

RENDEZ-VOUS DU NUMÉRIQUE

JUIN 2017



SABINE DE PAILLERETS
Employment



LAËTITIA LEMMOUCHI-MARIE
Distribution / Competition
Sales promotion



ALAIN DE ROUGÉ
Corporate



FRANÇOIS-XAVIER BOULIN
IT / IP / Data



FRANÇOIS DAUBA
Distribution / Competition Sales
promotion / Health

GÉOLOCALISATION, GÉO-BLOCKING ET DROIT DU TRAVAIL

■ Géolocalisation

Par définition, la géolocalisation est un procédé qui consiste à positionner un objet, une personne sur un plan ou une carte à l'aide de données géographiques.

Le contrôle de ce dispositif est effectué par la CNIL qui en matière de droit du travail vérifie si la finalité du dispositif est :

- Légitime : dans le sens où la géolocalisation est utile pour vérifier que le salarié itinérant a bien visité ses clients
- Déterminé : il doit permettre à la fois le suivi et la sécurité du salarié
- Proportionné au but recherché : une utilisation excessive se traduisant par exemple par un contrôle permanent des salariés est disproportionné.

Une autre question émerge aussi de l'utilisation de ces outils de géolocalisation, celle du contrôle du temps de travail des salariés par l'employeur grâce à ces moyens. En réponse à cette interrogation, la CNIL indique que le recours à la géolocalisation pour le suivi du temps de travail ne peut être utilisé qu'à titre accessoire et si ce suivi ne peut être réalisé par d'autres moyens. On peut citer à titre d'exemple de moyens pouvant exclure le contrôle du temps de travail par géolocalisation : l'utilisation de la connexion informatique.

Enfin, un recours à la géolocalisation ne doit pas faire l'objet d'une intrusion excessive dans la vie personnelle du salarié. En effet, l'employeur doit recueillir que les informations nécessaires au but recherché

et donner la possibilité au salarié de désactiver la fonction géolocalisation de son véhicule à l'issue de son temps de travail ou pendant le temps de pause.

■ Géo-blocking

On entend par géoblocking, l'usage d'un procédé qui permet de restreindre l'accès à un site internet ou à un réseau social d'entreprise, en fonction de critères géographiques.

En matière RH, le processus de sélection ne prend pas uniquement en compte le critère géographique, il peut aussi se baser sur des critères notamment professionnels.

Un procédé à usage non discriminant

Les employeurs ayant recours au blocking ou géo blocking doivent porter une attention particulière au risque de discrimination.

On retrouve par exemple dans certaines sociétés, la mise en place d'un intranet ou base de données dédiés aux salariés élus du personnel afin de leur permettre de consulter librement certains documents dans le cadre de certaines procédures d'information légales ou encore d'autres sociétés qui n'hésitent pas à implémenter des outils technologiques en introduisant un accès différencié en fonction des salariés.

Le recours au géoblocking convient d'être vigilant, l'accès différencié doit impérativement être justifié par des raisons objectives dans la mesure où les salariés n'hésiteront pas à relever le caractère discriminatoire d'un tel système technologique à utilisation distributive, si nécessaire.

GÉOLOCALISATION ET DROITS DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

■ **Projet de règlement sur la portabilité transfrontière des services de contenu en ligne**

Il existe aujourd'hui un marché unique pour les biens matériels, tandis que celui des biens immatériels semble loin d'être réalisé.

Initialement instaurée afin de protéger les droits de propriété intellectuelle et leurs bénéficiaires (auteurs mais aussi, et surtout, producteurs, éditeurs et diffuseurs de contenus), la **pratique répandue du « géo-blocking »** rend en effet bien souvent impossible l'usage d'un contenu numérique (musique, jeu, vidéo, match sportif...), ou son accès, en dehors du territoire du premier achat.

Or, les Européens sont de plus en plus connectés et « consommateurs » de contenus mobiles : selon une étude de la Commission européenne de 2016, 64 % des Européens utilisent internet pour jouer ou télécharger des jeux, des images, des films ou de la musique, et ce mouvement devrait encore s'accélérer avec la fin des frais de roaming au sein de l'Union Européenne à compter du 15 juin 2017.

Le **18 mai 2017**, le Parlement européen a adopté une **proposition de Règlement visant à assurer la « portabilité transfrontière des services de contenu en ligne dans le marché intérieur »**.

L'objectif est de renouer avec les principes de non-discrimination et de libre circulation au sein de l'Espace Economique Européen, y compris lorsqu'il s'agit de biens « immatériels », tout en respectant la protection des droits de propriété intellectuelle et en favorisant la création et les investissements.

Le projet de règlement vise par conséquent à renforcer la mobilité et permet la portabilité du contenu en ligne pour les utilisateurs en Europe de services payants.

De leur côté, les fournisseurs pourront « prendre des mesures raisonnables et proportionnées » afin de vérifier que l'abonné est bien en déplacement temporaire et qu'il n'a pas établi sa résidence permanente dans un autre Etat membre de l'UE (par exemple : contrôle de cartes d'identité, détails de facturation, adresse IP...).

Ce projet doit maintenant être approuvé par le Conseil de l'Union Européenne, et il serait ensuite applicable 9 mois après son adoption.

Il s'agit là d'une avancée certaine vers un « marché unique du numérique », qui va obliger les professionnels du secteur et les juristes à adapter l'économie de leurs projets et leurs pratiques contractuelles, et à examiner plus avant l'opportunité de licences pan-européennes.

