

## RESEARCH OUTPUTS / RÉSULTATS DE RECHERCHE

### Droit des signes distinctifs

Cruquenaire, Alexandre

*Published in:*

Droit de l'informatique et des technologies de l'information : chronique de jurisprudence : 1995-2001

*Publication date:*

2003

*Document Version*

le PDF de l'éditeur

[Link to publication](#)

*Citation for pulished version (HARVARD):*

Cruquenaire, A 2003, Droit des signes distinctifs: marques, nom commercial. dans *Droit de l'informatique et des technologies de l'information : chronique de jurisprudence : 1995-2001*. Les dossiers du Journal des Tribunaux, numéro 41, Larcier , Bruxelles, pp. 71-90.

### General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

### Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

## DROITS INTELLECTUELS

### I. Droit d'auteur

p.m. (cf. texte de Séverine)

### II. Droit des signes distinctifs (marque, nom commercial)

££. - Le contentieux relatif aux signes distinctifs s'est logiquement développé parallèlement à l'exploitation commerciale de l'internet. L'utilisation efficace de ce nouveau média requiert en effet des opérateurs économiques d'importants investissements en vue d'assurer la visibilité de leur activité en ligne.

Les perspectives intéressantes<sup>1</sup> offertes par le commerce électronique ont ouvert les appétits de nombreuses sociétés, qui n'étaient pas nécessairement concurrentes dans le commerce traditionnel, mais que le caractère mondial de l'internet a propulsées sur un même marché. Des litiges sont ainsi survenus concernant l'appropriation de signes distinctifs communs, voire l'utilisation abusive de signes distinctifs d'un concurrent. L'enregistrement des noms de domaine constitue un champ de bataille particulièrement sanglant compte tenu des contraintes techniques du réseau qui confèrent à ces identifiants un caractère unique et, partant, une valeur économique considérable (A.).

Au-delà de ces problèmes suscités par la concurrence entre opérateurs économiques, de nouveaux types de fraude ont fleuri. Le *cybersquatting*, qui a rapidement pris une ampleur préoccupante, a naturellement retenu l'attention de tous les acteurs de l'internet et a donné lieu à une abondante jurisprudence (B.). Il convient également de mentionner l'usage abusif des méthodes de référencement des sites web par les moteurs de recherche qui a rapidement été sanctionné par les tribunaux (C.).

#### A. Les litiges entre parties de bonne foi

££. - Il convient de distinguer les situations où les droits de sociétés concurrentes ou homonymes s'opposent (A.1.) de celles mettant aux prises des intervenants d'une même chaîne économique (A.2.).

---

<sup>1</sup> Ou, dans bien des cas, l'illusion de telles perspectives...

### A.1. Les litiges entre concurrents ou entre homonymes

££. - Les mécanismes d'attribution des noms de domaine ne permettent pas une utilisation partagée d'un signe<sup>2</sup>. Les sociétés utilisant des signes distinctifs identiques<sup>3</sup> se trouvent dès lors inévitablement en situation conflictuelle. Plusieurs cas ont été soumis aux juridictions belges durant la période analysée.

££. - Le président du tribunal de commerce d'Anvers<sup>4</sup>, siégeant dans le cadre de ses compétences en cessation, s'est prononcé dans un litige qui opposait deux sociétés exerçant des activités concurrentes en partie sur le même marché géographique.

La S.A. Arcade, qui utilisait le nom commercial « Arcade » depuis 1986, contestait l'utilisation du signe « Arcadis » par sa concurrente, notamment dans le nom de domaine <arcadis.nl>. En 1998, cette dernière avait en effet changé son nom commercial « Gendas » en « Arcadis » et avait procédé à l'enregistrement du nom de domaine litigieux.

Le tribunal a logiquement conclu à l'existence d'un risque de confusion entre les signes, risque renforcé par l'identité des activités exercées par les deux parties et leur concurrence sur le marché belge.

En ce qui concerne le nom de domaine, le tribunal a constaté sa ressemblance évidente avec le nom commercial de la demanderesse originaire. Ce faisant, le tribunal a écarté de son appréciation le préfixe <http://> et le suffixe désignant le domaine concerné (en l'espèce, <.nl>). Cette approche doit être approuvée car ces éléments du nom de domaine ne sont nullement identifiants<sup>5</sup>. En effet, le préfixe précité est requis par le langage informatique, tandis que le suffixe indicatif du domaine est identique pour tous les noms appartenant à un même domaine. L'élément spécifique concerné est donc bien le seul signe "Arcadis".

L'utilisation du nom de domaine <arcadis.nl> dans les circonstances de la cause constituait donc un acte contraire aux usages honnêtes en matière commerciale dont le tribunal a justement ordonné la cessation.

££. - L'incompatibilité entre les principes du droit des signes distinctifs et les règles d'attribution des noms de domaine se trouve parfaitement illustrée dans le litige portant sur l'appropriation du nom de domaine <abscomputer.be>.

Deux sociétés exerçant des activités identiques sur des marchés géographiques distincts (région de Libramont pour la demanderesse et région bruxelloise pour la défenderesse) utilisaient paisiblement le même nom commercial. La volonté commune d'affirmer une présence sur l'internet a mis ces deux sociétés en concurrence pour l'attribution du nom de domaine le plus logique (et donc le plus intéressant sur le plan économique) pour deux

---

<sup>2</sup> Sur le fonctionnement des noms de domaine et l'analyse de leurs règles d'attribution, voy. notamment A. CRUQUENAIRE, "L'identification sur Internet et les noms de domaine : quand l'unicité suscite la multiplicité", *J.T.*, 2001, n° 6000, p. 146 et s.

<sup>3</sup> Sous certaines limites, les règles de protection des signes distinctifs permettent à plusieurs personnes d'employer un même signe lorsqu'elles ont des activités différentes et/ou dirigées vers des marchés géographiquement distincts.

<sup>4</sup> Prés. Comm. Anvers (cess.), 7 janv. 1999, *Ann. prat. comm.*, 1999, p. 565.

<sup>5</sup> Dans le même sens, lire A. CRUQUENAIRE, "Internet : la problématique des noms de domaine", *Ing.-Cons.*, 1997, p. 222 et s.

entreprises belges, à savoir le nom de domaine basé sur le modèle <nomcommercial.be>. Les règles d'enregistrement des noms de domaine ne permettant que de satisfaire la première société introduisant la demande, la seconde allait inévitablement se sentir lésée...

Le président du tribunal de commerce de Bruxelles fut donc saisi par la société libramontoise, qui estimait avoir le droit de récupérer le nom de domaine litigieux compte tenu de son usage antérieur du nom commercial commun. La demanderesse ne démontrait toutefois aucun usage sérieux du signe en région bruxelloise (la zone d'activité de la défenderesse). Le président du tribunal de commerce estima dès lors que la défenderesse utilisait de manière licite le signe commun et que, dans ces conditions, l'enregistrement du nom de domaine litigieux était légitime<sup>6</sup>. Il s'en remet ainsi à la règle du « premier arrivé, premier servi » afin de départager les différents titulaires de droits sur un même signe<sup>7</sup>.

