

**Les problématiques
juridiques liées aux
activités digitales en Chine,**
notamment au regard de la nouvelle
loi sur la **cybersécurité**





Introduction, Remerciements

Commission Paris- Pékin, Barreau de Paris

Responsable : **Jacques SAGOT**

Co-responsable : **Robert GUILLAUMOND**

La Commission Paris-Pékin Chine a été constituée par Madame le Bâtonnier Christiane Feral-Schuhl, le 1er janvier 2012.

Elle a été mise en place avec le concours de l'Association Franco-Chinoise pour le Droit Economique (AFCDE)

Association Franco Chinoise pour le droit économique

Président : **Robert GUILLAUMOND**

Vice-présidente: **Claude LE GOANACH BRET**

L'Association Franco Chinoise pour le Droit Économique a été créée en 1986, dans les premières années de la modernisation chinoise engagée il y a quarante années.

Elle regroupe des avocats, des juristes d'entreprise, des magistrats, des notaires, des universitaires, et des conseils d'entreprises, français ou chinois actifs dans le mouvement des affaires entre l'Europe et la Chine.





Sydney Chiche-Attali

李七气

Elève-avocat, IP/IT @ De Gaulle Fleurance et Associés, Paris

EFB Paris

LLM Chinese Business Law - Fudan University

M2 Droit des affaires – Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne



Droit du Digital en Chine



Sommaire

1. E-commerce
2. Publicité en ligne
3. Distribuer un logiciel, une App, un jeu-vidéo en Chine
4. Données personnelles
5. Lutter contre la contrefaçon sur l'internet Chinois
6. La Politique chinoise en matière de Blockchain, ICO et Cryptomonnaies



Introduction

Aperçu du Droit du digital en Chine



Introduction, Aperçu du Digital en Chine

Quelques chiffres :

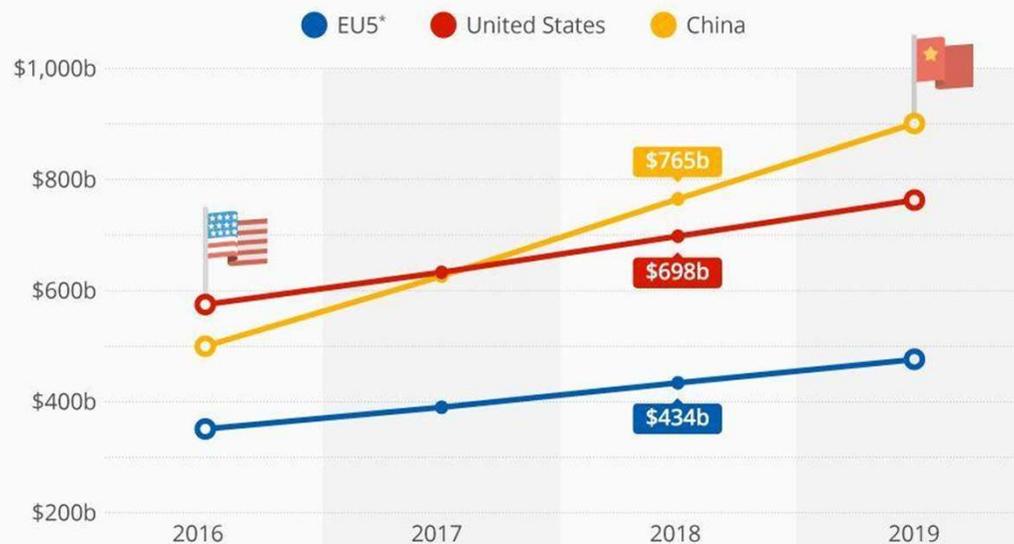
- Sur les 1,37 milliards de chinois, il y a **770 millions d'internautes**, soit **55% de la population chinoise**
- Ce chiffre augmente de **+ 5% par an**, ce qui équivaut à **+ 100 000 internautes** chaque jour
- **90 % des internautes chinois** : internet sur mobile
- **99% des internautes chinois** : réseaux sociaux
- **480 millions de chinois** pratiquent le E-commerce en Chine, ils seront **890 millions en 2020** à pratiquer le e-commerce, soit un **doublément en 3 ans**
- Les recettes du e-commerce sont estimées à **500 milliards \$ dont 100 milliards \$ pour le e-commerce cross border**, cette activité connaîtrait une croissance de **+50% par an**

■ Source: E-marketing.com

Selon certaines études, la Chine s'apprête à devenir en **2018 le 1er marché digital B2C** (e-commerce, e-travel, réseaux sociaux, etc.) du monde, dépassant les Etats-Unis avec **765 milliards de dollars de recettes**

China Will Be the World's Largest Digital Market by 2018

Digital B2C market revenue forecast (e.g. e-commerce, e-travel and digital media)



CC BY ND @StatistaCharts

* Germany, France, UK, Italy, Spain
Source: Statista Digital Economy Compass

statista



Source : Statistica



Introduction, Aperçu du Droit du Digital en Chine

Les textes majeurs du Droit du Digital en Chine :

- **Décision du Comité permanent de l'Assemblée populaire nationale sur le renforcement de la protection des informations sur les réseaux, 2012**
- **Les règles de protection des données personnelles des télécommunications et des utilisateurs d'Internet, 2013**
- **La Loi chinoise sur la signature électronique, 2015**
- **Les mesures administratives sur les services de paiement des institutions non financières, Les mesures administratives sur les activités de paiement en réseau des établissements de paiement non bancaires, 2015 (concernent WeChat Pay, et Alipay)**



Introduction, Aperçu du Droit du Digital en Chine

Les textes majeurs du Droit du Digital en Chine :

- **La Loi chinoise sur la publicité, 2015**
- **Dispositions administratives relatives aux services d'information sur les applications Internet mobiles, 2016**
- **Mesures relatives à l'examen de sécurité des produits et services en ligne de 2017**
- **La Loi chinoise sur la Cybersécurité, 2017**
- **La Loi chinoise sur le E-commerce, 2ème projet du 7 Novembre 2017, encore en discussion**



Introduction, Aperçu du Droit du Digital en Chine

Les autorités gouvernementales du Droit du Digital en Chine :

- **MOFCOM : ministère du commerce** comprend 32 départements dont un département dédié au e-commerce
- **AIC : Administration nationale de l'industrie et du commerce** (*State Administration of Industry and Commerce*)
 - administration centrale et déconcentrée avec des **bureaux à l'échelle locale**, organe régulateur important même dans le digital avec la régulation des marchés, notamment des marques, des investissements étrangers, des licences d'exploitation, etc.
- **MIIT : Le ministère de l'industrie et des technologies de l'information** (*Ministry of Industry and Information Technology*)
 - la réglementation et le développement des services postaux, de l'Internet, de la radiodiffusion, des communications, de la production des nouvelles technologies de l'information
 - ne réglemente pas les médias, ni les publications sur les réseaux sociaux qui sont dans le domaine de régulation de la SAPPRFT et de la CAC



Introduction, Aperçu du Droit du Digital en Chine

Les autorités gouvernementales du Droit du Digital en Chine :

- **SAPPRFT : Administration de la presse, des publications, de la radio, du cinéma et de la télévision** (*PRC State Administration of Press, Publication, Radio, Film, and Television*)
- **BSP : Bureau de la sécurité publique** (BSP) (*Public Security Bureau (PBS)*)
- **CAC : Administration du cyberspace de la Chine** (*Cyberspace administration of China*)
 - fondée en **2014**, l'organisme central **de réglementation, de censure, de surveillance et de contrôle** de l'Internet chinois.
 - notamment régulateur dernièrement dans les règles d'application de le nouveau cadre juridique en matière de données personnelles



1. E-commerce

Plateformes (T-mall, Wechat, Tao Bao, etc.), contrats électroniques, e-signature, litiges, imposition



Les différents modèles de e-commerce

❑ Les fournisseurs de plateforme

- **mode opératoire** : fournisseurs de plateforme pour les marques et revendeurs étrangers qui ouvrent une « boutique en ligne »
- **Source de profit** : frais de la plateforme et commissions sur les ventes
- **exemple d'acteurs** : JD.com, Tmall Global, Tao Bao



❑ Les opérateurs autonomes

- **mode opératoire** : source des produits étrangers pour les vendre en Chine, ils prennent souvent en charge toute la chaîne de distribution
- **Source de profit** : pourcentage du profit des ventes
- **exemple d'acteurs** : JD.com, Amazon





Les différents modèles de e-commerce

□ Les opérateurs verticaux

- **Mode opératoire** : vente de produits étrangers selon un propre site de e-commerce (hébergeurs de plateforme e-commerce)
- **Source de profit** : pourcentage sur les ventes totales
- **exemple d'acteurs** : mia.com

蜜芽 mia.com
进口母婴限时特卖

也买酒
yemaijiu.com

□ Les sites personnels des marques

- **Mode opératoire** : vente direct sur un site ".cn" de la marque, directement géré et exploité par la marque
- **Source de profit** : 100 % pour la marque
- **exemple d'acteurs** : H&M

H&M



2ème projet de loi sur le e-commerce 7 novembre 2017

Les objectifs : La croissance, maintenir l'ordre sur le marché et de lutter contre les escroqueries et les contrefaçons sur les plateformes de e-commerce

Le projet a un large champ d'application et s'étend à tous les "opérateurs de e-commerce" en Chine, ce qui est un nouveau concept englobant :

1. les opérateurs exploitant leurs propres sites Web
2. les plates-formes de e-commerce, et
3. les opérateurs de e-commerce qui ont inscrit leurs boutiques en ligne sur les plates-formes de e-commerce.





