

**Protégez votre nom de domaine pour
la campagne présidentielle**

Sommaire

A. Les noms de domaine déposés par les cybersquatteurs

- 1. La protection judiciaire**
- 2. La protection udrpéenne**

B. Les noms de domaine déposés par des opposants

- 1. Le nom de domaine et le droit de la personnalité**
- 2. Le nom de domaine et la vie privée**
- 3. Le nom de domaine et la diffamation**

C. Les noms de domaine déposés par des partisans

Protégez votre nom de domaine pour la campagne présidentielle

Le charme de l'internet se trouve non seulement dans sa nature, en tant que réseau de communication planétaire, mais aussi dans le vaste champ de liberté offert par ce réseau. Ces caractéristiques augmentent de plus en plus le nombre des internautes français, qui représente actuellement la moitié de la population, avec une hausse annuelle d'une moyenne de 5 % (55 % en 2006 contre 16 % en 1999)¹. Sur le terrain commercial, le marché du commerce électronique a réalisé en France un chiffre d'affaires de 9,5 milliards d'euros en 2006 au lieu de 7 milliards en 2005. Le marché virtuel a drainé 2,2 milliard d'euros, soit une hausse de 44 % en un an. Le boom de ce marché est accompagné aussi par l'utilisation de l'internet pour d'autres finalités non commerciales, notamment pour servir aux objectifs politiques².

Dans ce contexte, la piste des noms de domaine occupe une place cardinale pour achever les projets politiques de différents partis, qui visent à attirer de plus en plus de partisans, particulièrement en cette période présidentielle. A titre d'exemple, la favorite des sondages, Ségolène Royal a choisi le nom de domaine « desirsdavenir.org », pour exposer son projet présidentiel, et pour exposer son idée de la démocratie participative. De même, Laurent Fabius, un autre candidat à la candidature du parti socialiste a adopté la même méthode en déposant le nom de domaine « laurent-fabius.net » pour exprimer et valoriser sa campagne présidentielle. A droite, la situation est tout à fait semblable, notamment avec le domaine « sarkozyblog.free.fr », exploité par Nicolas Sarkozy, prochain candidat de l'UMP, et « mpf-villiers.com » utilisé par Philippe De Villiers. Bref, on

¹ Selon l'institut TNS, 57 % des internautes français consultent des informations sur le Net, 26% lisent et téléchargent des articles, 40 % utilisent l'internet pour écouter la radio. Les jeunes représentent la plupart de cette population, dont 48 % d'entre eux ont acquis un diplôme supérieur au bac. *LE FIGARO*, économie, vendredi 31 mars 2006, n° 19 178 - cahier n° 2.

² Par exemple, le parti socialiste PS a mis en place une application sur l'internet « www.parti-socialiste.fr », qui a été lancée le 9 mars 2006, pour faciliter la démarche de l'adhésion. Ce nouvel outil a permis au parti de gauche de passer la barre de 200,000 adhérents pour la première fois en son histoire.

retrouve actuellement tous les noms des candidats à la présidentielle de 2007, déposés en tant que noms de domaine. Par contre, parmi ces noms de domaine, il y a des domaines déposés par des cybersquatteurs (A), des opposants (B) ou des partisans (C) du candidat. La question qui se pose à cet égard, est de savoir sur quel fondement juridique le candidat pourrait réagir pour récupérer son nom, qui a été déposé par autrui en tant que nom de domaine. Dans cet article, on essaiera de répondre à cette question, en analysant la position jurisprudentielle et udrpéenne³ dans chaque cas examiné.

A. Les noms de domaine déposés par les cybersquatteurs

En effet, les noms de célébrités sont fréquemment la cible favorite des cybersquatteurs, qui tentent de monnayer ces noms par leurs dépôts en tant que nom de domaine, pour les revendre à leurs propriétaires à un prix très élevé. Cette spéculation illicite ne vise pas seulement les artistes ou les sportifs célèbres, mais aussi les hommes politiques, et religieux comme le nouveau pape de l'Église catholique Benoît XVI⁴. Sans aucun doute, cette pratique de *celebrity squatting* a fait l'objet d'une large condamnation jurisprudentielle **(1)** et udrpéenne **(2)**.

³ Il s'agit des Principes UDRP régissant le règlement uniforme des litiges relatifs aux noms de domaine qui fixent le cadre juridique du règlement des litiges entre les détenteurs de noms de domaine et des tiers (c'est-à-dire toute partie autre que l'unité d'enregistrement) au sujet de l'enregistrement et de l'utilisation abusifs d'un nom de domaine de l'Internet dans les gTLDs (.com, .net, .org, .biz, .info et .name) et les ccTLDs qui ont volontairement adopté ces Principes UDRP. Au cours de ses réunions des 25 et 26 août 1999, tenues à Santiago (Chili), le Conseil d'administration de l'ICANN a adopté les *Principes UDRP*, fondés en grande partie sur les recommandations figurant dans le Rapport concernant le premier processus de consultations de l'OMPI sur les noms de domaine de l'Internet (juin à 30 avril 1998). Le 24 octobre 1999, le Conseil d'administration de l'ICANN a adopté un ensemble de règles d'application des Principes UDRP qui définissent les procédures et autres conditions applicables à chaque stade de la procédure administrative de règlement des litiges. La procédure est administrée par des institutions de règlement des litiges agréées par l'ICANN.

⁴ Avant que le cardinal allemand Joseph Ratzinger soit devenu en 19 avril 2005 le 265^e pape et prenne le nom Benoît XVI, plusieurs internautes avaient commencé à déposer les noms qui pourraient être choisis par le prochain pape. Par exemple, un anglais a déposé le nom de domaine **BenedictXVI.com**, un autre écrivain domicilié en Floride a réservé six noms, dont **ClementXV.com**, **InnocentIV.com** ou encore **PiusII.com**. Il faut rappeler que le nom de l'ancien pape Jean Paul (se dit *John Paul* en anglais), a été déjà pris depuis 1999 et proposé à la vente pour 950 USD. Pierre BERECZ, DI actualité, 20 avril 2005.

1. La protection par la voie judiciaire

Ce fut le cas de la joueuse française mondiale de tennis Amélie Mauresmo⁵. En l'espèce, un particulier (Monsieur Jacob N.) a enregistré les noms de domaine « mauresmo.com » et « ameliemauresmo.com ». La célèbre joueuse de tennis l'a assigné en référé devant le tribunal de grande instance de Nanterre et a invoqué l'art. L. 711-4 g)⁶ du CPI pour exiger qu'il soit fait interdiction à Jacob N. d'utiliser son nom patronymique en tant que nom de domaine. Le tribunal refusa expressément l'assimilation entre la marque et le nom de domaine, qui bénéficie d'aucune réglementation particulière, et en considérant que les dispositions de l'art. L. 711-4 g) du CPI, ne sont pas applicables aux noms de domaine. Néanmoins, le tribunal indiqua que le nom patronymique, comme un droit de la personnalité, est protégé selon le droit commun, en permettant à son titulaire de contester toute appropriation indue, qui tend à créer un risque de confusion dans l'esprit du public. Sous cet angle, le tribunal constate l'existence d'un trouble manifestement illicite et condamne le détenteur des noms de domaine litigieux.

Dans cette optique, M. François Bayrou, député des Pyrénées-Atlantiques et président du parti politique UDF (Union démocrate de France), est l'homme politique français le plus vigilant au regard de l'utilisation de son nom en tant que nom de domaine. Après l'ouverture de la charte de l'AFNIC en mai 2004,

⁵ TGI Nanterre, ord. réf., 13 mars 2000, Mademoiselle Amélie M. Contre Défendeur : Monsieur Jacob N. DI Cah. jurid., jurispr. ; Droit-technologie.org ; Juris-Data n° 2000-114370 ; Com. com. electr. 2000, comm. n° 63, obs. Ch. Caron ; D. 2000, somm. p. 275, obs. A. Lepage.