La position du tribunal ne nous semble pas tout à fait cohérente dans la mesure où le facteur géographique n'est pris en considération qu'antérieurement à l'utilisation du nom de domaine. L'exercice d'activités ou leur promotion via un site web est en effet de nature à changer la donne, car le site web exploité par la société bruxelloise est accessible depuis la région où la demanderesse exerce ses activités (région de Libramont). L'utilisation du nom commercial sur l'internet et, partant, celle du nom de domaine, porte dès lors atteinte aux droits de la demanderesse.

££. - En ce qui concerne la concurrence entre parties utilisant un même signe dans des secteurs économiques différents, il convient de mentionner un jugement du tribunal de commerce de Liège<sup>8</sup>.

L'affaire concernait l'utilisation sur le territoire belge du nom commercial "Hema", en relation avec les activités de deux sociétés.

La demanderesse, société néerlandaise, a déposé la marque "Hema" en 1971 et exploite des magasins de grande distribution, notamment en Belgique.

La défenderesse, société belge constituée en 1988, exerce ses activités dans le commerce de gros de matériaux de construction et a enregistré le nom de domaine < hema.be > en mai 2000.

Le litige portait tant sur l'utilisation du nom commercial que sur celle du nom de domaine, la demanderesse invoquant une atteinte à ses droits de marque dans les deux cas.

En ce qui concerne l'usage du nom commercial, le tribunal déboute la demanderesse en considérant que la nature complètement différente des activités des deux parties exclut toute atteinte au pouvoir distinctif de la marque (art. 13, A, 1, d, de la loi uniforme Benelux sur les marques, ci-après "LUBM"<sup>9</sup>).

---

<sup>6</sup> Prés. Comm. Bruxelles (cess.), 22 nov. 1999, *Ann. prat. comm.*, 1999, p. 768.

<sup>7</sup> Cette décision est à rapprocher de l'arrêt prononcé par la cour d'appel de Paris dans l'affaire *Alice*. Voy. Paris (réf.), 4 décembre 1998, *Exp.*, 1999, p. 151 (infirmant Trib. gr. inst. Paris (réf.), 12 mars 1998, *D.I.T.*, 1999/3, p. 70).

<sup>8</sup> Comm. Liège, 9 nov. 2001, *J.L.M.B.*, 2002, p. 884.

<sup>9</sup> Cette disposition permet au titulaire de la marque de s'opposer à "tout usage qui, dans la vie des affaires et sans juste motif, serait fait d'une marque ou d'un signe ressemblant autrement que pour distinguer des produits, lorsque l'usage de ce signe tirerait indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque ou leur porterait préjudice".

Sur la base de la même disposition, le tribunal considère par contre que l'usage du nom de domaine litigieux enfreint les droits de la demanderesse. Il relève à ce propos que *“la circonstance que [la demanderesse] ne puisse commercialiser ses produits sous le nom de domaine <hema.be> doit être considéré comme une atteinte à la fonction publicitaire de la marque”*. L'usage de la marque d'autrui *“pour créer un site Internet cause au titulaire de celle-ci un préjudice certain dès lors que , sur ce terrain, la marque n'est plus apte à remplir sa fonction économique”*. Le titulaire de la marque peut dès lors, selon le tribunal, invoquer l'article 13, A, 1, d, LUBM, pour s'y opposer dans la mesure où cette disposition a précisément pour objet la protection de la fonction économique de la marque<sup>10</sup>.

Le tribunal écarte enfin l'existence de justes motifs susceptibles de légitimer l'usage de la marque au titre de nom de domaine car la défenderesse ne démontre pas la nécessité d'utiliser ce signe pour pouvoir participer à la vie des affaires<sup>11</sup>.

L'intérêt majeur de cette décision réside dans la distinction opérée par le tribunal entre l'utilisation du nom commercial et celle du nom de domaine. D'une part, le tribunal estime, à juste titre, que l'utilisation du nom commercial ne peut constituer une atteinte au caractère distinctif de la marque compte tenu de l'absence de risque de confusion. D'autre part, le caractère unique du nom de domaine litigieux amène le tribunal à envisager la situation de celui-ci de manière radicalement différente. En effet, l'enregistrement du nom de domaine par un tiers empêche le titulaire de la marque d'utiliser son signe dans le domaine concerné, ce qui porte atteinte à la fonction économique de la marque, nonobstant la possibilité d'exploiter le signe dans d'autres domaines (<.nl> en l'espèce).

A première vue, on pourrait considérer que le tribunal instaure une hiérarchie entre les différents droits sur le signe commun, en favorisant le droit de marque sur le droit au nom commercial.

A l'analyse, il n'en est cependant rien : ce sont les règles d'attribution des noms de domaine qui conduisent à une telle situation. En effet, les marques et noms commerciaux peuvent coexister paisiblement en dehors de l'internet (pour autant qu'il n'existe pas de risque de confusion). La source des problèmes de concurrence entre les deux types de signes se situe dans l'impossibilité pour leurs titulaires d'exercer simultanément leurs prérogatives via le même nom de domaine. Le titulaire de la marque a obtenu gain de cause compte tenu de l'atteinte à la fonction publicitaire de son signe. Bien que l'applicabilité de l'article 13, A, 1, d, LUBM en dépende, la question de la nature de l'usage du signe au titre de nom de domaine semble avoir été éludée par le tribunal<sup>12</sup>.

££. - Hormis les hypothèses d'utilisation déloyale d'un signe distinctif, la résolution de ce type de litiges devrait dépendre de la nature de la concurrence apparue suite à l'utilisation d'un nom de domaine.

££. - Si cette concurrence provient d'un dépassement des limites géographiques antérieures des activités des parties, chacune d'entre elles devrait pouvoir s'opposer à l'utilisation

---

<sup>10</sup> Voy., en ce sens, A. BRAUN, *Précis des marques*, Bruxelles, Larcier, 1995, p. 376.

<sup>11</sup> Dans le même sens, *ibidem*, n° 411.

<sup>12</sup> En l'espèce, sur base des éléments rapportés dans les motifs de la décision, il nous paraît toutefois que le signe n'était pas utilisé au titre de marque et que, partant, la disposition protectrice de la fonction publicitaire de la marque trouvait bien à s'appliquer. A ce propos, cf. *infra*, n°££. - .

exclusive par sa concurrente du nom de domaine litigieux<sup>13</sup>. Le recours à la théorie de l'abus de droit pourrait toutefois permettre, en fonction des circonstances de la cause, de s'écarter de cette voie<sup>14</sup>.

££. - Lorsque la concurrence résulte de l'ignorance du principe de spécialité<sup>15</sup>, il convient d'opérer une distinction en fonction de la nature des signes en conflit.

