



Ministère des  
Affaires économiques

# Guide à destination des Titulaires et Concepteurs de site Internet



Janvier 2002

*Crid*



*Guide à destination des titulaires et  
concepteurs de site Internet*

Auteurs :

Mireille ANTOINE, Florence de VILLENFAGNE, Didier GOBERT, Laetitia ROLIN,  
Anne SALAÜN, Vincent TILMAN

Sous la direction du Professeur Yves POULLET

## Notes de l'éditeur

### Remerciements

Le Ministère des Affaires économiques remercie les auteurs de cet ouvrage.

### Avertissement

La rédaction du présent ouvrage a été finalisée le 10 janvier 2000. Aussi, nous attirons toute votre attention concernant les modifications éventuelles survenues depuis la rédaction dudit ouvrage, notamment des législations.

### Traduction

La version d'origine de ce document a été écrite en français. La traduction en néerlandais a été assurée par le service de traduction du Ministère des Affaires économiques.

### Commande

Ce guide peut être téléchargé (en format pdf) sur le site Internet du Ministère des Affaires économiques :

Version en français :

[http://mineco.fgov.be/information\\_society/entreprises/designers\\_internetguide/home\\_fr.htm](http://mineco.fgov.be/information_society/entreprises/designers_internetguide/home_fr.htm)

Version en néerlandais :

[http://mineco.fgov.be/information\\_society/entreprises/designers\\_internetguide/home\\_nl.htm](http://mineco.fgov.be/information_society/entreprises/designers_internetguide/home_nl.htm)

Ce guide peut aussi être obtenu gratuitement par courrier, dans la mesure des stocks disponibles. Dans ce cas, veuillez envoyer votre demande au Ministère des Affaires économiques en mentionnant le titre de l'ouvrage et votre adresse.

Ministère des Affaires économiques  
Administration de l'Information économique  
Rue de l'Industrie, 6  
1000 Bruxelles  
e-mail [carrefour@mineco.fgov.be](mailto:carrefour@mineco.fgov.be)  
tél. 02 506 51 11  
fax 02 513 46 57

### Copyright

Aucune information de cette publication ne peut être reproduite et/ou publiée au moyen d'impression, photocopie, microfilm, ou autre moyen quelconque, sans autorisation écrite préalable de l'éditeur.

### Editeur responsable

Hans D'HONDT, rue de l'Industrie 6, 1000 Bruxelles

### Dépôt légal

2001/1226/12

Le présent « guide à destination des titulaires et concepteurs de sites Internet »  
a été rédigé par le Centre de Recherches Informatique et Droit  
(CRID, FUNDP – Namur) dans le cadre d'un contrat de recherches financé  
par le Ministère des Affaires économiques.

### **Auteurs**

Mireille ANTOINE, Florence de VILLENFAGNE, Didier GOBERT, Laetitia ROLIN,  
Anne SALAÜN, Vincent TILMAN

Sous la direction du Professeur Yves POULLET

Centre de Recherches Informatique et Droit  
Facultés Universitaires Notre-Dame de la Paix  
Rempart de la Vierge, 5  
B - 5000 NAMUR

Tél. : 081/72.47.69.

Fax. : 081/72.52.02.

<http://www.droit.fundp.ac.be/crid/default.htm>



## Avant-propos

Le présent guide a pour but, de manière complète et dans un langage clair, d'amener le futur titulaire ou concepteur de site Internet à appréhender les différentes questions soulevées par la création d'un tel site.

En effet, les implications étant tellement multiples, il serait hasardeux de s'improviser titulaire ou concepteur de site Internet sans tenir compte des différents domaines rencontrés.

Eu égard au nombre croissant potentiel de titulaire ou créateur de sites Internet et aux risques réels engendrés par ce nouveau media créateur d'une « nouvelle économie », le Ministère des Affaires économiques a demandé le concours du Centre de Recherches Informatique et Droit (CRID) des Facultés Universitaire Notre-Dame de la Paix (FUNDP) de Namur pour la réalisation du présent ouvrage.