⁶ **Art. L. 711-4** (art. 4, loi n°91-7 du 4 janv. 1991) Ne peut être adopté comme marque un signe portant atteinte à des droits antérieurs, et notamment :

- a) A une marque antérieure enregistrée ou notoirement connue au sens de l'article 6 bis de la convention de Paris pour la protection de la propriété industrielle ;
- b) A une dénomination ou raison sociale, s'il existe un risque de confusion dans l'esprit du public ;
- c) A un nom commercial ou à une enseigne connus sur l'ensemble du territoire national, s'il existe un risque de confusion dans l'esprit du public ;
- d) A une appellation d'origine protégée ;
- e) Aux droits d'auteur ;
- f) Aux droits résultant d'un dessin ou modèle protégé ;
- g) Au droit de la personnalité d'un tiers, notamment à son nom patronymique, à son pseudonyme ou à son image ;
- h) Au nom, à l'image ou à la renommée d'une collectivité territoriale.

l'extension .FR est désormais plus accessible. A la condition d'être identifiable via une base de données légale française, n'importe quelle personne physique ou morale peut enregistrer un ou plusieurs noms de domaine en .FR, sous réserve de leur disponibilité. A cause de cette politique de libéralisation, le nom de domaine « francois-bayrou.fr » a été déposé par Stéphane H., en donnant l'accès vers une place de marché dédiée à la revente de noms de domaine sur laquelle le domaine de M. Bayrou, prochain candidat à la présidentielle, a été proposé au prix de 10.000 euros.

Monsieur Bayrou a décidé de combattre pour assurer sa présence politique et ses ambitions présidentielles, en saisissant le TGI de Paris, qui a condamné dans son ordonnance le détenteur du nom litigieux et lui a ordonné de payer une somme de 5.000 euros de dommages et intérêts. Le tribunal a assuré la protection du nom du M. Bayrou sur le terrain du droit de la personnalité, sans de prononcer sur l'applicabilité l'art. L. 711-4 g) du CPI aux noms de domaine, en jugeant que : « *il n'est pas contestable que François Bayrou a droit au respect des attributs de sa personnalité et en particulier de ses prénom et patronyme ; qu'au demeurant, Stéphane H. ne pouvait ignorer qu'il lui appartenait [...] en vertu de l'article 19 de la charte de l'Afnic de s'assurer que le terme utilisé pour nom de domaine ne portait pas atteinte aux droits de François Bayrou à ses nom et prénom ; qu'enfin, il apparaît évident que le comportement de celui-ci n'est inspiré que par l'intention de tirer profit de la notoriété attachée au nom de ce personnage public* »⁷.

On en déduit que, l'art. L.711-4 g) se retrouve inapplicable aux noms de domaine, qui ne sont pas assimilés aux marques, selon le point de vue de la jurisprudence. Cette distinction entre le nom de domaine et la marque a été évoquée explicitement par la cour de cassation dans l'affaire « Madagascar », en

⁷ TGI Paris, ord. réf., 12 juillet 2004, Monsieur François Bayrou Contre Monsieur Stéphane H. DI Cah. jurid., jurispr. ; [P. Hauss, François Bayrou, Michel-Edouard Leclerc : même combat, 2 sept. 2004](#) ; Legalis.net. Le même défendeur a été aussi condamné dans une affaire semblable par le TGI de Nanterre, TGI de Nanterre, ord. réf., 28 juin 2004, Association des centres distributeurs E. Leclerc / Amen, Stéphane H.

considérant que « la notion de nom de domaine, spécifique au monde de l'Internet, est totalement distincte de celle de marque »⁸.

De ce fait, en l'absence de dispositions législatives particulières, le droit de la personnalité semble être le fondement juridique de la protection des noms de personnalités politiques, contre le cybersquatting. Toutefois, la mise en œuvre de cette protection exige d'établir l'existence d'un risque de confusion dans l'esprit du public ; ce qui n'est pas un vrai obstacle, étant donnée la notoriété des noms de célébrités. De l'autre côté, la portée de la procédure udrpéenne semble être différente au regard de la protection des noms de personnes célèbres.

2. La protection par la voie udrpéenne

Tout d'abord, il faut signaler que pour le moment la procédure udrpéenne est uniquement applicable aux marques et non pas aux autres droits antérieurs⁹. Par contre, il y a un consensus au sein de la jurisprudence udrpéenne de l'OMPI, qui prévoit que la procédure est ouverte aux noms de personnes, s'ils sont associés aux produits ou services, en établissant un droit d'une marque de common law ou

⁸ Cass. Crim., 6 septembre 2005, n° de pourvoi : 04-87303 : DI Cah. jurid., jurispr. ; Legifrance ; [Domaine.blogspot.com, 11 déc. 2005, obs. C. Manara](#). Cette affaire a été aussi abordée à la veille de l'élection présidentielle de Madagascar en 2001. En l'espèce, Monsieur R. R., informaticien de nationalité malgache résident en France a créé en 2001 un site web sous le nom de domaine « tiako-i-madagasikara.com », qui, en malgache, signifie « j'aime Madagascar », au profit de l'un des candidats aux élections présidentielles malgaches. Début 2002, Monsieur R. R. a confié à Monsieur G. R. d'intervenir sur le site en lui communiquant la totalité des informations nécessaires au maintien et à la mise à jour du site. Ce dernier a déposé le nom « tiako-i-madagasikara.org » en transférant tout ou partie du contenu de l'ancien site vers le nouveau. Devant le tribunal correctionnel de Nanterre, Monsieur R. R. reproche à Monsieur G. R., d'avoir commis des actes de contrefaçon de la marque « tiako-i-madagasikara.com ». Dans un jugement du 25 mars 2003, le juge pénal de Nanterre avait fait droit à cette demande. Le Ministère public et le prévenu ont interjeté appel de ce jugement, infirmé par la chambre des appels correctionnels de la Cour de Versailles. En appel : CA Versailles, 9ème ch. appels corr., 18 novembre 2004 [DI Cah. jurid., jurispr.](#) ; Legalis.net.

⁹ A cet égard, le deuxième rapport final de l'OMPI sur les noms de domaine (publié le 4 septembre 2001), a recommandé l'élargissement de la procédure udrpéenne aux « *noms de personnes ; dénominations communes internationales (DCI) pour les substances pharmaceutiques, recommandées par l'Organisation mondiale de la santé (OMS) en vue de promouvoir et de protéger la sécurité et la santé des patients dans le monde entier ; noms d'organisations intergouvernementales internationales (ex: Nations Unies) ; indications géographiques, indications de provenance ou noms géographiques ; noms commerciaux* ».

<http://arbitr.wipo.int/processes/process2/index-fr.html>

non enregistrée sur es noms. Autrement dit, un nom célèbre (artistique, politique, ou religieux) n'est pas automatiquement protégeable sous l'ombre de l'UDRP.

En ce sens, un homme d'affaires canadien, *Israel Harold Asper*, connu sur le pseudonyme Izzy, a porté plainte contre un particulier qui a déposé le radical « izzyasper » dans plusieurs zones génériques. Le requérant fonda sa demande sur la célébrité de son nom, en réclamant ses droits sur une marque de common law. Les arbitres déboutent la demande de M. Izzy, en jugeant que son nom célèbre ne lui confère aucun droit d'une marque de common law, puisque son nom n'était pas attaché aux activités économiques et n'est pas exploitable dans la commercialisation des produits ou services; « *In this case, there is no evidence that the Complainant has ever used his personal name for the purpose of merchandising or other commercial promotion of goods or services, or that he intended to do so (...) therefore, this Panel has no doubt that the Complainant, known as Izzy Asper, has a deservedly famous name and that this attribute may provide him with a remedy in a national court for an alleged improper use of his name, the present Policy and Rules which bind this Panel do not permit a finding that he has rights in a trademark or service mark of such a nature as to successfully challenge a Domain Name which is identical or confusingly similar*»¹⁰.

En principe, la jurisprudence de l'OMPI exige la preuve de trois conditions afin qu'un nom célèbre puisse établir ses droits sur une marque de common law et avoir une protection sous l'égide de la procédure udrpéenne. En premier lieu, il faut prouver la notoriété ou la célébrité du nom et le fait que le nom de domaine litigieux soit identique ou semblable, de nature à prêter à confusion avec celui-ci.

¹⁰ Centre d'arbitrage et médiation de l'OMPI, 11 juin 2001, *Israel Harold Asper v. Communication X Inc.*, Case No. D2001-0540; Dans le même sens, la plainte du fameux chanteur anglais **Sting** a été refusée par les arbitres, puisque le nom Sting est **un nom commun en anglais**, et a accordé le droit sur le nom de domaine « sting.com », à un particulier résidant aux Etats-Unis. Centre d'arbitrage et médiation de l'OMPI, 20 juillet 2000, *Gordon Sumner, p/k/a Sting v Michael Urvan*, Case No. D2000-0596; *Bruce Springsteen v. Jeff Bugar and Bruce Springsteen Club* WIPO Case No. D2000-1532 ; Thibault Verbiest, Gilone dUdekem, « Célébrités et noms de domaine : synthèse de la jurisprudence de l'OMPI », www.droit-technologie.org , 5 Novembre 2003.

