



DROIT COMMERCIAL

Les sites Internet, le cyberspace et le droit : Certaines règles

De nos jours, l'Internet est devenu un incontournable de sorte que les entreprises (compagnies à but lucratif ou non, organismes, fondation, société d'État, etc.) possèdent toutes leur propre interface dans le monde du cyberspace, que ce soit pour commercialiser leurs produits ou services ou pour fournir de l'information à leur clientèle. Ces différentes interfaces Internet contiennent une panoplie d'informations, de dessins graphiques, d'images et autres caractéristiques multimédias qui leur confèrent une originalité respective qui leur est propre. Les idées créatrices ne manquent pas lorsque vient le moment de concevoir un site Internet. Pourtant, dans le feu de l'action, plusieurs ignorent ou passent outre certaines règles élémentaires qui devraient être prises en considération dans l'élaboration de leur projet.

Aucun site Web ne peut être conçu sans contenu, qu'il soit visuel, textuel ou sonore. Avant d'intégrer ces éléments à votre interface cyber spatiale, il serait important de vous interroger notamment sur leur provenance. En outre, plusieurs règles canadiennes et québécoises régissent la teneur des informations contenues sur un site Web, ainsi que la façon dont elles sont transmises au public. Nous n'avons qu'à penser à la Charte de la langue française qui régit la langue de diffusion des écrits, ainsi qu'aux différentes lois encadrant la protection des renseignements personnels.

En outre, dans la conception d'un site Web, il serait également souhaitable d'établir *ab initio* les conditions d'utilisation de ce site Web par les internautes ou les clients de l'entreprise.

Par ailleurs, un contrat entre le concepteur du site Web et son futur propriétaire permettrait, pour l'un comme pour l'autre, de s'éviter bien des désagréments qui pourraient survenir durant la création du site Internet, ainsi qu'à la suite de sa mise en opération.

Le choix d'un nom de domaine constitue une étape importante dans la création d'un site Web. En conséquence, mieux vaut bien planifier la stratégie de mise en marché de ses produits et/ou services, tant sur l'Internet qu'au niveau de son nom commercial et de sa marque de commerce.

La présente chronique a pour objectif de vous dresser un bref aperçu des différentes implications légales liées à la conception d'un site Internet.

1. Le contenu des sites Web

La Loi sur le droit d'auteur

1.1.1 Le contenu visuel

Pour éviter de payer des droits, certains graphistes ou créateurs de sites Web ont la mauvaise habitude de reprendre une œuvre visuelle et de la modifier pour la rendre méconnaissable. Attention, le droit d'auteur protège toutes les œuvres d'un auteur et lui permet de réclamer son dû, et ce, même lorsque son œuvre est utilisée dans un contexte où le public ignore qui est l'auteur de l'exemplaire, notamment via la reconnaissance de son droit moral à la protection intégrale de son oeuvre. En effet, l'auteur d'une oeuvre a le droit de contrôler les oeuvres qui sont dérivées de la sienne, ce qui inclut les modifications effectuées à l'aide d'un logiciel de

graphisme. Les droits moraux servent à protéger la réputation et la démarche artistique et intellectuelle de l'auteur. En conséquence, la pratique visant à télécharger une image ou un dessin graphique pour les modifier par la suite est à proscrire puisqu'elle expose notamment l'utilisateur de cette pratique à des poursuites en dommages et intérêts. Il n'est pas suffisant d'acquiescer les droits auprès de l'auteur. L'éditeur multimédia doit toujours consulter l'auteur des œuvres qu'il intègre dans son produit multimédia avant de les modifier. L'auteur peut, cependant, renoncer à l'exercice de son droit à l'intégrité de l'œuvre de manière implicite, lorsque le contexte spécifique de l'exploitation projetée le permet, ou explicitement lorsqu'il y a une mention expresse à cet effet dans le contrat.

Sauf exceptions, la protection conférée par la *Loi sur le droit d'auteur* se termine cinquante (50) ans après la mort de l'auteur. Par conséquent, il faut faire preuve de prudence. Les créateurs de site Web n'ont pas tous le même niveau d'intégrité et, bien souvent, le titulaire du site Web sera le premier à en payer les frais. En outre, plus un site Web sera populaire (et aura une grande diffusion) sur Internet, plus les conséquences liées au non-respect du droit d'auteur seront lourdes.

