

## Internet

# Réseaux sociaux et marques: prévenir les conflits

Les noms d'utilisateur sur les réseaux sociaux sont susceptibles de porter préjudice aux titulaires de marque.



**ANNE-SOPHIE CANTREAU,**  
Avocate,  
Alain Bensoussan  
Avocats

La possibilité offerte aux utilisateurs de créer librement des noms d'utilisateur ou usernames sur les réseaux sociaux, tels que Facebook ou Twitter, ouvre également la voie à des reprises non autorisées de marques (exemple: [www.twitter.com/marque](http://www.twitter.com/marque)). Ces usages ne sont pas nécessairement préjudiciables aux titulaires de marque; ils peuvent, en effet, favoriser la connaissance d'une marque et créer un véritable buzz positif autour d'elle. Mais l'inverse est malheureusement aussi possible et constitue un risque que les entreprises doivent intégrer dans leur politique de protection de leur patrimoine marque. Quels sont les moyens qui leur sont alors offerts?

Au-delà de procédures réparatrices mises en place par les réseaux sociaux et laissées à leur appréciation (exemple: Twitter propose aux titulaires de marque de déposer une requête en vue d'obtenir la suppression d'un compte), l'action en contrefaçon de marque

aurait pu représenter une solution efficace. Mais au regard de l'évolution jurisprudentielle récente sur la qualification des faits contrefaisants ouvrant droit à réparation, on constate que les chances de succès d'une telle action sont intimement liées aux circonstances de fait. En effet, la contrefaçon de marque est établie lorsque son usage non autorisé est réalisé dans la vie des affaires, pour des produits et services identiques ou similaires à ceux pour lesquels la marque est enregistrée et lorsque cet usage porte, ou est susceptible de porter, atteinte aux fonctions de la marque, la première étant d'identifier l'origine des produits et services. Or il n'y a pas atteinte à cette fonction lorsque l'internaute normalement informé et raisonnablement attentif peut savoir facilement si les produits ou services visés, par exemple dans une publicité, proviennent du titulaire de la marque ou d'une entreprise économiquement liée à celui-ci ou, au contraire, d'un tiers (CJUE, 23/3/2010, affaires C-236/08 à C-238/08).

## Des difficultés pour sanctionner

Par transposition de cette jurisprudence à l'enregistrement d'username non autorisés, il y a fort à parier que seule une portion congrue des enregistrements d'username pourrait être sanctionnée au titre de la contrefaçon de marque. De telles actions judiciaires supposent, en outre, de retrouver l'identité

de celui qui a enregistré l'username et, s'il est établi à l'étranger, de mettre en œuvre la procédure d'exequatur afin que les sanctions prononcées en France puissent être appliquées. Enfin, une action en diffamation ne pourrait être mise en œuvre que dans des cas très particuliers compte tenu des exigences strictement définies par cette procédure.

Une solution pourrait être de mettre en place une procédure internationale obligatoire, comparable à celle pour les enregistrements abusifs de noms de domaine. Dans l'immédiat, il convient d'anticiper

en enregistrant les usernames correspondant à des marques et en établissant une surveillance active sur les principaux réseaux sociaux en vue de négocier, selon les circonstances, des partenariats ou des transferts de nom d'utilisateur. ■

### L'ENJEU

- Eviter tout usage préjudiciable de marque par des tiers non autorisés sur les réseaux sociaux, puissants vecteurs de communication.

### LA MISE EN ŒUVRE

- Mettre en place une politique préventive d'enregistrement de noms d'utilisateur et une surveillance sur les réseaux sociaux.

## JURISPRUDENCE EN BREF

### SALARIÉ PROTÉGÉ

Le paiement du préavis d'un salarié protégé doit être additionné, en cas de violation du statut protecteur, à la rémunération que le salarié aurait dû percevoir jusqu'à la fin de la période de protection.

(Cass. Soc, 23.3.2011, N°637, Elkine c/ Baptesse-Hôpital Saint-Jean).

### HEURES SUPPLÉMENTAIRES

L'accord implicite de l'employeur à l'accomplissement d'heures supplémentaires suffit au salarié pour en obtenir le paiement et il n'est pas nécessaire qu'elles aient été demandées ni même autorisées.

(Cass. Soc, 22.3.2011, N°765, Lemoine c/ Derichebourg Intérim).

### NON-CONCURRENCE

Une clause de non-concurrence nulle, dans un contrat de travail, cause nécessairement un préjudice au salarié.

(Cass. Soc, 30.3.2011, N°837, Guy Demarle c/ Belloncle).

### CONTREFAÇON

L'importateur d'un produit contrefait est coupable de contrefaçon sans qu'il soit nécessaire d'établir qu'il a agi en connaissance de cause.

(Cass. Com, 29.3.2011, N°313, Moulet c/ Heuling Maschinenbau et a.)

### DÉPÔT DE MARQUE

Une grossièreté, même exprimée en langue étrangère et passée localement dans le langage courant, ne peut pas être déposée à titre de marque.

(Cass. Com, 29.3.2011, N°322, Luna et a. c/ City Sport et a.)