En deuxième lieu, le nom de personne célèbre doit avoir été *a priori* exploité dans la commercialisation de produits et services. En troisième lieu, le nom célèbre doit acquérir dans l'esprit du public, une nature distinctive suffisante (*secondary meaning*) et indépendante de celle de la personne célèbre ; « *A mark comprising a personal name has acquired secondary meaning if a substantial segment of the public understand the designation, when used in connection with services or a business, not as a personal name, but as referring to a particular source or organization* »¹¹.

Cette trilogie célèbre, commerciale, distinctive, est la porte d'accès principale pour qu'un nom célèbre soit considéré comme une marque de common law, ou une marque non enregistrée et puisse accéder à la protection de l'UDRP, quel que soit la nature de son activité, artistique¹², littéraire¹³, sportive¹⁴, politique¹⁵, commerciale¹⁶, ou même royale¹⁷.

¹¹ *Ahmanson Land Company v. Save Open Space and Electronic Imaging Systems*, [WIPO Case No. D2000-0858](#), et *Ahmanson Land Company v. Vince Curtis*, [WIPO Case No. D2000-0859](#).

¹² *Julia Fiona Roberts v. Russell Boyd* [WIPO Case No. D2000-0210](#) (fameuse actrice américaine); *Cho Yong Pil v. ImageLand, Inc.* [WIPO Case No. D2000-0229](#) (musicien coréen); *Experience Hendrix, LLC v. Denny Hammerton and The Jimi Hendrix Fan Club* [WIPO Case No. D2000-0364](#) (chanteur); *Nik Carter v. The Afternoon Fiasco* [WIPO Case No. D2000-0658](#) (commentateur de radio); *Helen Folsade Adu known as SADE v. Quantum Computer Services Inc.* [WIPO Case No. D2000-0794](#) (une chanteuse Populaire); *Madonna Ciccone, p/k/a Madonna v. Dan Parisi and 'Madonna.com'* [WIPO Case No. D2000-0847](#) (fameuse chanteuse populaire américaine); *Isabelle Adjani v. Second Orbit* [WIPO Case No. D2000-0867](#) (fameuse actrice française); *Julie Brown v. Julie Brown Club* [WIPO Case No. D2000-1628](#) (acteur américain); *Celine Dion and Sony Music Entertainment (Canada) Inc. v. Jeff Burgar operating or carrying on business as Celine Dion Club* [WIPO Case No. D2000-1838](#) (fameuse chanteuse canadienne). Egalement, le National Arbitration Forum, *Mick Jagger v. Denny Hammerton*, (NAF FA0007000095261) (chanteur de pop); *MPL Communications Ltd. v. Denny Hammerton* (NAF FA0009000095633) (paulmccartney.com and Lindamccartney.com), <http://www.arbforum.com/domains/>.

¹³ *Jeanette Winterson v. Mark Hogarth* [WIPO Case No. D2000-0235](#); *Monty and Pat Roberts, Inc. v. Bill Keith* [WIPO Case No. D2000-0299](#); *Monty and Pat Roberts, Inc. v. J. Bartell* [WIPO Case No. D2000-0300](#); *Margaret Drabble v. Old Barn Studios Limited* [WIPO Case No. D2001-0209](#); *Chinmoy Kumar Ghose v. ICDSOFT.com and Maria Sliwa* [WIPO Case No. D2003-0248](#)

¹⁴ *Daniel C. Marino, Jr. v. Video Images Productions, et al* [WIPO Case No. D2000-0598](#); *Jules I. Kendall v. Donald Mayer Re skipkendall.com* [WIPO Case No. D2000-0868](#) (Fameux jouer du Golf); *Jaap Stam v. Oliver Cohen* [WIPO Case No. D2000-1061](#) (fameux jouer du foot); *Pierre van Hooijdonk v. S.B.Tait* [WIPO Case No. D2000-1068](#) (fameux jouer du foot).

¹⁵ Anne McLellan, Ministre de justice canadien, eResolution case no. AF0303, www.arbforum.com/domains.

En résumé, il nous semble, que d'un point de vue juridique, la voie judiciaire reste plus appropriée à l'heure actuelle, pour protéger le nom d'un candidat à la présidentielle contre le cybersquatting, malgré le fait que la procédure udrpéenne est plus rapide, moins coûteuse. Cette position est justifiée par une double raison. D'une part, le système juridique français ne connaît que la marque déposée. D'autre part, la plupart des noms de politiques ne sont pas exploités dans le secteur commercial pour que le candidat puisse évoquer son droit sur une marque de common law.

Evidemment, cette portée étroite de la procédure udrpéenne est une différence principale avec les PARL (procédures alternatives de résolution des litiges du .fr et .re) qui visent à protéger, au sens large, toute atteinte aux droits des tiers protégés en France en particulier : « à la propriété intellectuelle (propriété littéraire et artistique et/ou propriété industrielle), aux règles de la concurrence et du comportement loyal en matière commerciale, au droit au nom, au prénom ou au pseudonyme d'une personne »¹⁸. Dans le même sens, l'ADR (alternative procedure resolution) ou la politique extrajudiciaire de règlement des différends de la zone « .eu », accorde une vaste protection à tout droit reconnu ou établi par le droit national et/ou communautaire (Rgt 874/2004, art. 21.1).

Par contre, la solution pourrait changer dans le cas où le nom du candidat à la présidentielle est déposé par un opposant, qui dénonce le projet électoral d'un candidat, en usant de son droit de liberté d'expression. Ce que nous examinerons dans la prochaine section.

¹⁶ *Harrods Ltd. v. Robert Boyd* [WIPO Case No. D2000-0060](#) (Re Dodi al-Fayed); *Monty and Pat Roberts, Inc. v. Bill Keith* [WIPO Case No. D2000-0299](#); *Monty and Pat Roberts, Inc. v. J. Bartell* [WIPO Case No. D2000-0300](#); *Steven Rattner v. BuyThisDomainName (John Pepin)* [WIPO Case No. D2000-0402](#) .

¹⁷ Comme la fameuse princesse anglaise Diana, *CMG Worldwide, Inc. v. Naughtya Page* (NAF FA0009000095641), www.arbforum.com/domains.

¹⁸ L'art. 19 de la charte de nommage de l'AFNIC.

B. Les noms de domaine déposés par des opposants

Evidemment, l'internet a imposé une nouvelle forme de la liberté d'expression, où les opinions peuvent être exprimés d'une façon plus simple, et sans interdictions préalables¹⁹, en trouvant un auditoire plus large. Dans cette optique, les noms de domaine sont l'une des pistes les plus importantes pour cette modalité virtuelle de la liberté d'expression. Actuellement, il y a des noms de domaine déposés pour exploiter un site web, en dénonçant une marque²⁰, une entreprise, ou une personnalité célèbre ; artistique ou politique (ex. jenaimepasnicolassarkozy.org). Ce genre de sites, appelé les sites contestataires, provoque sur le terrain juridique, la question de l'exercice du droit de la liberté d'expression, l'un des piliers fondateurs de la république française, et un principe de valeur constitutionnelle²¹.

La jurisprudence a eu l'occasion de traiter cette question, à la veille de plusieurs affaires, concernant le droit de parodie et de critique d'une marque, à

¹⁹ Kornprobst, « Libertés publiques et interne », colloque « commerce électronique », Marrakech 8 et 9 novembre 2001, JCP cahiers de droit de l'entreprise, supplément n°4 à la semaine juridique n°37 du 12 sept 2002, p. 7 et s. il indique que « *Toute société, toute civilisation, repose, en effet, sur des interdits car s'il n'y avait pas d'interdits, ce ne serait pas la civilisation mais la sauvagerie, la loi du plus fort, la violence (...). Or internet permet matériellement tous les excès, toutes les violations* ».