1.1.2 Le contenu textuel

En ce qui concerne les droits d'auteur liés à des écrits, ce que nous avons élaboré à la rubrique « *Le contenu visuel* » s'applique *mutatis mutandis*.

Néanmoins, un des éléments particuliers au contenu textuel d'un site Web est qu'il peut être traduit en plusieurs langues, contrairement aux images ou dessins graphiques qui ne comportent aucun texte. Règle générale, lorsqu'on veut intégrer une version traduite d'un texte sur un site Web, on doit obtenir la permission du traducteur de ce texte. En effet, le traducteur possède des droits d'auteur sur le texte qu'il a produit, même lorsqu'il ne s'agit que d'une simple traduction d'un texte original. Il ne faut pas non plus oublier l'auteur du texte original, lequel doit lui aussi donner son accord avant que la traduction de son texte puisse être intégrée au site Web ! L'auteur du texte original détient des droits moraux à l'égard de son oeuvre, tout comme le peintre ou le graphiste.

1.1.3 Le droit à l'image d'une personne

Le principe qui sous-tend le droit à l'image d'une personne découle du droit au respect de sa vie privée. Ainsi, il est interdit d'utiliser l'image d'une personne sans avoir obtenu son autorisation préalable. En vertu du Code civil du Québec, toute personne, donc pas uniquement les célébrités, a le droit de contrôler l'utilisation de son image. Ce droit à la protection de son image ne s'éteint pas à la mort de la personne et peut être exercé par ses héritiers lorsque, par exemple, l'image a une valeur économique. Une simple photo d'un inconnu prise sur la place publique diffusée sur le Web, dans une revue ou autrement, sans avoir préalablement obtenu le consentement du « modèle » peut attirer des problèmes. Vous risquez donc de recevoir une mise en demeure plutôt que des fleurs !

Vous concevez, par exemple, un site Web ou une revue pour faire la promotion de la lutte contre la drogue. Vous y insérez une photo d'un groupe de jeunes adolescents prise dans une cour d'école, à la sortie des classes. Ce groupe d'adolescents, même s'ils ne sont pas des célébrités, voyant leur image associée à la consommation de drogue diffusée publiquement, pourraient légalement s'opposer à sa diffusion et réclamer des dommages s'ils établissent que leur image a été ternie.

Vous êtes enseignant et souhaitez intégrer à votre site Web, dans une revue ou à l'intérieur d'une production multimédia, des photos ou une vidéo mettant en scène vos étudiants jouant dans la pièce de théâtre de fin d'année. Il est alors nécessaire d'obtenir l'accord des « acteurs ». En effet, comme nous l'avons vu, tous les individus ont le droit de contrôler l'utilisation de leur image. Ainsi, il n'est pas nécessaire d'être un acteur professionnel ou membre d'une association professionnelle d'artistes pour pouvoir bénéficier du droit à la protection de son image. Dans ce contexte, on ne peut simplement affirmer qu'en acceptant de se faire photographier ou filmer, les « acteurs » ont *implicitement* accepté que leur image soit intégrée dans un produit multimédia commercialisé faisant la promotion de l'école d'art dramatique. En effet, ils n'ont pas nécessairement accepté que leur image soit diffusée publiquement. En conséquence, il est donc nécessaire d'obtenir leur consentement. Cela ne veut pas dire qu'il nous est interdit de photographier quiconque, au hasard de l'inspiration du moment. Par contre, une personne a le droit de voir son image protégée. Ainsi, le droit à la protection de l'image est une question de circonstances factuelles et de contexte de diffusion.

