

De l'occupation au référencement : quelle évolution depuis 15 ans?

Aujourd'hui en 2010, 2 constats :

- Perte partielle de la maîtrise de notre image sur Internet
- Passage de la stratégie d'occupation à l'utilisation qu'en fait l'internaute

=> ce qui compte : la visibilité octroyée par les moteurs de recherche et les réseaux sociaux aux PME et à leurs concurrents.

La stratégie web n'est plus optionnelle, même si l'on fait soi-même le choix de ne pas développer sa propre visibilité sur Internet.

De l'occupation au référencement : quelle évolution depuis 15 ans?

Comment gérer efficacement cette situation de fait :

Utiliser la marque (droit de propriété industrielle) comme levier à la fois pour votre visibilité et pour la défense de votre territoire de protection vis-à-vis des concurrents sur le net.

Veiller à ne pas se retrouver dans une situation d'illégalité ou d'atteinte aux droits des tiers : connaître ses responsabilités, valider juridiquement ses contenus et sécuriser les process en interne

Se placer autant que possible dans une optique de valorisation

**Première partie:
Valoriser et protéger son identité et ses produits
sur le Web, quelles stratégies pour les PME ?**

1 – La place de la marque sur la planète Web

Identification des outils et des supports web : le nom de domaine

**Marques, noms de domaine, créations et contenus sur Internet :
bonnes pratiques à l'heure de la net-économie**

1 – La place de la marque sur la planète Web

Identification des outils et des supports web : le nom de domaine

Plus facile à obtenir, mais une opposabilité très relative

=> Nécessité d'associer le nom de domaine à une marque

1 – La place de la marque sur la planète Web

Identification des outils et des supports web : **le nom de domaine**

Quels types d'atteintes ?

- cybersquatting (ex : **bouyguestel.fr**) : réserver un nom de domaine identique ou similaire à une marque antérieure pour (1) détourner le trafic du site légitime et (2) capter les emails adressés à la société victime
- typosquatting (**prosche.com ; sncff.com ; danine.com**),
- mais aussi pornsquatting, domain kitting etc

1 – La place de la marque sur la planète Web

Identification des outils et des supports web : **le nom de domaine**

Quelles actions contre les atteintes ?

- Action administrative : Plaintes UDRP (extensions génériques), PARL, (.eu) ADR (.fr)

3 conditions :

- (1) NdD identique ou similaire à une marque antérieure,
- (2) absence d'intérêt légitime du titulaire du NdD,
- (3) mauvaise foi du titulaire du NdD.

Rapides 45 jours max, peu coûteuses et efficaces

- Action judiciaire en référé (action en contrefaçon prévue par l'Art. L 716-6 du Code de la Propriété Intellectuelle)

Première partie:
**Valoriser et protéger son identité et ses produits
sur le Web, quelles stratégies pour les PME ?**

1 – La place de la marque sur la planète Web

Identification des outils et des supports web : le site Web

**Marques, noms de domaine, créations et contenus sur Internet :
bonnes pratiques à l'heure de la net-économie**

1 – La place de la marque sur la planète Web

Identification des outils et des supports web : **le site Web**

Quelles spécificités ?

Volatilité des données : en tenir compte dans le délai de réaction

Règles de preuve assez strictes : le constat par huissier est un préalable nécessaire

Règles de compétence en fonction du « public concerné »

En pratique : comment faire exécuter la décision ?

Première partie:
**Valoriser et protéger son identité et ses produits
sur le Web, quelles stratégies pour les PME ?**

1 – La place de la marque sur la planète Web

Identification des outils et des supports web : le mot clé

Utilisation cachée mais détectable et répréhensible en cas
d'atteinte au droit des tiers

1 – La place de la marque sur la planète Web

A chaque support, une application juridique : le site corporate

Au-delà de sa fonction d'identification essentielle, un nom de domaine qui ne pointe pas sur un site bénéficie d'une force juridique moindre.

Il est donc conseillé de vérifier que tous les noms de domaine pointent vers un site actif.