££. - Si le litige oppose *deux noms commerciaux* identiques, la solution sera fondée sur les règles régissant l'enregistrement des noms de domaine<sup>16</sup>, car, en l'absence de risque de confusion, il n'y aura *a priori* aucune violation des droits de l'autre société par celle utilisant le nom de domaine litigieux. Cette position doit cependant être nuancée dans la mesure où certains auteurs préconisent une protection de la fonction publicitaire des noms commerciaux, par analogie à la protection offerte aux marques<sup>17</sup>. Le raisonnement par analogie présente toutefois ses limites, car le titulaire du nom commercial ne peut s'appuyer que sur le droit commun (responsabilité civile ou usages honnêtes en matière commerciale) pour défendre ses prérogatives. Or, il semble difficile d'établir un acte contraire aux usages honnêtes en matière commerciale<sup>18</sup> ou une faute<sup>19</sup> susceptible d'entraîner une mise en cause de la responsabilité civile dans le chef d'une personne qui aurait utilisé<sup>20</sup> un nom de domaine correspondant à son propre nom commercial d'une manière ne prêtant pas à confusion avec les activités d'un tiers. Les règles d'enregistrement des noms de domaine devraient dès lors départager les titulaires de noms commerciaux identiques. Ici encore, la théorie de l'abus de droit pourrait toutefois être invoquée en fonction des situations respectives des parties.

££. - Lorsque le litige oppose *une marque et un nom commercial* identiques, trois hypothèses doivent être envisagées, en fonction de l'antériorité de l'un ou l'autre des signes.

1) Si le nom commercial est postérieur à la marque, celle-ci devrait l'emporter car son titulaire a la faculté d'interdire l'utilisation du nom de domaine en se fondant sur l'atteinte à la fonction publicitaire de la marque (art. 13, A, 1, d, LUBM). Le titulaire du nom commercial ne pourra évincer le titulaire de la marque que dans deux cas.

D'une part, s'il démontre que son utilisation du nom de domaine litigieux s'appuie sur un "juste motif". Pour ce faire, il doit prouver la nécessité pour lui d'utiliser le signe commun en

---

<sup>13</sup> Ce qui revient à exclure l'usage par les deux parties.

<sup>14</sup> En ce sens, A. CRUQUENAIRE, "L'identification sur Internet et les noms de domaine : quand l'unicité suscite la multiplicité", *op. cit.*, pp. 153-154.

<sup>15</sup> Ce sera le cas lorsque l'on se trouve en présence de parties exerçant des activités dans des domaines économiques tout à fait différents.

<sup>16</sup> En particulier, la règle du « premier arrivé, premier servi ».

<sup>17</sup> T. VAN INNIS, *Les signes distinctifs*, Bruxelles, Larcier, 1997, pp. 51 à 54. Si l'on retient cette thèse et sous réserve de l'application de la théorie de l'abus de droit, les titulaires de noms commerciaux devraient pouvoir s'interdire mutuellement l'usage du nom de domaine litigieux.

<sup>18</sup> Un tel comportement pourrait-il être considéré comme contraire à la déontologie des affaires ? Sur la notion d'usages honnêtes et son caractère éminemment modulable, voy. P. DE VROEDE, "La notion d'usages honnêtes en matière commerciale", note sous Bruxelles, 27 nov. 1979, *R.C.J.B.*, 1982, pp. 65 à 82.

<sup>19</sup> La seule constatation de l'atteinte à la fonction publicitaire du nom commercial ne nous paraît pas suffisante pour conclure à la méconnaissance d'une norme de comportement. Et ce d'autant moins que, contrairement au droit des marques, il n'existe aucun prescrit légal établissant un tel interdit concernant les noms commerciaux. En ce sens, voy. B. DUBUISSON, "Faute, illégalité et erreur d'interprétation en droit de la responsabilité civile", *R.C.J.B.*, 2001, p. 28 et s., spéc. n° 8.

<sup>20</sup> La situation pourrait être différente si le titulaire du nom de domaine n'en fait aucun usage sérieux.

tant que nom de domaine afin de participer à la vie des affaires<sup>21</sup>, ce qui sera très rarement le cas. L'existence d'un droit antérieur ne permettant pas de s'opposer à l'enregistrement de la marque peut également être prise en considération au titre de "juste motif"<sup>22</sup>. Par hypothèse, cette possibilité n'est toutefois pas relevante dans le cas présent.

D'autre part, si l'utilisation du nom de domaine s'apparente à une utilisation du signe au titre de marque, c'est-à-dire pour distinguer des produits ou services. L'article 13, A, 1, d, LUBM ne couvre en effet que les cas d'utilisation du signe "*autrement que pour distinguer des produits*" (utilisation en tant que nom commercial, afin de désigner les activités d'une entreprise, par exemple)<sup>23</sup>. A cet égard, le contenu du site web lié au nom de domaine litigieux devrait être pris en compte, afin de déterminer si le signe est plutôt utilisé comme une enseigne ou un nom commercial (application de l'article 13, A, 1, d, LUBM)<sup>24</sup> ou comme élément permettant de distinguer les produits ou services offerts (application des alinéas a, b, ou c de l'article 13, A, 1, LUBM)<sup>25</sup>. Dans ce dernier cas, le titulaire de la marque pourra s'opposer à l'utilisation du nom de domaine litigieux si celui-ci est utilisé pour distinguer des produits ou services identiques (art. 13, A, 1, a, LUBM) ou similaires (à la condition qu'il existe un risque de confusion ; art. 13, A, 1, b, LUBM) à ceux couverts par le droit de marque. Il ne pourra s'opposer à l'utilisation du nom de domaine pour distinguer d'autres types de produits ou services que dans la mesure où sa marque jouit d'une renommée<sup>26</sup> sur le territoire du Benelux (art. 13, A, 1, c, LUBM).

2) Le nom commercial antérieur à la marque devrait l'emporter lorsqu'il existe un risque de confusion. En pareille circonstance, c'est la validité même de la marque concurrente qui pourrait être remise en cause faute de disponibilité du signe au moment de son enregistrement.

En l'absence de risque de confusion<sup>27</sup>, la solution devrait reposer sur les règles d'enregistrement des noms de domaine. En effet, aucune des parties ne pourra interdire à l'autre d'utiliser le signe litigieux comme nom de domaine.

Le titulaire de la marque postérieure ne pourra interdire l'usage du nom de domaine car la protection de la marque au-delà des limites du principe de spécialité n'est possible que lorsque l'utilisation litigieuse du signe protégé ne peut s'appuyer sur un "juste motif". Or, le juste motif est admis en présence d'un droit antérieur ne pouvant faire obstacle au dépôt de marque. C'est précisément le cas ici : la marque est valable puisqu'il n'existe pas de risque de confusion avec le nom commercial antérieur. L'usage de ce dernier peut cependant être pris en considération au titre de juste motif et dès lors faire obstacle à la prétention du titulaire de la marque.