1.1.4 Oeuvres créées par des employés

Une entreprise a le droit de publier, de diffuser sur son site Web, dans une revue ou par tout autre moyen de communication, tout ce qui a été composé ou créé par ses employés dans le cadre de leur emploi. La *Loi sur le droit d'auteur* prévoit que le droit d'auteur sur les œuvres créées par des employés appartient automatiquement à leur employeur. L'employeur peut donc disposer de ces œuvres sans payer de

redevances à ses employés. Il faut cependant s'assurer que chaque « créateur » était véritablement un employé et non un entrepreneur indépendant, ou travailleur autonome, puisque dans ce dernier cas, l'employeur ne devient pas automatiquement propriétaire du droit d'auteur sur les œuvres.

La Charte de la langue française

Une entreprise ayant son siège social ou un établissement au Québec ne peut diffuser les informations figurant à son site Web en langue anglaise seulement, et ce, même si cela est contraire à son plan de marketing. En effet, la *Charte de la langue française* exige l'utilisation de la langue française pour toute forme de publicité commerciale faite au Québec. Cette exigence s'applique tout autant à la publicité et aux informations véhiculées sur Internet, et ce, malgré son caractère international. Les entreprises québécoises doivent donc prévoir une version française de leur site Web. Certaines exceptions peuvent toutefois s'appliquer dans des circonstances particulières.

Les informations personnelles colligées par l'entremise d'un site Web.

Lorsqu'on insère dans notre site Internet des informations personnelles de nature confidentielle, il est important de savoir qu'il existe des lois fédérales et provinciales qui régissent la divulgation de telles informations. Ces lois s'appliquent aussi bien à la parution d'une revue ou d'un journal qu'à la diffusion d'informations sur le net. Une entreprise prudente s'assurera d'insérer sur son site Web, à l'attention des internautes et de ses clients, une politique claire quant à l'utilisation qu'ils peuvent faire des informations contenues sur le site.

2. Moyens de se prémunir contre des litiges éventuels

2.1 Le contrat avec le concepteur de site Web

Vous êtes un développeur de site Web. Vous avez été approché par un client pour une proposition. Vous avez une idée originale pour le développement du site Web ou du produit multimédia et vous souhaitez que votre projet et devis soit accepté par votre client. À ce stade, vous ne savez pas si le client vous accordera ou non le mandat. Après lui avoir présenté votre projet, ce client vous accordera-t-il le contrat de concevoir son site Web ? Entre le moment où vous concevez et présentez au client votre projet et le moment où le client accepte effectivement de vous confier le mandat, vos idées qui fondent le développement du produit multimédia sont-elles protégées par la *Loi sur le droit d'auteur* ? La réponse à cette dernière question est *oui* dans la mesure où vos idées sont suffisamment détaillées et ont été mises par écrit. Ces idées mises par écrit bénéficient, en effet, d'une certaine protection. Cependant, la protection la plus efficace consiste à procéder à la signature d'une entente à cet effet entre vous-même et le client, et ce, avant que le projet soit présenté.

La compagnie qui retient les services d'un développeur Web indépendant, afin de créer une interface Internet, ne devient pas automatiquement propriétaire des droits de l'auteur de cette interface Internet, à savoir les droits du développeur Web, et ce, même si le prix convenu a été entièrement payé. Afin d'éviter cet imbroglio, il serait souhaitable de prévoir dans un écrit signé que la propriété du site Web appartiendra à la compagnie une fois ce site conçu et livré. Il devrait également être prévu que les droits moraux du développeur Web seront également cédés au client puisqu'un jour, ne sait-on jamais, on voudra peut-être modifier le site Web et le faire évoluer.

Il est également judicieux de prévoir que le créateur du site Web sera le seul responsable de s'assurer qu'il a obtenu les licences appropriées (en ce qui concerne les éléments graphiques notamment), et ce, afin que le client puisse légalement utiliser le site qui lui est livré. Dans certaines circonstances, il se peut qu'une partie du matériel soit fournie par le client ou que le client insiste pour incorporer certains éléments qu'il a lui-même identifiés. En pareil cas, il est important d'identifier qui aura la responsabilité de contacter le propriétaire des droits d'auteur et, le cas échéant, de payer les redevances. Si un graphiste vous fournit des illustrations pour égayer l'interface de votre produit multimédia, mais que ces illustrations s'avèrent être plagiées, le propriétaire du site web pourrait être tenu responsable même s'il ignore que les éléments graphiques ou sonores ont été plagiés. Il pourrait être tenu de payer des dommages. Une telle réclamation peut causer un tort considérable. Vous pourriez être obligé de cesser la diffusion de votre site Web. Pour cette raison, il est fortement conseillé de prévoir une clause de garantie obligeant l'illustrateur et le graphiste à payer pour les pots cassés, s'ils ne respectent pas les droits des tiers.