La validité des contrats en droit chinois

- **Le droit chinois des contrats** s'applique aux contrats électroniques
- **La Forme écrite** d'un contrat peut notamment être caractérisé par « *les messages électroniques (y compris les télégrammes, les télex, les télécopies, les échanges de données électroniques et les emails)* »
- **L'offre et l'acceptation** sont nécessaires comme dans un contrat classique (possibilité d'exiger un formulaire, précision des éléments essentiels du contrat, etc.)
- **Intégration des conditions** : clairement présentées au client à la fin d'une page avec à la mention « J'accepte »
- **Plusieurs modes de contrats électroniques admis** :
 - par **clic**,
 - par **navigation** et par "opt-out" (exemple des cookies)
- **Certaines clauses types de contrats électroniques sont proposées par l'administration chinoise** (Par ex : Lignes directrices pour la normalisation des clauses contractuelles des plates-formes de trading, AIC, juillet 2014))



Validité du contrat électronique

- Le contrat a les mêmes effets juridiques qu'un contrat original, écrit dès lors que les conditions sont remplies

- **Conditions de validité :**

- i. rédigé **par écrit**
- ii. conservé dans **sa version originale**
- iii. Peut être **affichés, récupérés, consultés et utilisés** à tout moment;
- iv. **son format est identique** au format au moment de sa création
- v. **l'identité de l'offrant et de l'acceptant** sont vérifiables
- vi. **le moment de l'acceptation** du contrat électronique est vérifiable

➤ *Utilisation de Blockchain, solutions Cloud, sécurisées et certifiées (par ex : règlement eIDAS, etc.)*

- **Il est cependant impossibilité de passer certains contrats par voie électronique en droit chinois :**
 - i. Les contrats de **mariage, l'adoption et la succession.**
 - ii. Les contrats de transfert de droits sur des **biens immobiliers**, tels que les **terrains et les bâtiments.**
 - iii. Les contrats de cessation d'approvisionnement en **eau, chauffage, gaz, électricité** et autres services publics.
 - iv. **Autres contrats** définis par loi et règlement



La e-signature ou signature électronique

- Le but de la signature électronique est de garantir l'intégrité d'un document électronique et d'en authentifier l'auteur, par analogie avec la signature manuscrite d'un document papier
- Def° : « les données sous forme électronique, qui sont incluses ou jointes à un message aux fins de vérification de l'identité du signataire et d'indication de la confirmation par le signataire du contenu du message ».

- Les conditions de validité :

- i. Les données sont exclusivement détenues et contrôlées par le signataire électronique.
- ii. toute modification apportée à la signature électronique **peut, suite à son utilisation, être découverte.**
- iii. toute modification apportée au contenu et à la forme d'un message de données peut, à la suite de l'utilisation de la signature électronique, être découverte.

- La loi chinoise sur la signature électronique accorde à la signature électronique valable le **même effet juridique** qu'une signature manuscrite ou un **tampon / sceau**
- La loi prévoit toutefois des domaines d'exclusion pour certains contrats (= ceux qui ne peuvent être passés par voie électronique)



Les litiges sur les plateformes de e-commerce

- **Le droit chinois de la procédure civile** s'applique aux litiges résultant d'activités de e-commerce
- La compétence est établie par **dispositions contractuelles**, qui peuvent :
 - ✓ Soumettre le litige au **tribunal compétent**.
 - ✓ Soumettre le litige à une **commission ou un tribunal d'arbitrage** expressément mentionné.
- Les parties contractantes peuvent convenir **par écrit de se soumettre à la compétence du tribunal du lieu qui a un lien avec le litige**, tel que le lieu du domicile du défendeur ou du demandeur, le lieu de l'exécution ou de la signature du contrat
- **L'interprétation de la Cour Suprême** du droit chinois de la procédure civile le prévoit expressément :
 - ✓ **Le domicile de l'acheteur est le lieu d'exécution du contrat.**
 - Ce sera nécessairement la Chine pour les litiges crossborder impliquant une société étrangère et un consommateur chinois,
 - ✓ **S'il s'agit d'une livraison, le lieu de réception sera le lieu d'exécution du contrat**
 - Bis repetita



Les litiges sur les plateformes de e-commerce

- **Les règles générales de détermination de la loi chinoise s'appliquent** s'appliquent aux contrats électroniques :
 - **2 parties sont des entités chinoises** et que **l'objet du contrat concerne la Chine**, le contrat est régi par le droit chinois
 - un contrat comporte un élément d'**extranéité** (par ex : l'une des parties contractantes est une société non immatriculée en Chine), les **parties concernées peuvent choisir le droit étranger comme loi applicable au contrat**
- Il n'existe pas un service général de **règlement extrajudiciaire des différends** offerts aux commerçants et clients en ligne en Chine. Toutefois, certaines initiatives sont à noter :
 - **la China International Economic and Trade Arbitration Commission (CIETAC)** a formulé un ensemble de règles de règlement des différends relatifs aux noms de domaine
 - **Les plateformes de e-commerce proposent des plateformes de règlements des litiges en ligne.**
 - **Alibaba avec Tao Bao** ont ouvert des **plateformes de traitement des litiges** directement sur le site où l'on peut porter des réclamations contre des vendeurs de produits contrefaisants ou de mauvaise qualité (**Cf 4. La lutte contre la contrefaçon sur l'internet chinois**)



L'imposition des activités de e-commerce

- **Les principes qui s'appliquent à l'Impôt en Chine** trouvent également à s'appliquer aux activités de e-commerce :
 - Ainsi les activités sont taxées si les bénéfices tirés des ventes peuvent être considérés comme provenant ou étant liés à la Chine
 - Des activités de e-commerce peuvent naturellement rentrer dans ce champ
- Les **entreprises résidentes et les entreprises non résidentes** exerçant des activités de e-commerce doivent payer l'impôt sur leurs recettes provenant de la Chine, et sur leurs recettes provenant de l'étranger mais ayant un lien effectif avec la Chine
- Les sociétés et les personnes physiques qui vendent des biens et fournissent des services en Chine, ou qui importent des biens en Chine, sont identifiées comme des contribuables et sont dès lors assujettis à la **TVA**



2ème projet de loi sur le e-commerce 7 novembre 2017

- Tous les opérateurs de commerce électronique doivent désormais **être enregistrés et agréés par l'AIC** (à l'exception des vendeurs de produits agricoles et d'artisanat d'art).
- Tous les opérateurs de commerce électronique, même **les boutiques en ligne individuelles devront payer des taxes sur leurs recettes** (avant ce n'était pas le cas)
- Le recouvrement de l'impôt et son application effective : le projet exige que les opérateurs de plate-forme **recueillent les informations relatives aux licences d'exploitation** et à **l'identité des boutiques en ligne**, et qu'ils **transmettent ces informations aux autorités fiscales chinoises**





2. Publicité en ligne

Droit de la publicité, licences, héberger un site en Chine, diffuser sur les réseaux sociaux (WeChat, QQ, Weibo, etc), Accréditations des sites de confiance, risques et responsabilités liés au contenu



Le Droit de la publicité en ligne en Chine

- La principale législation en Chine qui régleme la publicité des biens et des services est la **Loi chinoise sur la publicité**, dont la **dernière modification de 2015, est applicable à la publicité en ligne**
- S'ajoute à cette loi sur la publicité **les règlements et avis spécifiques à l'industrie et au secteur publiés** par les différents ministères et autorités gouvernementales (SAPPRFT, CAC, etc.)
- Pour être légale **une publicité** doit obligatoirement :
 - ✓ Présenter un contenu **exacte et licite**
 - ✓ **Ne pas contenir de contenu faux ou trompeur.**
 - ✓ **Ne pas frauder ou tromper les consommateurs.**
 - ✓ Se conformer aux exigences de "**la construction d'une civilisation socialiste et du développement de la culture traditionnelle positive de la nation chinoise**".
 - Ce critère est apprécié ***in concreto*** et laisse une **large marge d'appréciation** à la SAPPRFT et à la CAC

Interdiction pure et simple : drapeau ou l'hymne national, ou "niveau national/étatique", "top niveau" ou "le meilleur" + publicité des services médicaux, médicaments ou d'instruments médicaux.