²⁰ Dans cette optique, le TGI de Paris a condamné un particulier de contrefaçon et de dénigrement de la marque RATP (La Régie Autonome des Transports Parisiens), qui a déposé le nom de domaine « ratp.org » pour faire une critique satirique et humoristique de certains dysfonctionnements du service public assuré par la RATP. TGI Paris, 3ème ch., 3ème sect., 21 mars 2000, La régie autonome des transports parisiens (RATP) Contre Défendeurs : Monsieur Laurent M. et Monsieur Valentin L. ; DI, Cah. jurid., jurispr. ; Comm. com. électr. 2000, comm., 88, obs. C. Caron ; Expertises 2000, n° 239, p. 210, obs. S. Rozenfeld ; voir également A. Dimeglio, *La parodie de marque sur l'Internet*, Droit-technologie.org, 25 novembre 2002. En référé, Tribunal de grande instance de Paris, ord. réf., 3 mai 1999 ; DI, Cah. jurid., jurispr. ; Legalis.net.

²¹ Son existence est datée depuis la déclaration de 1789 des droits de l'homme et du citoyen, qui dispose dans son article 11 que « *La libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'Homme : tout Citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre à l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la Loi* ». La constitution du 4 octobre 1958 a affirmé l'attachement de la cinquième république aux droits de l'homme et aux principes de la souveraineté nationale tels qu'ils ont été définis par la Déclaration de 1789. Également, ce principe a été assuré sur le niveau régional par l'art 10-1, de la convention européenne (Rome, 4 novembre 1950) sauvegarde des droits de l'homme et libertés fondamentales, et sur l'échelle internationale par la déclaration universelle de l'ONU des droits de l'homme (10 décembre 1948).

travers des noms de domaine²². Cette intervention jurisprudentielle a témoigné une vraie victoire de la liberté d'expression sur le droit de marque²³.

Par contre, le débat relatif à la liberté d'utiliser le nom d'une personne politique en tant que nom de domaine, est assez différent de celui concernant la marque. D'une part, l'exercice de liberté d'expression à travers des noms de domaine a été accordé aux associations à but non lucratif, dont les statuts indiquent une finalité non commerciale. Evidemment, la jurisprudence n'a pas traitée le cas où une marque est dénoncée en tant que nom de domaine par un individu, mais par des associations de but non lucratif. Au contraire, on retrouve actuellement que les individuels sont souvent les déposants des noms des personnes politiques. D'autre part, la limitation de droit de marque à la vie des

²² Ce fut le cas de la fameuse affaire médiatique « *Jeboycottedanone* ». TGI Paris, 4ème ch., 1ère sect., 4 juillet 2001, Compagnie Gervais Danone et Groupe Danone Contre Monsieur Olivier M., S.A. 7 Ways, société ELB Multimédia, association « Le Réseau Voltaire Pour la Liberté d'expression », S.A.R.L. Gandi et Monsieur Valentin L. (exerçant sous le nom commercial « Altern B ») ; DI Cah. Jurid., jurispr. ; Legalis.net ; Revue Legalis.net 2002, n° 4, p. 32 ; Droit-technologie.org ; Propr. intell. 2001, n° 1, p. 89, obs. J. Passa ; JCP Cah. Dr. de l'Entr. 2002, n° 3, p. 14, note E. Tardieu-Guigues ; Expertises 2001, n° 253, p. 395, note G. Desgens-Pasaneau. En appel, CA Paris, 4ème ch., 1ère sect., 30 avril 2003, Appelants : Monsieur Olivier M. et Association Réseau Voltaire pour la Liberté d'Expression (Réseau Voltaire) Contre Intimées : Société Compagnie Gervais Danone et société Groupe Danone. DI Cah. Jurid., jurispr. ; Legalis.net ; Propr. intell. 2003, n° 8, p. 322, note V.-L. Benabou ; Gaz. Pal., 18 juillet 2003, p. 2, note D. Brunet-Stoclet ; Gaz. Pal. 3 janvier 2004, n° 3, p. 16, note A. Le Tarnec ; D. 2003, p. 2685, obs. S. Durrande ; D. 2003, p. 1760, obs. C. Manara ; Comm. com. électr. 2003, comm. 38, note Ch. Caron.

²³ Dans le feuilleton judiciaire « Greenpeace », la CA de Paris a donné l'association écologique française Greenpeace le droit de dénoncer « sous la forme qu'elle estime appropriée au but poursuivi les atteints à l'environnement et les risques causés à la santé humaine par certaines activités industrielles ». Cour d'appel de Paris 14ème chambre, section A Arrêt du 26 février 2003, Sa Spcea Société des participations du Commissariat à l'Energie Atomique/Association Greenpeace, Sa société Internet Fr., www.legalis.net ; G. Hass et O. de Tissot, « La cour d'appel de Paris statue en faveur de la liberté d'expression », Expertises mai 2003, doc., p. 188 ; P. Tréfigny, « Liberté d'expression et droit des marques », propriété industrielle, octobre 2002, page 20 ; C. Caron, « Duo dissonant sur la (prétendue) parodie de marque sur les réseaux », Comm. com. électr., novembre 2002, comm. 140, p. 20 et s. Cette position en faveur de la parodie de marque a été reprise par un autre arrêt de la CA de Paris du 16 novembre 2005, en réaffirmant que la campagne en ligne de Greenpeace contre la politique environnementale d'ESSO s'inscrivait dans les limites de la liberté d'expression, principe à valeur constitutionnelle : CA de Paris 4ème chambre, section A Arrêt du 16 novembre 2005, Esso / Greenpeace France, www.legalis.net ; C. Le Stanc et P. Tréfigny, « Droit du numérique : panorama 2005 », D. 2006, n° 11, p. 787.

affaires n'est pas envisageable au regard des hommes politiques, puisque leurs noms sont rarement exploitables au niveau commercial. A ce stade, la question de la liberté d'expression à travers un nom de domaine acquis une autre dimension et touche fondamentalement, soit le droit de la personnalité **(1)**, soit le respect de la vie privée **(2)**. Toutefois, il ne faut pas oublier que ces sites contestataires pourraient également tomber sur le coup de la diffamation **(3)**.

1. Le nom de domaine et le droit de personnalité

L'identification des personnes physiques est une nécessité dans toutes les sociétés. Il s'agit d'un pilier indispensable de l'organisation de la vie sociale, et un devoir d'une nature de l'ordre public²⁴. Cette identification exige que chaque individu ait un nom, un domicile, et un état civil. Ces droits sont techniquement la pierre angulaire du droit de la personnalité. Selon la coutume, la doctrine, et la jurisprudence, le nom d'une personne physique doit comporter deux éléments : le nom de famille²⁵ ou nom patronymique²⁶ désignant la famille²⁷, et le prénom²⁸

²⁴ Selon la loi du 6 fructidor, an II, art 1^{er} : « aucun citoyen ne pourra porter de nom autre que celui exprimé dans son acte de naissance ». En cas de violation, la sanction serait une peine d'amende et d'emprisonnement. ²⁴ L'expression « droit au nom » a apparue à la seconde moitié du 18^e siècle, où le tribun Challan a adopté cette expression dans son discours de présentation de la loi de germinal an XI. L'idée que le droit au nom représente un droit de propriété a été reprise par le tribunal d'appel de Paris dès le 7 germinal an XII. A. Lefebvre-Teillard, *Le nom : droit et histoire*, Presse universitaire de France, 1990, p. 172.

²⁵ La loi du 4 mars 2002 a modifié les règles de dévolution du nom de famille. Traditionnellement, lorsque la filiation de l'enfant est établie à l'égard de ses deux parents, le nom patronymique du père seul était transmis aux enfants issus du mariage. La loi du 4 mars 2002 a bouleversé cette très ancienne tradition : désormais les parents peuvent choisir le nom transmis, celui du père ou celui de la mère soit les deux accolés dans l'ordre choisi par eux dans la limite d'un nom patronymique pour chacun d'eux. En l'absence de choix l'ancien privilège du père se survit (C. civ., art. 311-21, 311-22).

²⁶ Le « patronyme » et le nom « patronymique » ont été supprimés des textes du Code civil et remplacés par les mots : nom de famille, Loi du 4 mars 2002, C. civ., art. 311-21, 334-2, 357. Sur la distinction entre un nom de famille et un nom d'usage, V. la loi n° 85-1372 du 23 déc. 1985 encore édulcorée par les circulaires du 26 juin 1986 et du 4 nov. 1987.

²⁷ Le nom est parfois accompagné par un titre de noblesse, comme , prince, duc, marquis, comte, vicomte, baron, chevalier. Sur l'attribution du nom de la famille, B. Teyssié, *Droit civil ; Les personnes*, Litec 2002, 7^{eme} édition, n° 129, p. 139 et s ; G. Goubeaux, *Traité de droit civil ; Les personnes*, sous la direction de Jacques Ghestin, LGDJ 1989, n° 100, p. 116 et s.

qui distingue l'individu parmi les autres membres de sa famille portant un patronyme identique.

