**BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR**

**ÉPREUVE E3**

**Culture économique juridique et managériale**

**Durée** : 4 heures **Coefficient** : 3

*Aucune documentation n’est autorisée*

**Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu’il est complet.**

**Le sujet comporte 12 pages, numérotées de 1/12 à 12/12.**

**DOCUMENTS REMIS AUX CANDIDATS**

Page de garde 1   
Le contexte 2   
Les missions 3

**DOSSIER DOCUMENTAIRE**

ANNEXE 1 - Entretien avec Madame Roche, dirigeante de la société APPs BUSINESS 5

ANNEXE 2 - L'App économie en France : une étude du marché des applications mobiles 7

ANNEXE 3 – L’évolution du nombre d’entreprises impliquées dans l’App économie en France 7

ANNEXE 4 - La position centrale des boutiques d’applications mobiles 8

ANNEXE 5 - Les plateformes Apple et Google 8

ANNEXE 6 - La preuve de l’antériorité du droit d’auteur 9

ANNEXE 7 - Extraits d’articles de différents Codes juridiques 9

ANNEXE 8 - Qui sont les digital natives et comment l’entreprise doit-peut-elle s’y adapter ? 10

ANNEXE 9 - Extrait du contrat de travail de M. Anis A. 12

ANNEXE 10 - Arrêt de la cour de cassation du 8 janvier 2020 12

**Le contexte**

Quatre étudiants en informatique, passionnés de nouvelles technologies, ont décidé de se lancer dans une aventure entrepreneuriale en créant leur propre société, la société APPs BUSINESS, spécialisée dans l’édition de logiciels de gestion sur-mesure à destination des PME et des professions libérales.

Depuis sa création, la société APPs BUSINESS connaît une croissance fulgurante. Elle est composée actuellement de 20 salariés, notamment des développeurs polyvalents, créatifs et hautement qualifiés, des ingénieurs, des techniciens réseaux, ainsi que des commerciaux. Grâce à ses nombreuses innovations technologiques et à une R&D (recherche et développement) récompensée par l’obtention du label Jeune Entreprise Innovante (J.E.I.)[[1]](#footnote-1), elle est reconnue sur son marché pour son savoir-faire.

Suite au diagnostic stratégique, la société APPs BUSINESS a décidé de s’orienter vers le marché des applications mobiles grand public et plus précisément dans la catégorie « Cuisine et boissons» en diffusant l’application « Tea-App », dotée de fonctionnalités permettant de satisfaire une réelle demande des consommateurs de thé. Cette application a été présentée lors d’un salon parisien consacrée aux applications mobiles. Elle serait diffusée sur les deux principaux magasins d’applications (App Store et Google Play).

Madame ROCHE, dirigeante de la société, souhaite faire un état des lieux de l’environnement économique et plus particulièrement du marché actuel des applications mobiles sur lequel l’entreprise APPs BUSINESS veut entrer, afin de conforter ses choix stratégiques (**mission 1**)

Elle souhaite également réfléchir aux problématiques managériale et juridique que soulève cette nouvelle phase de développement de la société (**mission 2**).

Enfin, la dirigeante envisage de consolider ces choix en recrutant des salariés qui ont le même profil que les futurs utilisateurs de son application, les « digital native » (**mission 3**).

Pour mener ces trois missions, vous vous appuierez à la fois sur vos connaissances personnelles, sur le contexte ainsi que sur les ressources fournies dans le dossier documentaire.

**Mission 1 : Les relations de l’entreprise avec son environnement économique**

**(Contexte, annexes 1 à 5)**

La société APPs BUSINESS est sur le point de lancer sur le marché des applications mobiles une application mobile dénommée « Tea-App » destinée au grand public et plus précisément aux consommateurs de thé. C’est l’occasion pour Madame ROCHE d’effectuer un état du marché sur lequel intervient l’entreprise.

