ce petit déjeuner d'examiner les apports majeurs de la réforme envisagée et ses impacts sur les procédures de commercialisation à distance de produits afin de répondre aux questions qui ne manqueront pas de se poser :
 - Quelles sont les modifications à faire dans les conditions générales de vente en ligne ?
 - Quels sont les impacts de la réforme sur la procédure de livraison et la détermination de ses coûts ?
 - Comment mettre en œuvre l'exercice du droit de rétraction ?
 - Quelles sont les opportunités pour la vente à distance au sein du marché européen ?
 - Comment modifier la présentation d'un site ? ...
- Telles sont les questions qui seront abordées lors de ce petit-déjeuner.
- [Inscription gratuite en ligne](#) sous réserve de confirmation avant le 18 février 2013.

Escroqueries sur internet, stratégies et plans de réduction du risque : 13 mars 2013

- **Virginie Bensoussan-Brulé**, directeur du département Presse et Pénal numérique, animera aux côtés de **Luc Alloin**, fondateur et dirigeant de [Securymind](#), conseil expert en stratégies de protection, un petit-déjeuner sur les stratégies et plans de réduction du risque en matière d'escroqueries sur internet.
- Jusque-là relativement épargnées, les entreprises françaises sont la cible, depuis quelques mois, d'une recrudescence d'escroqueries à grande échelle sur internet utilisant leur dénomination sociale, leur logo, leur marque ou encore leur nom de domaine.
- D'une infraction à l'autre, le mode opératoire est peu ou prou le même. Les internautes (particuliers, fournisseurs, etc.) sont destinataires d'un courrier électronique ou d'une annonce au nom de la société leur proposant matériels ou offres d'emploi en échange du paiement d'une certaine somme. La somme une fois acquittée, ils n'ont bien sûr, aucun retour sur investissement.
- Tout est orchestré pour que l'internaute n'ait aucun doute sur la provenance de la proposition frauduleuse : utilisation du logo de la société, extension d'adresse de courrier électronique, utilisation de fausses identités présentées comme dirigeants ou salariés de l'entreprise et, parfois même, création d'un faux site internet.
- Face à ces comportements malveillants, les sociétés ne sont pas pour autant démunies. De nombreuses mesures leur permettent de lutter efficacement contre ces atteintes à leur réputation et à leur droit de propriété intellectuelle.
- Nous vous proposons d'étudier ces procédures de suppression, identification et répression lors d'un petit-déjeuner débat.
- [Inscription gratuite en ligne](#) sous réserve de confirmation avant le 8 mars 2013.



NOTRE RESEAU DE CORRESPONDANTS ORGANIQUES LEXING VOUS INFORME

La concrétisation d'un brevet européen unitaire, efficace et abordable

▪ En date du 11 décembre 2012, le Parlement Européen a finalement approuvé, par trois séries de votes, le « Paquet Brevet de l'UE », contenant trois volets : le règlement sur le brevet unitaire, le règlement sur le régime linguistique et l'accord international mettant sur pied une juridiction unifiée en matière de brevet. Le cabinet [Philippe & Partners](#) commente le Paquet Brevet de l'UE.



Lexing Belgique

[Philippe & Partners](#)

Le serpent de mer des éditeurs de presse français : la « Lex Google »

▪ Confrontés, comme tant d'autres acteurs traditionnels de la culture ou de l'information, à un bouleversement lié à l'avènement du numérique, une partie des organismes représentant les éditeurs de presse français – notamment l'association d'information politique et générale (IPG) – ont, dans le courant du mois de septembre 2012, adressé au gouvernement français un projet de loi visant les agrégateurs de contenu en général.

▪ Le but est clairement de mettre à contribution le service « Google Actualités », à l'instar de ce que les organismes de presse belge ont tentés d'obtenir – et obtenu en partie – dans le cadre du procès Copiepresse vs. Google. Le cabinet [Philippe & Partners](#) la commente.

Newsletter [IP, IT & TMT 08](#) du 18-12-2012.

3e édition de la conférence Lexing : confidentialité et sécurité des données

▪ Pour leur troisième réunion, qui se tiendra les **28 février** et **1er mars 2013**, les membres du [réseau Lexing](#) donneront deux conférences.

