

# Adresses mails et domaine internet : attention à l'appropriation de son nom

**L'usage des nouvelles technologies et la présence en ligne font partie intégrante du pilotage d'un projet associatif. Il n'est pas toujours aisé de maîtriser les aspects techniques et les risques de confusion ou d'atteinte à l'image qui peuvent y être associés.**

**P**rotéger son identité, sa dénomination, voire sa marque passe par une identité numérique, en particulier par l'achat d'un nom de domaine et l'usage d'adresses de messagerie électronique.

## Possibilité de détournement

Un nom de domaine est un identifiant sur internet. Son choix est en principe libre. En France, les noms de domaine avec l'extension « .fr » sont délivrés par l'Association française pour le nommage internet en coopération (Afnic) qui les gère dans l'intérêt général. Divers prestataires, comme les services d'hébergement, proposent de s'occuper des formalités. Ainsi, dès lors qu'il est disponible, la réservation d'un nom de domaine est aisée, selon la règle « premier arrivé, premier servi ». C'est pourquoi, il peut être facile pour une personne de réserver un nom de domaine qui soit proche d'un nom existant ou qui en utilise des éléments.

## PROPRIÉTÉ

Il est fréquent que la démarche de réservation du nom de domaine ait été effectuée par une personne physique (qui en est donc propriétaire) au moment de la création de l'association. Il est pertinent de régulariser la situation, notamment par cession ou apport d'actif, avant qu'un conflit ne naisse.

Cela peut conduire à de la confusion pour les tiers et des personnes mal intentionnées peuvent en jouer, dans un but lucratif ou malveillant. Un contexte de conflit doit conduire à une vigilance accrue. Des réactions s'imposent.

## Prévention

Une fois réservé, un nom de domaine n'est plus disponible. Une association peut donc décider d'en réserver plusieurs proches pour en limiter la disponibilité. En outre, elle peut choisir d'intégrer le droit des marques dans sa stratégie de protection. En effet, lorsqu'il existe une marque déposée auprès de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI), la protection est plus forte car les dispositions relatives à la contrefaçon s'appliquent, y compris à un nom de domaine intégrant cette marque. Il y a un enjeu de veille sur les enregistrements et usages qui peuvent avoir lieu et des recherches régulières sur internet peuvent être opportunes.

Si une appropriation ou un usage portant atteinte aux droits de l'association est constaté, il est important de réagir rapidement, en premier lieu de manière amiable en prenant contact avec le propriétaire. La forme est à adapter en fonction des contextes : du simple mail à la lettre formelle de mise en demeure. Un accord peut être trouvé par exemple avec l'ajout d'un mot permettant de lever l'ambiguïté.

## Action judiciaire

Lorsque la situation ne se règle pas à l'amiable, l'association qui s'estime victime peut saisir le juge civil, en référé ou sur le fond. La stratégie judiciaire est à adapter au contexte et aux objectifs. Car cela suppose un investissement financier et en temps. Une association peut faire valoir son antériorité pour sa dénomination et son nom de domaine et revendiquer ses droits : solliciter la restitution de la propriété et demander que cesse l'usage par le tiers identifié d'un nom conduisant à des confusions, ainsi que réclamer des dommages-intérêts en réparation des préjudices subis. Et faire valoir l'application de l'article 1240 du code civil en démontrant les éléments caractéristiques : la faute de l'auteur, les préjudices subis et le lien de causalité entre eux. La jurisprudence a validé ce type d'action dite de « parasitisme » y compris entre deux associations. Ainsi, la Cour de cassation a confirmé en février 2022 que « l'action en parasitisme, fondée sur l'article 1382, devenu 1240, du code civil, qui implique l'existence d'une faute commise par une personne au préjudice d'une autre, peut être mise en œuvre quels que soient le statut juridique ou l'activité des parties, dès lors que l'auteur se place dans le sillage de la victime en profitant indûment de ses efforts, de son savoir-faire, de sa notoriété ou de ses investissements » (1).

**Cécile Chassefeire,**  
cabinet Camino avocats

(1) Cour de cassation, chambre commerciale, 16 février 2022, n° 20-13.542.