

# Sites Internet et propriété intellectuelle : quelles précautions prendre ?

La visibilité sur Internet est primordiale pour une entreprise, tout particulièrement à son lancement. La création et l'exploitation d'un site Internet posent de nombreuses problématiques juridiques, et notamment en termes de droits de propriété intellectuelle. Les créateurs de sites Internet trouveront ci-après des éléments de réponse aux questions essentielles à cet égard.

## Quel nom adopter pour mon site Internet ?

Le nom du site Internet est un élément-clé qui permettra de trouver celui-ci sur le Web. Techniquement, c'est ce qu'on appelle le nom de domaine (par exemple [entreprisesmagazine.com](http://entreprisesmagazine.com)). Son choix mérite d'être mûrement réfléchi pour qu'il soit un outil de communication efficace à long terme.

A ce titre, il ne suffit pas que le nom de domaine choisi après de nombreuses séances de *brainstorming* soit techniquement disponible car non déjà réservé par un tiers pour assurer sa pérennité. Encore faut-il que celui-ci soit disponible juridiquement, c'est-à-dire ne porte pas atteinte à un droit antérieur (tel qu'une marque, une dénomination sociale ou même un nom de domaine) et qu'il soit susceptible de protection juridique.

A ce titre, si un nom de domaine descriptif de l'objet du site peut permettre un excellent référencement du site sur les moteurs de recherche (type Google ou Yahoo), il peut s'avérer impossible à protéger en cas de reprise, pourtant à l'identique, par un tiers !

Ainsi, par exemple, les tribunaux ont rejeté l'action intentée par le réservataire du nom de domaine [www.mariagesencorse.com](http://www.mariagesencorse.com) à l'encontre du nom de domaine postérieur [www.mariageencorse.com](http://www.mariageencorse.com), au motif que les termes « mariage » et « corse » sont des termes évoquant l'objet et le lieu de l'activité et, partant, doivent rester à la disposition de tous.

En outre, un nom de domaine descriptif risque de ne pas pouvoir constituer une marque valable et, dès lors, ne pas pouvoir bénéficier d'une protection supplémentaire à ce titre. Une affaire française récente, mais qui aurait aussi bien pu être rendue par les juridictions luxembourgeoises, illustre très bien ce propos. La marque « vente-privée.com », qui est exploitée pour un site de ventes privées à prix cassés, a ainsi été jugée nulle et donc insusceptible d'être protégée contre une reprise

par un tiers. Les termes « vente » et « privée » ont ainsi été considérés comme exclusivement descriptifs et nécessaires aux concurrents du site pour désigner des activités de vente privée.

Il est donc très important de mettre en balance les aspects marketing et ces considérations juridiques pour choisir le nom de son site.

## Puis-je utiliser des textes, des photographies, des vidéos, des graphiques, des dessins, des logiciels, voire même les conditions générales de vente et mentions légales, provenant de tiers sur mon site Internet ?

Sous réserve de leur originalité, les textes, photographies, vidéos, graphiques, dessins, logiciels, voire même les conditions générales de vente et mentions légales, sont susceptibles d'être protégés par le droit d'auteur. D'autres droits peuvent s'appliquer comme ceux

des artistes-interprètes ou des producteurs de musique ou de films. La durée de protection est toutefois limitée dans le temps. Aussi, tant que cette durée n'est pas épuisée (on parle d'œuvres tombées dans le domaine public), il faudra obtenir l'autorisation des auteurs, artistes-interprètes, producteurs, avant de pouvoir utiliser les œuvres concernées sur son site Internet. Selon les cas, ces autorisations pourront être obtenues auprès des sociétés de gestion collective concernées, type SACEM Luxembourg ou Luxorr. A défaut, il faudra obtenir des autorisations au cas par cas. Attention également au contenu, et notamment aux photographies et banques d'images, qui sont librement accessibles sur Internet et publiées sous licences dites *Creative Commons*. S'il est possible d'utiliser gratuitement les œuvres diffusées de cette manière, cela dépend en réalité comment. Les licences comportent généralement des restrictions d'usage qui interdisent toute utilisation commerciale. Il faut donc bien lire les conditions générales avant d'utiliser ces œuvres présentées comme libres de droits pour son site.

➡ Sous réserve de leur originalité, les textes, photographies, vidéos, graphiques, dessins, logiciels, voire même les conditions générales de vente et mentions légales, sont susceptibles d'être protégés par le droit d'auteur ⬅

➔ Il ne suffit pas que le nom de domaine choisi après de nombreuses séances de *brainstorming* soit techniquement disponible car non déjà réservé par un tiers pour assurer sa pérennité. Encore faut-il que celui-ci soit disponible juridiquement, c'est-à-dire ne porte pas atteinte à un droit antérieur (tel qu'une marque, une dénomination sociale ou même un nom de domaine) et qu'il soit susceptible de protection juridique ➔

## Suis-je titulaire des droits d'auteur sur le site Internet et son contenu lorsque je fais appel à un prestataire de services externe pour la création du site ?

