

# L'atteinte sur Internet à «l'image de marque» d'une société



**Marc Isgour**  
Avocat et assistant  
à l'ULB  
marc.isgour@  
berenboom.be

Récemment, la Deutsche Bank réclamait une indemnité de 15 millions d'euros à l'agence

Think/BBDO car cette dernière aurait porté atteinte à «l'image» de confiance que la banque s'était construite, par la publication des résultats d'un sondage destiné à vérifier si les entreprises citées respectaient les promesses faites à leurs clients.

La Deutsche Bank, très mal classée, critiquait la méthode du sondage et les résultats en invoquant d'autres études.

Même s'ils débouchent encore rarement sur des procès, les exemples d'atteintes à l'image de marque ou à la réputation d'une société sont très fréquents.

Il n'est pas rare que des concurrents peu scrupuleux, des clients mécontents tentent de nuire à une société et, de la sorte, portent atteinte à l'image de marque de celle-ci par l'enregistrement abusif d'un nom de domaine ou la mise en ligne de « blog » contenant des éléments dénigrants, contrefaisants, pouvant ainsi désorganiser le fonctionnement de cette société.

Parmi les décisions que les tribunaux belges ont eu à trancher, citons une affaire dans laquelle la société MAXIMA demandait au tribunal des référés de Bruxelles de « désactiver et/ou fermer » le blog créé par un informaticien mécontent du matériel qu'il avait ache-

té. Mais, le tribunal a déclaré la demande non fondée car il n'apparaissait pas que les propos tenus par cet informaticien étaient diffamatoires à l'égard de son vendeur ou contrefaisants à l'égard de la marque de ce dernier.

En France, on peut citer deux affaires récentes qui ont donné gain de cause aux sociétés plaignantes et qui trouveront peut-être écho dans la jurisprudence belge.

Dans la première, la cour d'appel de Paris, confirmée par la cour de cassation, a condamné un salarié à six mois d'emprisonnement avec sursis, sur base de la prévention d'abus de confiance, et à 20.000€ de dommages et intérêts pour avoir utilisé l'ordinateur de son entreprise, la SA Nortel Europe, pour visiter des sites à caractère pornographique et utiliser son adresse de messagerie au nom de la société pour échanger des courriels se rapportant à des thèmes sexuels. La cour a considéré que l'association «du nom d'une société renommée dans le monde de l'informatique à des activités à caractère pornographique ou échangiste a indéniablement porté atteinte à l'image de marque et à la réputation de l'entreprise».

La seconde affaire opposait un commerçant exerçant une activité de vente par correspondance sur Internet, aux sociétés MICROSOFT CORPORATION et AOL France. Dans cette affaire, qui a donné lieu à un jugement du 5 mai 2004, le tribunal de commerce de Paris a considéré « que les agissements de spamming de Mr K. [le commerçant en question] portent atteinte à l'image des services fournis par Microsoft et AOL, notamment à la crédibilité des actions de lutte mises en place par les demanderesse ainsi qu'à leur réputation quant à l'efficacité des mesures mises en place pour le respect de leurs conditions générales d'utilisation».

Même s'il n'existe pas vraiment, en Belgique ou en France, de théorie juridique de «l'image de marque», les décisions évoquant ou reconnaissant l'atteinte à cette image, qui, bien que difficilement quantifiable, constitue un actif fondamental des entreprises, sont de plus en plus nombreuses. ●

“Les exemples d'atteintes à l'image de marque ou à la réputation sont fréquents”