Le Droit de la publicité en ligne en Chine

- **Pop-up** : Les pop-up ou forme similaire de publicité **doivent indiquer clairement un signe de fermeture** permettant de fermer ces publicités par **un simple clic**
- **Pour les e-mails, MIIT, 2006** : principale législation en Chine qui régleme les publicités par e-mails :
 - Nécessité d'obtenir le **consentement exprès du destinataire**
 - Doit contenir la légende "**AD**" pour « Advertisement » (ou le même avertissement en chinois)
- **Pour les SMS, MIIT, 2015** : principale législation en Chine qui régleme les publicités par SMS :
 - Le **consentement ou l'information** du sujet
 - Le **silence** est considéré comme une objection
 - Les possibilités de **retirer son consentement**
- **Langue du contrat** : il n'y a pas d'exigences linguistiques spécifiques pour les sites Web ciblant la Chine cependant la validité du contrat peut être contestée en raison d'un grave malentendu dû à une langue étrangère
 - **Conseil** : présenter le contrat en langue chinoise à des publics et des clients basés en Chine



2ème projet de loi sur le e-commerce, 7 novembre 2017

- Le projet de Loi contient également des règles sur la **publicité en ligne**.
- Il réitère certaines des interdictions mais les **adapte à un contexte numérique** :
 - Il est interdit de fabriquer de fausses informations sur les transactions
 - Il est interdit d'écrire et de poster de fausses critiques d'utilisateurs ou de supprimer de véritables critiques d'utilisateurs, à moins qu'elles ne soient diffamatoires ou illicites.





Héberger un site en Chine, Structure sur place

- Il sera généralement nécessaire de faire appel à un développeur de site Web et à un hébergeur pour développer et héberger le site Web en Chine
 - Pour que le site soit accessible à un public chinois, vous devez **l'héberger sur un serveur physiquement situé en Chine ou dans des régions voisines** : Chine continentale, Hong Kong, Taiwan ou Corée du Sud
 - **La question de la localisation ou non en Chine** dépend de l'existence ou non d'une structure juridique en Chine
-
- **Si vous avez une structure juridique en Chine et une équipe informatique chinoise sur place, un hébergement sur place permet de :**
 - **limiter les risques de blocage** (les sites hébergés en Chine sont moins susceptibles d'être bloqués que s'ils sont hébergés à l'étranger)
 - **réduire le temps de chargement** pour les internautes locaux
 - **Un site Web sur un serveur physiquement situé en Chine** doit obtenir un numéro **ICP (Internet Content Provider)**
 - délivré exclusivement à des entreprises chinoises (à capital chinois, mixte, ou WFOE).
 - **Les sanctions** pour l'exploitation d'un site commercial sans licence sont **lourdes** (annulation de la licence d'exploitation, confiscation des revenus, amende de 3 à 5 fois le montant des revenus, sanctions pénales)



Héberger un site en Chine, Structure sur place

- Chaque entité en Chine qui souhaite exploiter un site **Web** en Chine est tenue d'obtenir une licence **ICP** dont l'obtention est basée sur deux règlements :
 - 1) Technologie de l'information
 - 2) Méthode de gestion des services d'information sur les réseaux Internet

- **Des hébergeurs locaux proposent de prendre les mesures pour obtenir votre ICP** à conditions de leur fournir notamment:
 - ❖ Une copie de **votre licence d'entreprise chinoise, avec le cachet de la société,**
 - ❖ Un certificat de **nom de domaine**
 - ❖ Une copie de la **carte d'identité de votre personne de contact** (doit être un citoyen chinois)
 - ❖ **Une photo d'identité de la personne de contact** (doit être un citoyen chinois)
 - ❖ **Les formulaires** (nom et adresse de la société, l'investisseur, personne de contact)
 - ❖ **Les informations sur le site** (nom de domaine, type de site, etc. (en chinois))

- **Astuce** : Si vous souscrivez un hébergement chez un hébergeur chinois, votre site peut être mis en ligne **immédiatement (sans ICP)**. Mais vous devez fournir une **ICP valide dans un délai de 3 mois**



Héberger un site en Chine, Sans structure sur place

- Si vous n'avez pas de structure juridique en Chine :
 - Il est possible d'obtenir un hébergement sur **Hong Kong, Taiwan, Singapour et la Corée du Sud** qui offrent grâce à de bonnes connexions avec la Chine
 - [Plus : Service d'assistance en anglais qui n'est pas accessible en Chine](#)
 - Aussi, **Alicloud, d'Alibaba**, propose depuis fin 2016 d'héberger votre site sur des serveurs en Europe, via une connexion haut débit dédiée à la Chine
 - Bon temps de réponse pour les utilisateurs chinois,
 - Permet de contourner le GFW grâce à un "accord spécial" entre Alibaba et le gouvernement
 - Alicloud exerce un contrôle sur le contenu comme par délégation de l'Etat chinois, il peut obtenir une licence ICP auprès des autorités.



Enregistrer un nom de domaine en Chine

- Les mesures administratives pour les noms de domaine sur Internet, dont les dernières datent d'Octobre 2017, régissent les noms de domaine en Chine
- Le principe du « **premier arrivé, premier servi** », comme en matière d'enregistrement de marque, est suivi par les **prestataires de services pour l'enregistrement des noms de domaine**
- Il est possible pour une société étrangère d'acheter un nom de domaine « .cn. » depuis 2015
- Ainsi, il est **vivement conseillé d'enregistrer au plus vite le nom de domaine de votre société** afin de protéger votre marque et **d'éviter le squattage ou le racket par des sociétés spécialisées dans cette activité** (comme en matière de marques).
- A défaut, il est toujours **possible de récupérer son nom de domaine par la voie de la négociation ou procédures légales qui peuvent prendre plusieurs mois**
- Le demandeur d'enregistrement d'un nom de domaine doit obligatoirement :
 - Soumettre des **informations authentiques, exactes et complètes** pour l'enregistrement des noms de domaine.
 - Signer un **protocole d'enregistrement d'abonné avec le bureau d'enregistrement des noms de domaine.**



Enregistrer un nom de domaine en Chine

- Un nom de domaine ne peut contenir de « **contenu négatif** » qui irait à l'encontre des **principes fondamentaux de la Constitution chinoise** ou qui compromet la sécurité nationale ou divulgue des secrets d'État.
 - par ex : « [thatishatXisaid.cn](#) » ou « [lamMao.cn](#) » sont à proscrire
- **Les noms de domaine eux-mêmes ne confèrent pas de droits de propriété supplémentaires** en vertu du droit chinois mais **ils peuvent être enregistrés au titre du droit des marques** auprès de l'Office des marques
- L'utilisation d'un nom de domaine **peut donner lieu à des droits de marque un non enregistrés** pour le titulaire et l'utilisateur du nom de domaine si, au fil du temps, **il acquiert les attributs d'une marque**. Il faudra ainsi établir la réputation du nom de domaine pour obtenir sa protection au titre du droit des marques.
- Si un tiers déforme un lien ou une affiliation avec ce nom de domaine et qu'en conséquence, il cause ou est susceptible de causer un préjudice à l'entreprise, **le tiers peut être tenu responsable de contrefaçon**
- Ainsi, un nom de domaine **ne peut pas inclure le nom d'une autre société renommée**.



Les accréditations de sites de confiance

- Il n'existe **pas d'accréditations gouvernementales officielles et générales** pour les sites Web en Chine comme en Europe avec le règlement européen « eIDAS » par exemple.

- Cependant certaines certifications peuvent être intéressantes pour les fournisseurs de sites Web qui souhaitent opérer en Chine, par exemple :
 - ❖ **China Electronic Authentication Industry Alliance**, sous le contrôle du MIIT

 - ❖ **China Electronic Commerce Association**, l'organisation institutionnelle nationale, supervisée par le MIIT et le Ministère des affaires civiles.