Face aux différentes questions soulevées, le présent guide a le mérite d'apporter des solutions en sériant les réponses. Ainsi, on abordera la création et l'hébergement d'un site, les marques et noms de domaine, le droit d'auteur, les informations à fournir ainsi que le traitement à réserver aux informations recueillies et ce, au regard du respect de la vie privée.

Ensuite il sera analysé tous les aspects liés à la vente de biens et services tels qu'entre autre la publicité, le paiement, la livraison, les garanties, la preuve ainsi que tout ce qui concerne le respect des lois sur la pratique du commerce.

En fin d'ouvrage la criminalité informatique retiendra notre attention ainsi qu'une piste ouverte à l'auto-réglementation..

Pour clore, le présent guide reprend dans un glossaire assez exhaustif l'ensemble de la terminologie propre à l'environnement Internet.

Bonne lecture !

Lambert VERJUS,  
Secrétaire général  
du Ministère des Affaires Economiques





# Table des matières



# Table des matières

NOTES DE L'ÉDITEUR .....	2
AUTEURS .....	3
AVANT-PROPOS.....	5
TABLE DES MATIÈRES.....	7
<b>PARTIE 1 - INTRODUCTION.....</b>	<b>13</b>
1. Avertissement.....	15
2. A qui s'adresse ce vade-mecum ? .....	15
Le concepteur et le titulaire .....	15
La relation concepteur - titulaire .....	15
<b>PARTIE 2 - CRÉER ET HÉBERGER SON SITE .....</b>	<b>17</b>
1. Comment créer mon site Internet ? .....	19
Comment choisir un concepteur externe à ma société pour créer mon site ? .....	19
Comment dois-je négocier avec le concepteur ? .....	20
Comment rédiger le contrat de conception de site Web ? .....	21
2. Les services complémentaires au service de création du site.....	25
Ces contrats de services complémentaires sont-ils obligatoirement liés au contrat de conception ?.....	25
Comment héberger mon site et qu'est-ce qu'un contrat d'hébergement ? .....	25
Qu'est-ce que le développement marketing et le référencement ? .....	26
<b>PARTIE 3 - MARQUES ET NOMS DE DOMAINE.....</b>	<b>27</b>
Qu'est-ce qu'un nom de domaine ?.....	29
Quel nom de domaine choisir ?.....	29
A qui m'adresser pour enregistrer mon nom de domaine ? .....	30
Quels critères faut-il remplir ?.....	32
Une personne peut-elle contester le nom de domaine que j'ai choisi ? .....	32
Que faire si une autre personne utilise déjà le nom de domaine que je veux choisir ? .....	33
<b>PARTIE 4 - INFORMATIONS À FOURNIR (POUR TOUT TYPE DE SITE) ...</b>	<b>36</b>
1. Les informations que vous devez fournir obligatoirement .....	38
Quelles informations dois-je fournir à l'internaute au sujet des données à caractère personnel que je collecte via Internet ?.....	38
Réglementation ou autoréglementation ? .....	39
Que dois-je faire quand mon site <u>diffuse</u> des informations relatives à des personnes ?	39