1 – La place de la marque sur la planète Web

A chaque support, une application juridique : le site Parking

Sites qui se font rémunérer pour référencer d'autres pages
(assimilés à des annuaires).

Il est primordial veiller à ce que votre marque ne serve pas
d'adresse pour un site parking qui détournerait ainsi une partie
des internautes vers les sites concurrents.

1 – La place de la marque sur la planète Web

A chaque support, une application juridique : le Blog

Espace de dialogue obéissant au principe de la liberté d'expression. La liberté d'expression et la parodie étant des exceptions au droit des marques, nul ne peut agir contre les contenus des blogs ou pages personnelles, **sauf à prouver l'atteinte à la marque.**

1 – La place de la marque sur la planète Web

Comment anticiper sur sa visibilité grâce à la marque?

- intégrer le nom de domaine dans la phase de validation juridique de la marque
- prendre en compte les particularités du nom de domaine par rapport à la marque (pas de principe de spécialité, pas de critère de distinctivité, territorialité relative) et adapter sa stratégie de protection

**Première partie:
Valoriser et protéger son identité et ses produits
sur le Web, quelles stratégies pour les PME ?**

**2 – Démarches concrètes adaptées à la stratégie de
propriété industrielle de l'entreprise**

**Marques, noms de domaine, créations et contenus sur Internet :
bonnes pratiques à l'heure de la net-économie**

Première partie: Valoriser et protéger son identité et ses produits sur le Web, quelles stratégies pour les PME ?

2 – Démarches concrètes adaptées à la stratégie de propriété industrielle de l'entreprise

1. Mettre en balance la marque et l'activité
(la réservation de noms de domaine « marque » n'exclut pas
celle de noms de domaine « activité » ou « générique »)

Ne pas hésiter à envisager un rachat lorsque votre marque est
déjà installée mais que votre nom de domaine n'est pas libre.

Première partie: Valoriser et protéger son identité et ses produits sur le Web, quelles stratégies pour les PME ?

2 – Démarches concrètes adaptées à la stratégie de propriété industrielle de l'entreprise

2. La réservation excessive n'est pas nécessairement efficace.

Affecter ce budget à une veille dans la mesure où l'efficacité de votre stratégie Web ne dépend plus du nombre de NdD que vous possédez mais de la qualité de votre référencement.

Première partie: Valoriser et protéger son identité et ses produits sur le Web, quelles stratégies pour les PME ?

2 – Démarches concrètes adaptées à la stratégie de propriété industrielle de l'entreprise

3. Privilégier une stratégie de veille pertinente.

La complexité du web réside dans son volume : adopter une stratégie de filtrage et d'indexation efficaces pour ne retenir que les informations pertinentes.

**Première partie:
Valoriser et protéger son identité et ses produits
sur le Web, quelles stratégies pour les PME ?**

**2 – Démarches concrètes adaptées à la stratégie de
propriété industrielle de l'entreprise**

4. Définir un process transversal entre le juridique et l'informatique pour la gestion des noms de domaine

**Première partie:
Valoriser et protéger son identité et ses produits
sur le Web, quelles stratégies pour les PME ?**

**2 – Démarches concrètes adaptées à la stratégie de
propriété industrielle de l'entreprise**

5. Vérifier que les compétences internes
d'administration de site intègrent bien
la dimension juridique

2 – Démarches concrètes adaptées à la stratégie de propriété industrielle de l'entreprise

6. Vérifier que les noms de domaine principaux sont optimisés dans l'éventualité d'une valorisation

D'un point de vue juridique, plus le NdD sera appuyé par des marques et noms de domaine sous d'autres extensions, plus sa valeur sera intéressante.

Attention : si la marque qui se cache derrière le nom de domaine est contestable, le nom de domaine peut être vulnérable et sa valeur financière affectée.

2 – Démarches concrètes adaptées à la stratégie de propriété industrielle de l'entreprise

7. Définir une stratégie de réaction face aux usurpations ou contrefaçon sur Internet :
avoir un process permettant d'identifier la criticité des atteintes, avec des réactions adaptées à chaque niveau :
action mise en demeure, action extra judiciaire (plainte),
action judiciaire en référé