Le titulaire du nom commercial ne pourra davantage interdire l'usage du nom de domaine car la protection de son signe dépend de l'existence d'un risque de confusion<sup>28</sup>. Toutefois, si l'on

---

<sup>21</sup> En ce sens, T. VAN INNIS, *op. cit.*, n° 559 (qui précise que la nécessité n'est pas la commodité ni l'opportunité).

<sup>22</sup> *Ibidem*, n° 560.

<sup>23</sup> Sur le champ d'application de l'article 13, A, 1, d, voy. T. VAN INNIS, *op. cit.*, n° 510. *Adde* L. VAN BUNNEN et A. PUTTEMANS, "Examen de jurisprudence (1970 à 1992) : Marques et signes distinctifs", *R.C.J.B.*, 1994, p. 130 et s., n° 48.

<sup>24</sup> Ce sera, par exemple, le cas s'il s'agit d'un site d'information sur les activités de l'entreprise.

<sup>25</sup> Cette seconde hypothèse sera principalement rencontrée lorsque le site web est utilisé afin d'offrir un service en ligne (et non simplement de promouvoir un produit ou service "traditionnel").

<sup>26</sup> Sur la portée de cette notion, cf. T. VAN INNIS, *op. cit.*, n° 554 et s.

<sup>27</sup> Ce sera notamment le cas si le nom de domaine n'est pas effectivement utilisé.

admet la protection de la fonction publicitaire du nom commercial<sup>29</sup>, son titulaire a la faculté d'exclure l'utilisation du nom de domaine par le titulaire de la marque.

3) Si le nom commercial antérieur est de portée locale, il ne permet pas de remettre en cause la validité de la marque. Le titulaire du nom commercial local ne peut davantage interdire l'usage de la marque dans sa zone de rayonnement géographique car il n'est pratiquement pas raisonnable de fractionner le territoire sur lequel une marque peut être utilisée<sup>30</sup>. Il nous semblerait pareillement abusif que le titulaire du signe de portée locale puisse interdire au titulaire de la marque d'utiliser celle-ci sur le web sous prétexte que ce dernier est également accessible depuis la zone de rayonnement du nom commercial local.

La marque ne peut quant à elle être invoquée pour interdire l'usage de ce nom commercial, conformément à l'article 13, A, 8 LUBM<sup>31</sup>. L'usage de ce nom commercial constitue en outre un "juste motif" au sens de l'article 13, A, 1, d, LUBM<sup>32</sup>. Le titulaire de la marque pourrait-il interdire au titulaire du nom commercial local l'usage du nom de domaine correspondant ? Si l'utilisation du signe en tant que nom commercial doit être tolérée au niveau local, il semble plus difficile d'autoriser une utilisation en tant que nom de domaine dans la mesure où l'internet a, par nature, vocation à dépasser les limites géographiques de la zone de rayonnement du nom commercial local. Le titulaire de ce dernier ne devrait dès lors pas pouvoir invoquer de "juste motif" pour une telle utilisation du signe commun<sup>33</sup>. Pour autant que les autres conditions d'application de l'article 13, A, 1, d, LUBM soient réunies<sup>34</sup>, le nom de domaine ne devrait donc pouvoir être attribué qu'au titulaire de la marque.

££. - Lorsque l'on se trouve en présence de titulaires de *deux marques* identiques<sup>35</sup> souhaitant disposer d'un même nom de domaine, les bases juridiques permettant de régler leurs situations respectives varient en fonction du type d'usage qui sera fait du nom de domaine.

Si le nom de domaine n'est pas utilisé pour désigner des produits ou services, se pose la question de l'applicabilité de la disposition de l'article 13, A, 1, d, LUBM. Celle-ci pourra être invoquée dans la mesure où l'utilisation du nom de domaine par un tiers, fut-il lui-même titulaire d'une marque, porte indéniablement préjudice à la fonction publicitaire de la marque. Il convient toutefois de se pencher sur la possibilité d'une cause de justification de l'atteinte ainsi portée à la marque. Un "juste motif" peut être invoqué dans deux hypothèses seulement : en cas de nécessité d'usage du signe ou en cas d'exercice d'un droit propre antérieur qui n'est pas susceptible de faire obstacle au dépôt de la marque. Si la première hypothèse doit être écartée en l'absence de nécessité<sup>36</sup> à l'usage d'un nom de domaine plutôt qu'un autre, l'exercice des droits afférents à une marque antérieure pourrait constituer un juste motif. Ces

---

<sup>28</sup> Exclu ici, par hypothèse.

<sup>29</sup> Cf. supra, n° ££. - .

<sup>30</sup> T. VAN INNIS, *op. cit.*, n°s 73-75.

<sup>31</sup> En vertu duquel "*le droit exclusif à la marque n'implique pas le droit de s'opposer à l'usage, dans la vie des affaires, d'un signe ressemblant qui tire sa protection d'un droit antérieur de portée locale, si ce droit est reconnu en vertu des dispositions légales de l'un des pays du Benelux et dans la limite du territoire où il est reconnu*".

<sup>32</sup> Voy. T. VAN INNIS, *op. cit.*, n° 560.

<sup>33</sup> En ce sens, cf. l'article 13, A, 8, LUBM, selon lequel les restrictions ainsi imposées aux droits du titulaire de marque sont limitées à la zone de rayonnement du signe de portée locale ("*dans la limite du territoire où il est reconnu*").

<sup>34</sup> A ce propos, voir point 1), ci-avant.

<sup>35</sup> Par hypothèse, concernant des catégories de produits et/ou services différentes.

<sup>36</sup> Au sens de la LUBM.

droits ne permettent en effet pas de s'opposer au dépôt de la marque postérieure en vertu du principe de spécialité<sup>37</sup>, mais leur usage à d'autres fins que la distinction de l'origine de produits ou services (en tant que nom de domaine) cause un préjudice au titulaire de la marque postérieure (atteinte à la fonction publicitaire de la marque). Leur exercice devrait donc être considéré comme un juste motif<sup>38</sup>. Sous réserve de l'interférence éventuelle de la théorie de l'abus de droit, seul le titulaire de la marque antérieure devrait donc pouvoir utiliser le nom de domaine y correspondant.

Si, par contre, le nom de domaine est utilisé pour désigner des produits ou services, le titulaire de marque désirant s'y opposer ne pourra invoquer que les dispositions des alinéas a, b ou c de l'article 13, A, 1, LUBM. Il lui faudra dès lors établir que l'usage du nom de domaine a pour finalité de désigner des produits ou services identiques (a) ou similaires (b) à ceux visés dans son titre de marque<sup>39</sup>. Seul le titulaire d'une marque renommée pourra s'opposer à l'utilisation du nom de domaine y correspondant pour désigner des produits ou services d'un autre type (c). Si sa marque est antérieure, le titulaire du nom de domaine pourra toutefois faire échec à une telle action dans la mesure où son utilisation du signe en tant que nom de domaine s'appuie sur un "juste motif"<sup>40</sup>. Ici également, seul le titulaire de la marque la plus ancienne devrait donc pouvoir utiliser le nom de domaine sans enfreindre les droits de l'autre partie.