2.2 La protection des informations contenues sur un site Web

Lorsque vous concevez un site Web, il est fortement conseillé de prévoir les conditions d'utilisation du site par les internautes ou les clients. À défaut, certains internautes pourraient prétendre qu'ils ont l'autorisation implicite de sauvegarder et de reproduire le contenu du site Internet. Désirez-vous accorder le droit de reproduire les éléments graphiques uniquement afin qu'ils puissent être consultés à l'écran, ou au contraire souhaitez-vous

permettre la possibilité de sauvegarder le contenu ou une partie de celui-ci ? Si vous consentez à ce que l'internaute sauvegarde le contenu de votre site Web, ou partie de celui-ci, quel usage lui permettrez-vous d'en faire ? Vous publiez, par exemple, sur votre site Web l'ensemble de votre chronique mensuelle (ou *newsletter*). Il est possible que vous souhaitiez permettre aux clients internautes de reproduire et transmettre à des tiers le contenu intégral de la chronique uniquement dans la mesure où ils en mentionnent la source et la provenance.

Un autre exemple : une chambre de commerce pourrait avoir intérêt à diffuser la liste et les coordonnées de ses membres. Le but est de permettre aux internautes de prendre contact avec les membres de la chambre et de conclure des affaires. Mais doit-on imposer des limites ? Si oui, lesquelles ? L'entreprise devra se poser ces questions si elle veut maximiser l'utilisation de son site Web et réduire les risques de conflits. Cette entreprise ne voudrait certainement pas qu'un internaute s'approprie la totalité de la liste des membres pour en faire un usage commercial, par exemple une campagne marketing. La prudence s'impose dans ce domaine. Il serait alors souhaitable de concevoir une note ou un avis afin d'encadrer l'internaute dans l'usage qu'il peut faire du site Web. À cet effet, il est suggéré de publier un avis qui encadre la navigation de l'internaute sur votre site Web et lui impose des limites dans l'utilisation des informations qu'il consulte ou conserve.

L'apposition d'un avis concernant le droit d'auteur sur un site Web n'est pas nécessaire pour obtenir la protection de la *Loi sur le droit d'auteur*. Cependant, en affichant un tel avis sur votre site Web, vous éliminez les doutes que pourraient entretenir les internautes sur le fait que le contenu de votre site est ou non protégé par la *Loi sur le droit d'auteur*. Un tel avis pourrait également vous aider à faire rejeter les arguments de défense éventuels de l'internaute, à savoir qu'il ignorait que le contenu de votre site était protégé par la *Loi sur le droit d'auteur*. En outre, l'enregistrement d'un droit d'auteur est peu dispendieux et a un effet dissuasif.

Donc, il est souhaitable qu'un site Web prévoie une rubrique intitulée : **Condition d'utilisation**. Cette rubrique est trop souvent sous-estimée et rédigée à la sauvette en s'inspirant simplement de ce qui s'est fait sur un autre site Web. Nous suggérons fortement à l'entreprise de bien réfléchir sur les conditions d'utilisation de son site Internet qu'elle souhaite imposer aux internautes et de rédiger sa propre politique de concert avec un professionnel du droit.