 - ❖ **Trusted Website of North Dragon Net (Beijing) Technology Co., Ltd.**, assisté par le China Internet Network Information Centre.



La responsabilité liée au contenu d'un site en Chine

- En Chine, il n'existe **pas de législation spécifique régissant les responsabilités** qui peuvent découler de **l'exploitation d'un site Web**.
- **La responsabilité des commerçants en ligne, des hébergeurs et des éditeurs** de sites Web peut être engagée :
 - **Pour violation des droits d'auteur et des marques** : Si un commerçant en ligne utilise du contenu de tiers sur son site Web sans avoir obtenu les droits ou licences correspondants, il peut être exposé à des actions pour contrefaçon de marques ou de droits d'auteur.
 - ❖ **Pour divulgation ou utilisation illicite de secrets commerciaux de tiers.**
 - ❖ **Pour atteinte aux droit des consommateurs.**
 - ❖ **Pour diffamation.**
 - ❖ **Pour violation du règlement sur les données personnelles et de la confidentialité.**



La responsabilité liée au contenu d'un site en Chine

- L'éditeurs et l'hébergeur d'un site Web, plateforme, sont également responsables du contenu publié sur le site Web qu'ils éditent ou hébergent
- Les mesures administratives relatives aux services d'information sur Internet imposent **aux éditeurs et aux hébergeurs de sites Web l'obligation légale de veiller à ce que les informations qu'ils fournissent soient licites** et à ce qu'ils ne publient pas d'informations contenant des messages :
 - ❖ Contraire aux **principes importants énoncés dans la Constitution chinoise**.
 - ❖ Préjudiciable à la **sécurité de l'État, au secret d'État, au pouvoir de l'État**
 - ❖ Est préjudiciable à **l'honneur et aux intérêts de l'État**.
 - ❖ Provoquant **la haine ou la discrimination ethnique et nuit à l'unité nationale**.
 - ❖ **Préjudiciable à la politique religieuse de l'État**, propageant des idées hérétiques ou superstitieuses.
 - ❖ Diffuse **l'obscénité, la pornographie, la violence, la brutalité et la terreur ou le crime**.
 - ❖ **Humilie ou diffame autrui**, viole les droits et intérêts légitimes d'autrui.
 - ❖ **Contient des contenus interdits** par les lois et règlements.



Les risques liés au contenu des publicités ou des sites web

Les sociétés doivent être **extrêmement soucieuses du contenu de leur site internet** surtout lorsqu'ils utilisent des modèles globaux de site développé dans d'autres pays

➤ Soucis de la **traduction** et de l'**adaptation** du site à direction des chinois

- Plusieurs multinationales qui opèrent dans en Chine ont été ciblées par les régulateurs et les réseaux sociaux chinois pour avoir inclus le **Tibet, Hong Kong, Macao ou Taiwan dans une liste de pays indépendants**.
- **Le 1^{er} scandale fut la chaîne d'hôtels Marriott fin 2017**. Les allégations de plusieurs utilisateurs d'Internet dans les réseaux sociaux ont déclenché une vague de critiques qui a eu des conséquences graves pour la société :
 - **La fermeture du site** pendant une semaine par China Cyberspace Administration (CAC)
 - **Des excuses publiques**
 - Bad Buzz entraînant une **baisse de l'activité en Chine**
- La compagnie aérienne Delta Airlines ou la société Zara ont connu le même opprobre public et ont ainsi dû modifier le contenu de leurs sites Web et publier des excuses publiques



3. Distribuer un logiciel, une app, un jeu en ligne

Formes sociales, licences, contrats de développement d'applications,



Formes sociales et licences

- **Les exigences et les restrictions en matière d'investissement étranger**, ainsi que d'autres exigences en matière de **licence**, dictent **la forme qu'une société étrangère** peut être tenue de mettre en place en Chine pour conduire des activités digitales en Chine
- Si une société étrangère est assujettie à des **restrictions en matière de capitaux étrangers**, la société étrangère peut être tenue de créer **une coentreprise avec son partenaire chinois** (notamment les JV).
- **L'Equity Joint Venture (EJV)** détiendra alors toutes les licences requises pour conduire des activités en ligne.
- Cependant, toutes les activités en ligne **n'exigent pas forcément une présence en Chine** (comme nous l'avons vu pour le e-commerce ou la publicité en ligne qui peuvent être pilotés de l'étranger) mais pour certaines activités l'entreprise doit établir une présence en Chine.
- Il existe aussi **d'autres facteurs** que les exigences légales qui déterminent si une présence (sous la forme d'une société ou d'un bureau de représentation) doit être établie en Chine : **la fiscalité, l'emploi de personnel chinois, la facturation et les limites de conversion en devises étrangères.**



Formes sociales et licences

- Des activités en ligne sont soumises à des **restrictions d'investissement étranger** en Chine

Le Catalogue d'orientation des investissements étrangers, dont la dernière version a été publiée en **2017** (et va vers une plus grande ouverture du marché aux investissements étrangers), classe les différentes industries en trois catégories : "**encouragées**", "**restreintes**" et "**interdites**".

- **Les catégories "restreintes" et "interdites"**. seront les plus courantes dans le cadre des activités digitales des sociétés étrangères en Chine
 - Les Free Trade Zone, comme à Shanghai ou à Shenzhen peuvent donner place à davantage d'expérimentations.
- Les mesures administratives sur les services de publication en ligne, publiées par SAPPRFT et le MIIT l'information de 2016 interdisent la délivrance d'une **licence d'édition de service en ligne** (pour les logiciels de type Saas, les Apps ou les jeux vidéos) pour :
 - **Des joint-ventures sino-étrangères (Contract JV) ;**
 - **Coentreprise coopérative sino-étrangère (Cooperative JV) ; et**
 - **Des entreprises entièrement étrangères (WOFE).**



La distribution de logiciel de type SaaS

- Le principal problème pour les sociétés qui veulent distribuer des logiciels (type SaaS) ou des Apps ou des jeux vidéo en Chine est d'obtenir la **licence commerciale ICP**
- Ouvrir une plateforme de e-commerce, proposer un service de Cloud Computing, de logiciel comme service (SaaS) et de logiciel comme plate-forme (PaaS), nécessitent une **licence commerciale ICP**.
- **La nécessité d'obtenir cette licence fait qu'il est difficile pour les développeurs de logiciels étrangers** d'entrer sur le marché du Cloud, de l'App, du SaaS, ou du jeu vidéo en Chine.
- Certaines entités étrangères entièrement contrôlées par des Chinois ont trouvé un moyen de contourner cette restriction en utilisant des **structures VIE**, qui s'avèrent risquées.
- Une licence le logiciel peut être concédée à une **société chinoise formée spécifiquement pour obtenir la licence requise pour héberger le logiciel en Cloud**. Il peut être difficile de trouver un partenaire en Chine (investissements importants pour la licence). Il faut s'assurer que le licencié comprend ce qu'il accepte de faire.



Pour la distribution d'une App

- Les entreprises concluent généralement des **contrats de développement d'application** avec des sociétés de développement de logiciels et des **contrats de licence** en Chine à des distributeurs pour leurs applications
- Les accords doivent **les licences de logiciels** et de contenu nécessaires au développement ou à la distribution de l'application
- En Chine, les applications sont **distribuées par le biais de banques d'applications locales** exploitées principalement par **4 groupes de fournisseurs** :
 1. les **fabricants de téléphone** (ex : Xiaomi et Huawei).
 2. les **opérateurs d'applications tierces** (ex : 360, Tencent, et Baidu).
 3. les **opérateurs O/S** (ex : Apple app store).
 4. les **opérateurs de télécommunications** (ex : China Unicom's WoStore).
- Les entreprises concluent des **accords de distribution ou de coopération avec les exploitants d'App store** pour faire distribuer leur application et des **accords de licence** avec l'utilisateur final par le biais de l'App



4. Données personnelles

Le nouveau “RGPD Chinois” (application en mai 2018), comparaison avec le RGPD, obligations, transfert de données personnelles cross border EU/Chine



Les données personnelles en Chine, une préoccupation relativement nouvelle

- En Chine, la **protection des données personnelles est un concept relativement nouveau** en raison de la différence entre la **conception de la vie privée en Europe et en Chine**
- On constate de véritables efforts des décideurs politiques, surtout depuis quelques mois, pour **répondre aux préoccupations de la société concernant la sécurité des données personnelles** en élargissant la portée de la protection.
- L'attitude des chinois à l'égard de la protection des données personnelles est **ambivalente**.
 - Dans les campagnes populaires de **diffamation en ligne**, une forme **justice publique** pour des cadres corrompus, des acteurs infidèles ou des étudiants non patriotiques est utilisée contre l'auteur présumé d'un délit
 - **ex : étudiante chinoise aux Etats-Unis, « l'air de la liberté », l'étudiante chinoise au Japon en 2017 accusé d'avoir laissé mourir une de ses amies**