## A.2. Les litiges au sein d'une même chaîne économique

££. - Outre les situations conflictuelles générées par la volonté de sociétés concurrentes ou exerçant leurs activités sous un nom commercial identique de s'approprier un même nom de domaine, la jurisprudence a aussi été appelée à trancher des litiges portant sur le droit des distributeurs officiels d'enregistrer un nom de domaine correspondant à la marque des produits qu'ils distribuent.

££. - Ainsi, la société *Roland* s'est-elle opposée à l'utilisation par un de ses distributeurs officiels d'une série de noms de domaine génériques incluant le terme « roland »<sup>41</sup>. Le président du tribunal de commerce d'Oudenaarde<sup>42</sup> a estimé que, par l'enregistrement de noms de domaine ne permettant pas à l'utilisateur de l'identifier directement par rapport aux autres distributeurs de la marque *Roland*, la défenderesse se plaçait dans une position lui conférant un avantage concurrentiel illégitime. Le tribunal a donc ordonné la cessation de ces agissements déloyaux.

En raison du contenu du site web de la défenderesse, le tribunal avait par contre écarté l'argument de la publicité trompeuse (violation de l'article 23, 3° LPC). Le tribunal avait également rejeté l'infraction aux droits de la demanderesse sur la marque « Roland » dans la

---

<sup>37</sup> Sauf dans l'hypothèse d'une marque notoirement connue (art. 4, 5°, LUBM). Sur la distinction entre marque "renommée" et marque "notoirement connue", voy. T. VAN INNIS, *op. cit.*, n° 555.

<sup>38</sup> En ce sens, T. VAN INNIS, *op. cit.*, n° 560 (bien que n'envisageant pas expressément le cas d'une marque déposée pour une autre catégorie de produits ou services).

<sup>39</sup> Ce qui semble difficilement concevable puisque, par hypothèse, les marques respectives portent sur des catégories de produits ou services différentes.

<sup>40</sup> Cf. *supra* à cet égard.

<sup>41</sup> Il s'agissait notamment des noms de domaine <rolandshop.com>, <rolandmusic.com>, <rolandkeyboards.com>, etc.

<sup>42</sup> Prés. Comm. Oudenaarde (cess.), 23 sept. 1999, *Ann. prat. comm.*, 1999, p. 737.

mesure où cet usage de la marque était nécessaire à la défenderesse pour offrir en vente les produits de la demanderesse sur son site web. Ce dernier argument n'est guère convaincant car il place sur un même pied l'usage de la marque dans le contenu même du site du distributeur, indispensable s'il en est, et l'usage de la marque dans un nom de domaine, dont le caractère indispensable paraît plus douteux.

££. - Le tribunal d'arrondissement de Luxembourg<sup>43</sup> a ainsi jugé que l'enregistrement des noms de domaine <fiat.lu>, <alfaromeo.lu> et <lancia.lu> par un distributeur officiel des automobiles commercialisées sous ces marques constituait une infraction à l'article 13, A, 1, d, LUBM. Le tribunal a en effet estimé que le fait d'être concessionnaire des marques concernées n'emportait pas l'autorisation d'enregistrer un nom de domaine y correspondant. Le tribunal a en outre souligné les problèmes susceptibles d'en résulter pour le titulaire de la marque s'il désire regrouper ses différents distributeurs luxembourgeois sous un même site web. En l'espèce, l'application de l'article 13, A, 1, d, LUBM ne souffrait aucune discussion dans la mesure où les noms de domaine litigieux avaient été seulement enregistrés mais pas liés à un contenu quelconque. En outre, la décision du tribunal peut s'appuyer sur la méconnaissance des dispositions contractuelles<sup>44</sup> régissant les relations entre parties.

££. - Il n'existe pas de solution de principe concernant l'utilisation de ce type de noms de domaine par les distributeurs officiels<sup>45</sup>. Ces litiges devraient être résolus au cas par cas, en fonction des circonstances de la cause et, en particulier, de la teneur du contrat liant les parties. Il convient à cet égard de ne pas perdre de vue que les cessions de droits de propriété intellectuelle doivent être interprétées de manière restrictive et qu'il revient au distributeur d'établir l'existence et l'étendue de l'éventuelle cession de droits dont il se prévaudrait afin de justifier son utilisation d'un signe au titre de nom de domaine. Lorsque le contrat de concession ne prévoit aucune limitation particulière à l'usage de la marque, l'issue du litige dépendra de la nature des droits en présence et de l'applicabilité des dispositions de protection de ces droits en fonction des circonstances de la cause<sup>46</sup>.

## B. Les litiges afférents au *cybersquatting*

££. - Le contentieux le plus abondant a été incontestablement inspiré par les agissements frauduleux connus sous le terme de *cybersquatting*. Il s'agit d'une pratique consistant à enregistrer des noms de domaine correspondant à des marques, noms commerciaux ou noms patronymiques célèbres appartenant à des tiers, en vue de tenter de négocier à des conditions financières souvent exorbitantes la cession des droits y afférents. Les fraudeurs se montrent plus rapides que les titulaires de droits de propriété intellectuelle et tentent dès lors de tirer parti des faiblesses des mécanismes d'enregistrement des noms de domaine, qui reposent pour la plupart sur la seule règle du "premier arrivé, premier servi".

---

<sup>43</sup> Prés. Arr. Luxembourg, 20 oct. 2000, *Ing.-Cons.*, 2000, p. 406.

<sup>44</sup> Le contrat limitait l'utilisation des marques.

<sup>45</sup> Voy., par exemple, Versailles, 14 sept. 2000, disponible sur le site web <<http://www.juriscom.net>> (infirmant Trib gr. inst. Nanterre, 20 mars 2000, disponible sur le site web <<http://www.droit-technologie.org>>).

<sup>46</sup> Pour une analyse détaillée, voy. *supra*, n° ££. - .

### B.1. La position des tribunaux de l'ordre judiciaire

££. - La jurisprudence relative au *cybersquatting* est très abondante sur le plan international<sup>47</sup>. Elle sanctionne de manière quasi unanime cette fraude. Les tribunaux belges se sont pour leur part montrés tout d'abord quelque peu hésitants dans leur appréhension du phénomène.

££. - Le premier cas soumis aux tribunaux belges n'était pas un cas typique de *cybersquatting*. Une société avait utilisé une dénomination en toute bonne foi, en croyant que cette dénomination était disponible. Suite à la plainte du titulaire de la marque correspondante, la défenderesse accepta d'abandonner l'usage du signe litigieux, y compris sur l'internet, mais refusa de faire radier son nom de domaine. Le tribunal de commerce de Bruxelles<sup>48</sup> jugea ce comportement contraire aux usages honnêtes en matière commerciale et enjoignit la défenderesse d'y mettre fin.

