

## Compte-rendu

Beau succès de participation pour cette 113<sup>e</sup> activité organisée par le FORUM TELECOM<sup>®</sup> de la SPI+. Il faut dire que le thème avait de quoi intéresser tous ceux qui créent des sites Web, des logiciels, etc. ou, tout simplement, disposent dans leur PME d'une telle solution ; autrement écrit, tous les utilisateurs de T.I.C.

La propriété intellectuelle, les droits d'auteur : chacun d'entre nous voit à peu près ce dont il s'agit... mais "à peu près" seulement. Les trois orateurs invités par le FORUM TELECOM<sup>®</sup> au séminaire ont eu pour objectif essentiel d'éclairer l'assistance sur la dangerosité potentielle (juridique et, partant, financière) que représente la méconnaissance des droits et des devoirs de tout utilisateur en ce qui concerne la propriété intellectuelle et ses diverses implications au niveau du droit des marques, des problèmes contractuels, de la protection des informations diffusées, de l'insertion de metatags, de la responsabilité liée à l'usage d'hyperliens,... Sans pour autant verser dans une incitation à un excès de méfiance, tous trois insistèrent sur un principe fondamental nommé "prudence".

C'est tout d'abord M<sup>e</sup> **Alain STROWEL**, avocat chez Convington & Burling, Professeur aux Facultés universitaires Saint-Louis, à l'Université de Liège et à la Katholieke Universiteit Brussel-Leuven, qui allait exposer les principes de base que se doit de respecter tout qui met du contenu en ligne.

M<sup>e</sup> STROWEL a tout d'abord insisté sur la différence de traitement à appliquer à "l'amont" de la mise du contenu en ligne et à son "aval". "L'amont", c'est la phase de l'obtention des autorisations, là où il convient de se pencher, d'une part, sur la problématique du droit d'auteur et des droits voisins, et de l'autre, sur celle du droit à l'image. "L'aval", c'est la phase de la protection et de l'exploitation des droits d'auteur. A retenir sans doute : 1<sup>o</sup> la notion de "droits d'auteur" est bien plus large que prévu puisqu'elle recouvre notamment les œuvres littéraires (tous les textes, y compris les slogans... ou les logiciels), les œuvres artistiques (photo, dessin, lay-out, logo, image,...) ainsi que la musique et le son ; 2<sup>o</sup> cette même notion ne s'applique en fait initialement qu'à des personnes physiques (libre à elles de les céder par la suite à des personnes morales). Le conseil final de l'orateur : « *Créez une "policy" interne à votre entreprise, avec désignation d'un responsable "propriété intellectuelle", conscientisation des employés et archivage des contrats de cession/licence et de confidentialité* ».

Dans la foulée, Alain STROWEL s'est également penché sur les conditions à respecter en matière de création d'hyperliens. En appelant au bon voisinage sur le Web, il a également conseillé, au créateur du lien, « *d'éviter les liens profonds et les cadrages* », et à l'intermédiaire, « *d'éliminer les liens si vous savez qu'ils renvoient à des contenus illicites* ».

L'oratrice suivante était **Dominique KAESMACHER**, Directeur juridique du Bureau de conseil en propriété intellectuelle Kirkpatrick, membre du Conseil supérieur de la propriété intellectuelle et Chargée de cours en droits intellectuels à l'ULg. Thème de son exposé : "Nom de domaine, marque et Internet". D. KAESMACHER a tout d'abord rappelé que le principe général pour

## Propriété intellectuelle et droits d'auteur appliqués aux T.I.C.

l'acquisition des noms de domaine était « *premier arrivé, premier servi* ». Une règle qui, on s'en doute, n'a pas manqué de créer des situations pour le moins difficiles d'un point de vue juridique.

L'oratrice se lança alors dans une très intéressante explication du pourquoi et du comment de la protection d'une marque, quelle que soit la forme adoptée (mot inventé ou existant, ensemble de chiffres ou de lettres, dessin, logo, couleur, son, emballage, odeur,...), dans le cadre de la législation "beneluxienne" (unique) ou européenne (on parle de marque "communautaire"). L'enregistrement abusif des noms de domaine (le "cybersquatting") fut ensuite abordé, avec pour illustration quelques affaires récentes qui ont connu pour issues des jugements parfois assez surprenants. « *Internet n'est assurément pas une zone de non-droit*, a-t-elle conclu. *La prudence est donc totalement de mise...* »

Avocat au cabinet Lontings & Partners (il y est responsable du département ICT & Intellectual Property), Maître de conférences aux Facultés universitaires Notre-Dame de la Paix à Namur (co-titulaire de la chaire "Propriété intellectuelle et Technologies de l'information"), **M<sup>e</sup> Jean-Paul TRIAILLE** allait clôturer cette demi-journée de séminaire en abordant la protection des logiciels et le contrat de création d'un site Web. « *Considérés comme des œuvres littéraires, les logiciels sont automatiquement protégés par le droit d'auteur* », a-t-il tout d'abord expliqué, une protection limitée à la forme d'expression (« *Et donc non à l'idée initiale, aussi géniale soit-elle* »), conditionnée par l'originalité (un critère rempli par tous les logiciels non copiés) et jouissant d'une protection à la fois très longue (70 ans après la mort du créateur... ) et internationale.

L'entreprise utilisatrice d'un logiciel doit avant tout se montrer prudente et obtenir l'autorisation préalable nécessaire pour toute reproduction, adaptation, distribution ou communication au public. A défaut d'autorisation, les risques peuvent être élevés, jusqu'à la saisie du matériel dans certains cas. Après s'être penché sur la vraie problématique de l'accès aux codes-sources, J.-P. TRIAILLE a également mis en garde les entreprises informatiques utilisatrices de logiciels "open source" (Linux, par exemple) quant à l'intégration de programmes "non-open source" qu'elles pourraient activer dans certains softwares... qui perdraient ainsi leur qualité de logiciels libres.

M<sup>e</sup> TRIAILLE allait clôturer son intervention par un "balayage" des différents points à faire figurer dans un contrat de création de site Web. « *Je ne dis pas qu'il faut à chaque fois un contrat, ni que tout contrat doit compter 10 pages de conditions. Mais il s'agit encore une fois de se montrer particulièrement prudent : c'est lorsque les problèmes surviennent qu'on se rend compte de l'utilité d'une telle formalité, à adapter évidemment selon les cas et l'importance technique, technologique, financière et stratégique du marché.* »

*Compte-rendu réalisé par M. Eric WIERTZ pour le compte du FORUM TELECOM, initiative de la SPI<sup>+</sup> bénéficiant de l'aide financière de la Région wallonne et du FEDER.*

<http://www.forumtelecom.org>