* 1. **Présentez les acteurs du marché français des applications mobiles (en précisant quels sont leurs rôles respectifs.**
  2. **Analysez l’évolution du marché français des applications mobiles.**
  3. **Expliquez pourquoi des magasins comme l’App Store ou Google Play produisent des « effets ou des externalités de réseau » sur le marché des applications mobiles.**
  4. **Appréciez les forces concurrentielles pesant sur ce secteur d’activité.**

**Mission 2 : Les choix stratégiques de la société APPs Business et la protection juridique de ses ressources (Contexte, annexes 1, 6 et 7)**

La société APPs BUSINESS a choisi de se diversifier dans les applications mobiles à destination du grand public. Mme Roche sait que ce choix stratégique nécessitera de se développer à court et moyen terme.

* 1. **Identifiez la modalité de croissance choisie par la société APPs Business puis appréciez ce choix compte tenu des ressources et des compétences dont la société dispose.**

L’application mobile « Tea-App » a été lancée il y a quelques mois, et elle est disponible pour le moment sur l’App Store. Lors du dernier salon parisien l’ « Apps Gen’2020 » dédié aux d’applications mobiles, le commercial de la société APPs BUSINESS s’est aperçu qu’une application mobile similaire à « Tea-App » était présentée par un éditeur concurrent « TEEZER ». Cette application reprend exactement le fonctionnement de « Tea-App » : possibilité d’obtenir des informations comme l’origine du thé, des avis consommateurs, de consulter de recettes à base de thé, etc.

Immédiatement alertée, Madame Roche s’interroge sur la démarche à entreprendre pour faire valoir ses droits.

* 1. **Analysez, à l’aide d’un raisonnement juridique, la possibilité pour Madame Roche d’agir en contrefaçon contre la société TEEZER.**

**Mission 3 : La prise en compte des besoins des salariés et de l’entreprise (Annexes 8 à 10)**

Madame Roche souhaite attirer de nouveaux profils, développeurs ou designers d’applications, parmi la génération ayant grandi en même temps que le développement d'Internet « les *digital natives* ». Elle s’interroge néanmoins sur le management de cette nouvelle génération.

**3.1 Présentez des solutions en termes de style(s) de management et de facteurs de motivation au travail qui vous semblent adaptées à cette génération.**

Madame Roche a récemment recruté un jeune développeur : Anis A. Elle a souhaité insérer une clause de non-concurrence dans le contrat de travail ce dernier. Elle souhaite ainsi préserver les méthodes de production et le savoir-faire de la société APPs BUSINESS.

**3.2 Analysez la légalité de la clause de non-concurrence insérée dans le contrat de travail de M. Anis. A.**

**Dossier documentaire**

**ANNEXE 1 - Entretien avec Madame Roche, dirigeante de la société APPs BUSINESS**

*Le journaliste d’un magazine du web interroge la dirigeante de la société APPs BUSINESS, une société en plein essor qui souhaite être présente sur le marché des applications mobiles.*

*Journaliste : Votre société a été créée il y a quelques années, où en est-elle maintenant ?*

*Dirigeante* : Notre société est désormais bien lancée. Elle est réellement visible sur le marché des logiciels de gestion. Nous envisageons aujourd’hui d’entrer sur un nouveau marché : celui des applications mobiles.

Créée avec 50 000 euros de capitaux propres, notre société a réalisé l’année dernière une levée de fonds de 200 000 euros sur un site de crowdfunding[[2]](#footnote-2) pour soutenir sa croissance. Une autre levée de fonds est en préparation pour l’année prochaine. Ces nouvelles ressources financières permettront d’investir en Recherche et Développement afin d’améliorer nos compétences dans le domaine du développement informatique et de poursuivre ainsi notre développement.

Nos développeurs (au nombre de 20 actuellement) sont tous passionnés par leur métier, et en tant que manager, je veille à entretenir leur motivation. Nous fédérons autour de valeurs fortes comme la solidarité et l’éthique.

La structure simple de nos débuts grandit et se complexifie. Je souhaite aujourd’hui déléguer une partie de mes responsabilités à mes collaborateurs et créer de véritables équipes projet où chacun gagnerait en autonomie. L’organisation deviendrait donc plus horizontale afin de conserver la réactivité et la flexibilité nécessaires pour nous adapter à notre environnement économique certes dynamique, mais aussi complexe et très incertain.