££. - Saisi par la société *Tractebel*, victime d'un *cybersquatter*, le tribunal de commerce de Bruxelles<sup>49</sup> prononça une décision qui aurait pu ouvrir la voie au développement de cette pratique frauduleuse en Belgique. Le magistrat estima en effet n'avoir rien à reprocher au défendeur, qui par son comportement avait seulement saisi une "*business opportunity*" (sic !). La contravention aux usages honnêtes en matière commerciale fut donc rejetée. S'agissant d'une décision relative à l'usage abusif d'un nom commercial<sup>50</sup>, le droit des marques ne pouvait être d'aucun secours pour la victime du *cybersquatting*. La société *Tractebel* interjeta logiquement appel de ce jugement<sup>51</sup>.

££. - Cette première décision bruxelloise en matière de *cybersquatting*, pour le moins surprenante et juridiquement très critiquable<sup>52</sup>, eut le don de crisper les juges, comme l'indique le jugement rendu par le même tribunal à peine quelques semaines plus tard. Le même *cybersquatter* avait enregistré un nom de domaine correspondant au nom commercial de la société *Cockerill-Sambre* et, ici encore, aucun droit de marque ne pouvait être invoqué.

Soucieuse sans doute de ne pas contredire la jurisprudence toute récente de son collègue, la présidente du tribunal parvint à sanctionner les agissements frauduleux en se fondant sur le droit de la concurrence, et plus précisément sur l'abus de position dominante dont se serait rendu coupable le *cybersquatter* en tentant de négocier la cession des droits sur le nom de domaine à des conditions manifestement déraisonnables<sup>53</sup>.

---

<sup>47</sup> A ce propos, voy. notamment I. BUBERT et M. BUENING, "Trademark law: domain name issues", in *E-commerce law and practice in Europe*, Cambridge, Woodhead Publishing, 2001.

<sup>48</sup> Prés. Com. Bruxelles (cess.), 3 janv. 1997, *Computerr.*, 1997/5, p. 227 (note P. GOETHALS) ; *D.I.T.*, 1997/4, p. 38 (note A. LEFEBVRE).

<sup>49</sup> Prés. Comm. Bruxelles (cess.), 11 juin 1997, *Computerr.*, 1997/5, p. 230 (note P. GOETHALS).

<sup>50</sup> La marque "Tractebel" fut en effet déposée après l'enregistrement du nom de domaine litigieux.

<sup>51</sup> Voy. *infra*, n° ££.

<sup>52</sup> Lire notamment les critiques virulentes de P. GOETHALS, *Computerr.*, 1997/5, p. 234.

<sup>53</sup> Prés. Comm. Bruxelles (cess.), 27 nov. 1997, *Computerr.*, 1998/1, p. 26 (note P. GOETHALS).

La décision a été diversement accueillie par la doctrine<sup>54</sup>. Cette jurisprudence hésitante illustre bien le désarroi des tribunaux face à ce nouveau type de fraude.

££. - La cour d'appel de Bruxelles<sup>55</sup>, saisie à la requête de la société *Tractebel*, vint alors remettre de l'ordre dans cet imbroglio juridique. Dans un arrêt que l'on peut qualifier d'arrêt "de principe", elle a infirmé la décision du tribunal de commerce de Bruxelles<sup>56</sup>, en jugeant que les actes du *cybersquatter* sont contraires aux usages honnêtes en matière commerciale.

Pour y parvenir, la cour a dû franchir différents écueils juridiques. Elle a tout d'abord fondé sa compétence et l'application de la loi belge, d'une part, sur la circonstance que l'acte de réservation du nom de domaine sort ses effets également sur le territoire belge en empêchant le titulaire du nom commercial d'utiliser son signe sur l'internet à partir du territoire belge (entre autres) et, d'autre part, sur la localisation du dommage en Belgique. La cour a ensuite qualifié le *cybersquatter* de "vendeur" au sens de la LPC, compte tenu du caractère habituel de la pratique litigieuse dans son chef. La cour a également tranché favorablement la question de l'usage du signe distinctif concerné en l'absence de création d'un site web sous le nom de domaine litigieux, considérant que l'usage du signe est suffisamment établi par le seul fait de l'enregistrement du nom de domaine, car la consultation du registre des noms de domaine permet de connaître l'identité de son titulaire, ce qui pourrait induire une confusion pour les internautes.

££. - Depuis cet arrêt de la cour d'appel de Bruxelles, une jurisprudence constante condamne, sur pied de l'article 93 de la loi sur les pratiques du commerce, l'enregistrement sans motif légitime d'un nom de domaine correspondant à un nom commercial ou à une marque propriété d'un tiers<sup>57</sup>.

££. - A propos de l'enregistrement abusif de noms de domaine correspondant aux noms patronymiques de ministres belges, le tribunal de première instance de Liège<sup>58</sup> s'est également inscrit dans ce courant jurisprudentiel dominant. Le tribunal, saisi en référés, a ordonné l'arrêt de l'utilisation de ces noms de domaine, qui est fautive car constituant "*des appropriations à des fins commerciales des droits inhérents aux noms patronymiques, sans l'accord des titulaires*".

££. - Comme le suggère pertinemment Y. JOMOUTON, certaines dispositions protectrices des consommateurs pourraient également être invoquées afin de contrer ces pratiques déloyales<sup>59</sup>. L'utilisation abusive d'un nom de domaine pourrait en effet être vue comme une publicité trompeuse au sens de la loi sur les pratiques du commerce.

---

<sup>54</sup> Comp. les commentaires favorable de D. VAN BUNNEN ("Le *domain grabbing* est-il un acte contraire aux usages honnêtes en matière commerciale ?", *Ann. prat. comm.*, 1997, p. 548 et s.) et critique de P. GOETHALS (note sous Prés. Com. Bruxelles (cess.), 27 nov. 1997, *op. cit.*, p. 29).

<sup>55</sup> Bruxelles (cess.), 1<sup>er</sup> avr. 1998, *Computerr.* 1998/4, p. 176 ; *J.L.M.B.*, 1998, p. 1588 (note E. WERY) ; *D.C.C.R.*, 1998, p. 157 (note Y. JOMOUTON) ; *R.D.C.*, 1998, p. 475 (obs. H. DE BAUW) ; *D.I.T.*, 1999/4, p. 68 (note A. CRUQUENAIRE).

<sup>56</sup> Cf. *supra*, n° ££.

<sup>57</sup> Voy. Prés. Comm. Anvers (cess.), 7 janv. 1999, *Ann. prat. comm.*, 1999, p. 572 ; Prés. Comm. Bruxelles (cess.), 15 sept. 1999, *Ann. prat. comm.*, 1999, p. 722 (commentaire B. DE NAYER).

<sup>58</sup> Civ. Liège (réf.), 28 nov. 2001, R.R. n° 01/705/C, inédit.

<sup>59</sup> Y. JOMOUTON, "Internet : noms de domaine et publicité trompeuse", *D.C.C.R.*, 1998, p. 173 et s. *Adde* B. DE NAYER, "Le *cybersquatting* à l'épreuve de la LPCC", commentaire sous Prés. Comm. Bruxelles (cess.), 15 sept. 1999, *op. cit.*, p. 726 et s.