A côté de ce visage social du nom comme un moyen d'identification de la personne, il y a aussi un autre visage du côté de l'individu. Sous cet angle, le nom est considéré comme un objet du droit subjectif. Mais, la nature exacte du droit sur le nom est controversé ; droit de propriété ou droit extrapatrimonial. Selon la nature extrapatrimoniale, le nom apparaît comme un droit de famille, ainsi qu'un droit de la personnalité, qui permettent la personne de réagir contre toute usurpation de son nom. Cette protection est exercée sur le biais de l'action en contestation du nom, qui tend d'interdire l'usage d'un non membre de la famille du nom de famille d'un autrui. Or, cette action exige que le tiers porte indûment le nom d'autrui, en prétendant qu'il est un des membres de sa famille. Par contre, cette action n'est pas envisageable dans le cas où le nom d'un candidat à la présidentielle est déposé en tant qu'un nom de domaine contestataire. Dans un tel cas de figure, le tiers, titulaire du nom de domaine, ne prétend pas d'être un membre de famille de candidat, mais il utilise le nom du candidat pour exprimer une opinion politique.

De l'autre côté, la jurisprudence est favorable de protéger le nom comme un droit de propriété. Cette théorie conduit à accorder au nom une forte protection, en donnant son titulaire d'interdire tout usage, même en l'absence d'un préjudice subi. Toutefois, la jurisprudence exige que le titulaire du nom prouve un préjudice subi, lorsque son nom est utilisé par un tiers pour désigner une personnalité théâtrale ou artistique. Ce préjudice est *stricto sensu* subi lors de l'existence d'un risque de confusion entre le personnage désigné et le nom de personne. De même, les tribunaux vérifient si l'auteur d'un roman ou d'une pièce théâtrale a commis une faute volontaire ou d'impudence, en utilisant le nom d'un

²⁸ Les prénoms sont choisis librement par les père et mère, sous réserve du contrôle du juge aux affaires familiales qui peut estimer que le choix n'est pas conforme à l'intérêt de l'enfant, ou méconnaît le droit des tiers à voir protéger leur patronyme. Le juge aux affaires familiales est saisi par le procureur de la République, lui-même alerté par l'officier de l'état civil. C. civ., art. 57 et 60.

tiers dans son œuvre. Autrement dit, l'emploi du nom dans un œuvre exige la présence de trilogie : faute, préjudice, causalité²⁹.

Cette trilogie était présente dans l'affaire Mauresmo, dans lequel le tribunal a précisé que « *le nom patronymique est un droit de la personnalité qui fait l'objet à ce titre d'une protection permettant à son titulaire de le défendre contre toute appropriation indue de la part d'un tiers lorsque celui-ci, par l'utilisation qu'il en fait, cherche à tirer profit de la confusion qu'il crée dans l'esprit du public* »³⁰. Dans le même sens, le tribunal a constaté dans l'affaire Bayrou que « *François Bayrou a droit au respect des attributs de sa personnalité, et en particulier de ses prénom et patronyme (...) qu'enfin, il apparaît évident que le comportement de celui-ci n'est inspiré que par l'intention de tirer profit de la notoriété attachée au nom de ce personnage public* »³¹.

Or, on pense que la solution serait différente dans le cas d'un nom de domaine contestataire. En premier lieu, le nom du candidat n'est pas reproduit à l'identique, mais avec l'adjonction d'un terme négative, comme « je n'aime » ou « déteste ». En deuxième lieu, le déposant du nom de domaine n'a pas l'intention de profiter de la célébrité du nom de candidat pour le revendre pour un haut prix, mais d'exprimer ses opinions politiques en utilisant le nom du candidat. Cette spécificité du nom de domaine contestataire pourrait changer la donne au regard de l'appréciation d'un risque de confusion³². La question qui se pose est de savoir

²⁹ F. Terré et D. Fenouillet, *Les personnes, La famille, Les incapacités*, Droit privé, Précis, Dalloz 7^e édition, 2005, n° 179 p. 176 ; B. Teyssié, *Les personnes*, Litec 5^e édition, 2000, p.106 et s. ; J. Carbonnier, *Les personnes*, Presse Universitaire de France PUF, 2000, p. 72.

³⁰ TGI Paris, ord. réf., 12 juillet 2004 ; DI Cah. jurid., jurispr. ; Droit-technologie.org ; Juris-Data n° 2000-114370 ; Com. com. electr. 2000, comm. n° 63, obs. Ch. Caron ; D. 2000, somm. p. 275, obs. A. Lepage.

³¹ TGI Nanterre, ord. réf., 13 mars ; DI Cah. jurid., jurispr. et l'article de P. Hauss, *François Bayrou, Michel-Edouard Leclerc : même combat !*, 2 sept. 2004 ; Legalis.net.

³² A cet égard, l'appréciation du risque de confusion à cause des noms de domaine contestataire a créé une vive polémique par les arbitres de l'OMPI, à la veille des *sucks cases*, qui s'agit de l'enregistrement d'une marque, en tant que nom de domaine, accompagnée du terme *sucks* (dégoûtant en français). La jurisprudence de l'OMPI est effectivement partagée entre deux tendances principales. La première est la tendance minoritaire, qui considère qu'un nom de domaine, composé d'une marque et un terme négative (comme le mot 'sucks'), ne créé aucun risque de confusion puisque le public n'associe pas le titulaire légitime de la marque avec le nom de domaine contestataire. ³² Centre d'arbitrage et médiation de l'OMPI, *McLane Company, Inc. v. Fred Craig*, Case No. D2000-1455, arbitré par Roderick M. Thompson, 11 janvier 2001,

quel est le degré de la distinctivité du nom de domaine composé d'un terme négative accompagné par un nom d'une personne politique. En d'autres termes, est-ce qu'un nom de domaine négatif écarte ou pas le risque de confusion avec le nom d'une personne politique? Cette appréciation incombera essentiellement la jurisprudence qui n'a pas encore tranché sur la question. Cependant, le candidat pourrait estimer que ce type de domaine représenterait une atteinte à sa vie privée.

2. Le nom de domaine contestataire et la vie privée

Malgré le fait que le droit sur le nom n'occupe pas clairement une place parmi la déclaration de 1789, ou la déclaration universelle des droits de l'homme de 1948, la Cour européenne des droits de l'homme considère que le nom de

<http://arbitrator.wipo.int> ; Centre d'arbitrage et médiation de l'OMPI, *America Online, Inc. v. Johuathan Investments, Inc., and AOLNEWS.COM*, Case No. D2001-0918, « fucknetscape.com », arbitré par Tony Willoughby, 14 septembre 2001, <http://arbitrator.wipo.int> .

A contrario, la tendance dominante de l'OMPI estime que dans *les sucks cases*, le risque de confusion n'est pas échappé, et exige le transfert du nom de domaine au profit du titulaire de marque. Cette tendance est fondée sur des raisons divers, parmi lesquelles l'insuffisance du terme generic comme « sucks » d'écarter le risque de confusion : ³² Centre d'arbitrage et médiation de l'OMPI, *Wal-Mart Stores, Inc. v. Walsucks* (WIPO Case No. D2000-0477); *Direct Line Group Ltd. v. Purge I.T.* (WIPO Case No. D2000-0583); *Dixons Group PLC v. Purge I.T.* (WIPO Case No. D2000-0584); *Freeserve PLC v. Purge I.T.* (WIPO Case No. D2000-0585); *National Westminster Bank PLC v. Purge I.T.* (WIPO Case No. D2000-0636); *Standard Chartered PLC v. Purge I.T.* (WIPO Case No. D2000-0681); *Cabela v. Cupcake Patrol*, NAF Case No. FA95080 (August 29, 2001); *Wal-Mart Stores, Inc. v. MacLeod* (WIPO Case No. D2000-0662); *Société Accor v. M. Philippe Hartmann* (WIPO Case No. D2001-0007); *ADT Services AG v. ADT Sucks.com* (WIPO Case No. D2001-0213). V. également, le National Arbitration Forum, *Bloomberg L.P. v. Secaucus Group*, Case No. FA0104000097077 (June 7, 2001); *Brio Corp. v. Spruce Caboose*, NAF Case No. FA0205000114411, <http://www.arbforum.com> .

