

Chapitre 5 :

Nom de domaine : formalisme, organisme d'attribution et de gestion, conflits et résolution

1- Oui le nom de domaine peut être choisi librement, il doit seulement respecter certaines règles :

- Être unique : Aucun autre domaine ne doit déjà porter ce nom (sinon concurrence déloyale)
- Ne pas être identique à une marque déposée (sinon contre façon)

Au départ oui on est libre, mais il faut vérifier s'il n'a pas déjà été réservé (Whois) et s'il n'a pas déjà été déposé. « *Premier arrivé, premier servi* ».

2- Pour protéger un nom de domaine il faut le réserver mais aussi en parallèle enregistrer le nom de domaine auprès de **l'INPI** en tant que marque.

Tout d'abord passer par l'AFNIC afin qu'elle enregistre votre nom de domaine, et/ou déposer le nom de domaine comme marque **l'INPI** (payant).

3- Un nom de domaine réserver (auprès de l'INPI) bénéficiera de la protection de la propriété intellectuelle offrant le monopole d'utilisation, celle-ci est valable 10 ans renouvelable indéfiniment.

L'intérêt de l'enregistrer en tant que marque est d'être protégé des cybersquatteurs et des concurrents.

Ça permet d'agir en concurrence déloyale / parasitisme.

4-

Missions de l'AFNIC :

L'AFNIC gère les noms de domaine nationaux en France (.fr...). Il a différentes missions comme :

- L'attribution et la gestion des noms de domaine nationaux
- Résoudre les conflits concernant ces noms de domaine (Syreli)
- Accompagnement des utilisateurs dans l'utilisation des noms de domaine

Missions de l'ICANN :

L'ICANN est une organisation internationale (basée aux États-Unis) qui supervise l'ensemble des noms de domaine. Ses missions sont :

- La coordination mondiale des noms de domaine (.com, .org, .net ...)
- La gestion des adresses IP et l'attribution des ressources nécessaires pour le bon fonctionnement d'Internet
- L'élaboration des politiques techniques et administratives pour garantir la stabilité et la sécurité de l'infrastructure Internet à l'échelle mondiale
- Mettre en place des poursuites judiciaires s'il y a concurrence déloyale.

Donc, l'AFNIC agit au niveau national pour les noms de domaine français, alors que l'ICANN s'occupe des noms de domaine à l'international.

5- La pratique décrite dans le document est un cybersquattage, elle consiste à enregistrer un nom de domaine déjà connu sous le nom d'une grande marque (ici Ray-Ban) afin de tirer profit de la notoriété de la marque.

Cybersquattage : Pratique

Typosquattage : changer une lettre dans le nom de domaine.

Concurrence déloyale : Qualification juridique de la pratique incriminée.

6- Les avantages de la procédure devant le **Collège Syreli** sont :

- Une rapidité d'action : 3 mois à compter de la demande
- Moins coûteuse (250€)

Le but de la procédure est de faire supprimer ou de récupérer le nom de domaine.

7- Ici, la société Luxottica, propriétaire de la marque "Ray-Ban", soutient que l'enregistrement et l'utilisation du nom de domaine "rayban.fr" portent atteinte à ses droits. Elle demande donc la transmission de ce nom de domaine, en argumentant que son usage actuel n'a pas de but légitime.

De son côté, le titulaire du nom de domaine affirme l'avoir enregistré pour créer un blog dédié à son chien surnommé "Rayban" et réitère son intention de le faire.

Cependant, le Collège Syreli constate que le site n'a jamais été utilisé de cette manière, et que le titulaire a refusé des offres d'achat, ce qui montre l'intention de vente.

En s'appuyant sur ces éléments, le Collège conclut que le titulaire ne pouvait ignorer les droits de Luxottica et qu'il a enregistré ce nom de domaine afin de pouvoir le vendre. Par conséquent, le Collège ordonne le transfert du nom de domaine à la société Luxottica.

Requérant : Luxottica Groupe SPA

Titulaire du nom de domaine : Rayban

Argumentation des parties :

Requérant : Luxottica Groupe SPA

- Nom mondialement connue (Notoriété)
- 10 ans de négociation pour vendre Rayban

Titulaire du nom de domaine : Rayban

- Création d'un blog en relation avec son chien

Décision :