En se fondant sur une infraction à l'article 23, 3° LPC, le président du tribunal de commerce de Bruxelles a ainsi ordonné la cessation de l'utilisation d'un nom de domaine. En l'espèce, une société anversoise avait utilisé un signe distinctif d'une société américaine afin de se présenter comme le distributeur officiel des produits de cette dernière. La défenderesse avait notamment ouvert un site web sur lequel elle mettait en exergue ce partenariat (allant jusqu'à créer un hyperlien vers le site officiel de la société américaine). Le magistrat a fort justement estimé qu'en suggérant aux consommateurs l'existence d'un lien entre les deux sociétés, la défenderesse avait fait une utilisation trompeuse du signe litigieux<sup>60</sup>. La décision est donc motivée par le contenu du site web de la défenderesse.

Pourrait-on aller plus loin et considérer que le seul enregistrement d'un nom de domaine comprenant un signe distinctif appartenant à un tiers est de nature à constituer une publicité trompeuse ? Deux éléments conduisent à préconiser la prudence à cet égard.

En ce qui concerne le caractère trompeur tout d'abord, est-ce que la première impression (de confusion) donnée par le nom de domaine peut être envisagée indépendamment du contenu de l'éventuel site web y correspondant ? Le nom de domaine en lui-même ne sera susceptible d'induire en erreur que dans la mesure où le contenu du site web ne permet pas d'écarter la confusion induite. Le risque d'erreur demeure-t-il présent lorsque, par exemple, un nom de domaine correspondant au nom commercial d'une société est utilisé par un collectif de consommateurs mécontents pour dénoncer la piètre qualité des services de la société en question ? Le contenu du site web devrait être pris en compte, à tout le moins pour démentir l'éventuelle confusion qui serait induite par le nom de domaine seul.

En pareille circonstance, on pourrait en outre s'interroger sur l'existence d'une publicité au sens de l'article 22 LPC<sup>61</sup>. Si l'on peut admettre sans grande difficulté que le seul enregistrement d'un nom de domaine constitue une communication<sup>62</sup>, l'existence d'un but de promotion de la vente de produits ou services sera plus délicate à établir en l'absence de contenu lié au nom de domaine litigieux<sup>63</sup>. Pourrait-on dans ce cas considérer qu'il y a, à tout le moins, un but de promotion de l'image du titulaire du nom de domaine litigieux<sup>64</sup> ? En l'absence de contenu, cela ne paraît pas évident à soutenir.

££. - La jurisprudence belge ne comporte à notre connaissance pas encore de décision sanctionnant le *cybersquatting* sur la base du droit des marques<sup>65</sup>.

La loi uniforme Bénélux sur les marques (art. 13, A, 1°, d, LUBM) a toutefois été utilisée par la jurisprudence néerlandaise<sup>66</sup> pour sanctionner ce type d'agissements. On peut

---

<sup>60</sup> Prés. comm. Bruxelles, 21 sept. 2001, V.S. 5643/2001, inédit (à paraître dans *D.A.*).

<sup>61</sup> Qui définit la publicité comme "toute communication ayant comme but direct ou indirect de promouvoir la vente de produits ou de services (...) quel que soit le lieu ou les moyens de communication mis en œuvre".

<sup>62</sup> En ce sens, voy. Y. JOMOUTON, *op. cit.*

<sup>63</sup> A ce propos, cf. B. DE NAYER, *op. cit.*, p. 729.

<sup>64</sup> En faveur de cette thèse, lire Y. JOMOUTON, *op. cit.*, p. 181.

<sup>65</sup> Tout au plus, peut-on mentionner le jugement rendu dans l'affaire *Bluebox* (Prés. Comm. Bruxelles (cess.), 3 janv. 1997, *op. cit.*), qui écarte l'atteinte au droit de marque sur la base de motifs qui ont été, *mutatis mutandis*, infirmés par la cour d'appel de Bruxelles dans son arrêt *Tractebel*.

<sup>66</sup> Voy. ainsi : Prés. Arr. Amsterdam, 5 févr. 1998, *Computerr.*, 1998/4, p. 184 ; Amsterdam, 11 janv. 2001, *Computerr.*, 2001/2, p. 94 et s. et spéc. point 5.12 (note P.B. HUGENHOLTZ). *Contra* : Amsterdam, 24 avr. 1997, *Computerr.*, 1997/3, p. 120, confirmant Prés. Arr. Amsterdam, 20 sept. 1996, *Computerr.*, 1997/1, p. 26. Ces dernières décisions s'expliquent toutefois en grande partie par le caractère générique du terme utilisé dans le nom de domaine litigieux.

raisonnablement estimer que les tribunaux belges aligneront, le cas échéant, leur position sur celle des tribunaux néerlandais.

## *B.2. De nouveaux outils légaux et extrajudiciaires de lutte contre la fraude*

££. - Si la jurisprudence des tribunaux semble à présent clairement condamner les pratiques de *cybersquatting*, cette pratique frauduleuse n'a pas disparu, loin s'en faut.

Les recours judiciaires ne permettent en effet pas de lutter efficacement contre le *cybersquatting*, et ce pour plusieurs raisons.

Il convient tout d'abord de mentionner la lenteur et le coût relativement élevé des procédures judiciaires qui ont incontestablement un effet dissuasif.

Plus fondamentalement, l'exécution forcée des décisions judiciaires se révèle souvent problématique car il s'agit dans la plupart des cas de litiges impliquant des parties établies dans des Etats différents.

De surcroît, les carences du système d'attribution des noms de domaine permettent aux *cybersquatters* d'enregistrer des noms de domaine sous de fausses identités, ce qui rend les poursuites judiciaires à leur encontre pour le moins aléatoires.

££. - Certains législateurs ont décidé d'offrir aux tribunaux les outils légaux nécessaires à l'éradication du phénomène. Ainsi, le législateur américain a-t-il adopté l'*Anti-Cybersquatting Consumer Protection Act* (ACCPA), qui contient des dispositions spécifiques permettant de contourner les difficultés rencontrées par les tribunaux<sup>67</sup>. Le gouvernement belge a pour sa part déposé un projet de loi au Parlement en janvier 2001, mais son processus d'adoption semble complètement paralysé<sup>68</sup>. Le tribunal de première instance de Liège a d'ailleurs fustigé la passivité du gouvernement à cet égard<sup>69</sup>. Ce projet de loi prévoit entre autres la mise en place d'une action en cessation spécifique<sup>70</sup>.

££. - Si ces initiatives peuvent contribuer à faciliter la tâche des tribunaux et à rendre leur action plus efficace, d'importants problèmes pratiques subsistent.

---

<sup>67</sup> A ce sujet, lire A. CRUQUENAIRE, "L'identification sur Internet et les noms de domaine : quand l'unicité suscite la multiplicité", *op. cit.*, pp. 148-149.

