

# Marques et noms de domaines : enjeux juridiques des extensions personnalisées

**les faits** Les noms de domaine, à l'instar des marques, sont des actifs essentiels des entreprises, et un prérequis technique indispensable pour véhiculer leur identité sur la toile et assurer leur visibilité. Loin d'être cantonnés à la sphère économique, leur nombre croît de façon exponentielle. Les organisations en charge du nommage créent donc régulièrement de nouvelles extensions, dont la maîtrise permet de contrer certaines pratiques abusives, objet d'un contentieux abondant.

**D**énués de statut juridique propre, les noms de domaine sont protégés sur le fondement du droit commun et de la responsabilité délictuelle. En cette matière, c'est le principe du « premier arrivé premier servi » qui s'applique. Il est donc primordial pour toute entreprise de réserver les noms de domaine qui lui semblent pertinents pour son activité et de déposer les marques correspondantes le cas échéant, avant toute communication publique. En effet, phishing, atteinte à l'image de marque, cybersquatting ou typosquatting, les enjeux attachés à l'exploitation des noms de domaine génèrent de nombreux actes malveillants, consistant notamment à enregistrer un nom de domaine correspondant à une marque ou à une phonétique proche dans l'intention de le revendre ensuite à son titulaire, de profiter indûment de sa notoriété ou au contraire de lui nuire. Afin de répondre à l'épuisement des extensions historiques de type générique ou géographique (.fr, .com, .net) et de lutter contre ces pratiques, l'ICANN, autorité suprême de régulation des noms de domaines, a autorisé la création progressive de nouvelles extensions personnalisées pouvant désigner une thématique (.finance), une activité (photo)



**Me Pierre-Randolph Dufau**  
Avocat à la cour  
Fondateur de la SELAS  
PRD avocats

ou une zone géographique (.paris) mais, plus encore, une marque, extension la plus courtisée (645 extensions dans le monde dont 28 en France). En effet, outil majeur de lutte contre le cybersquatting, devenir propriétaire d'une extension .marque permet non seulement à une marque d'être clairement identifiée, définissant un territoire numérique qui démarque l'ensemble des services digitaux (site internet, intranet, adresses e-mails...), à l'instar de la récente refonte du réseau SNCF sous l'extension .sncf, mais aussi à l'entreprise

titulaire, seule maître de l'extension associée, de conserver l'entière maîtrise de la création et de la suppression de noms de domaine sous cette extension, contrant ainsi la marge de manœuvre des cyber squatteurs. En perspective du prochain appel à candidatures lancé par l'ICANN en 2020, l'AFNIC, organisme en charge de la gestion des noms de domaine assortis d'un .fr, a publié le 10 juillet dernier un livre blanc relatif à la mise en œuvre et aux avantages de ces extensions. Bien que la procédure soit coûteuse (lors de l'appel à candidatures en 2012, il en coûtait 185 000 \$ pour une candidature et 25 000 \$ par an de frais de gestion), n'importe quelle entreprise détentrice d'une marque et justifiant de la pérennité de son activité peut candidater pour avoir un ou plusieurs .marque correspondant à son portefeuille. ■

**ce qu'il faut retenir** Les marques et les noms de domaine sont certes régis par des règles distinctes, mais ils sont complémentaires sur le plan de la protection et doivent nécessairement faire l'objet d'une politique de gestion commune. Véritable levier stratégique en termes de communication et de sécurisation juridique, le projet d'adoption d'une extension .marque nécessite l'implication des différentes directions de l'entreprise très en amont.

## Twitter condamné à la modification de ses conditions d'utilisation

Le 7 août 2018, le Tribunal de grande instance de Paris a condamné le réseau social, assigné par l'UFC Que Choisir, à retirer ou modifier pas moins de 256 clauses de ses conditions générales. De nombreuses clauses portaient notamment atteinte à la protection des données personnelles de ses utilisateurs, en les considérant comme publiques par défaut ou en permettant leur exploitation commerciale, à des fins publicitaires, sans autorisation.

## Benalla : la CNIL saisie de nombreuses plaintes

Une association belge luttant contre la désinformation a effectué une étude portant sur les tweets consacrés au feuilleton politico-médiatique de l'été afin de classer, selon leur appartenance politique, les auteurs de ces messages. Les données brutes, rendues publiques par l'association sur son site, concernaient notamment les opinions politiques des titulaires des comptes Twitter analysés, tout particulièrement protégées par le RGPD.

## Dailymotion sanctionnée sur sa gestion des données personnelles

La CNIL a prononcé le 24 juillet 2018 une sanction de 50 000 euros à l'encontre de la plateforme de vidéos en ligne pour avoir insuffisamment sécurisé les données des utilisateurs inscrits. L'Autorité avait effectué un contrôle après une importante fuite de données en 2016, résultant d'un piratage qui avait concerné 82,5 millions d'adresses e-mail et 18,3 millions de mots de passe chiffrés.