Image not found or type unknown

VALEUR PATRIMONIALE D’UN NOM DE DOMAINE

publié le **23/02/2016**, vu **3317 fois**, Auteur : Murielle Cahen

Le nom de domaine est une succession de noms alphanumériques servant à identifier la page d’un site Internet. Une simple réservation sur le site d’un « registrar » suffit pour en devenir propriétaire. Depuis peu, les tribunaux lui accordent une protection quasi-équivalente à celle de la marque. Dès lors, le nom de domaine constitue un actif immatériel qu’il convient d’intégrer aux stratégies de défense de propriété intellectuelle.

Le nom de domaine peut être opposé à une marque postérieure s’il est exploité. Il devient alors, à l’instar de la marque, un actif immatériel voir un droit de propriété industrielle.

1. ***Le nom de domaine, nouveau signe distinctif jurisprudentiel***

Le nom de domaine est attribué selon la règle du « Premier arrivé, Premier servi », règle indépendante de toute considération juridique tenant à la protection des droits antérieurs. En conséquence, les contentieux se sont multipliés de façon exponentielle entre les propriétaires de droit de propriété intellectuelle *(principalement de marque)* et les réservataires de noms de domaine.

Les juridictions nationales ont considéré, dans un premier temps, que le nom de domaine n’était soumis à aucun principe de spécialité. Dès lors, le nom de domaine portait atteinte à des droits de propriété intellectuelle antérieurs lorsqu’il les reproduisait.

Cette jurisprudence est totalement abandonnée en 2005 grâce à un arrêt de la cour de cassation (*arrêt Locatour*).

« Un nom de domaine ne peut contrefaire par reproduction ou par imitation une marque antérieure (…) que si les produits ou services offerts sur ce site sont soit identiques soit similaires à ceux visés dans l’enregistrement de la marque et de nature à entraîner un risque de confusion dans l’esprit du public ».

Le principe de spécialité est, ainsi, réaffirmé, pour les signes distinctifs et ses contours sur Internet se dessinent.

Le nom de domaine devient alors un signe distinctif qui permet, tout comme la marque, de désigner des produits ou services et de les différencier d’autres produits ou services concurrents.

Les titulaires de noms de domaine ne sont plus que de simples réservataires mais de véritables titulaires d’un droit patrimonial, droit qui leur confère un droit exclusif d’exploitation.

2. ***Le nom de domaine, véritable droit patrimonial***

Si le nom de domaine est un actif immatériel, il doit être protégé et valorisé.

Le titulaire d'un nom de domaine a la possibilité de le commercialiser, de le vendre ou de le louer.

Pour déterminer la valeur patrimoniale d'un nom de domaine, il est nécessaire d'utiliser des méthodes de valorisation patrimoniale.

La valorisation patrimoniale est une méthode de définition de la valeur liquidative d'une entreprise lors de sa vente.

Elle est de plus en plus importante et d'actualité depuis l'arrivée de nouvelles extensions ouvertes à la réservation.

Pour rappel, l'extension, ou suffixe *(TLD)*, est la partie située à droite du point. Deux grandes catégories d'extension coexistent : les gTLD *(.com, .net, .org, .info…)* et les ccTLD *(.fr, .de, .es, .cn…).*

L'extension est un critère de référence, si ce n'est celui le plus important, pour définir la valeur d'un site internet.

Le .com a généralement le plus de valeur. En France, le .fr s'échange en général à la moitié de la valeur du .com.

En 2008, face à la vague exponentielle d'enregistrement, l'ICANN *(entité gérant le système des noms de domaine)* modifie le nommage sur Internet et décide d'offrir l'opportunité pour un opérateur privé de créer sa propre extension.

Cette modification transforme considérablement la dynamique des noms de domaine et permet une logique de communication ciblée et de diversification.

Lors de la première phase de lancement, il fallait envisager entre 300 et 500 000 euros afin de se procurer ces extensions. 1930 candidatures avaient été enregistrées auprès de l'ICANN. Parmi elles, Google avait candidaté pour une centaine d'extensions, Microsoft pour onze tandis que Facebook n'avait déposé aucun dossier.

Les titulaires de telles extensions seront en mesure de recevoir des annuités dues par les propriétaires des noms de domaines y étant rattachés.

Une réelle stratégie économique émerge autour des noms de domaine, et cette modification du nommage en est la preuve.

SOURCES

http://www.entreprises.gouv.fr/propriete-intellectuelle/la-strategie-protection-la-propriete-intellectuelle-au-sein-des-poles-compe

http://eduscol.education.fr/chrgt/marques-et-nom-de-domaine.pdf

http://www.droit-technologie.org/upload/dossier/doc/2-1.pdf

Copyright © 2025 Légavox.fr - Tous droits réservés