Ai-je des obligations spécifiques lorsque les utilisateurs peuvent me contacter par e-mail ? .....	40
Quelles informations dois-je fournir quand mon site comporte des espaces de discussion ? .....	41
Quid si mon site propose aux utilisateurs de remplir un formulaire ? .....	41
Mes obligations lorsque j'exploite les données de connexion au site .....	42
<b>2. Les informations obligatoires pour des sites spécifiques .....</b>	<b>42</b>
<b>3. Vous pouvez ajouter des informations pour vous protéger.....</b>	<b>43</b>
Ajouter une clause de limitation de responsabilité .....	43
Ajouter une clause concernant les droits d'auteur.....	43
 <b>PARTIE 5 - VENTE DE BIENS ET DE SERVICES.....</b>	 <b>44</b>
<b>1. Qu'en est-il de la publicité ?.....</b>	<b>46</b>
<b>2. Quelles informations placer sur le site ?.....</b>	<b>47</b>
Quelles sont les informations préalables à fournir ? .....	47
Qu'en est-il de la confirmation des informations ? .....	47
<b>3. La conclusion du contrat : quelles étapes proposer ? .....</b>	<b>49</b>
<b>4. La livraison du produit ou du service commandé.....</b>	<b>50</b>
<b>5. Le paiement anticipé.....</b>	<b>50</b>
<b>6. Le paiement.....</b>	<b>50</b>
Quel(s) type(s) d'instrument(s) de paiement en ligne dois-je proposer à mes clients dans le cadre d'un site de commerce électronique ? .....	50
<b>7. Le remboursement .....</b>	<b>55</b>
<b>8. Les garanties et services après-vente .....</b>	<b>55</b>
<b>9. La preuve.....</b>	<b>55</b>
Quelles sont les règles de preuve qui régissent les rapports entre commerçants ? .....	55
Quelles sont les règles probatoires qui régissent les rapports entre commerçants et consommateurs ? .....	56
Qu'est-ce qu'une signature électronique ? .....	57
Qu'est-ce qu'une signature digitale ? .....	57
Qu'est-ce qu'une autorité de certification ? .....	58
Qu'est-ce qu'un certificat ? .....	58
Quelle est la valeur juridique d'une signature digitale ? .....	58
<b>10. Les « plus » que vous pouvez proposer.....</b>	<b>59</b>
 <b>PARTIE 6 - DROIT D'AUTEUR ET DROIT DES MARQUES .....</b>	 <b>62</b>
<b>1. Le respect du droit des tiers (droit d'auteur) .....</b>	<b>64</b>
<b>2. Principes essentiels du droit d'auteur .....</b>	<b>65</b>

Qu'est-ce qui est protégé par le droit d'auteur ? .....	65
Existe-t-il d'autres conditions pour bénéficier de la protection par le droit d'auteur ? .....	66
A quoi l'auteur d'une œuvre peut-il s'opposer ? .....	66
Pendant combien de temps l'œuvre est-elle protégée ? .....	68
Qu'est-ce qui n'est pas protégé par le droit d'auteur ? .....	68
Ne puis-je jamais reproduire une œuvre protégée par le droit d'auteur ? .....	69
Qui est titulaire des droits d'auteur ? A qui dois-je m'adresser si je veux obtenir des autorisations ? .....	70
En pratique, quelles démarches dois-je accomplir lors de la création d'un site web ? ...	71
<b>3. Les questions concrètes que vous vous posez ! .....</b>	<b>72</b>
Est-ce que je dispose des droits pour utiliser le logiciel d'édition de page web ? .....	72
Puis-je scanner une photo afin de l'inclure sur ma page web ? .....	72
Puis-je scanner une image (dessin) afin de l'inclure sur ma page web ? .....	73
Puis-je scanner un texte afin de l'inclure sur ma page web ? .....	73
Puis-je copier ou télécharger une œuvre (image, logo, icône, photo, texte, séquence vidéo, fichiers musicaux) d'un autre site afin de la placer sur mon site ? .....	74
Puis-je scanner une image ou une photo sur support analogique ou copier une image ou une photo sur support numérique afin de l'installer sur mon site, même si je la modifie préalablement (à l'aide d'un logiciel de traitement d'image par exemple) ? .....	74
Puis-je mettre des fichiers musicaux (MP3 par exemple) à disposition des internautes sur mon site ? .....	75
Puis-je renvoyer, par hyperlien, vers des sites qui contiennent des fichiers MP3 ? .....	76
Si une œuvre n'est pas accompagnée de la mention « Copyright », puis-je la copier librement ? .....	76
Quid des œuvres accompagnées de la mention « sans droit d'auteur » (Copyright free) ou prétendues « freewares » ou « sharewares » ? .....	77
Lorsque je renvoie, par hyperlien, vers un autre site web, dois-je obtenir l'autorisation du titulaire de ce site ? .....	77
Quelles sont les sanctions en cas de non respect du droit d'auteur ? .....	78
<b>4. La protection juridique de votre site web .....</b>	<b>78</b>
<b>5. Le problème particulier des <i>métatags</i> .....</b>	<b>79</b>
<b>PARTIE 7 - CRIMINALITÉ INFORMATIQUE .....</b>	<b>82</b>
<b>1. Les dangers et les actions à entreprendre .....</b>	<b>84</b>
Quels dangers guettent mon site web ? .....	84
Comment puis-je me prémunir contre ces dangers ? .....	84
Que faire lorsque j'ai subi une attaque ? .....	85
Quelles sont les attaques incriminées ? .....	87
Que me conseillez-vous de faire en matière d'attaques informatiques ? .....	89
<b>2. Responsabilité .....</b>	<b>90</b>
Ma responsabilité est-elle engagée pour les informations qui ont été modifiées lors d'une attaque? (pour n'avoir pas mis tous les moyens de sécurité en place, par exemple) .....	90
<b>PARTIE 8 - CONTENU ILLICITE ET PRÉJUDICABLE .....</b>	<b>92</b>
Le principe de la liberté d'expression me permet-il de faire figurer ce qu'il me plaît sur mon site ? .....	94
Quels sont les contenus que je dois éviter de faire figurer sur mon site ? .....	95

