



NEWSLETTER N°6 – JANVIER/MARS 2013

## TMT

Le département TMT du cabinet Franklin a le plaisir de vous présenter la dernière édition de sa Newsletter. Celle-ci est destinée à vous informer de l'actualité du droit dans ce domaine et nous espérons qu'elle contribuera à vous permettre d'anticiper certaines problématiques juridiques auxquelles votre entreprise pourrait être confrontée. Nous sommes à votre disposition pour toute assistance juridique dont vous pourriez avoir besoin.

### 1. FISCALITE DU NUMERIQUE



#### Rapport « Colin&Collin » sur la fiscalité du secteur numérique

Le 18 janvier 2013, Pierre Collin, conseiller d'Etat, et Nicolas Colin, inspecteur des finances, ont rendu un rapport sur la fiscalité du numérique commandé par le gouvernement en juillet dernier. Intitulé « *Mission d'expertise sur la fiscalité de l'économie numérique* », ce rapport analyse l'essor de cette nouvelle économie et pose la question de l'équité fiscale entre acteurs français et étrangers du numérique. Selon ses auteurs, alors que « *les données sont la matière première dont l'économie se nourrit* », la délocalisation des bénéfices pratiquée par certaines multinationales vers des pays à fiscalité privilégiée entraîne une perte conséquente de recettes fiscales en France. Les règles nationales et internationales de territorialité de l'impôt ne sont pas adaptées au caractère immatériel de ce type d'échanges. Le rapport propose pour y remédier à moyen terme la taxation des entreprises qui collectent et exploitent les données personnelles des internautes. La création d'une taxe assise sur le nombre de comptes utilisateurs pour les établissements qui exploitent des données collectées en France est envisagée. Un tarif par utilisateur serait déterminé en fonction du positionnement de l'entreprise sur une grille de comportement : plus le redevable adoptera des comportements conformes à la réglementation applicable dans sa pratique de collecte, de gestion et d'exploitation des données (information complète de l'utilisateur sur la nature des données collectées, recueil de son consentement de manière claire et accessible...), moins le tarif unitaire sera élevé. Les auteurs de ce rapport estiment que cette progressivité de la taxe permettrait d'assurer sa constitutionnalité par l'incitation des redevables à adopter un comportement conforme à des objectifs d'intérêt général. Cependant, la taxe, si elle était formalisée par un projet de loi, pourrait connaître des difficultés d'application et le Conseil National du Numérique doit apprécier prochainement les conditions de sa mise en œuvre. Outre cette nouvelle taxe incitative prévue à moyen terme - le gouvernement espère introduire des dispositions dès le projet de loi de Finances 2014 - le rapport préconise l'adaptation sur le long terme des règles internationales de l'imposition des bénéfices aux réalités de l'économie numérique, notamment par l'évolution de la définition de la notion d'établissement stable. Une entreprise aurait ainsi un établissement stable dans un pays dès lors qu'elle y collecte des données auprès d'utilisateurs afin de leur proposer un service, ce qui permettrait une imposition par d'autres Etats que celui où elle est physiquement établie. En tout état de cause, il faut anticiper que ces sujets feront l'objet de vifs débats et d'un lobbying intense de la part des acteurs économiques du numérique.

### 2. PRESSE EN LIGNE



#### Signature d'un accord entre Google et les éditeurs de presse français

Après de longues négociations, un accord a finalement été signé le 1er février dernier entre Google et les éditeurs de presse français, peu après l'échéance fixée par le gouvernement. Cet accord fait suite à la demande des éditeurs de presse de redistribution des profits publicitaires réalisés par Google grâce au référencement de leurs informations. Les éditeurs français ont ainsi présenté en septembre dernier un projet de loi au gouvernement visant à les rétribuer par le versement de droits voisins, via l'ajout d'un article L.281-4 dans le Code de la propriété intellectuelle. Afin d'opérer un meilleur partage de la valeur entre les différents acteurs du numérique, le chef de l'Etat avait alors affirmé son intention de légiférer si un accord n'était pas trouvé dans un délai raisonnable. C'est dans ces conditions que Google s'est engagé à allouer la somme de 60 millions d'euros aux éditeurs, qui constituera un fonds d'aide à la transition numérique de la presse française afin de financer des projets innovants. Seule la presse d'information généraliste pourra bénéficier de ces fonds, excluant la presse de divertissement et de récréation. Ce fonds ne se substituera pas aux aides d'Etat à la presse et devra être attribué d'ici trois à cinq ans. L'accord prévoit également un important volet de partenariat commercial, où Google s'engage à mettre son expertise au service de la presse afin de l'aider à se développer sur Internet et accroître ses revenus en ligne. Les éditeurs de presse en France vont donc pouvoir bénéficier du support du puissant moteur de recherche alors que ce dernier échappe au risque de voir s'établir un droit voisin au droit d'auteur sur les contenus de presse, qui aurait pu ensuite être adopté par d'autres Etats membres de l'Union européenne. Cet accord pourra servir de référence pour les autres pays et les autres secteurs.