Les données personnelles en Chine, une préoccupation relativement nouvelle

- La fuite de ces données a atteint des niveaux critiques pour le pays et a éveillé les consciences à ce nouveau problème de société : la **cybersécurité**
- En 2016, on estime que les **fuites de données** ont causé une perte de **91,5 milliards de yuans** à l'économie chinoise (environ **11,5 milliards d'euros**)
- Ces dernière années, il y a également eu plusieurs **scandales liés à des fuites ou des collectes de données** :
 - l'affaire **Xu Yuyu** où suite à la divulgation de données personnelles, un criminel a volé de l'argent économisé par une famille pour l'éducation de leur fille de 18 ans)
 - en Janvier 2018, **Alibaba** a été au cœur de la tourmente à cause de son application **Sesame Credit**, système de notation des dépenses. Alibaba a été accusé de contrôle social



App Sésame Crédit
Source : Alibaba



La nouvelle loi sur la Cybersécurité, RGPD chinois ?

- **La loi chinoise sur la cybersécurité a été adoptée en 2016** et est entrée en **application au 1er juin 2017**, la Chine a adopté un nouveau règlement sur les données personnelles **très similaire au règlement général européen sur la protection des données (RGPD ou GDPR)**.
- La réglementation chinoise rentre également en application en **mai 2018**.
- La Chine est passée d'un modèle américain à un **modèle européen** sur la réglementation des données personnelles ce qui a conduit les États-Unis et les entreprises américaines à s'isoler davantage.
- La loi s'inscrit dans la campagne à long terme de la Chine en faveur d'un **contrôle juridictionnel du contenu sur Internet (The Great Fire Wall)**.



La nouvelle loi sur la Cybersécurité, RGPD chinois ?

- La nouvelle loi sur la cybersécurité définit les objectifs de la protection des données personnelles par les exigences **de sécurité des réseaux et des systèmes afin de protéger les systèmes et la vie privée des chinois**
- Le **GDPR** se concentre sur les libertés fondamentales tandis que la **loi chinoise sur la cybersécurité** est davantage axée sur la sécurité, nous pouvons constater que les 2 pays partagent une **ambition commune de réglementer la collecte et le traitement des données personnelles** afin d'assurer leur respect et leur sécurité.
- Les **précédents lois ou règlements en Chine** avaient déjà traités de la question des données à caractère personnel mais de manière disparate par industries sur le modèle américain (Banque, assurance, santé, etc.)
 - La loi sur la Cybersécurité pose un cadre général à la collecte et à l'utilisation des données personnelles.
- Ce nouveau cadre va permettre **aux entreprises chinoises de se mettre en conformité avec les normes et les meilleures pratiques mondiales en matière de cybersécurité** et va permettre aux entreprises chinoises d'être en conformité avec le RGPD en Europe



La nouvelle loi sur la Cybersécurité, RGPD chinois ?

- Les **données à caractère personnel** sont définies par la loi sur la Cybersécurité par « *toutes sortes d'informations, stockées sous forme électronique ou autre, qui, **individuellement ou en combinaison avec d'autres informations** qui permettent d'identifier l'identité individuelle d'une personne physique, y compris, mais sans s'y limiter, son nom, sa date de naissance, son numéro de carte d'identité, des informations biologiques personnelles distinctives, son adresse, son numéro de téléphone* »
- Les obligations s'appliquent particulièrement aux « **opérateurs de réseau** », ce qui recouvre pratiquement toutes les entreprises qui conduisent des activités en Chine
 - par ex : un café qui propose la wifi à ses clients est un opérateur de réseau

Les lois et règlements prévoient que :

- ✓ les données à caractère personnel collectées et leur utilisation doivent être **nécessaires, légales et appropriées**
- ✓ les personnes doivent être informées des **finalités, des méthodes et de l'étendue** de l'utilisation des informations collectées,
- ✓ **le consentement** des sujets de données doit être obtenu avant de collecter et d'utiliser ces informations.



La nouvelle loi sur la Cybersécurité, RGPD chinois ?

- En fait, le **nouveau cadre de la protection en Chine, notamment à l'issue de nouvelles lignes directrices publiées en janvier 2018** (*New National Standard on Personal Information Protection*), reprend en grande partie le GDPR sur :
 - ❖ **Les définitions** (données personnelles, données sensibles, traitement de données etc.),
 - ❖ **Les principes qui guident la protection des données** (Légalité et loyauté, transparence, limitation de la collecte, minimisation des données, sécurité, etc.),
 - ❖ **Les droits attachés aux données** (droit à l'accès, droit à la rectification, droit à l'oubli),
 - ❖ **Les obligations relatives à la collecte et au traitement** (consentement, etc.),
 - ❖ **L'exportation des données,**
 - ❖ **L'étude d'impact sur la vie privée**



La nouvelle loi sur la Cybersécurité, RGPD chinois ?

- **Quelques différences** entre la norme de sécurité des renseignements personnels de la Chine et le GDPR méritent d'être soulignées :
 - ❖ les "**données personnelles sensibles**" ont une plus grande portée en Chine (celles qui pourraient nuire aux personnes, aux biens, à la réputation et à la santé mentale et physique en cas de perte ou d'abus.)
 - ❖ **Le consentement pour la transfert à l'étranger de données personnels** doit nécessairement être obtenu auprès du sujet de données en Chine
 - ❖ Le RGPD admet les "**intérêts légitimes**" d'un responsable de traitement ou d'un tiers, pas la norme chinoise.
 - ❖ La norme chinoise contient des **exigences plus rigoureuses** sur les types d'information à inclure dans **les avis de confidentialité**. Contrairement au RGPD, les avis de confidentialité doivent être présentés un par un.
 - ❖ **exigences plus spécifiques des tests de sécurité et des systèmes sont plus contraignants en Chine**

Le mise en conformité avec le droit de la protection des données personnelles en Chine peut être **basée sur les exigences du GDPR** et avec l'ajout des **exigences spécifiques à la loi sur la cybersécurité** (évaluation annuelle de la sécurité, consentement au transfert à l'exportation, etc.)



La nouvelle loi sur la Cybersécurité, RGPD chinois ?

- Aussi, la loi chinoise sur la cybersécurité impose des obligations renforcées également certaines **"infrastructures d'information critiques"** ("*Critical information infrastructure*" (CCI))
 - en matière de **santé**, de **médias**, de **recherche**, de **transport**, etc.
- Il est ainsi nécessaire pour les sociétés de savoir si elles doivent être considérées comme des « **infrastructures d'information critiques** ». Pour se faire, elles peuvent prendre contact avec **l'administration chinoise du Cyberspace** (CAC).
- Le caractère flou des termes et la longueur de la mise en place de normes d'application de la loi sur la Cybersécurité a posé aux entreprises étrangères et les organisations ont **normalement besoin de transférer des informations à l'étranger**, en particulier parce que la loi stipule que les données sensibles **doivent être stockées sur le territoire national**. D'autant plus que ces obligations sont sanctionnées par de **lourdes amendes**.
 - **Exemple de mise en conformité** : Apple a décidé en janvier 2018 de transférer les données des utilisateurs chinois d'iCloud vers **un centre de données en Chine**, se considérant naturellement comme une **CCI**. Le 28 février 2018 les données des utilisateurs d'iCloud chinois ont été exporté en Chine dans les Cloud chinois.