Puis-je donner librement des informations sur les attaques informatiques ? ..... 95

**PARTIE 9 - AUTORÉGLEMENTATION ..... 98**

**1. Adhérer à un code de conduite..... 100**

Qu'est-ce qu'un code de conduite ? ..... 100

Comment informer mes clients de mon adhésion à un code de conduite ? ..... 101

Quelle est la portée de mon adhésion à un code de conduite ? ..... 101

**2. La labellisation..... 102**

Qu'est-ce que la labellisation ? ..... 102

Comment garantir à mes clients que le label est de qualité ? ..... 102

**3. Recourir à un mécanisme alternatif de résolution des litiges en ligne..... 103**

Qu'est-ce qu'un mécanisme alternatif de résolution de litiges en ligne ? ..... 103

Quels sont les avantages de proposer un mécanisme alternatif de résolution des litiges ? ..... 104

**GLOSSAIRE ..... 106**

A ..... 108

B ..... 108

C ..... 109

D ..... 110

E ..... 111

F ..... 111

G ..... 112

H ..... 112

I ..... 113

J ..... 113

L ..... 114

M ..... 114

N ..... 115

O ..... 115

P ..... 116

R ..... 117

S ..... 117

T ..... 118

U ..... 119

V ..... 119

W ..... 120

**TEXTES ET ADRESSES UTILES ..... 122**

**Textes utiles ..... 124**

**Adresses utiles ..... 126**

**INDEX ..... 128**

## **Partie 1 - Introduction**





## 1. Avertissement

1. - Vu le caractère mondial d'Internet, la diversité des techniques qui peuvent être utilisées et les sujets très différents qui peuvent être abordés dans un site, il n'est pas possible de livrer dans un vade-mecum les réponses à toutes les questions juridiques qu'un concepteur de site pourrait se poser. Seules les questions juridiques générales concernant l'ensemble des sites sont abordées dans les pages qui suivent. Vous y trouverez certainement beaucoup de réponses, mais étant généralisées, elles ne s'appliqueront pas nécessairement telles quelles à votre cas. Lors de l'élaboration de votre site, nous vous recommandons de consulter un juriste spécialisé si vous le jugez nécessaire.

## 2. A qui s'adresse ce vade-mecum ?

2. - Ce vade-mecum contient parfois des détails techniques, mais s'attache particulièrement à traiter les questions juridiques qui se posent lors de l'élaboration d'un site web. Il s'adresse donc aux concepteurs techniques tout comme aux titulaires des sites.

### Le concepteur et le titulaire

3. - Nous appellerons « *concepteur* », la personne physique ou morale qui se charge de la création technique du site, en ce compris les bases de données, pages HTML, applets java ou autres éléments que le site comprend.