2.3 La mise à jour de votre site Web

Le contenu de certains sites Web peut être assimilé à un document privé. Par ailleurs, un site Web qui fait la promotion de produits ou services peut être considéré comme l'équivalent d'une publicité distribuée continuellement. En conséquence, il doit constamment être à jour. Si, au fil du temps, vous modifiez les caractéristiques de vos produits ou de vos services, mais que vous omettez d'effectuer les modifications sur votre site Internet, vous pourriez être accusé d'avoir diffusé une publicité trompeuse. Un client pourrait exiger le produit ou le service tel que décrit sur votre site Web. Par conséquent, il faut porter une attention particulière aux changements dans les prix ou la nature des produits ou services. De plus, si vous entendez faire la promotion de vos produits ou services sur votre site Internet, il est important de prendre connaissance des différentes règles régissant la publicité. Les règles législatives concernant la publicité s'appliquent à votre site Web et il est important d'y porter une attention, et ce, particulièrement lorsque vous affichez de l'information sur vos produits et services. Compte tenu de la nature même d'Internet, qui, par définition, ignore les frontières, il demeure difficile de déterminer quelles sont les lois qui s'appliqueront, c'est-à-dire les lois de quel pays le propriétaire du site Web est tenu de respecter ! Si vous vendez vos produits et services directement par Internet, il faudra minimalement respecter les lois des pays dans lesquels vous comptez une clientèle en nombre non négligeable.

2.4 Le contrat avec l'internaute

Lorsqu'un internaute effectue un achat en ligne sur un site Web, il se forme sur-le-champ un contrat qui oblige l'entreprise à livrer le produit. Un contrat peut, en effet, se former par l'entremise de simples échanges sur Internet. Il faut donc faire attention aux mots employés autour ou dans le formulaire de commande afin de s'assurer que votre entreprise ne s'engage pas à vendre un bien ou un service qu'elle ne peut pas livrer. Il est souvent préférable d'inscrire, sur le formulaire de commande, que le contrat ne se formera que lorsqu'une confirmation par courrier électronique aura été transmise au client internaute. D'autres arrangements et formules sont aussi possibles.

3. Le choix d'un nom de domaine

Le choix d'un nom de domaine est une étape cruciale dans la création d'un site Internet. Le nom que le propriétaire du site Web aura choisi sera la porte d'entrée des internautes vers son entreprise. De nos jours, certaines entreprises risquent d'être davantage connues sous leur nom de domaine que sous leur nom commercial ou leur marque de commerce.

Dans ce contexte, il est fortement conseillé à l'entreprise de choisir un nom de domaine en symbiose avec son nom commercial ou sa marque de commerce. En effet, l'utilisation d'un nom de domaine ne confère aucun droit d'usage

exclusif au propriétaire de ce nom de domaine. Contrairement au nom commercial ou à la marque de commerce d'une entreprise, lesquels bénéficient d'une protection bien définie contre l'usage malveillant de tiers, il est loin d'être clair que le nom de domaine puisse bénéficier de la même protection.

En conséquence, avant de capitaliser toutes ses énergies et ses ressources financières à la publicité entourant son site Web, l'entreprise aurait intérêt à s'assurer que ses efforts ne demeureront pas vains.

Conclusion

La création ou l'élaboration d'un site Internet peut être un projet fort stimulant et intéressant pour une entreprise. Cette dernière investie généralement beaucoup de temps et de ressources financières à la mise en place de ce projet. Aussi, rien ne sert de courir, il faut partir à point. Il est important, pour tout concepteur et entreprise propriétaire d'un site Internet ou désirant en créer un, d'être à l'affût des différents enjeux juridiques liés à l'utilisation d'un site Web.

Bien qu'il soit normalement moins dispendieux, en temps et en argent, de s'inspirer des éléments textuels, visuels ou sonores déjà contenus sur d'autres interfaces Internet, il faut faire très attention avant d'utiliser ces éléments pour son propre site Web. En effet, toute création, qu'il s'agisse d'écrits, d'images ou de dessins graphiques, est susceptible d'être protégée par la *Loi sur le droit d'auteur*. L'utilisation, même considérablement modifiée, d'oeuvres existantes pourrait exposer l'utilisateur à devoir dédommager l'auteur de l'oeuvre originale. Avant d'insérer un élément sur votre site Web, renseignez-vous sur sa provenance.

Par ailleurs, plusieurs lois, dont la Charte de la langue française et la *Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé* (Québec), régissent la façon de divulguer de l'information sur l'Internet. Une infraction à ces lois pourrait être lourde de conséquences.