▪ Le jeudi 28 février, ils aborderont le thème des pouvoirs d'accès des autorités judiciaires et de police dans le monde aux données stockées dans le cloud. Cette conférence se tiendra au Sir Francis Drake Hotel à San Francisco, en marge de la conférence RSA, plus grand salon mondial de la sécurité informatique.

▪ La [conférence du 1er mars](#) se tiendra à [Santa Clara University Markkula](#), Californie et portera sur la confidentialité et la sécurité des données à caractère personnel dans le monde.

▪ Les thèmes abordés lors de cette seconde matinée seront :

- L'actualisation de la législation européenne sur les Cookies (vue d'ensemble de la mise en œuvre des lois sur les cookies dans l'UE) ;
- Les développements récents sur la protection des données dans le monde (traitement et transferts transfrontaliers de données à caractère personnel) ;
- Comment construire, gérer et maintenir un programme gérant la confidentialité des données au niveau mondial.



Lexing Etats-Unis

Francoise Gilbert - [IT Law Group](#).

Piratage : une licence globale à plus de 10 €/mois plébiscitée par les Allemands

▪ [Sébastien Fanti](#) signale une étude très complète menée par l'[Université de Columbia](#), auprès d'un échantillon de 1000 Allemands et 2303 Américains interrogés entre août et septembre 2011. Elle montre que les Allemands sont plus sévères que les Américains à l'égard des pirates.



Lexing Suisse

[Numerama, 21-1-2013](#)



Rapport sur la fiscalité du secteur numérique

- Le rapport sur la fiscalité de l'économie numérique remis le 18 janvier au Gouvernement, appelle à la mise en place de **nouvelles règles fiscales nationales**, pour adapter les règles internationales de l'imposition des bénéficiaires aux réalités de l'économie numérique et pour évoluer vers une définition de **l'établissement stable**.
- Il propose une fiscalité nationale assise sur la **détention des données personnelles** fassent l'objet d'une expertise technique approfondie et d'une nécessaire concertation avec les professionnels (1).

(1) [Rapport remis le 22-1-2013](#)

Droit de rétractation des personnes âgées en cas de démarchage

- Une proposition de loi en date du **23 janvier 2013** visant à renforcer la protection des personnes âgées à l'égard du démarchage, propose d'allonger le délai de rétractation pour les personnes âgées (qui passerait de 7 jours à 30 jours) afin de leur permettre d'exercer dans les bonnes conditions leur faculté de droit de rétractation (2).
- Cette proposition de loi s'inscrit dans le mouvement actuel de la **réforme du droit de la consommation** et notamment la transposition de la directive européenne du 25 octobre 2011 relative aux droits des consommateurs.

(2) [Doc AN 635 du 23-1-2013](#) Protection des personnes âgées Exposé des motifs.

Free mobile condamné pour atteinte à l'image et à la réputation de SFR

- La société Free mobile a été condamnée à payer à **SFR 300 000 euros** de dommages et intérêts, au titre du préjudice d'**image** et de **réputation** qu'elle a subi, et 100 000 euros au titre des frais engagés par la société SFR (3).
- Les juges ont refusé de qualifier de crédit à la consommation la pratique commerciale de **subvention des téléphones mobiles** de la société **SFR** en raison de l'absence de « prêt d'argent » consenti au « client contre remboursement qui serait à la charge de ce dernier ».

(3) [Trib. com. Paris 15-1-2013](#), Free mobile c SFR.

Les opérateurs mobiles virtuels (MVNO) à égalité avec les autres opérateurs

- L'**Autorité de la concurrence** (ADLC) a rendu un avis relatif à la situation des opérateurs de réseaux mobiles virtuels (MVNO) sur les **marchés de la téléphonie mobile en France** (4). Elle considère qu'il est nécessaire que les engagements pris par les opérateurs devant l'**Arcep** entrent en application avant même le lancement des premières **offres commerciales 4G**, de façon à ce que les MVNO soient sur un **ped d'égalité**.

(4) [Avis n° 13-A-02 du 21-1-2013](#).

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 –

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

ISSN 1634-0701

©Alain Bensoussan 2013





Formations intra-entreprise : 1^{er} semestre 2013

Le cabinet a la qualité d'organisme de formation professionnelle depuis 30 ans¹.