Nous désignerons par le mot « *titulaire* », la personne physique ou morale dont le nom apparaît clairement sur le site et parfois dans le nom de domaine<sup>1</sup> et qui est, pour l'internaute, le propriétaire du site.

Cette distinction est importante car elle permet l'existence de diverses situations. Dans un cas, le titulaire peut charger un concepteur de créer son site, mais le titulaire peut également créer lui-même son site. Il cumule alors les fonctions de concepteur et de titulaire.

### La relation concepteur - titulaire

4. - Lorsqu'un titulaire charge un concepteur de la création de son site web, il devra veiller à conclure un contrat de création de site contenant des clauses visant à résoudre, entre autres, les questions de responsabilité. Nous aborderons ces points dans les chapitres 4 et 10, mais il est essentiel de souligner dès à présent que, si les réflexions juridiques de ce vade-mecum s'adressent particulièrement aux titulaires de sites, certains chapitres (surtout les chapitres 8, 9 et 10) visent également les concepteurs. Les questions de droits d'auteur, par exemple, intéresseront les concepteurs qui apportent eux-mêmes des images ou des sons sur le site qu'ils créent pour une tierce personne.

---

<sup>1</sup> Voyez la partie 3 : Marques et noms de domaine



## **Partie 2 - Créer et héberger son site**



5. - Il existe différentes possibilités pour créer un site Internet :

- le titulaire peut décider de développer lui-même son site Web,
- il peut avoir partiellement recours à une personne externe,
- il peut décider de recourir à une solution externe complète, dite « clé en main ».

1. Lorsque le choix se porte sur le développement d'un site Internet sur base de ressources propres (techniques, humaines), on ne se trouve pas confronté à la nécessité de créer un contrat de sous-traitance. L'essentiel pour le titulaire est d'évaluer correctement ses besoins et d'établir un plan préalable des moyens techniques, humains et financiers nécessaires à la création de son site.

Notons encore que l'employeur devrait insérer deux types de clauses dans le contrat de travail de l'employé qui créera le site :

- une clause concernant la *propriété intellectuelle* du site et prévoyant la cession des droits patrimoniaux et une renonciation partielle aux droits moraux que possède cet employé. La cession des droits patrimoniaux permet à l'employeur d'utiliser le site à des fins commerciales. La renonciation partielle aux droits moraux concerne la renonciation à l'intégrité du site ce qui permet à l'employeur de le modifier, de l'adapter, etc.
- une clause de *non-concurrence* : cette clause empêche l'employé qui change d'employeur d'utiliser le fruit de son travail pour concurrencer son employeur initial.

2. Lorsque vous décidez de recourir à des sous-traitants, vous pouvez encore l'envisager de deux façons différentes :

- soit vous décidez de ne confier au sous-traitant que la création du site, voire la réalisation d'un travail déterminé, et vous gardez la charge de coordonner le travail des différents sous-traitants éventuels et de trouver un hébergeur pour le site ;
- soit vous avez recours à une solution globale incluant la prise en charge de toutes les étapes nécessaires à l'existence et au fonctionnement du site Internet par le sous-traitant.

## 1. Comment créer mon site Internet ?

### Comment choisir un concepteur externe à ma société pour créer mon site ?

---

6. - Lorsque vous avez choisi de ne pas concevoir vous-même votre site Internet, il vous faut encore décider du concepteur qui le fera à votre place. Afin de faire correctement ce choix, il sera parfois intéressant de recourir à un consultant, dans d'autres cas vous ferez l'étude de marché vous-même.

#### 1. Consultance

7. - La connaissance et l'expérience du consultant vous permettront certainement de trouver le concepteur qui correspond le mieux à vos besoins, tout en évitant d'oublier les petits concepteurs doués.

Le consultant peut également élaborer un cahier des charges afin de préparer votre appel d'offre. Attention, si cette solution permet d'établir un schéma précis de ce qu'il faut entreprendre, la mise en œuvre d'un cahier des charges trop précis peut empêcher toute flexibilité et originalité.