L'export des données vers la France

- ❑ Bien qu'il n'y ait **pas de règles uniformes sur le transfert des données personnelles dans les lois ou règlements obligatoires**, il est possible de se référer aux règles énoncées dans les Lignes directrices sur l'évaluation de la sécurité pour l'exportation des données publiées par **le Comité nationale de la sécurité des technologies de l'information**

- ❑ Aux termes des lignes directrices, le terme "**transfert de données à caractère personnel**" désigne « *la fourniture de données à caractère personnel par un responsable du traitement ("le responsable du traitement") à un destinataire de données ("le destinataire")* »,
 - par exemple : la divulgation des données **au public**, la divulgation à un certain **groupe de personnes** ou l'autorisation **d'un tiers** à traiter les informations seront considérés comme transfert de données à caractère personnel et devront à ce titre être soumis à une évaluation des risques



L'export des données vers la France

- Les responsables de traitement et de transfert doivent organiser **l'auto-évaluation de sécurité des transferts transfrontaliers de données**

- La loi sur la Cybersécurité définit **les critères** à prendre en compte pour **l'évaluation de la sécurité du transfert transfrontalier de données** se concentre sur les aspects suivants :
 - ✓ **La nécessité** du transfert transfrontalier de données ;
 - ✓ **Le montant, la portée, le type, le degré de sensibilité** et la question de savoir si la personne concernée a consenti
 - ✓ **Les mesures de sécurité du destinataire des données, sa capacité et son niveau de sécurité**, et celle du **Pays**
 - ✓ Les risques résultant de **la fuite, de l'endommagement, de la falsification de données**
 - ✓ **Les risques pour la sécurité nationale, les intérêts sociétaux et publics** ainsi que les droits et intérêts individuels

- Les paliers d'export de données sur **plus de 500 000 personnes et d'une quantité de données de plus de 1 000 Go** avaient été discutés avant d'être par la suite abandonnés.



L'export des données vers la France

- Pour transférer légalement des données à des tiers, les **conditions suivantes** doivent être remplies :
 - ✓ **Information** : le responsable du traitement doit expliquer la finalité et l'étendue du transfert de données à la personne concernée, et les données ainsi transférées ne doivent pas dépasser la portée ainsi expliquée.
 - ✓ **Aptitude technique** : le responsable du traitement veille à ce que le destinataire ait la capacité de traiter correctement les données à caractère personnel et conclut un accord de transfert de données avec le responsable du traitement
 - ✓ **Confidentialité** : les données ne seront pas accessibles à d'autres personnes que le destinataire.
 - ✓ **Consentement** : En cas de transfert à une entité hors de Chine, le consentement exprès de la personne concernée, l'autorisation gouvernementale ou autre autorisation légale ou réglementaire explicite doit être obtenue.

- Il est à noter que les **transferts intragroupes** ne sont pas explicitement exclus de ces restrictions, ce qui signifie que le transfert de données interne peut être considéré comme une **transfert à un tiers**
 - Ce qui a amené **beaucoup de critiques notamment des américains devant l'OMC** : selon eux, ces contraintes sur le transfert de données rendent l'activité de leurs entreprises en Chine impossible car le transfert de données est continu et nécessaire à l'activité

- De nombreuses entreprises françaises devront conduire cette auto-évaluation pour être en conformité avec le droit chinois en **mai 2018**



5. Lutter contre la contrefaçon sur l'Internet chinois

Actions contre les contrefacteurs, les éditeurs, les hébergeurs,
développement du droit d'auteur (cinéma, sport, etc.)



Le commerce en ligne chinois, paradis / enfer de la contrefaçon

- L'importante base manufacturière de la Chine et la faible protection des droits de propriété intellectuelle expliquent en partie le nombre colossale de produits de contrefaçon sur l'internet chinois.
- Il y a une utilisation croissante des sites Web et réseaux sociaux pour commercialiser ces produits
 - **Chiffres : 45 milliards de dollars de faux** étaient disponibles sur les différents sites de e-commerce d'Alibaba en **2016** (Source : Xinhua News). En 2015, l'AIC a critiqué Alibaba après une enquête de la China Consumers Association qui a montré que **seulement 37,25% des marchandises examinées sur Taobao.com étaient authentiques**
- La Chine étant **l'un des plus grands marchés de consommation au monde**, elle est nécessairement une composante essentielle de la stratégie globale de propriété intellectuelle de toute entreprise
- D'autant plus que le **réseau de e-commerce étant de plus en plus mondial de la Chine, il permet de promouvoir et de vendre produits contrefaits auprès d'un public international.**
- Le **vol d'identité et de marques de commerce**, de les produits de l'entreprise étrangère est courant sur des sites Web ou les médias sociaux (p. ex. la plateforme WeChat)



Lutter contre la contrefaçon en ligne

- Les sites de e-commerce chinois ont **mis au point des mécanismes de retrait en ligne** qui s'avèrent de plus en plus efficaces pour les entreprises étrangères qui peuvent démontrer les droits de propriété intellectuelle requis.
 - Ex : **Taobao, Tmall et 1688.com**, il est possible de procéder à des **démonstrations en ligne** en s'appuyant sur les dépôts de brevets et de marques chinoises
 - Sur **Aliexpress ou Alibaba**, des copies du certificat d'enregistrement à l'étranger de l'entreprise peuvent être utilisées pour **les demandes de retrait de produits de contrefaçon**.

- Il est également nécessaire de présenter des données **démontrant l'étendue de la contrefaçon** sur ces plateformes, y compris des constats d'achats qui illustrent l'étendue de la contrefaçon à différents niveaux de prix

- Aussi, les entreprises qui veulent protéger leurs produits ou services sur l'Internet chinoise doivent mener des **campagnes de démantèlement prolongées**, il est recommandé que les titulaires de droits tiennent des réunions en face à face avec les plates-formes pour expliquer la nature du problème et demander des solutions sur mesure.

- Les **forme d'enquêtes conjointes sur les contrefacteurs en série** ou d'une division du travail pour surveiller et attaquer les contrefacteurs apparaissant sur certaines plates-formes sont les plus efficaces



Lutter contre la contrefaçon en ligne

- Pour **les grands fournisseurs de contrefaçons**, les mesures d'application de la loi suivantes peuvent être envisagées dans les villes où les fournisseurs sont concentrés :
 - ❖ **Presser les AIC locaux de demander l'accès aux courriels et aux dossiers bancaires**, d'identifier l'endroit où se trouve le contrefacteur et de travailler ensemble à l'élaboration d'une réponse appropriée ;
 - ❖ **Le dépôt d'actions civiles visant la préservation de preuves *ex parte*** de dossiers importants pour construire des affaires criminelles ou civiles ;
 - ❖ **Déposer des actions en préservation des actifs pour saisir les comptes des contrefacteurs** ; et
 - ❖ S'adresser à la **radio ou la télévision locale** pour obtenir de l'aide pour enquêter

- Il est conseillé de réaliser des opérations de **cette ampleur chaque mois** pour une enquête plus approfondie et des mesures à prendre pour asseoir sa réputation et prévenir d'autres contrefaçons

- L'efficacité et la valeur de ces programmes peuvent être augmentées en **surveillant de près les récidivistes** et en signalant à temps sur la plate-forme commerciale



Engager la responsabilité du contrefacteur sur Internet

- Un commerçant en ligne ou un exploitant de site Web peut faire l'objet des **mesures correctives et pénalités** suivantes :
 - Si un commerçant en ligne ne se conforme pas aux exigences réglementaires imposées par une autorité gouvernementale, **l'autorité peut ordonner au commerçant en ligne de mettre un terme au comportement du contrevenant**.

 - Le commerçant en ligne peut être soumis non seulement à la **responsabilité civile ou pénale**, mais aussi à la **responsabilité administrative** (par exemple, une amende).

Si la publication d'un contenu de site Web donne lieu à **des plaintes délictuelles** (par exemple, diffamation, atteinte à la vie privée, à la réputation ou à d'autres droits de la personne), le demandeur peut être en droit de prétendre à :

- **La suppression du contenu illicite**
- **L'allocation de dommages et intérêts**
- **Des excuses publiques du responsable**



Engager la responsabilité du contrefacteur sur Internet

- En vertu des mesures administratives relatives aux services d'information sur l'Internet, l'exploitant d'un site Web doit indiquer à un endroit bien en vue sur son site **Web le numéro de licence ICP ou le numéro d'enregistrement du site Web**
 - **Astuce** : consulter le WHOIS sur des banques publiques d'enregistrement des noms de domaine ou demander à l'hébergeur l'identité
- L'exploitant d'un site Web doit également publier à l'endroit approprié sur la page principale de son site Web des informations concernant :
 - ✓ **Sa licence d'exploitation et les autres permis pertinents** en fonction de son activité.
 - ✓ **Son adresse professionnelle, son code postal, son numéro de téléphone, son adresse électronique et ses autres coordonnées.**



Engager la responsabilité du hébergeur ou d'un FAI

- **En droit chinois de la responsabilité délictuelle**, lorsqu'un internaute enfreint les droits et intérêts civils d'une personne par le biais de l'Internet, cette personne a **le droit d'exiger du fournisseur d'accès Internet (FAI) et à l'hébergeur qu'ils prennent les mesures nécessaires, telles que la suppression du contenu** :
 - Si le fournisseur d'accès Internet ou l'hébergeur ne prend pas les mesures nécessaires, ils sont **solidairement responsables** avec l'internaute de tout dommage supplémentaire (= régime en France dans le loi LCEN)
 - Afin **d'aménager des preuves**, les FAI et des hébergeurs ont des **obligations légales de conservation des contenus** qui sont de **60 jours pour un FAI** et de **2 ans pour un hébergeur**.