Archivage électronique public et privé

Dates

- **Gérer un projet d'archivage électronique** : Intégrer les prérequis juridiques dans la conduite du projet et garantir la conformité des systèmes d'archivage électronique. 31-01 et 25-04-2013
- **Contrôle fiscal des comptabilités informatisées** : Prévenir et anticiper les contrôles fiscaux et gérer les contraintes liées à l'évolution des systèmes d'information. 09-01 et 03-04-2013

Cadre juridique et management des contrats

- **Cadre juridique des achats** : Comprendre les bases du droit de l'achat et gérer les étapes de la conclusion d'un achat, depuis les pourparlers jusqu'au précontentieux. 12-02 et 06-06-2013
- **Manager des contrats d'intégration et d'externalisation** : Comprendre les particularités de l'intégration et de l'outsourcing et bien gérer l'exécution des contrats. 05-02 et 16-05-2013
- **Contract management** : Comprendre les bases du droit des contrats et gérer les étapes de la conclusion d'un contrat, depuis les pourparlers jusqu'au précontentieux. 21-02 et 30-05-2013
- **Sécurisation juridique des contrats informatiques** : Comprendre et mettre en œuvre les outils juridiques de sécurisation des contrats informatiques. 17-01 et 17-04-2013

Conformité

- **Risque et conformité au sein de l'entreprise** : Cerner le rôle et la place de la conformité dans l'entreprise pour sécuriser l'activité de l'entreprise. 23-01 et 18-04-2013

Informatique

- **Edition de progiciel : Etat de l'art et tendances juridiques** : Maîtriser le cadre juridique de l'édition logicielle pour gérer l'administration des parcs de progiciels. 28-02 et 23-05-2013
- **Traitements et hébergement des données de santé à caractère personnel** : Identifier les problématiques complexes (contrats d'hébergement, contrats de sous-traitance, etc.) et bénéficier de recommandations spécifiques s'agissant des clauses des contrats. 13-06-2013

Innovation propriété intellectuelle et industrielle

- **Audit du patrimoine intellectuel de l'entreprise** : Détecter les forces, points de faiblesses et risques juridiques et financiers d'un portefeuille « Propriété Intellectuelle ». 14-02 et 26-04-2013
- **Protection d'un projet innovant** : Présenter les spécificités juridiques relatives à un projet innovant afin de gérer les étapes d'une protection adaptée. 19-03 et 12-06-2013
- **Sensibilisation à la protection d'un portefeuille marque et nom de domaine** : Acquérir la connaissance minimale pour assurer la protection d'une marque et d'un nom de domaine de la création à l'échéance tout en assurant le maintien et la défense. 27-02 et 17-04-2013
- **Droit des bases de données** : Conclure des licences adaptées à ses besoins et connaître et prévenir les risques liés à l'exploitation d'une base de données. 7-04 et 22-05-2013
- **Droit d'auteur numérique** : Acquérir les bons réflexes pour protéger son patrimoine intellectuel et ne pas porter atteinte aux droits d'autrui. 06-02 et 15-05-2013
- **Lutte contre la contrefaçon** : Anticiper les difficultés liées à la contrefaçon sur internet et cerner les spécificités face aux technologies de l'information et de la communication. 28-03 et 20-06-2013

¹ Catalogue de nos formations 2013 sur : <http://www.alain-bensoissan.com/secteurs-dactivites/formation-intra-entreprise>



Management des litiges

- **Médiation judiciaire et procédure participative de négociation** : Comprendre le déroulement de la procédure de médiation judiciaire et de la procédure participative. 15-01 et 09-04-2013

Internet et commerce électronique

- **Commerce électronique** : Acquérir les connaissances indispensables à la maîtrise des obligations principales d'un éditeur d'un site marchand. 24-01 et 16-04-2013
- **Webmaster niveau 2 expert** : Présentation en 360° des risques juridiques d'une activité web 2.0 et web 3.0. 17-01 et 04-04-2013

Presse et communication numérique

- **Atteintes à la réputation sur Internet** : Gérer les difficultés d'application de la loi sur la presse aux nouveaux vecteurs de communication de la pensée. 8-01 et 02-04-2013