## **2. Faire soi-même l'étude de marché**

**8.** - Lorsque vous faites vous-même l'étude de marché, vous devez prendre en compte un certain nombre de critères.

Tout d'abord vous devez procéder à l'analyse de vos besoins. Il faudra évaluer l'ampleur du site et la complexité de ce que vous voulez voir élaborer. Voulez-vous un site destiné à donner des informations publicitaires, constituer une base de données, faire des transactions, etc. ? N'hésitez pas à prendre du temps pour surfer sur Internet pour comparer et observer l'ensemble des possibilités qui s'offrent à vous.

Choisissez un concepteur de site compétent techniquement et juridiquement pour mettre en œuvre le site que vous désirez. Trop de bricoleurs se lancent actuellement dans cette activité porteuse. Exigez des références dans le même domaine (information, publicité, création de base de données, commerce, etc.). La compétence technique et artistique du concepteur est bien souvent déterminante.

Le prix reste bien sûr important, mais comprend-il la mise en œuvre du site dans sa totalité? Est-ce une rémunération à la ligne de code, à la page ou est-ce un forfait ? Comprend-il la maintenance, la mise à jour, une formation éventuelle de votre personnel pour effectuer vous-même la mise à jour, l'hébergement, ... ? Sachez que lorsque votre site est construit sur une base de données, cela vous permet de diminuer les coûts de mise à jour.

Selon l'objectif de votre site, laissez une large place à l'originalité et au *design*. Etant donné la prolifération des sites Internet, afin de se démarquer, il faut surprendre et être en constante évolution.

## **Comment dois-je négocier avec le concepteur ?**

**9.** - Lorsque vous négociez avec le ou les concepteurs éventuels de votre site, veillez toujours à respecter le principe de bonne foi. Vous êtes tenus, tout comme le concepteur, à une obligation générale de rectitude, de loyauté et de collaboration dans la conduite de la négociation. Vous avez ainsi l'obligation d'informer, voire de mettre en garde, le concepteur sur les difficultés objectives qu'il pourrait rencontrer dans l'implémentation de votre site. De son côté, le concepteur aura une obligation d'information, de conseil et de mise en garde sur les risques encourus.

Parfois la période de négociation avant la conclusion du contrat est longue ou a engendré des frais importants. Pourtant, vous avez, jusqu'à la dernière seconde, la liberté de contracter ou non. Cependant, si vous ne faites pas preuve de bonne foi dans la conduite des négociations, la rupture des pourparlers peut, en raison des circonstances, constituer une faute et entraîner votre responsabilité.

Lorsque vous émettez une offre (précise, ferme et non équivoque), celle-ci est considérée comme l'émission définitive de votre volonté sur tous les éléments essentiels du contrat.

Toute acceptation pure et simple vaut contrat. Si l'acceptation contient une réserve, on la considère comme un refus, assorti d'une offre nouvelle.

## Comment rédiger le contrat de conception de site Web ?

**10.** - Cette section se veut un guide lors de la rédaction de votre contrat de conception de site. Il n'a donc pas vocation à être exhaustif, d'autant plus que chaque situation est particulière et que la rédaction du contrat dépendra des ressources et besoins respectifs des parties. Veillez à vous faire conseiller par un professionnel si nécessaire.

### **1. Le cahier des charges**

**11.** - Que le cahier des charges ait été établi par vous-même, par le futur concepteur du site ou par un tiers, il constitue une excellente base pour établir le contrat.

Le cahier des charges reprend en règle générale les différents services à prester :

- la programmation du site en HTML ou XHTML,
- la conception graphique du site,
- la numérisation des images, des animations et des fichiers son,
- la création ou la copie des textes du site,
- le développement de bases de données, programmes en Java ou autres modules de programmation sophistiqués.

Le cahier des charges reprend également un calendrier qui planifie les moments :

- où le titulaire doit fournir les éléments nécessaires à la création du site,
- d'éventuelles remises de projets intermédiaires,
- la date limite pour la mise en ligne du site,
- le délai prévu pour l'approbation du site conçu.