<sup>68</sup> Projet de loi relative à l'enregistrement abusif des noms de domaine, *Doc. Parl.*, Ch. Repr., sess. ord. 2000-2001, n° 1069/001, 26 janv. 2001.

<sup>69</sup> Voy. Civ. Liège (réf.), 28 nov. 2001, *op. cit.* : "Attendu qu'il est regrettable que le projet de loi déposé le 29 janvier 2001 n'ait pas abouti à un texte légal ; que ce vide juridique a permis aux défendeurs d'agir comme ils l'ont fait de telle sorte que le demandeur [le ministre Picqué] et les intervenants volontaires [les ministres Onkelinx et Ylieff] ont été les premières victimes de leur négligence" (sic !). Outre son caractère quelque peu déplacé dans le contexte d'une décision judiciaire, cette remarque n'est pas tout à fait fondée car le projet de loi concerné ne comporte aucun élément préventif nouveau.

<sup>70</sup> Pour un commentaire du texte déposé au Parlement et de ses versions antérieures, lire A. CRUQUENAIRE, "Quelques réflexions suscitées par les projets de lois belges relatifs à l'enregistrement abusif des noms de domaine", *Ubiquité – Droit des technologies de l'information*, n°5, juin 2000, pp. 149-155.

C'est pourquoi, sous la pression des titulaires de marques, l'ICANN, l'organisme qui gère l'attribution des noms de domaine au niveau mondial, a mis en place une procédure extrajudiciaire internationale de règlement des litiges afférents au *cybersquatting* (baptisée "UDRP", pour *Uniform domain name Dispute Resolution Policy*). Ce mécanisme de résolution des différends connaît un succès extraordinaire puisque, depuis sa création, en novembre 1999, plus de 6.000 décisions ont été rendues<sup>71</sup>. L'analyse de cette jurisprudence dépasse toutefois notre propos<sup>72</sup>.

Le succès rapide de la procédure UDRP a inspiré les gestionnaires de domaines nationaux. DNS-BE, l'organisme responsable de l'attribution des noms de domaine <.be> a ainsi décidé de créer sa propre procédure extrajudiciaire, calquée sur le modèle de la procédure UDRP<sup>73</sup>. Par rapport aux principes régissant la procédure UDRP, DNS-BE a opéré quelques adaptations visant notamment à élargir le champ d'application de la procédure<sup>74</sup> et à allonger les délais de recours<sup>75</sup>.

### C. L'utilisation abusive des meta-tags

££. - La jurisprudence a sanctionné à plusieurs reprises l'utilisation de signes distinctifs d'un concurrent dans les meta-tags du site web d'une société<sup>76</sup>. Cette pratique, invisible pour les internautes, vise à les attirer vers un site web lorsqu'ils cherchent de l'information au sujet d'un signe distinctif déterminé.

££. - Le tribunal de commerce de Bruxelles<sup>77</sup> a ainsi ordonné la cessation des agissements d'un concurrent de Belgacom qui avait inséré les termes "Belgacom" et "Belgacon" dans les meta-tags de son site web. Le tribunal a estimé qu'il y avait atteinte à la marque (art. 13, A, 1<sup>o</sup>, d, LUBM)<sup>78</sup> et acte contraire aux usages honnêtes en matière commerciale.

££. - Cette jurisprudence a été confirmée par le tribunal de commerce<sup>79</sup> et la cour d'appel d'Anvers<sup>80</sup>, qui se sont successivement prononcés dans une même affaire.

---

<sup>71</sup> Statistiques de l'ICANN (datées du 27 novembre 2002), disponibles sur le site officiel de l'organisme, à l'adresse <<http://www.icann.org/udrp/proceedings-stat.htm>>.

<sup>72</sup> A ce sujet, voy. A. CRUQUENAIRE, *Le règlement extrajudiciaire des litiges relatifs aux noms de domaine. Analyse de la procédure UDRP*, Cahiers du CRID, n° 21, Bruxelles, Bruylant, 2002.

<sup>73</sup> Voy. le site de DNS-BE, à l'adresse <<http://www.dns.be>>.

<sup>74</sup> Cet élargissement a été effectué en novembre 2001 car la première approche de DNS-BE était plus restrictive. Cf. le communiqué de presse de DNS-BE, à l'adresse <<http://www.dns.be/fr/News/whatsnew30oct2001.htm>>.

<sup>75</sup> Pour une comparaison entre les dispositions de l'ICANN et de DNS-BE et un bref commentaire sur la jurisprudence "belge", voy. A. CRUQUENAIRE, *Le règlement extrajudiciaire des litiges relatifs aux noms de domaine, op. cit.*, n<sup>os</sup> 40 et 41.

<sup>76</sup> Les meta-tags font partie du code source des pages web. Ils comportent notamment une liste de mots clés, choisis par l'éditeur du site, qui sera lue par les moteurs de recherche utilisés par les internautes. Pour de plus amples informations sur la technique des meta-tags, lire notamment M. DE COCK BUNING et M. VERMEER, "Hyperlinks en metatags : meeliften in cyberspace", *Computerr.*, 1999/4, p. 170 et s.

<sup>77</sup> Prés. Comm. Bruxelles (cess.), 15 oct. 1999, *Ann. prat. comm.*, 1999, p. 742. Le même tribunal a récemment confirmé sa jurisprudence : voy. Prés. Comm. Bruxelles (cess.), 4 févr. 2002, *Ubiquité – Droit des technologies de l'information*, n°12, juin 2002, p. 91 (obs. A. CRUQUENAIRE).

<sup>78</sup> Dans le même sens, voy. Prés. Dordrecht, 9 févr. 1999, cité par M. DE COCK BUNING et M. VERMEER, *op. cit.*

<sup>79</sup> Prés. Comm. Anvers (cess.), 16 mars 2000, *Computerr.*, 2001/2, p. 81 ; *R.D.C.*, 2000, p. 395 (commentaire de T. DE MEESE).

<sup>80</sup> Anvers (cess.), 9 oct. 2000, *R.D.C.*, 2001, p. 407 (note S. EVRARD).

Les faits étaient similaires à ceux de l'affaire Belgacom et les juridictions anversoises ont logiquement sanctionné ce comportement frauduleux sur les mêmes bases que le tribunal de commerce de Bruxelles.

Observons encore que la partie défenderesse invoquait un motif légitime pour justifier l'usage de la marque de son concurrent, en se fondant sur les nouvelles dispositions légales relatives à la publicité comparative. Le tribunal a écarté l'argument car la publicité comparative demeure en principe interdite, sauf si les conditions particulières fixées par le législateur sont remplies, ce qui n'était manifestement pas le cas en l'espèce, compte tenu notamment de l'absence de comparaison effective des produits offerts. La cour d'appel a confirmé l'appréciation du président du tribunal de commerce en précisant que le meta-tag ne constitue pas une communication dans la mesure où il n'est pas visible pour les internautes.