

# la jurisprudence de l'Ompi



thibault du manoir de juaye\*

Avant d'aborder la jurisprudence de l'Ompi, il faut se demander si une telle procédure est obligatoire. En d'autres termes, si mon nom de domaine est contesté et que je suis poursuivi devant l'Ompi, puis-je ignorer ces poursuites et attendre d'être assigné devant d'autres juridictions ? La réponse semble être positive. En effet, les juridictions françaises ne reconnaissent pas les décisions de l'Ompi qui pourraient être difficilement applicables. Il n'est pas possible de considérer cet organisme comme un tribunal arbitral.

Au demeurant, la formation des "juges" statuant à l'Ompi n'est peut-être pas juridique, ce qui peut poser des problèmes en cas de difficultés pointues sur le droit des marques. De surcroît, l'Ompi statue simplement sur l'attribution du nom de domaine et non sur l'octroi de dommages-intérêts.

Enfin, et sans pousser un cocorico bien franchouillard, le raisonnement des juges de l'Ompi (appelés pannelist) est fondé sur la méthode du "précédent" utilisé dans les pays anglo-saxons plus que sur le raisonnement syllogistique du droit français. Toutefois, certaines règles de bon sens sont appliquées. Si la personne à qui l'on reproche d'avoir cyber-squatté un nom de domaine, ne répond pas, le plaignant est présumé avoir raison. Il est difficile d'avoir une vue exhaustive de l'ensemble des décisions prises (1). Plutôt qu'un inventaire à la Prévert, examinons au travers de deux cas connus le raisonnement de l'Ompi.

Pepsi, la société de "soft drink" bien connue, a enregistré sa marque et utilise de très nombreux noms de domaine tels que Pepsi.com, Pepsico.com, Pepsiworld.com, Pepsibusiness.com, Pepsiretail.com, Pepsifountain.com, Pepsivending.com, Pepsicjobs.com, Dietpepsi.com, Pepsione.com, Pepsiblue.com, Pepsitwist.com... Une personne qui voulait peut-être faire saliver les internautes pour d'autres raisons que gustatives

avait créé un site Internet pornographique sous les noms de domaine PepsiXXX.com et PepsiX.com. La société Pepsi s'en était émue, bien naturellement. L'Ompi a alors repris ses critères traditionnels d'analyse, qu'elle nomme "principes directeurs"

- le nom de domaine contrefaisait-il une marque de commerce régulièrement déposée par le plaignant ? Le plus souvent les litiges ne concernent pas un plagia de la marque simple, mais sa reprise dans un nom de domaine composé (par exemple Nokiaheaven.com, Porshefinance.com) Or, l'Ompi a considéré que la reprise de l'intégralité d'une marque dans un nom de domaine suffisait à établir la confusion (affaire *Magnum Piering, Inc. v. Mudjackers*) ;
- le défendeur avait-il un intérêt légitime à utiliser ce nom de domaine ? L'intérêt légitime résulterait notamment de l'utilisation de bonne foi du nom de domaine pour offrir à la vente des biens et des services. La bonne foi peut provenir par exemple de l'usage pour un commerce longtemps avant le dépôt du nom de domaine d'une enseigne identique ;
- le nom de domaine a-t-il été utilisé de mauvaise foi ? La mauvaise foi résulte notamment de l'acquisition pour la revente, d'une tentative de détournement d'internautes, de notoriété ou de clientèle.

Bien entendu la société Pepsi a obtenu l'interdiction de l'utilisation des noms de domaine.

Plus déconcertant est la décision sur le nom de domaine Newzeland.com. La société Virtual Countries, située à Seattle, avait enregistré ce nom de domaine en 1996. Les trois arbitres-experts nommés par l'Ompi ont estimé à l'unanimité que la Nouvelle-Zélande n'avait pas enregistré le nom de domaine en tant que marque déposée. En conséquence, la société Virtual Countries a été autorisée à conserver le nom de domaine au détriment de la Nouvelle-Zélande.

(1) les décisions de l'Ompi sont accessibles en anglais à l'adresse suivante :

arbitrator.wipo.int/domains/decisions/index.html

\* avocat à la Cour [www.France-lex.com](http://www.France-lex.com)