*Journaliste : Dans une précédente interview, vous évoquiez vos besoins en recrutement notamment pour des postes de développeur. Est-ce toujours d’actualité ?*

*Dirigeante* : Une application mobile est un [logiciel applicatif](https://fr.wikipedia.org/wiki/Logiciel_applicatif) développé pour un [appareil électronique mobile](https://fr.wikipedia.org/wiki/Appareil_mobile), comme un [smartphone](https://fr.wikipedia.org/wiki/Smartphone) par exemple. Nous avons donc besoin de développeurs mais aussi de designers d’application pour aborder ce nouveau marché.

*Journaliste : Quel type d’application mobile envisagez-vous de développer ?*

*Dirigeante* : Nous projetons de créer une application destinée aux amateurs de thé sous le nom « Tea-App ». L’idée est qu’elle devienne une sorte de « Shazam » du thé, en référence à l’application mobile Shazam qui permet de reconnaître les musiques ou publicités.

L’utilisateur prendra, à l’aide de son smartphone, une simple photo de l’étiquette du thé ou saisira le nom d’un thé. Il accèdera ensuite à une base de données qui le renseignera sur les pays et régions de culture du thé, les processus de fabrication, les vertus associées à chaque thé, des conseils en termes de conservation, de préparation et de dégustation. Il aura également la possibilité de consulter les notes et avis donnés par d’autres consommateurs de thé mais aussi par des professionnels.

On veut créer une véritable communauté d’amateurs de thé, mais contrairement à nos concurrents qui s’appuient uniquement sur le système participatif des utilisateurs, notre société sollicite également les producteurs et cultivateurs afin de garantir l’exactitude de toutes les informations.

*Journaliste : Expliquez-nous comment le consommateur pourra accéder à cette nouvelle application ?*

*Dirigeante* : Après réflexion, nous souhaitons signer un contrat avec les deux principaux magasins d’applications en ligne, App Store et Google Play.

*Journaliste : Les amateurs de thé pourront-ils télécharger gratuitement l’application Tea-App ?*

*Dirigeante :* Les consommateurs de thé du monde entier pourront utiliser gratuitement l’ensemble des fonctionnalités citées précédemment. D’autres fonctionnalités comme la consultation de recettes culinaires à base de thé, des liens vers des sites marchands, la localisation de salons de thé et boutiques seront proposées sur abonnement dont le prix reste encore à fixer.

*Journaliste : Où votre société est-elle située ?*

*Dirigeante :* Notre société a été hébergée depuis sa création et pendant 3 ans dans une pépinière[[3]](#footnote-3) de la C.C.I. (Chambre de Commerce et d’Industrie) avant de trouver nos nouveaux locaux dans le pôle de compétitivité Business Pôle Sophia Antipolis. Nous avons pu bénéficier du réseau, du service et de la convivialité inhérents à ce genre de dispositifs, facilitant les premières années d’installation. Maintenant, avec l’accroissement de notre activité, nous avons besoin de locaux plus grands pour pouvoir y installer nos futurs collaborateurs.

**ANNEXE 2 - L'App économie en France : une étude du marché des applications mobiles**

Le poids économique du marché des applications mobiles s’élèverait pour l’année 2018 à 22,6 milliards d’euros […] dont 18,5 milliards d’euros sont issus du m-commerce[[4]](#footnote-4) ; 1,2 milliard d’euros de revenus publicitaires et 0,8 milliard d’euros de téléchargements payants, abonnements et achats intégrés[[5]](#footnote-5). La forte pénétration des smartphones en France a été concomitante au développement des applications mobiles. La France a connu une rapide croissance du taux d’équipement en smartphones. En 2017, 3 français sur 4 en sont équipés, selon les données de l’ARCEP, tandis que seuls 17 % de la population en possédait un en 2011. Aujourd’hui, un français passe en moyenne plus de 100 minutes quotidiennement sur ses applications mobiles. Ce chiffre a augmenté de plus de 30 % depuis 2015.

Google Play et Apple App Store proposent désormais plus de 6 millions d’applications mobiles à leurs utilisateurs. Les applications mobiles françaises sont bien représentées dans le top 500 des applications les plus téléchargées en France. L’étude du classement des développeurs d’applications mobiles français dans Google Play et Apple App Store montre qu’en grande majorité les applications françaises sont proposées gratuitement au téléchargement (65 % en moyenne). Dans le top 500 des applications mobiles téléchargées en France (gratuites et payantes), les développeurs français ont tendance à être plus représentés sur l’Apple App store que sur Google Play. En effet, ils apparaissent dans le classement à 198 reprises sur l’Apple App store (20 %) et 150 fois sur Google Play (15 %).