- Le tribunal peut ordonner au fournisseur d'accès Internet de lui communiquer les **informations spécifiques de l'utilisateur, telles que son nom, ses coordonnées et son adresse IP**

- Ainsi, une plateforme de e-commerce, est **responsable de la contrefaçon d'une marque s'il sait ou aurait dû savoir que l'opérateur de commerce électronique a commis une contrefaçon de marque**
 - **Alibaba** avec **Tao Bao** ou **JD.com** mènent désormais des politiques importantes en matière de lutte contre la contrefaçon sur leur plateforme car ils savent qu'ils peuvent être tenus responsable si aucune action n'est menée contre les contrefacteurs.



2ème projet de loi sur le e-commerce, 7 novembre 2017

- La plateforme doit fournir **un cadre formel pour les procédures de notification et de retrait** qui existent déjà sur la plupart des plateformes de commerce électronique en Chine
- Une procédures de retrait, permettant aux titulaires de droits de propriété intellectuelle de demander **le retrait des liens contrefaisants ou même la fermeture de la boutique en ligne**
- Sinon l'opérateur est **conjointement responsable de l'augmentation des dommages causés**
- Cependant, les titulaires de droits de propriété intellectuelle qui demandent à tort la suppression de liens authentiques ou de boutiques en ligne **devront également indemniser les boutiques en ligne de bonne foi**





Violation du droit d'auteur sur Internet, le sursaut chinois

- La publication d'un contenu protégé sur son site Web sans le consentement du propriétaire par l'éditeur d'un site Web est **une infraction au droit d'auteur**.
- Si l'exploitant d'un site Web sait ou devrait savoir que l'utilisation par un utilisateur de son site Web viole le droit d'auteur d'un tiers mais **ne prend pas les mesures nécessaires pour mettre fin à cette violation, telles que la suppression du contenu ou la désactivation des liens**, l'exploitant du site Web peut être tenu **responsable** pour avoir permis à **un tiers de commettre un acte de contrefaçon**
 - **par exemple** : le Youtube Chinois : Youku, ou Baofeng VR (condamné récemment à 1 million d'euros pour contrefaçon de films et de compétitions sportives)

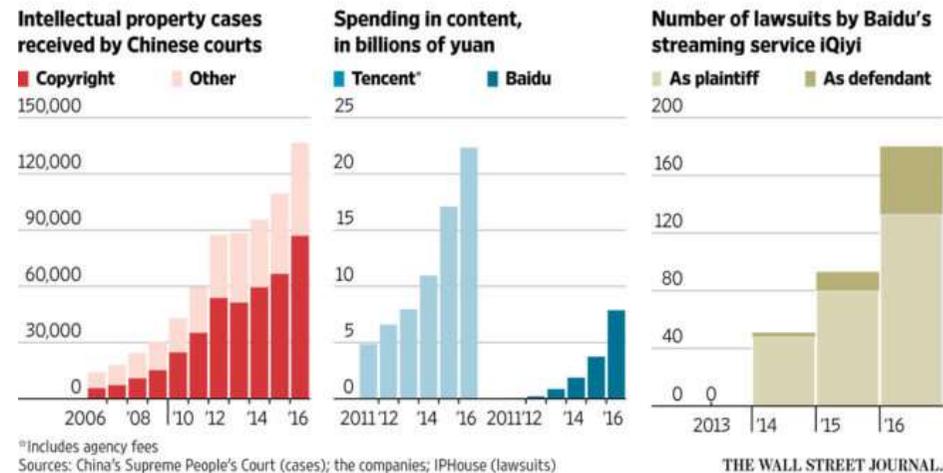


Violation du droit d'auteur sur Internet, le sursaut chinois

- L'augmentation récente de la protection du droit d'auteur est impressionnante sur l'internet chinois sous la pression des géants de l'internet chinois Baidu, Tencent etc.
- En témoigne les chiffres révélés en janvier 2017 par le **Wall Street Journal**, "*How a Plague on the Movie and Music Industries Became Their Chief Protector in China*".
- Le géant chinois de recherche **Baidu** Inc a été un fléau d'Hollywood et de l'industrie musicale américaine, qui l'a accusé d'être un pipeline pour le contenu piraté mais il devient aujourd'hui le **garant et le défenseur du droit d'auteur en Chine**.
- Si Baidu est impliqué dans une affaire de violation du droit d'auteur, il y a de fortes chances que ce soit lui qui soit en demande.

China Gets Copyright Religion

China has seen an uptick in copyright cases in recent years, as Chinese firms defend the content and intellectual property they buy from others or creates on their own.



Source : Wall Street Journal



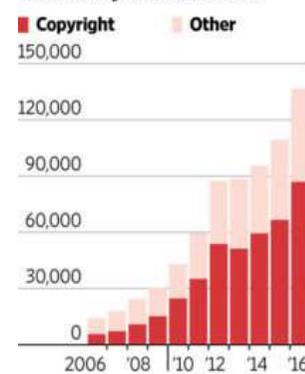
Violation du droit d'auteur sur Internet, le sursaut chinois

- Les autres sociétés de médias chinoises subissent des transformations similaires, améliorant la façon dont le divertissement est protégé dans la deuxième plus grande économie du monde.
- Le droit d'auteur n'est plus imposé à la Chine par les États-Unis. C'est maintenant **un outil entre les mains des Chinois**.
- Près de **87 000 affaires liées au droit d'auteur ont été déposées en Chine en 2016**, selon les données compilées par la Cour populaire suprême de Chine, soit **15 fois plus qu'en 2006**.
- Cela implique de grands changements dans la façon dont les studios de Hollywood et les studios de télévision occidentaux agissent en Chine notamment en **concédaient sous licence leur contenu à des sociétés chinoises** (comme Baidu et Tencent)

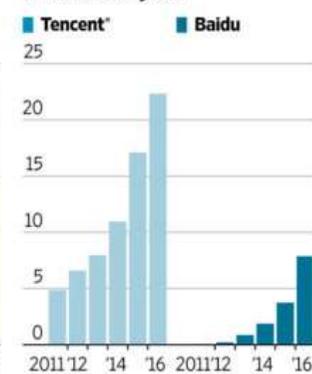
China Gets Copyright Religion

China has seen an uptick in copyright cases in recent years, as Chinese firms defend the content and intellectual property they buy from others or creates on their own.

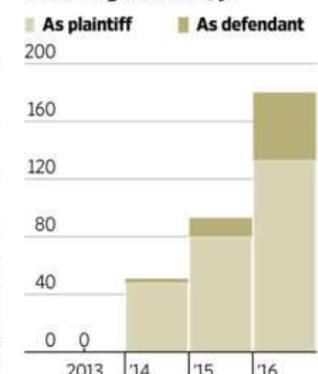
Intellectual property cases received by Chinese courts



Spending in content, in billions of yuan



Number of lawsuits by Baidu's streaming service iQiyi



*Includes agency fees

Sources: China's Supreme People's Court (cases); the companies; IPHouse (lawsuits)

THE WALL STREET JOURNAL.

Source : Wall Street Journal



Violation du droit d'auteur sur Internet, le sursaut chinois

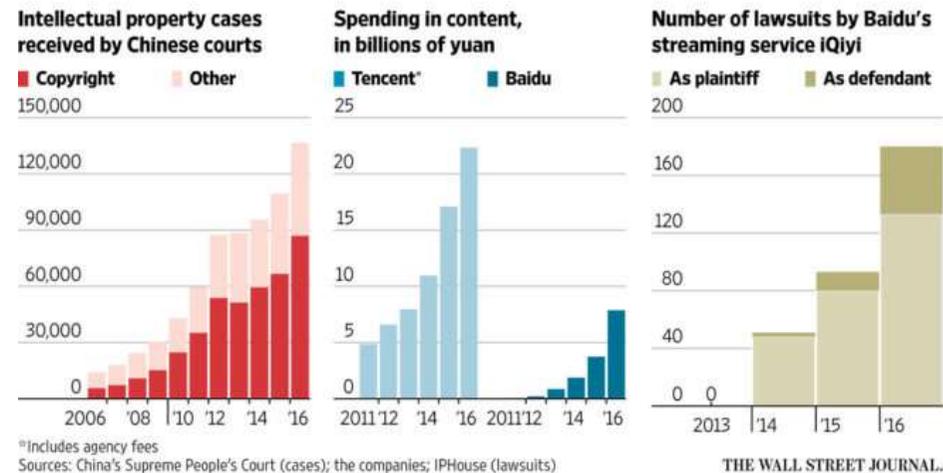
Pour les studios d'Hollywood, il est beaucoup plus facile de conclure des accords avec des partenaires chinois que d'essayer de défendre leur droit d'auteur eux-mêmes

C'est le cas du **Cinéma mais aussi du Sport**. On pense par exemple au Championnat de F1 à Shanghai 2018, dont les droits ont été transmis à Tencent pour la diffusion en Chine.