D'autres décisions sont basées sur le fait de l'existence du risque de confusion dans l'esprit des internautes non anglophones, qui ne pourraient pas distinguer entre le nom de domaine composé d'une marque et le mot 'suck' avec la marque d'un tiers : ³² Centre d'arbitrage et médiation de l'OMPI, *Société Accor v. M. Philippe Hartmann*, (WIPO Case No. D2001-0007), 13 mars 2001 ; *National Westminster Bank PLC v. Purge I.T. and Purge I.T. Ltd.*, *OMPI D2000-0636*, 13 août 2000 ; *Diageo v. Zuccarini* (WIPO Case No. D2000-0996); *Vivendi Universal v. Sallen*, WIPO Case No. D2001-1121 ; *Asda Group Ltd. v. Kilgour*, WIPO Case No. D2002-0857 ; *Wachovia Corporation v. Alton Flanders* D2003-0596 ; *Berlitz Investment Corp. v. Stefan Tincuiescu* D2003-0465 .

famille³³ et le prénom³⁴ font partie de la vie privée, et sont dans le champ de l'application de l'art. 8-1 de la CEDH, « *Toute personne a droit au respect de sa vie privée et familiale, de son domicile et de sa correspondance* ». Cette extension des droits fondamentaux au droit du nom semble être logique et compréhensible. La question qui se pose dans ce contexte est de savoir à quel degré le nom de domaine contestataire pourrait porter atteinte à la vie privée d'un homme politique. Il s'agit qu'il y a aussi dans ce contexte une confrontation entre deux principes fondamentaux : la liberté d'expression et la vie privée.

La réponse de cette question nous renvoie au débat classique concernant la distinction entre la vie privée et la vie publique d'un homme politique. Cette délimitation est l'une des tâches la plus difficile, particulièrement en absence d'une définition légale pour déterminer ce qui relève de la vie privée. La question devient plus complexe au regard des hommes politiques où la limite de leur vie privée et publique semble un droit assez vague, « *Force est de reconnaître qu'il n'est pas toujours facile de tracer la ligne de partage entre les deux vies* »³⁵.

Cette notion de la vie privée d'un homme politique est effectivement le fruit de l'intervention jurisprudentielle³⁶, qui essaie de trouver une conciliation entre les deux vies. Par exemple, il a été jugé qu'une célébrité politique, sportive ou artistique ne peut pas interdire la publication, aux fins d'information, d'une

³³ CEDH, 22 fév. 1994, (*l'affaire Burghartz c. Suisse*) et 25 nov. 1994, (*l'affaire Stjerna c. Finlande*) ; JCP 1995, E. G., I, 3823, n°31, obs. F. Sudrre ; Le nom de la famille : ancêtres et époux, RTD civ. 1994 p. 563, note Jean Hauser ; L'adjonction de son patronyme par le mari au nom commun de la famille emprunté à sa femme et la Convention européenne des droits de l'homme, D. 1995 p. 5, note Jean-Pierre Marguénaud ; Nom patronymique : prescription, l'Europe n'est pas favorable à la chasse... aux patronymes ! RTD civ. 1995 p. 324, note Jean Hauser

³⁴ CEDH 24 oct. 1996, *l'arrêt Guillot*, Jean-Pierre Marguénaud, « Le prénom rejoint le nom patronymique dans le champ d'application de l'article 8 de la Convention européenne des droits de l'homme », RTD civ. 1997 p. 551 ; Cass. Civ. 1^{er} chambre, le 1^{er} oct. 1986, JCP 1987.II p. 20984, note E. Agostini.

³⁵ F. Terré et D. Fenouillet, Droit civil : Les personnes, La famille, Les incapacités, Droit privé, Précis, Dalloz 7^e édition, 2005, n° 105, p. 111.

³⁶ Après la cour de cassation, la vie privée est « désigne, par opposition à la vie publique, la sphère des activités de la personne qui relèvent de l'intimité et qui doivent rester à l'abri du regard d'autrui : vie sentimentale, moeurs, état de santé, pratique religieuse, loisirs, etc. La loi proclame le droit au respect de la vie privée ». Cass. civ., art. 9 ; C. pén., art. 226-1 s.

photographe prise dans le cadre de la sphère de l'activité publique³⁷. Or, la solution pourrait être changée si la photo est prise lors d'autres activités. Autrement dit, la limite entre la vie privée et la vie publique d'une célébrité varie selon les faits et les circonstances des faits.

Evidemment, l'exercice d'une fonction publique acquies un impact sur la dimension de la vie privée de son titulaire. Dans ce sens, le patrimoine d'un politique est exclu de la protection prévue par l'art. 9 c. civ. Donc, l'information du citoyen, sur la fortune des hommes politiques, apparaît être non seulement tolérée, mais semble être une nécessité pour la maintenance d'une société démocratique³⁸. Cette souplesse de la jurisprudence au regard des atteintes de la vie privée d'un personnage public défavorise le recours à l'art. 9 c. civ.³⁹ pour contester le dépôt d'un nom de domaine contestataire. En plus, l'examen du contenu du site web semble être pertinent pour apprécier l'atteinte à la vie privée. Par contre, ce dernier pourrait tomber sous le coup de la diffamation.

3. Le nom de domaine contestataire et la diffamation

L'article 29, alinéa 1er de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse définit la diffamation comme « *toute allégation ou imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération de la personne ou du corps auquel le fait est imputé* ». La mise en œuvre de cette disposition exige que l'allégation ou l'imputation porte atteinte à l'honneur ou à la considération d'une personne identifiable. D'autre part, il faut que les actes incriminés prennent la forme d'une publicité, comme indique l'article précité d'une façon exemplative « *discours,*

³⁷ Cité par B. Teyssié, droit civil : Les personnes, 7^e édition, manuel, Litec, 2002, n° 39 p. 77.

³⁸ « *S'agissant de personnes ayant une situation qui les signale à l'attention du public par l'influence qu'elles exercent sur la vie économique, une nécessaire transparence s'instaure quant à leur patrimoine, qui devient un élément d'information dans les limites qu'impose le caractère spécifiquement personnel et intime de certaines données touchant à leur personne, leur mode de vie et celui de leur famille* ». CA Paris, 20 oct. 1987, D. 1988, Somm. p. 197, obs. D. Amson. Cité par Ch. Bigot, « Protection des droits de la personnalité et liberté de l'information », D. 1998. chron., p. 235.

³⁹ L'alinéa 2 de cet article dispose que « Les juges peuvent, sans préjudice de la réparation du dommage subi, prescrire toutes mesures, telles que séquestre, saisie et autres, propres à empêcher ou faire cesser une atteinte à l'intimité de la vie privée : ces mesures peuvent, s'il y a urgence, être ordonnées en référé ».

cris, menaces, écrits ou imprimés, placards ou affiches ». Sous cet angle, le nom de domaine, une adresse alphanumérique, pourrait être ajouté à cette liste, comme une modalité d'expression ou publication⁴⁰. La question qui se pose est de savoir si un nom de domaine peut être considéré comme diffamatoire. Le président du TGI Paris a répondu à cette problématique par l'affirmative dans cette ordonnance du 9 juillet 2004.

En l'espèce Monsieur Gérard D., éditeur d'un site internet ayant vocation à critiquer avec brutalité la société Groupama, imputait à cette dernière un certain nombre d'agissements civilement et pénalement répréhensibles (faux et usage de faux, violation du secret professionnel, corruption, etc.). Dans cette optique, monsieur D. a déposée les noms de domaine: « groupama.escroc.free.fr », « groupama.pas.fiable.free.fr » et « groupama.vous.ruine.free.fr ». Le juge décida que les propos tenus sur le site Internet litigieux se révèlent indéniablement diffamatoires. Au regard des noms de domaine litigieux, il les considéra globalement diffamatoire, et ordonna de les supprimer, « *Ces propos, combinés avec les trois adresses sous lesquelles ils sont accessibles - et qui associent notamment le nom de la société demanderesse à l'auteur habituel d'une infraction pénale et à la ruine de ses adhérents - imputent à cette société la commission de nombreux délits (soustraction de preuves, faux et usage, violation du secret professionnel, corruption, y compris de magistrats) et de faits contraires à la morale des affaires comme à l'intérêt de ses sociétaires. Ces imputations sont contraires à l'honneur et à la considération d'une société*

⁴⁰ Les tribunaux n'hésitent pas d'affirmer que le nouvel espace de liberté créé par l'internet, par les forums de discussion, les courriers électroniques ou les blogs sont soumis à la loi du 29 juillet 1881 relative à la liberté de la presse qui sanctionne tout propos diffamatoires. Voir par exemple, Cour d'appel de Paris 11ème chambre, section B Arrêt du 11 mai 2006, Cegid / Alain B., Philippe M : Cour de cassation Chambre criminelle 29 mars 2006, Jean R. / Ministère public : Tribunal administratif de Clermont-Ferrand 2ème chambre Jugement du 6 avril 2006, Corinne N. / Collège Teilhard de Chardin : Tribunal de grande instance de Paris 17ème chambre - Chambre de la Presse Jugement du 17 mars 2006, Commune de Puteaux / Christophe G.

commerciale et constituent donc, comme le fait valoir à juste titre la société Groupama, une diffamation à son égard »⁴¹.