Source : d’après le rapport publié le 29 juin 2018 par le cabinet d’audits et de conseils Deloitte,

https://www.afjv.com/news/9163\_etude-sur-le-marche-des-applications-mobiles-en-france.htm

**ANNEXE 3 - L’évolution du nombre d’entreprises impliquées dans l’App économie en France**

****

Source : <https://www.afjv.com/news/9163_etude-sur-le-marche-des-applications-mobiles-en-france.htm>

**ANNEXE 4 - La position centrale des boutiques d’applications mobiles**

Dans le secteur des technologies de l'information et de la communication (TIC), les boutiques d’applications mobiles ou App stores ont une position centrale dans la fourniture de services numériques en mettant en relation acheteurs et vendeurs d’applications. […]

Dans le cas des App stores, l’utilité des développeurs augmente à chaque fois que le nombre d’utilisateurs s’accroit et vice-versa. De plus, grâce au grand nombre d’applications disponibles sur les App stores, les développeurs se doivent d’innover en permanence pour attirer de nouveaux utilisateurs. En effet, le rythme d’innovations et de nouveautés étant soutenu, les développeurs doivent être en mesure de proposer des applications mobiles qui répondent aux nouvelles attentes des utilisateurs. […]

Les App stores représentent pour les développeurs un canal de distribution efficace. Il est par exemple beaucoup plus facile pour un petit développeur d’accéder à un large marché (potentiel) avec des dépenses limitées en termes de marketing et de publicité.

Les App stores créent un capital confiance pour les développeurs. Grâce aux App stores, un lien de confiance est instantanément créé entre les utilisateurs et les développeurs. […] Les App stores permettent de noter les applications, et les notes obtenues sont un indicateur de la qualité de service.

[…] Le fait de passer par une plateforme centralisée évite à chaque développeur de développer et de gérer lui-même chacun de ces services. Le coût de mise sur le marché est donc plus faible grâce aux App stores.

Les App stores fournissent leurs services aux développeurs d’applications par le biais d’un contrat-type qui prévoit une règle de partage des revenus entre les parties. […]

Le marché des applications mobiles est mondial. Grâce aux App stores tels qu’Apple App Store ou Google Play, les plus petites entreprises peuvent accéder à 2 milliards d'utilisateurs de Smartphones à travers le monde. Le fait de favoriser l’entrée de petites entreprises innovantes garantit le maintien d’un écosystème dynamique. […]

Source : d’après le rapport publié le 29 juin 2018 par le cabinet d’audits et de conseils Deloitte

*disponible via le lien https://www.afjv.com/news/9163\_etude-sur-le-marche-des-applications-mobiles-en-france.htm*

# **ANNEXE 5 - Les plateformes Apple et Google**

[…] Publier une application sur l’App Store repose sur l’approbation des équipes d’Apple. Après un délai d’entre deux semaines et un mois, l’application sera validée si elle n’enfreint pas les règles d’Apple. […]

Apple propose plusieurs types de comptes pour diffuser une application sur l’App Store. L’application pourra être diffusée sous le nom du développeur ou sous le nom de l’organisation. Le prix de l’application est libre mais l’éditeur de l’application doit verser une commission de 30 % à Apple sur le chiffre d’affaires réalisé via son application.

Source : d’après la source : [developer.apple.com/](https://developer.apple.com/)

Contrairement à Apple, Google ne contrôle pas la diffusion d’applications sur son magasin en ligne Google Play. Il vous sera demandé 25 $ (environ 23 €) de frais de dossier et Google rejoint Apple en ponctionnant de 30 % les applications payantes. […]

Source : developer.android.com

## **ANNEXE 6 - La preuve de l’antériorité du droit d’auteur**

**Le droit d’auteur est un droit essentiel pour la protection des œuvres, cependant une condition doit être remplie afin que l’œuvre soit protégée : l’antériorité de l’œuvre, or la preuve de l’antériorité n’est pas chose simple. […]**

Le [droit d’auteur](http://www.murielle-cahen.com/publications/auteur.asp) désigne l’ensemble des droits dont jouissent les créateurs sur leurs œuvres littéraires et artistiques. En droit français, l’œuvre est protégée du seul fait de sa création. L’article L.111-1 du Code de la propriété intellectuelle dispose « l’auteur d’une œuvre de l’esprit jouit sur cette œuvre, du seul fait de sa création, d’un droit de propriété incorporelle exclusif et opposable à tous ». Le mot « œuvre » étant un terme juridiquement assez faible, il y a très peu de cas où cette qualité a été refusée en jurisprudence.