A suivre donc... pour plus d'informations [cliquez ici](#).

LA STRATÉGIE DE DISTRIBUTION DES MARQUES À L'ÉPREUVE DE L'ENCADREMENT DU GÉO-BLOCKING

Les marques distribuent leurs produits dans plusieurs Etats membres de l'Union Européenne soit directement, soit par l'intermédiaire d'un réseau de distributeurs. Cependant, un phénomène bouleverse depuis quelques années ce mode de distribution : la croissance des ventes par internet.

Aujourd'hui, les marques assistent à un double impact dû à la croissance du commerce en ligne. Elles font face d'une part à l'accroissement de la transparence des prix et d'autre part à un renforcement de la concurrence sur le marché.

Afin de maintenir le contrôle sur la distribution de leurs produits sur internet, les fabricants définissent des stratégies qui ont pour objectif de promouvoir l'innovation, le respect de la qualité de leurs produits et le positionnement de leur marque afin de garantir la viabilité de leur activité à moyen et long terme. L'une de ces stratégies consiste à localiser géographiquement les consommateurs (géolocalisation) et à interdire (géo-blocking) ou limiter (filtrage géographique) les ventes transfrontalières.

Si ces pratiques traduisent la défense d'intérêts légitimes des marques, elles peuvent dans certaines circonstances porter atteinte aux règles de concurrence et aux droits des consommateurs.

■ **Géo-blocking et droit de la concurrence**

Du point de vue de la concurrence, les restrictions à la vente de type géoblocking ne sont pas illicites et ne rentrent pas dans le champ d'application de l'article 101 TFUE sous la double réserve qu'elles procèdent d'une décision unilatérale d'un opérateur qui ne détient pas une position dominante sur son marché.

A contrario, l'accord concerté entre un fabricant et un distributeur pour interdire les ventes transfrontalières peut être considéré comme anticoncurrentiel. Il existe toutefois un nombre limité d'exceptions définies par le Règlement d'Exemption sur les Accords Verticaux n°330/2010 :

- dans un réseau de distribution sélective, le fabricant peut interdire les ventes d'un distributeur agréé à un distributeur non-agréé ;
- le fabricant peut interdire les ventes actives sur un territoire qu'il s'est exclusivement réservé ou qu'il a alloué à un tiers.

Sur le fondement du droit de la concurrence, un équilibre semble donc avoir été trouvé entre la protection des intérêts légitimes des marques, des distributeurs et des consommateurs.

■ Géo-blocking et droit de la consommation

Depuis l'adoption de Directive Service en 2006, les États membres ont l'obligation de veiller à ce que les entreprises ne traitent pas les consommateurs de manière différente selon leur lieu de résidence ou leur nationalité, sauf justification au regard de critères objectifs.

Toutefois, les autorités européennes ont constaté que les dispositions de la Directive n'étaient pas pleinement efficaces dans la lutte contre les discriminations, en particulier du fait du caractère général de l'interdiction.

Le Conseil européen a récemment adopté une proposition de règlement visant à combattre plus efficacement ces discriminations. Ce projet, qui devrait être soumis à adoption en 2017, précise en particulier la nature des discriminations transfrontalières interdites ainsi que les exceptions

à cette interdiction (ex : l'existence d'une réglementation locale spécifique tel que le prix du livre en France / un motif légitime tel que les frais supplémentaires justifiés par la distance de livraison).

Le projet du Conseil européen rappelle également que l'accès non discriminatoire ne fait pas obstacle à la possibilité pour le fabricant d'avoir différents sites internet selon les pays avec des prix et des conditions différents.

En conclusion, dans l'hypothèse où une marque viendrait à employer un mécanisme de géoblocking dans le cadre de sa stratégie de distribution, il lui serait indispensable de déterminer les conditions de mise en œuvre de cet outil en conformité avec les règles de la concurrence et dans le respect des droits des consommateurs.

APERÇU DES SMART CONTRACTS

Après la crainte du remplacement des humains par les robots, voici apparaître les « smart contracts » qui font redouter au juriste, qu'il soit avocat ou notaire, une perte de la reconnaissance de son utilité voire une invasion de son pré carré.

Il est certain que le secteur du droit va connaître d'importants bouleversements consécutifs à l'émergence de nouveaux services liés au numérique tels que l'automatisation formalités (para)légales, la justice prédictive ou la gestion et la création d'actes automatisés. Parmi ceux-ci, ou plus exactement grâce à la *blockchain*, émergent les smart contracts, littéralement, des « *contrats intelligents* ».

Si le concept paraît difficile à cerner de prime abord, notamment du fait de son appellation, **le *smart contract* n'est en réalité pas un contrat intelligent,**

ni même un contrat selon certains juristes ; **il s'agit d'un contrat numérique reposant sur la technologie blockchain qui permet de contrôler les engagements de chaque partie** au titre du contrat. De façon plus pratique encore, **le smart contract est un programme qui s'exécute automatiquement conformément à un code informatique** au sein duquel des conditions et instructions ont été définies pour déclencher la mise en œuvre d'actions, si ces conditions et/ou instructions sont remplies.

Les principaux avantages du *smart contract* sont liés à l'**automatisation des process**, à la **réduction des coûts transactionnels** et à la **sécurité juridique** qu'ils sont susceptibles de procurer, qui est elle-même liée à l'utilisation de la blockchain (qui implique une immuabilité des termes du contrat et offre une publicité à la transaction).