Mais, l'attaque d'un nom de domaine sur le terrain de la diffamation exige que le demandeur prenne en considération l'art. 65 de la loi du 29 juillet 1881, qui prouve une prescription de trois mois pour les poursuites engagées sur son fondement. Le non respect de ce délai était la raison d'irrecevabilité de l'action de la société ESCOTA. En l'espèce, un salarié (M. Nicolas B.) de Lucent, constructeur d'équipements de télécommunications, a créé à son domicile un site internet satirique « escroca.com », dénonçant les abus supposés de la société Escota, concessionnaire des autoroutes du sud-est de la France, vis-à-vis des usagers. Le contenu de ce site contient des mentions injurieuses et diffamatoires portées sur la société Escota, ses dirigeants, et ses employées⁴². Le TGI de Marseille a constaté que « *ces propos et images particulièrement outrageants, et qui visent sans conteste la personne morale ESCOTA, présentent le caractère d'injures et de diffamatoires et constituent des abus de la liberté d'expression, sans que puisse être appliqué l'article 1382 du Code civil en l'absence de faute distincte* »⁴³. Par contre, le tribunal a décidé que l'action est prescrite, à cause du non respect du délai de 3 mois prouvé par l'art. 65 de la loi du 29 juillet 1881.

⁴¹ DI Cah. jurid., jurispr. et le commentaire d'E. Gillet, Une adresse Internet peut-elle être diffamatoire ?, DI Cah. jurid., Chron., 16 sept. 2004 ; Legalis.net ; Comm. com. électr. 2004, comm. 118, L. Grynbaum. Dans cette affaire, juge des référés a appliqué pour la première fois l'article 6 de L.C.E.N (La loi pour la confiance dans l'économie numérique, n°2004-575 du 21 juin 2004) prévoyant notamment l'irresponsabilité des hébergeurs de données illicites « s'ils agissent promptement pour retirer ces données ou en rendre l'accès impossible ».

⁴² Des termes tels que « con » était utilisé pour qualifier les employés de la société, « enculeurs, escrocs » pour les dirigeants, ou encore « téléfuck » (téléenculé) pour les télépéages. Egalement, des phrases particulièrement injurieuses comme « *ESCROCA s'est affirmée tout au long de ses quarante années d'existence comme un enculeur économique puissant et bien membré... qui vous la met toujours plus profond* ».

⁴³ TGI Marseille, 1ère ch. civile, 11 juin 2003, S.A. Escota Contre Sté Lycos (anciennement S.A. Multimania) Sté Lucent Technologies Monsieur Nicolas B ; DI Cah. jurid., jurispr. ; Comm. com. électr. 2003, comm. n° 85, p. 30, note Grynbaum ; JCP E 2004, n° 4, Chron. Droit de l'Internet par l'Ercim, §3, obs. A. Robin. Cette décision a été affirmée par la CA d'Aix-en-Provence ; DI Cahier jurid., jurispr. ; Juriscom.net, avec les observations de V. Sédaillan, La responsabilité de l'employeur du fait des activités personnelles de ses salariés sur Internet, Juriscom.net, 31 mars 2006.

Egalement, il faut noter que l'exploitation du nom de domaine est un facteur clef dans l'appréciation de la diffamation. Autrement dit, la mise en examen du contenu du site⁴⁴ semble d'être pertinent pour engager la responsabilité du titulaire du nom de domaine. Cette méthode d'appréciation⁴⁵ a été appliquée dans l'affaire « *Looxor* », dans laquelle le tribunal a mis en examen le contenu d'un site en jugeant que « *l'impossibilité d'engager leur responsabilité indépendamment d'une action en diffamation dès lors que la faute qui leur est reprochée n'est pas d'avoir diffamé la société Peugeot Motocycles mais d'avoir diffusé sur un site portant la même dénomination qu'un scooter commercialisé par cette dernière des informations sur la pratique des " deux roues " de nature à détourner la clientèle de ce type d'achat et à faire pression pour l'acquisition du nom de domaine en cause* »⁴⁶.

En somme, un candidat à la présidentielle dispose des moyens juridiques très efficaces pour réagir contre un nom de domaine contestataire, déposé pour dénoncer son projet politique. Cette stratégie de défense est concentrée sur les limites du principe de la liberté d'expression, qui se retrouvent sur le biais du droit de la personnalité ou de la diffamation. En tout état de cause, on pense que

⁴⁴ La CA de Paris a estimé que les propos tenus par certains salariés de la société Cegid sur un forum de discussion sur l'internet ne relevaient pas de la diffamation. Les juges ont pris soin d'étudier le contenu du forum, en examinant chacun des trois messages litigieux afin de statuer sur l'existence d'un acte diffamatoire. En plus, la cour a affirmé que les employés bénéficiaient d'un droit à la critique salariale, « *y compris en termes vifs* » dès lors que ceux-ci ne contenaient « *aucune imputation attentatoire à l'honneur ou à la considération de la société* ». CA de Paris, 11ème chambre, section B Arrêt du 11 mai 2006, Cegid / Alain B., Philippe M ; legalis.net.

⁴⁵ Le TGI de Paris a condamné le directeur de publication du site « *sosfrance.com* » pour diffamation, injure publique et provocation à la discrimination nationale, raciale et religieuse. Le responsable de publication condamné n'a pas fait appel du jugement qui devient donc définitif. Il a été condamné à trois mois de prison avec sursis et à verser deux mille euros à la Ligue des droits de l'homme au titre des dommages et intérêts et de l'article 475-1 du code de procédure pénale pour les frais de justice engagés. Tribunal de grande instance de Paris 17ème chambre Jugement du 24 novembre 2005, Ligue des droits de l'Homme / Gérard S. legalis.net.

⁴⁶ DI Cah. jurid., jurispr. ; Juris-Data n° 2002-226232 ; Legalis.net ; Revue Legalis.net 2003, n° 1, p. 72 ; LPA, 28 janvier 2003, *Actualité des techniques avancées*, n° 20, p. 10 ; Comm. com. électr. févr. 2003, act. 23, p. 4 ; JCP E 2005, n° 3, comm. 81, Chron. Droit de l'Internet par l'Ercim, §3. Voir également, le TGI de Nanterre, réf., 14 septembre 2000, S.A. La Suisse Assurances (France) c/Monsieur Yves S. et S.A.R.L. Yad Informatique ; DI Cah. Jurid., jurispr. ; Jurisprudence.ouvaton.org (F. Glaize).

l'examen du contenu du site web acquis une influence importante sur l'appréciation du risque de confusion, ou la qualification de l'acte diffamatoire. En l'attente de voir un arrêt inaugural sur cette question. Reste maintenant d'examiner une dernière hypothèse où le nom du candidat est déposée en tant que nom de domaine par l'un des ses partisans.

C. Les noms déposés par des partisans

Le nom de domaine est devenu actuellement l'un des outils fréquemment utilisables pour soutenir les hommes politiques, notamment dans cette période présidentielle. Ce genre de nom de domaine s'appelle les domaines des fans⁴⁷. A travers ces domaines des fans on retrouve par exemple, *etudiantsavec Sarkozy.net*, *les-amis-de-nicolas-sarkozy.net*, *generationsarkozy.net*, *2007avec Sarkozy.org*, ou *segoleneroyalpresidente.net*. La question qui se pose, à cet égard, est de savoir si la personne politique peut récupérer ces domaines de fans. Il faut remarquer que ces domaines des fans sont très loin d'être jugés diffamatoires, puisque ils ne contiennent pas aucune allégation ou imputation, qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération de la personne. Par contre, la question des domaines des fans peut toucher le débat évoqué sur la liberté d'expression travers les noms de domaines contestataires. Or, les sites des fans sont créés principalement pour soutenir la célébrité, et donnent des avis positifs à son égard. Au contraire, dans les cas des noms de domaine contestataires, les sites web servent comme des moyens de critique, en dénonçant l'activité d'un tiers, fréquemment une personne morale ou physique, en déposant sa marque ou son nom avec un terme négative, comme *sucks* ou *déteste*.