Les œuvres protégées par le droit d’auteur comprennent notamment les œuvres littéraires (romans, poèmes, pièces de théâtre, ouvrages de référence, journaux et *logiciels*), les [bases de données](http://www.murielle-cahen.com/publications/p_base_de_donnees.asp), les films, les compositions musicales et chorégraphiques, les œuvres artistiques telles que les peintures, dessins, photographies et sculptures, architecture, et les créations publicitaires, cartes géographiques et dessins techniques. Dès lors que l’œuvre est mise en forme, son originalité est présumée. Le problème va se poser en termes de preuve : qui a l’antériorité de la création de l’œuvre ?

En théorie, il n’y a donc aucune formalité à remplir pour faire valoir ses droits. En pratique, il est essentiel de déposer l’œuvre pour pouvoir, en cas de litige, faire la preuve de son antériorité. Pour les logiciels, le dépôt peut se faire notamment auprès de l’APP (Agence pour la Protection des Programmes), d’un huissier ou encore de l’INPI. Le dépôt offre l’avantage d’apporter une date certaine. En effet, le dépôt donne la preuve qu’à la date où il a été effectué, le déposant était en possession de l’œuvre, objet du dépôt. Il permet en cas de conflit de faire jouer une antériorité de création devant un juge et aide à démontrer qu’un tiers a divulgué l’œuvre sans autorisation. **[…]**

Source : [www.murielle-cahen.fr](http://www.murielle-cahen.fr) – 13/01/2015

## **ANNEXE 7 - Extraits d’articles de différents Codes juridiques**

**Article L.122-6 du Code de la propriété intellectuelle**

Le droit d'exploitation appartenant à l'auteur d'un logiciel comprend le droit d'effectuer et d'autoriser :

1° La reproduction permanente ou provisoire d'un logiciel en tout ou partie par tout moyen et sous toute forme. Dans la mesure où le chargement, l'affichage, l'exécution, la transmission ou le stockage de ce logiciel nécessitent une reproduction, ces actes ne sont possibles qu'avec l'autorisation de l'auteur ;

2° La traduction, l'adaptation, l'arrangement ou toute autre modification d'un logiciel et la reproduction du logiciel en résultant ;

3° La mise sur le marché à titre onéreux ou gratuit, y compris la location, du ou des exemplaires d'un logiciel par tout procédé. […]

**Article L335-2 du Code de la propriété intellectuelle**

Toute édition d'écrits, de composition musicale, de dessin, de peinture ou de toute autre production, imprimée ou gravée en entier ou en partie, au mépris des lois et règlements relatifs à la propriété des auteurs, est une contrefaçon et toute contrefaçon est un délit.

La contrefaçon en France d'ouvrages publiés en France ou à l'étranger est punie de trois ans d'emprisonnement et de 300 000 euros d'amende. […]

**Article L.335-3 du Code de la propriété intellectuelle**

Constitue un délit de contrefaçon la violation de l’un des droits de l’auteur d’un logiciel définis à l’article L122-6.

**Article L113-9 du Code de la propriété intellectuelle**

Sauf dispositions statutaires ou stipulations contraires, les droits patrimoniaux sur les logiciels et leur documentation créés par un ou plusieurs employés dans l'exercice de leurs fonctions ou d'après les instructions de leur employeur sont dévolus à l'employeur qui est seul habilité à les exercer.

**Article L.1240 du Code civil**

Tout fait quelconque de l'homme, qui cause à autrui un dommage, oblige celui par la faute duquel il est arrivé à le réparer.

