

AVIS D'EXPERT

THIBAUT BOUVIER, CONSEIL EN PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE, MEMBRE DE LA CNCPI.

Droit(s) et Big Data

La valeur ajoutée du Big Data, ou traitement de volumes considérables de données, est basée notamment sur la création de nouveaux outils de traitement. Voici quelques pistes de réflexion pour sécuriser un investissement dans ce domaine.

TEXTE : THIBAUT BOUVIER, CONSEIL EN PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE, MEMBRE DE LA CNCPI, CABINET INPUT IP.



© DR

■ GESTION DU CONTENU ET DE LA MASSE

En Europe, les États sont incités par directive à mettre à disposition les informations du secteur public pour leur réutilisation par les entreprises privées.

Or, les outils de traitement numérique permettant de créer de tels produits et services d'information peuvent être protégés par droit d'auteur (code source), brevet, marque et droit des bases de données.

En outre, les données peuvent également être protégées par droit d'auteur ou droit de la concurrence.

Le Big Data est au cœur de la propriété industrielle.

■ GESTION DU TEMPS

Une information peut avoir une durée de vie ou une accessibilité différente selon son contenu informatif, son émetteur ou son vecteur de communication.

Par exemple, une dépêche publiée sous flux RSS a une durée de vie de quelques minutes, de quelques heures ou de quelques jours en fonction du relais utilisé. La reprise de cette information « brute » (sans traitement) par un autre diffuseur crée une rémanence.

Le traitement de cette information brute dilue celle-ci et l'enrichit en information « élaborée ».

Une information élaborée peut porter atteinte au droit d'auteur existant sur une information brute.

Parallèlement, la création d'une information élaborée peut générer un droit d'auteur. Un droit d'auteur est donc potentiellement applicable quel que soit le stade du traitement d'une information.

■ GESTION DE L'ESPACE - CYBERESPACE

Malgré une tendance à l'uniformisation et à l'abolition des frontières, toute économie est régulée par des lois qui encadrent, contraignent, autorisent ou non certaines actions.

Fût-il supranational, le droit reste à ce jour borné dans l'espace par des frontières, ce qui s'applique même à l'Internet. On rappellera que l'accessibilité d'un contenu sur l'Internet

Toute stratégie Big Data doit être basée sur des accords de licences in/out. Toute modification de licencing out doit impérativement être cohérente avec le licencing in. Le Big Data est une affaire de licence(s).

ne signifie pas pour autant qu'il est libre ; que le phénomène open source ou open data ne signifie ni gratuité ni liberté absolue ; et que l'application du droit, en particulier en Europe, au regard de l'ubiquité du contenu d'un site, qui peut être consulté instantanément par un nombre indéfini d'internautes partout dans le monde indépendamment de toute intention de l'exploitant du site, est parfois assez subtile.

« *La géographie détermine la politique* », pour la valorisation d'un droit de propriété intellectuelle comme en stratégie commerciale.

■ GESTION DU CONTENANT ET DE LA FORME

Les bases de données sont indissociables du Big Data. Or, le producteur qui investit dans une base peut être protégé à la fois pour la structure et pour le contenu de celle-ci.

Une donnée non protégée ini-

tialement peut le devenir lorsqu'elle est combinée à d'autres données dans une base !

Le comportement utilisateur détermine l'atteinte éventuelle portée à une base de données. Celui-ci doit être clairement connu/identifié, même en l'absence de licences.

■ CONCLUSION

Il est nécessaire au minimum de toujours identifier l'origine des données. La multitude de droits en jeu (droit d'auteur, bases de données, brevets, marques, contrats, concurrence, noms de domaine, LCEN, entre autres) et leur combinaison peut se révéler complexe à l'usage.

Toute stratégie Big Data doit être basée sur des accords de licences in/out. Toute modification de licencing out doit impérativement être cohérente avec le licencing in. Le Big Data est une affaire de licence(s). ■