Cette différence entre le positivisme des sites des fans et le négativisme des *sucks* sites ne fait en théorie aucun traitement favorable pour les premiers, puisque les deux touchent principalement le droit d'une personne sur son nom. Autrement dit, c'est le droit de la personnalité qui est la base d'argument. Donc,

⁴⁷ Le nom de domaine **harry-potterfanclub.com** était prisonnier pour plus de deux ans par un fans (un adolescent gallois, Owen Rickards). L'américain Warner Brothers, détenteur des droits cinématographiques sur Harry Potter a découvert cette coïncidence, lors la sortie du le troisième volet des aventures du jeune magicien : Harry Potter et le prisonnier d'Azkaban. S. Van Gelder, DI, actualité, 3 juin 2004.

on revient ici à la question relative de l'appréciation du risque de confusion, comme un critère de protéger le nom d'une personne célèbre. Malheureusement, on ne retrouve pas des précédents jurisprudentiels concernant ces noms de domaine déposés par les fans.

Par contre, ces domaines des fans ont fait l'objet d'une polémique très intéressante au sein de la jurisprudence udrpéenne de l'OMPI, qui mérite d'être évoquée dans ce contexte. D'une part, une partie des arbitres estime que le fan a l'intérêt légitime (para. 4. c des principes directeurs) de déposer une marque composée d'un nom de célébrité en tant qu'un nom de domaine, en exigeant que le site soit active, n'exerce pas d'activité commerciale, et qu'il soit clairement distinctive du site officiel de célébrité. Ces trois conditions sont considérées comme des indications de la bonne foi du détenteur du nom de domaine, et le manque d'une entre eux, ferait l'acquisition du nom de domaine illégitime. Dans cette optique, la commission a considéré qu'un fan a l'intérêt légitime sur le nom « garyjennings.com », puisque son site n'avait pas de finalité commerciale (*far use*), et donnait seulement des résumés des ouvrages et des bibliographies de l'auteur américain *Gary Jennings*; «*it appears that Respondent was using the Domain Name in connection with a bona fide offering of goods or services. Respondent has been using the Domain Name in connection with a web site to share information on the author Gary Jennings. The Panel finds on this basis that Respondent has a legitimate interest in the Domain Name. This Panel also finds that Respondent is making a legitimate noncommercial or fair use of the Domain Name, without intent for commercial gain to misleadingly divert consumers or to tarnish any rights Complainant may assert at issue or not. Providing reviews of the author Gary Jennings' works is fair use of the Domain Name. Respondent does not appear to obtain commercial gain from operating the web site. Respondent clearly indicates on its web site that "GaryJennings.com is not affiliated or endorsed by Gary* »⁴⁸.

⁴⁸ Centre d'arbitrage et médiation de l'OMPI, *Estate of Gary Jennings and Joyce O. Servis v. Submachine and Joe Ross* [D2001-1042](#) <garyjennings.com>; *2001 White Castle Way, Inc. v. Glyn O. Jacobs* [D2004-0001](#) <patbenatar.com>. <http://arbiter.wipo.int>

A l'inverse, l'autre partie des arbitres dérive les fans de tout intérêt légitime de déposer le nom d'une célébrité comme un nom de domaine, même si le site est destiné pour exprimer des opinions positives, et a une finalité non commerciale. Ce fut le cas du fameux club turc du foot *Galatasaray*, qui a assigné un fournisseur d'accès d'internet, détenteur du domaine « *galatasaray.com* », déposé pour donner des informations aux fans, en déclarant explicitement que ce n'est pas le site officiel de l'équipe du foot. La commission a accueilli la demande du club truc en jugeant que le défendeur n'a pas de droit légitime sur le nom litigieux ; « *Panel concludes that the Respondent cannot rely upon its disputed use of the Domain Name to establish rights or legitimate interests in respect of the Domain Name. The Panel finds that the Respondent has no rights or legitimate interests in respect of the Domain Name* »⁴⁹.

En toute hypothèse, le droit du fan ne lui permet pas de déposer un nom de domaine inactif composé du nom de célébrité, même selon la première perspective des arbitres. Mais, il reste de noter qu'il n'y a pas de position unique et claire au sein la jurisprudence udrpéenne par rapport les critères selon les quelles la finalité commerciale⁵⁰ du site est déterminée, de même que la manière selon laquelle un détachement suffisant est fait entre le site du fans et le site officiel de célébrité. Il nous semble que la réponse à ces questions doit être donnée cas par cas, en prenant en compte les éléments du litige posé.

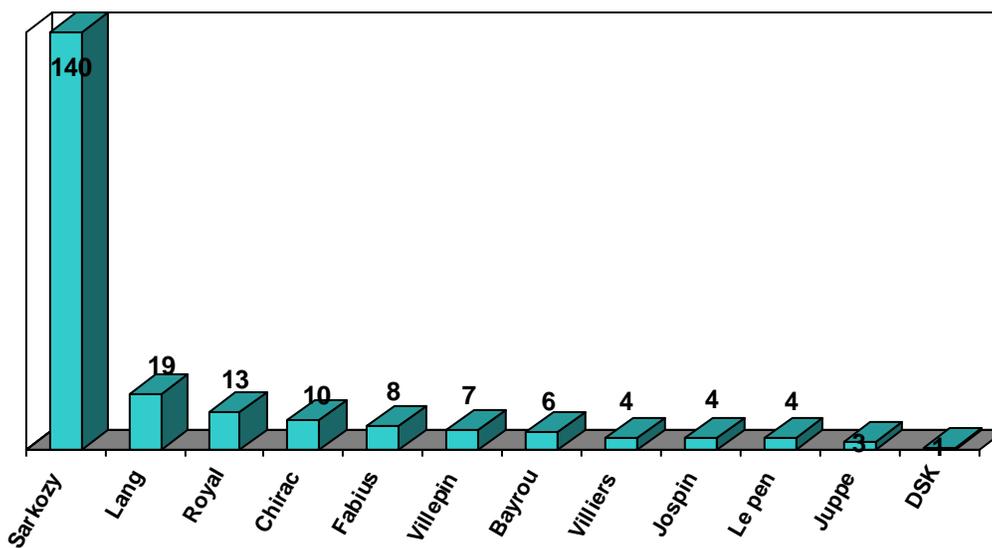
Après cette analyse des différentes hypothèses du dépôt du nom d'un candidat à la présidentielle par un tiers, soit un cybersquatteurs, opposant, ou partisan, on pense que le candidat doit prendre en considération, la zone où son nom est déposé (générique « .com, .net, .org) ou géographique « .fr, .eu »), et la voie

⁴⁹ Centre d'arbitrage et médiation de l'OMPI, *Galatasaray Spor Kulubu Dernegi, Galatasaray Pazarlama A.S. and Galatasaray Sportif Sinai Ve Ticari Yatirimlar A.S. v. Maksimum Iletisim A.S. D2002-0726* <galatasaray.com>; David Gilmour, *David Gilmour Music Limited and David Gilmour Music Overseas Limited v. Ermanno Cenicolla D2000-1459* <davidgilmour.com>. <http://arbiter.wipo.int>

⁵⁰ Il faut remarque que selon la majorité de la jurisprudence de l'OMPI, la finalité commercial du site n'exige que son titulaire est un commerçant. C'est qui compte est la nature commerciale du site et son contenu, quel que soit la nature activité de son titulaire. Il's agit que la théorie objective des actes commerciaux est appliquée par la jurisprudence udrpéenne. *Helen Fielding v. Anthony Corbert aka Anthony Corbett D2000-1000* <bridgetjones.com>, <http://arbiter.wipo.int>

choisie, judiciaire ou udrpéenne. Ces deux points sont la clé de réussite dans la bataille présidentielle sur la piste des noms de domaine.

Aperçu quantitatif de noms de politiques déposés en tant que noms de domaine dans les zones .com, .org, .net, .info, .biz, .fr



Recherche effectuée par l'auteur sur la base des données www.indom.fr, le 1^{er} juillet 2006