Source : [www.legifrance.gouv.fr](http://www.legifrance.gouv.fr)

**ANNEXE 8 - Qui sont les *digital natives* et comment l’entreprise peut-elle s’y adapter ?**

[…] Les natifs du numérique, constituent la première génération pour qui les nouvelles technologies sont naturelles, car ils ont grandi dans un environnement technophile où les ordinateurs, jeux vidéo, lecteurs MP3, webcams et téléphones cellulaires étaient omniprésents. […] On les oppose aux immigrants numériques ayant grandi hors d'un environnement numérique et l'ayant adopté plus tard. […]

**Portrait-robot d’une génération**

Les *Digital Natives* ont un nouveau rapport au temps et à l’espace. Ils comblent les temps morts et l’inactivité par une hyperactivité numérique et sont perpétuellement joignables. Par conséquent, ils vivent dans l’immédiateté des échanges et bénéficient d'un grand choix de modes de communication.

Dans le monde du travail, ils ont besoin d’accéder aux connaissances de manière rapide, d’avoir des activités variées entrainant le phénomène de « *multitasking* » (usages simultanés du téléphone, télévision, ordinateur…) […]. Il est également conscient de vivre dans un environnement changeant et incertain. Ainsi, leur respect de l'autorité est lié à la compétence et non à la hiérarchie et à l'âge. Ils veulent que les ordres qu’on leur donne soient justifiables, légitimes au sens de l’utilité et ont besoin de se sentir dans un environnement social agréable et amical.

**De nouveaux critères de recrutement**

Le Digital Native sait qu’il doit s'adapter aux nouvelles exigences de l’entreprise comme la mobilité géographique, la flexibilité quant au statut, la pratique linguistique. Ils savent également qu’ils doivent être visibles sur les réseaux professionnels (*Viadeo, LinkedIn*). Face à leurs habitudes numériques, l’immersion dans le monde de l’entreprise est un choc pour le Digital Native, qui découvre des notions quasi absentes sur le Net : hiérarchie, process, contrôle, interdictions (utilisations de MP3, du mobile, Facebook et chat), division des tâches, exclusivité professionnelle…

Les leviers de motivation et d’implication au travail [de cette génération] sont :

* La convivialité et un bien-être individuel au sein de l’équipe de travail
* L’importance du travail comme vecteur de lien social (sentiment d’appartenance)
* Le sentiment de liberté individuelle (autonomisation et responsabilisation de chacun)

**Quels enjeux pour les entreprises ?**

Pour prendre en compte les besoins de cette nouvelle génération, les entreprises doivent accélérer leur [transformation digitale](https://ct.nexity.fr/news/articles/maitrise-des-couts-et-digital) et par conséquent la mise place des [nouveaux modes de travail](https://ct.nexity.fr/news/articles/nouveaux-modes-de-travail-1) qui en découlent. La combinaison de ces deux phénomènes fait de ces entreprises des « The Place to Work » où il faut bon travailler, à l’instar de Price Minister (aujourd’hui Rakuten) ou de Ventes Privées. (…)

L’intégration du digital avec la mise en œuvre de nouveaux outils, permet à l’entreprise de répondre à une autre aspiration propre à cette génération : le travail en mode collaboratif. Cette évolution offre l’organisation et la facilitation de la rencontre productive entre collaborateurs en favorisant un niveau d’échange plus informel et plus collaboratif entre les salariés.

**Du mythe de l'entreprise "cool" à l'entreprise "réelle", tout un apprentissage...**

Comme on l’a vu, les entreprises vont devoir comprendre et s’adapter au plus vite aux besoins de cette génération si elles souhaitent les retenir. Sur une étude menée (…) par l’EDHEC, sur 1 500 jeunes diplômés de l’école de commerce et d’ingénieurs, 43 % d’entre eux ont quitté l’entreprise au bout de 2 ans car celle-ci ne leur offrait pas la possibilité d’acquérir de nouvelles compétences ou d’évoluer vers un nouveau poste. D’ailleurs, insatisfaits du monde de l’entreprise tel qu’il est organisé, les Digital Natives sont en train de créer un nouveau modèle économique, en témoigne la multitude de start-up avec, entre autres, des modes de management novateurs tels que les leaderships tournants, les organisations à 3 niveaux hiérarchiques maximum, la collaboration avec la concurrence…(…)

Source : <https://ct.nexity.fr/news/articles/les-digitals-natives>

**ANNEXE 9 - Extrait du contrat de travail de M. Anis A.**

**Art 10 : Clause de non concurrence**

Compte tenu des responsabilités et fonctions assurées par Monsieur Anis A, en tant que développeur pour la société, et afin de préserver les intérêts de la société, en cas de rupture du contrat de travail et pour quelque motif que ce soit, la clause suivante est conclue.