Aussi, les **dommages et intérêts obtenus dans le cadre des procès sont de plus en plus significatifs** : Tencent plus **d'un million de dollars** en dommages-intérêts dans une affaire de violation du droit d'auteur. Le défendeur dans cette affaire était **Baofeng Technology**, un site de streaming de haut niveau et fabricant de matériel VR (y compris pour la distribution non autorisée de films, la télévision et la plus récente Coupe du monde)

China Gets Copyright Religion

China has seen an uptick in copyright cases in recent years, as Chinese firms defend the content and intellectual property they buy from others or creates on their own.



Source : Wall Street Journal



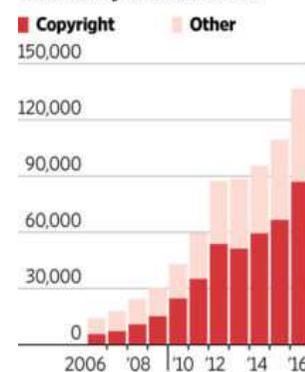
Violation du droit d'auteur sur Internet, le sursaut chinois

- On peut aussi relever des victoires de sociétés étrangères comme Disney y compris la victoire de **Disney** sur un film contrefaisant le film Cars.
- Il est particulièrement utile **d'enregistrer son droit avant afin de prévenir de potentiels conflits ou afin de préparer une cession de licence à un partenaire chinois** :
- La possibilité d'enregistrer votre droit d'auteur (cinéma, livre, logiciel, œuvre architecturale, etc.) en Chine permet de **dater votre création et de certifier votre titularité** :
- un enregistrement au **CPCC** (Centre de protection de droit d'auteur de Chine)
- **Éléments à fournir** : copie du document d'identité de l'auteur, une copie de l'œuvre créée, une déclaration sur l'honneur faite par l'auteur et une brève description
- Après **un délai de 30 jours** le « Certificat de droit d'auteur » est disponible

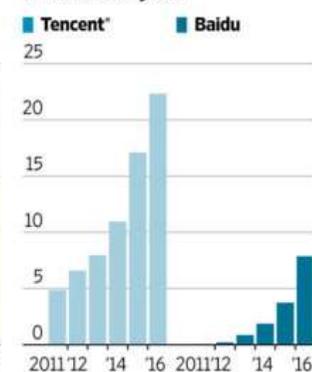
China Gets Copyright Religion

China has seen an uptick in copyright cases in recent years, as Chinese firms defend the content and intellectual property they buy from others or creates on their own.

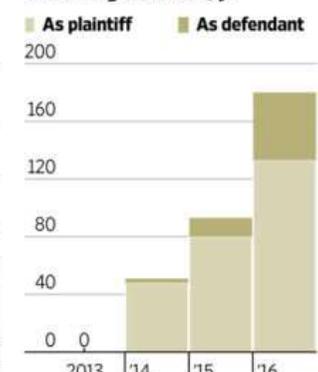
Intellectual property cases received by Chinese courts



Spending in content, in billions of yuan



Number of lawsuits by Baidu's streaming service iQiyi



*Includes agency fees

Sources: China's Supreme People's Court (cases); the companies; IPHouse (lawsuits)

THE WALL STREET JOURNAL.

Source : Wall Street Journal



6. Politique chinoise : Blockchain, ICO, Crypto

De l'interdiction des Exchanges de Crypto à une politique 100% pro-Blockchain régulé, Un exemple de crypto-monnaie chinoise : le NEO



L'interdiction des Exchanges de Crypto et de ICO

- **Septembre 2017** : Interdiction des Exchanges de Cryptocurrencies on-shore, P2P, impossibilité d'acheter devises crypto en Chine hormis sur une seule plateforme
- **Février 2018** : La Chine ajoute les Exchanges de monnaies crypto offshore et les ICO à l'interdiction
 - Si la position de la Chine sur les ICO n'était pas claire auparavant, il est de plus en plus certain que les **régulateurs chinois ont peu confiance dans les ICO et le commerce de cryptocurrency.**
- **Interdiction de toutes les publicités relatives à la cryptocurrency et ICO** avaient pratiquement disparu des sites nationaux en Chine.
- **Eviter la fuite de capitaux**, les convertisseurs en **devises étrangères de yuans sont très contrôlés** pour les sociétés mais aussi pour les particuliers avec un limite de 50 000 dollars en devises étrangères par an
- En janvier 2018, la Banque centrale chinoise a demandé aux banques d'**inspecter les comptes des cryptocurrency traders** et de s'assurer que les comptes bancaires ne sont plus utilisés pour le trading



Le paradoxe de la politique chinoise en matière de Blockchain et de ICO

- Le paradoxe de la politique chinoise est que la Chine reste **la plus grande réserve de Bitcoin**, que **l'échange le plus célèbre au monde**, Binance, est basé à Shanghai et que **l'adoption de la technologie à l'échelle du Pays se fait à une vitesse impressionnante.**
- En réalité le pays profite de **l'économie des crypto-monnaies en taxant les plateformes de trading et les mineurs de Cryptomonnaies**
- **La plupart des demandes de brevet pour la technologie Blockchain déposées auprès de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI) en 2017 provenaient de Chine**
- 406 brevets en 2017 provenaient de Chine : **le pays a déposé 225 brevets Blockchain**, suivi des États-Unis (91) et de l'Australie (13).
- **Le 23 mars 2018** : le MIIT a publié une liste d'objectifs visant à encourager le développement et la généralisation de la technologie Blockchain

❏ Source : Financial Times, 25 mars 2018



La Blockchain une technologie en voie de généralisation : l'exemple du commerce de détail

- **Le 27 février 2018** : l'un des détaillants chinois les plus influents, **JD.com** a annoncé la création d'un incubateur pour financer des **projets innovants de Blockchain** et de cryptocurrencies permettant de tester leurs technologies et d'intégrer leur **plateforme Blockchain dans l'infrastructure existante** du site JD.com.
- En **partenariat avec Bluzelle** : les projets de l'incubateur Blockchain de l'entreprise auront la possibilité de tester leurs technologies et d'intégrer la technologie Blockchain dans l'infrastructure existante de JD.com.
- L'entreprise, qui possède et exploite ses propres systèmes logistiques avancés à l'échelle nationale, est en voie d'adopter **l'intelligence artificielle et la Blockchain** dans l'ensemble de ses activités
 - **Exemple d'applications** : suivre la chaîne d'approvisionnement de ses ventes de viande. JD a déclaré que les clients seront en mesure de surveiller leur viande de la ferme en Australie où elle a été élevée, jusqu'à leur assiette
 - **La Blockchain s'est révélé être un atout pour les fournisseurs d'aliments** qui, en plus d'améliorer la confiance des consommateurs, peuvent utiliser le système Blockchain pour suivre l'origine de maladies d'origine alimentaire comme la salmonelle



Des crypto-monnaies chinoises stars : le NEO

- La cryptocurrency NEO basée en Chine, qui est reconnue comme étant l'Ethereum de la Chine et demeure une des **cryptocurrencies majeures à être développées en Chine** : intègre la technologie du **smart contracts** qui peuvent être codées dans plus de langages informatiques contrairement à l'Ethereum
- En janvier 2018, l'évaluation boursière de NEO a atteint un sommet de **10,5 milliards de dollars**
- C'est aujourd'hui **la 10ème cryptocurrency** du marché.
- La valeur des NEO a commencé à augmenter à la fin de 2017 en raison de la marque Ethereum de la Chine et de la **demande croissante des investisseurs sur le marché asiatique**
- Elles présentent plusieurs qualités pour le gouvernement chinois qui veut mettre en place une véritable crypto monnaie national : elle peut être **centralisée, régulée, et government friendly** ce qui la place parmi les crypto-monnaies tolérées en Chine



Merci de votre attention !

Des questions ?

Contact :

- **Mail :** Sydney.chiche@gmail.com
- **Linkedin :** Sydney CHICHE-ATTALI
- **WeChat :** SydneyChiche1