Informatique et libertés

- **Informatique et libertés (niveau 1)** : Identifier et qualifier les intervenants et les responsabilités, prévenir les risques et cerner les formalités obligatoires. 11-01 ; 29-03 et 07-06-2013
- **Cil (niveau 1)** : Permettre au Cil de maîtriser les obligations et responsabilités qui lui incombent et de savoir les mettre en œuvre. 18-01 ; 15-03 et 21-06-2013
- **Informatique et libertés secteur bancaire** : Sensibiliser les opérationnels sur les risques Informatique et libertés liés aux traitements du secteur bancaire. 22-01 ; 28-03 et 11-06-2013
- **Informatique et libertés collectivités territoriales** : Informer les collectivités territoriales sur les modalités d'application de la réglementation Informatique et libertés. 25-01 ; 8-03 et 14-06-2013
- **Sécurité informatique et libertés** : Connaître les exigences issues de la réglementation Informatique et libertés en matière de sécurité des données personnelles et sensibiliser aux risques liés à une faille de sécurité. 22-02 et 28-06-2013
- **Devenir Cil** : Mettre en œuvre une politique de protection des données efficace (accountability, etc.) et résoudre les questions complexes (réseaux sociaux, etc.). 08-02 et 05-04-2013
- **Cil (niveau 2 expert)** : Perfectionnement et résolution de questions complexes ; acquisition de méthodologie pour exercer l'activité selon l'approche Privacy by Design. 13-02 et 24-04-2013
- **Informatique et libertés gestion des ressources humaines** : Donner aux membres de la direction des ressources humaines les clés pour utiliser les outils et les traitements de données personnelles mis en œuvre en matière de gestion des ressources humaines. 15-02 et 12-04-2013
- **Flux transfrontières de données** : Présenter les dispositions qui régissent ces flux et élaborer une stratégie de gestion des flux conformément à la loi. 22-02 et 19-04-2013
- **Contrôles de la Cnil** : Connaître l'étendue des pouvoirs de la Cnil et ses moyens de contrôle, apprendre à dialoguer avec la Cnil (notamment par le biais d'un jeu de rôle). 26-02 et 23-04-2013
- **Informatique et libertés secteur santé** : Sensibiliser aux risques Informatique et libertés liés aux traitements du secteur santé et assurances et apporter des éléments de benchmark permettant de positionner son niveau de conformité. 01-03-2013
- **Formation intra entreprise Informatique et libertés à l'attention du comité exécutif** : Sensibiliser les membres du comité exécutif aux risques Informatique et libertés liés à leur activité. Selon demande



5^e édition : Informatique, Télécoms, Internet (actualisée au 10-09-2012)

▪ Comme pour les quatre premières éditions, l'ouvrage expose toutes les règles juridiques à connaître applicables à l'économie des systèmes d'information et confronte le monde de l'informatique :

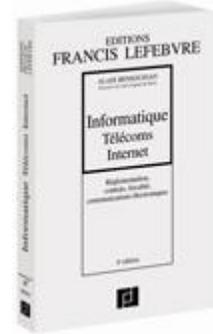
- au droit du travail (contrôle des salariés, évaluation professionnelle, etc.) ;
- à la fiscalité (conception et acquisition de logiciels, crédit d'impôt recherche, avantages de l'infogérance, etc.) ;
- aux assurances ;
- au domaine de la santé (carte santé et secret médical, etc.) ;
- à internet et au commerce électronique.

▪ Cette nouvelle édition intègre toutes les nouveautés les plus récentes et notamment :

- les nouveaux contrats d'externalisation (de la virtualisation au cloud computing) ;
- le nouveau CCAG des marchés de l'information et de la communication (TIC) ;
- le nouveau régime de la vidéoprotection issu de la LOPPSI 2 ;
- la E-réputation de l'entreprise (blogs et réseaux sociaux) ;
- la régulation des activités commerciales sur internet ;
- le téléchargement illégal sur internet ;
- l'usurpation d'identité numérique, la régulation des activités commerciales sur internet, etc.

▪ Cette nouvelle édition innove en ajoutant les référentiels normatifs qui font pleinement partie du cadre juridique applicable aux différents systèmes qui traitent l'information : référentiels de système de management de la qualité, de l'environnement et de la sécurité ou d'ingénierie logicielle (CMMI, ISO 20000-1, ITIL, famille ISO 9000, etc.).

▪ Les mises à jour apportées à l'édition 2012 de l'ouvrage Informatique, Télécoms, Internet sont [disponibles en ligne](#).