Monsieur Anis A. s’engage à ne pas entrer au service d’une entreprise concurrente, pour une durée d’un an, renouvelable un fois, dans son périmètre d’activité habituel : le territoire français, le marché des applications mobiles, étant un marché mondial.

En contrepartie de cette obligation de non-concurrence, Monsieur Anis A. percevra, pendant toute la durée de l’interdiction, une indemnité mensuelle de 2 000 €.Cette indemnité lui sera versée à compter du jour de la rupture de son contrat de travail et pendant toute la durée de l'interdiction de concurrence.

**ANNEXE 10 - Arrêt de la cour de cassation du 8 janvier 2020**

**Arrêt de la cour de cassation, chambre sociale, audience publique du 8 janvier 2020**

Attendu, selon l'arrêt attaqué, qu'engagé à compter du 4 février 2002 en qualité de conducteur de travaux par la société Sol vert paysage, laquelle a été absorbée par la société Les espaces verts aux droits de laquelle vient la société Idverde, M. X... qui exerçait au dernier état de la relation contractuelle les fonctions de directeur adjoint (…);

Attendu que pour déclarer nulle la clause de non-concurrence et condamner l'employeur à payer au salarié des dommages-intérêts en raison de cette nullité, l'arrêt retient que la clause litigieuse, composée d'une alternative concernant soit la région parisienne, définie par une énumération de départements (75,78,91,92,93,95), soit « la zone de chalandise incluse dans le périmètre d'action actuelle et future du salarié » était totalement dépourvue de précision et ne pouvait être regardée comme limitée dans l'espace ;

Qu'en statuant ainsi, alors que la clause de non-concurrence était limitée géographiquement au périmètre d'activité du salarié, la cour d'appel a violé les textes susvisés ;

PAR CES MOTIFS :

CASSE ET ANNULE (…) l'arrêt rendu le 15 mars 2018, entre les parties, par la cour d'appel de Versailles ; remet, en conséquence, sur ces points, la cause et les parties dans l'état où elles se trouvaient avant ledit arrêt et, pour être fait droit, les renvoie devant la cour d'appel de Versailles, autrement composée ;

Condamne M. X... aux dépens ;

*Source :* [*https://www.legifrance.gouv.fr/affichJuriJudi.do?oldAction=rechJuriJudi&idTexte=JURITEXT000041482090&fastReqId=722979102&fastPos=1*](https://www.legifrance.gouv.fr/affichJuriJudi.do?oldAction=rechJuriJudi&idTexte=JURITEXT000041482090&fastReqId=722979102&fastPos=1)

1. J.E.I. : statut créé en 2004 pour favoriser la création de petites et moyennes entreprises effectuant des travaux de recherche. [↑](#footnote-ref-1)
2. *Crowdfunding* : technique de financement d’entreprise utilisant internet comme canal de mise en relation entre l’entreprise et les personnes souhaitant investir des fonds dans l’entreprise. [↑](#footnote-ref-2)
3. Solution d’hébergement pour les entreprises de moins de 3 ans d’activité : locaux, services logistiques mutualisés (accueil, salles de réunion…) et services d’accompagnement (conseils, formations, intégration dans les réseaux d’entreprise). [↑](#footnote-ref-3)
4. m-commerce : « commerce mobile » : ce sont les achats effectués grâce aux technologies sans fil, et plus particulièrement la téléphonie mobile. [↑](#footnote-ref-4)
5. Ensemble des fonctionnalités associées à l’application proposé gratuitement. Accès à des services payants pour acquérir des bonus supplémentaires (la logique de gaming est très présente dans ce modèle d’affaires, on peut citer par exemple l’achat de vies supplémentaires dans un jeu...) [↑](#footnote-ref-5)