En outre, nous avons vu qu'il existe plusieurs façons de se prémunir contre des litiges éventuels lorsqu'on procède à la création de notre site Internet. Dans tous les cas, il est préférable de conclure un contrat écrit avec le concepteur de votre site Web, lequel pourra notamment traiter de la question de la cession des droits d'auteur et de la responsabilité d'obtenir les licences appropriées pour l'utilisation, notamment, d'éléments graphiques créés par un tiers.

Tout site Internet possède un contenu susceptible d'être téléchargé et copié par des tiers. Assurez-vous que l'utilisation qu'un internaute pourrait en faire ne déroge à aucune loi régissant la protection des renseignements confidentiels et le droit d'auteur, et concorde avec l'utilisation que vous souhaitez permettre. La meilleure façon d'y arriver est de vous doter d'une politique claire à cet effet. Vous pourriez la reproduire, sur votre site Internet, sous un onglet intitulé : **conditions d'utilisation**.

En ce qui concerne les entreprises qui font la promotion de leurs produits ou services sur leur site Internet, il est important de s'assurer que des mises à jour sont effectuées de façon régulière sur votre site, et ce, afin d'éviter d'être tenu de livrer un produit ou un service que vous n'êtes pas en mesure de fournir. En outre, lorsque vous effectuez du commerce électronique, nous vous suggérons fortement d'inclure à votre formulaire de commande en ligne un avis indiquant qu'aucun contrat n'est conclu avec vous tant et aussi longtemps que la commande n'aura pas été confirmée par courriel ou autrement.

Finalement, lorsque vous procédez au choix de votre nom de domaine, soyez conscient qu'il n'existe, à l'heure actuelle, aucune protection liée à l'utilisation d'un nom de domaine. En conséquence, misez plutôt sur un nom de domaine sensiblement identique soit à votre nom commercial ou à votre marque de commerce.

Bien que le cyberspace soit exploité depuis déjà quelques années, il demeure tout de même un domaine en pleine effervescence où les frontières nous semblent inexistantes. Le principal problème que pose l'Internet découle principalement du fait qu'il constitue un lien intangible dans un monde où la réglementation en est qu'à ses premiers balbutiements. De plus, il demeure ardu de déterminer la législation applicable pour un cas donné puisque, selon la définition classique, une loi s'applique sur un territoire et à l'égard d'une population bien définie. À l'opposé, l'Internet constitue un moyen de communication hors frontières accessibles à tous et ce, peu importe où l'internaute se trouve à travers le monde. Bienvenue dans l'univers du WWW (World Wide Web).

Dernière mise à jour : septembre 2006

Cet article est rédigé par **Me Alain P. Lecours**, en collaboration avec **Me Marie-Ève Brassard**. La Chronique Juridique est distribuée gratuitement, via courrier électronique, aux clients du cabinet ainsi qu'à ses partenaires d'affaires. Le présent document a pour but d'informer et peut ne pas refléter les plus récents développements juridiques. Les clients et les lecteurs ne doivent pas agir ou s'abstenir d'agir sur la base des informations contenues à la présente chronique sans d'abord avoir obtenu le conseil juridique d'un professionnel.

Me Alain P. Lecours
LECOURS & LESSARD
354, rue Notre-Dame Ouest
Bureau 100
Montréal, QC, Canada H2Y 1T9
Téléphone : (514) 344-8784
Télécopieur: (514) 344-9790
Lecours@LecoursLessard.com

Sur notre [site web](#), vous trouverez un lien permanent jusqu'à nos chroniques mensuelles. Si vous désirez nous faire part de vos commentaires sur les sujets traités, n'hésitez pas à nous contacter: lecours@LecoursLessard.com

Si vous désirez ajouter ou modifier une adresse courriel (email) afin de recevoir mensuellement la Chronique Juridique, veuillez cliquer sur le lien suivant :

[Inclure, ajouter ou modifier mon adresse email à la liste de distribution](#)

Si vous ne souhaitez plus recevoir mensuellement la Chronique Juridique, veuillez cliquer sur ce lien
[Exclusion – Retirer mon adresse email de la liste de distribution](#)