Contrairement à une idée reçue, cette question doit recevoir une réponse négative dans la quasi-totalité des cas. En l'absence de cession ou licence de droits en bonne et due forme, les droits de propriété intellectuelle éventuels sur les photographies commandées à un tiers pour illustrer son site Internet, par exemple, resteront sa propriété exclusive. Hormis pour le cas des logiciels, il en est généralement de même des textes, dessins, etc. créés par un salarié dans l'exercice de ses fonctions et sur instructions de l'employeur. Il est donc primordial d'insérer des clauses de cession de droit complète dans ses contrats de travail comme dans ses contrats de prestataire de services.

## Puis-je créer des liens hypertextes sans autorisation de l'exploitant du site tiers vers lequel je renvoie ?

Les liens hypertextes sont de l'essence même d'Internet puisqu'ils permettent un partage et une diffusion des informations.

La création d'un lien hypertexte vers un site tiers, sans autorisation de l'exploitant du site tiers, n'est toutefois pas neutre. Dans certains cas, cela pourra constituer

une contrefaçon de droit d'auteur. Tel est le cas par exemple d'un lien renvoyant vers un site tiers permettant le téléchargement illégitime de films ou de morceaux de musique. Dans d'autres cas, cela pourra être constitutif de contrefaçon de marque, notamment si le lien reproduit une marque et renvoie vers un site en réalité concurrent.

## Puis-je utiliser la marque d'un tiers à titre de mot-clé en vue d'améliorer le référencement de mon site Internet ?

A défaut d'un bon référencement sur les moteurs de recherche, le site Internet est voué à l'échec. Plus le site arrive loin dans les résultats d'une recherche sur Internet, moins il a de chances d'être consulté. Il y a de nombreuses techniques pour améliorer son référencement. Parmi celles-ci, figure le choix des mots-clés. A côté des mots-clés gratuits (ex. adresse URL ou méta-tags), les moteurs de recherche proposent des méthodes payantes en vue d'améliorer le référencement du site, tel Google, qui offre la possibilité, à travers son service Google Adwords, d'obtenir un placement privilégié, en tête des résultats d'une recherche sur Internet, en achetant certains mots-clés. C'est ce qu'on appelle les liens sponsorisés ou liens commerciaux. Ces liens publicitaires ont donné naissance à un abondant contentieux lié au choix de la marque d'un tiers à titre de mot-clé. La jurisprudence est désormais fixée en ce sens que

la réservation de la marque d'un tiers, sans son autorisation, pour promouvoir un site concurrent n'est pas nécessairement une contrefaçon de marque. Les hypothèses où tel sera le cas sont très limitées puisqu'il ne faut pas que l'usage de la marque d'un tiers à titre de mot-clé soit susceptible de porter à confusion quant à l'origine des produits. En pratique, cela vise essentiellement le cas de la publicité comparative qui respecte les conditions légales. Dans les autres cas, l'annonceur risque de voir sa responsabilité engagée et d'être condamné non seulement à cesser d'utiliser la marque du tiers à titre de mot-clé, mais encore au paiement de dommages et intérêts. C'est donc généralement une stratégie qui, si elle peut paraître séduisante, est à éviter.

Au-delà des problématiques spécifiques liées au respect des droits de propriété intellectuelle, un site Internet doit également être conforme aux règles de protection des données personnelles, y compris en ce qui concerne l'usage de cookies, à la réglementation du e-commerce et des pratiques commerciales, qu'il s'agisse non seulement des mentions légales du site (identité de l'exploitant, adresse, etc.) qui doivent figurer en permanence sur le site, mais également des règles à respecter et des informations à communiquer aux Internauteurs en cas de vente en ligne, notamment à l'égard du droit de rétractation. Une réforme du Code de la consommation, sous l'impulsion européenne, a

été récemment adoptée et ne devrait pas tarder à entrer en vigueur. Les exploitants de sites Internet ne seront pas en reste et vont devoir rapidement s'adapter pour se conformer à cette réforme au cours des prochains mois. ☑



**M<sup>e</sup> Claire Leonelli**  
Partner  
Avocat  
Member of Paris Bar and  
Luxembourg Bar (List IV)



**M<sup>e</sup> Claire Denoual**  
Associate  
Avocat  
Member of Luxembourg Bar  
MOLITOR Avocats à la Cour