### 3. MARQUES



#### Un courtier peut reproduire sur son site la marque d'une compagnie d'assurance

Le Tribunal de Grande Instance de Paris a jugé, dans une ordonnance de référé rendue le 14 janvier 2013, qu'une compagnie d'assurance qui a confié à une société une mission de courtage de ses produits et services ne peut lui reprocher d'avoir reproduit sur son site internet ses marques et son logo. Dans cette affaire, la société d'assurance Swisslife, qui avait conclu avec la société Vital Assurances un contrat de courtage, s'est aperçu que, contrairement aux stipulations du contrat les liant, cette dernière reproduisait les marques et logo

Swisslife sur son site internet « [courtage-swisslife.com](http://courtage-swisslife.com) ». Swisslife a alors mis en demeure Vital Assurances de procéder à la fermeture du site litigieux et a procédé à la résiliation du contrat de courtage pour faute grave. Saisi du litige, le Tribunal de Grande Instance de Paris a jugé qu'en « *employant la dénomination Swisslife, la société Vital Assurances n'a pas commis un acte de contrefaçon mais a utilisé le signe et ce, de façon nécessaire, pour informer les internautes des sociétés qu'il représentait et dont il pouvait valablement offrir les produits* ». Concernant la violation des termes du contrat de courtage alléguée par Swisslife, le Tribunal de Grande Instance a rappelé « *qu'aucune confusion n'est possible pour un internaute d'attention moyenne qui se connecte à un site dont le nom commence par courtage car il ne peut que savoir qu'il est en contact avec un courtier qui représente plusieurs sociétés d'assurance et non avec la société d'assurance elle-même* ».

## 4. INTERNET



### Mise à disposition d'un code des droits en ligne au sein de l'Union Européenne

La Commission Européenne a mis à disposition des internautes en décembre dernier un « *Code des droits en ligne dans l'Union Européenne* » compilant l'ensemble des droits et principes fondamentaux inscrits dans la législation européenne qui protègent les citoyens lors de leur connexion à internet. Depuis 2010, la Commission s'est penchée sur la question de l'accès des consommateurs européens aux services du commerce électronique et a constaté la méfiance des citoyens pour quitter leur marché national lorsqu'ils achètent des biens et des services en ligne, du fait notamment d'un manque d'information quant à leurs droits et aux voies de recours existantes (cf. *Rapport 2010 sur la citoyenneté de l'Union : « Lever les obstacles à l'exercice des droits des citoyens de l'Union »*). Ce code a donc pour objectif d'améliorer l'utilisation des services de commerce en ligne par les internautes européens en les informant de leurs droits. Il détaille les droits des internautes et les principes reconnus par différentes directives, règlements ou autres conventions relatifs aux domaines des communications électroniques, du commerce en ligne ou encore de la protection des consommateurs et les regroupe au sein d'un seul et même texte. Dans de nombreux cas, ces droits et principes ont fait l'objet d'une harmonisation minimale et certains Etats membres de l'Union Européenne, notamment la France avec ses règles relatives à la protection des consommateurs, ont mis en place des mesures de protection d'un niveau plus élevé que celui prévu par la législation européenne compilée dans ce code.

## 5. DIFFAMATION



### « Google Suggest » devant la Cour de cassation

Par un arrêt du 19 février 2013, la 1ère chambre civile de la Cour de cassation a confirmé la décision de la Cour d'appel de Paris du 14 décembre 2011 qui, tout en retenant que l'élément matériel de la diffamation était constitué, avait fait bénéficier le directeur de la publication de Google.fr et la société Google Inc. de l'excuse de bonne foi. Les premiers juges, dans une décision du Tribunal de Grande Instance de Paris du 8 septembre 2010, les avaient pourtant condamnés pour l'association du nom du plaignant, impliqué dans une affaire de corruption de mineure, aux termes « viol », « sataniste », ou encore « prison ». Le Tribunal avait refusé d'admettre leur absence d'implication du fait du caractère automatique de son système de suggestion de mots clés « Google Suggest ». La société Google France, également assignée, avait en revanche été mise hors de cause dès lors qu'elle n'avait pas de responsabilité directe dans le fonctionnement système de suggestion de mots clés « Google Suggest ». Pour la Cour d'appel, les conditions de l'excuse de bonne foi étaient réunies : légitimité du but poursuivi, absence d'animosité personnelle, prudence dans l'expression et sérieux de l'enquête, justifiant également la mise hors de cause du directeur de la publication et de Google Inc. La Cour de cassation a rejeté le pourvoi au motif que « la Cour d'appel a retenu à bon droit que les critères de prudence dans l'expression et de sérieux de l'enquête se trouvaient réunis au regard d'un procédé de recherche dont la fonctionnalité se bornait à renvoyer à des commentaires d'un dossier judiciaire publiquement débattu ». Il semble que les mots clés suggérés par le système « Google Suggest » devront être appréciés au regard des événements auxquels ils renvoient.

**Pour plus d'informations sur ces problématiques, contactez le département TMT du cabinet Franklin : Bradley Joslove ([bjoslove@franklin-paris.com](mailto:bjoslove@franklin-paris.com)) ou Eléonore Varet ([evaret@franklin-paris.com](mailto:evaret@franklin-paris.com))**

*Si vous ne souhaitez plus être abonné à cette newsletter, indiquez-le nous par retour de courriel afin que vos coordonnées soient supprimées de notre base de données. Le contenu de cette newsletter est purement informatif.*

**FRANKLIN**  
SOCIÉTÉ D'AVOCATS

26, avenue Kléber  
75116 Paris, France  
<http://www.franklin-paris.com>  
Tel : +33 (0) 1 45 02 79 00  
Fax : +33 (0) 1 45 02 79 01  
Copyright 2013 Franklin. Tous droits réservés.