[Informatique, Télécoms, Internet](#),
Editions Francis
Lefebvre 5e éd. 2012

² Nos publications : <http://www.alain-bensoussan.com/espace-publication/bibliographie>

par Isabelle Pottier



L'analyse de risque en matière de données personnelles et sensibles n'est pas une analyse classique

Jean Olive, senior manager au sein de [CGI Business Consulting](#) (*)

Pouvez-vous nous dire en quoi consiste votre activité au sein du Groupe CGI ?

CGI Business Consulting est le Cabinet de conseil du groupe québécois CGI spécialisé dans les services en technologies de l'information et de la communication. Pour ce qui est de la sécurité des systèmes d'information, nous disposons en France d'une équipe dédiée à l'assistance à maîtrise d'ouvrage. C'est ce qui nous permet d'intervenir sur tout le cycle de vie des projets sécurité des SI, aussi bien en amont (conception, conseil) qu'en aval (mises en œuvre, audits, tests). Depuis 20 ans, j'assiste de nombreux organismes publics et privés dans la réalisation d'analyses des risques dans des domaines métiers variés. Et aujourd'hui, au sein de CGI Business Consulting, je suis responsable des prestations de conseil en sécurité des SI pour le compte du secteur public.

Y a-t-il une différence entre une analyse des risques « données personnelles » et « entreprise » ?

Oui. En matière d'analyse des risques portant sur les données à caractère personnel, il a une chose importante à retenir : il s'agit d'étudier les scénarios susceptibles de provoquer des préjudices aux personnes concernées et non pas une étude visant la protection des intérêts de l'entreprise. Deux séries d'obligations majeures figurant dans la loi Informatique et libertés orientent la démarche : l'obligation d'assurer la sécurité des traitements d'une part, et le respect des droits des personnes d'autre part (opposition, rectification, suppression, accès). Pour aider les responsables de traitements dans la conduite de ces analyses, la Cnil a mis en place deux outils simples : un [guide](#) ainsi qu'un catalogue de 55 mesures de sécurité génériques. Ce guide est une application particulière de la méthode EBIOS 2010(*). Le catalogue quant à lui, ne doit pas être pris comme un référentiel de conformité obligatoire, mais comme des bonnes pratiques que le responsable de traitement devra sélectionner, voir compléter, au regard des risques qui pèsent sur la vie privée des personnes.

Avec le projet de règlement européen visant à réformer la protection des données à caractère personnel, l'analyse des risques sera rendue obligatoire, ce dès la conception des projets (*Security by Design*). Ainsi, pour les projets en cours, il convient d'ores et déjà d'anticiper l'entrée en vigueur du règlement. Les autorités administratives qui échangent des informations entre elles et avec leurs usagers (téléservices) ont déjà l'habitude de cette démarche rendue obligatoire par le Référentiel Général de Sécurité (RGS) [homologué](#).

En tant que cofondateur du [Club EBIOS](#) et auteur du logiciel éponyme distribué par l'ANSSI(*), pouvez-vous nous dire ce qu'EBIOS apporte à l'étude d'impact ?

La méthode consiste en une décomposition du risque : d'un côté les événements que le risque provoquerait et de l'autre les failles qui le rendent possibles. Nous distinguons ainsi : la source du risque (origine accidentelle ou malveillante), les vulnérabilités du SI (dysfonctionnement de l'application, écoute du réseau, accès non protégé au serveur, etc.), la nature des données vulnérables et les conséquences du risque sur la vie privée des personnes. Cette décomposition vise deux objectifs principaux : 1) apprécier la vraisemblance de survenance du risque et sa gravité (les données sont-elles échangées en clair ? Quel est l'impact sur les personnes en cas de vol ?) ; 2) agir sur le risque à plusieurs niveaux pour le réduire (ex : réduire les données collectées, chiffrer les données pour ne plus les rendre identifiantes, protéger les accès pour éviter les vols).

Le projet de règlement européen rend obligatoire l'évaluation préalable de l'impact du traitement envisagé sur la protection des données personnelles, sous peine de sanctions financières lourdes. Nous apportons notre expérience de la conduite de cette démarche, notre expertise des failles et menaces en matière de sécurité des SI et notre parfaite connaissance des moyens de couvrir les risques y afférents.

(*) EBIOS® : Expression des Besoins et Identification des Objectifs de Sécurité est la méthode de gestion des risques publiée par l'[ANSSI](#) du Secrétariat général de la défense et de la sécurité nationale ([SGDSN](#)). Marque déposée SGDSN.