Dans ce cahier des charges vous pouvez également identifier ce qui va être fait par le concepteur du site lui-même et ce que le concepteur va lui-même sous-traiter (design, paiement électronique, etc.).

### **2. La clause relative aux négociations**

**12.** - Le cahier des charges, comme tout ce qui a été échangé avant la signature du contrat, est une mine d'informations pour interpréter la volonté des parties en cas de conflit. Lors de la rédaction du contrat, il est important d'inscrire ce que vous voulez faire de ces documents. Si vous avez tendance à voir la conception du site de manière fonctionnelle, le concepteur le voit plutôt de manière technique. Il arrive que durant la phase de négociation cette vue fonctionnelle se soit exprimée mais que dans la rédaction du contrat, les obligations du concepteur ne soient abordées qu'en termes techniques.

Le concepteur peut désirer exclure du contrat tous les documents rédigés dans la phase précontractuelle. Il le fera en insérant une clause (clause dite « des quatre coins ») dans le contrat. Cela lui permet de limiter son engagement à ce qui est explicitement prévu dans le contrat. Cette clause n'est pas sans danger pour le titulaire, car elle peut effacer un

engagement de conformité fonctionnelle du site pris lors des pourparlers de sorte que le concepteur serait uniquement tenu d'une simple garantie de conformité technique. Sachez que la clause « des quatre coins » ne peut être invoquée de façon abusive. En droit, on dit qu'elle doit toujours être invoquée de bonne foi et qu'elle ne peut servir à couvrir le dol ou la faute lourde.

A l'inverse, le titulaire peut être particulièrement intéressé à l'intégration au contrat de certains documents préparatoires. A cette fin, il peut rédiger dans le préambule du contrat les grandes étapes de la négociation et les objectifs poursuivis. Il peut également annexer les documents préparatoires au contrat et les inclure de ce fait dans le domaine du contrat.

### **3. Les principales obligations du concepteur**

**13.** - Le concepteur du site doit essentiellement concevoir le site tel qu'il a été défini. Cette lapalissade a pour but d'insister sur l'importance de fixer aussi précisément que possible la prestation attendue du concepteur **en termes techniques et en termes de finalités à atteindre**. La définition en termes techniques recouvre la description de l'arborescence à suivre, de l'usage de la technique des *frames*, de l'usage de langage de programmation dynamique, etc. La détermination des finalités à atteindre vise l'interface, l'interactivité, la fonctionnalité, etc.

Le concepteur s'engage à réaliser le site dans un délai déterminé avec plus ou moins de souplesse.

Dans le contrat, vous pouvez imposer au concepteur l'obligation d'assurer lui-même ce que vous avez convenu ou au contraire prévoir expressément qu'il peut recourir à la sous-traitance.

Au-delà de la conception du site, le concepteur peut s'engager à des prestations complémentaires éventuelles telles que l'hébergement du site ou l'accomplissement des démarches pour obtenir un nom de domaine. Ces obligations seront prévues dans le contrat.

### **4. Les principales obligations du titulaire**

**14.** - Vous devez participer activement à la conception du site, non seulement en fournissant l'information nécessaire mais aussi en collaborant pleinement puisque le produit est appelé à être conçu selon votre attente. Sachez toutefois que les informations que vous affichez sur le site deviennent publiques et que cette publicité a un caractère international.

En contrepartie de la réalisation du site, le client est tenu de payer le prix convenu. Le contrat peut prévoir une fixation de principe, la fixation des modalités de paiement, le choix raisonnable d'un forfait ou d'une formule d'adaptation du prix.

### **5. Des clauses importantes**

**15.** - Outre le préambule et la définition des principales obligations des parties, vous devez envisager un certain nombre de clauses qui ont bien souvent une importance cruciale pour



les parties. Il s'agit principalement des clauses traitant de la propriété intellectuelle, de la responsabilité, de la confidentialité et de la non-sollicitation.

## La propriété intellectuelle

**16.** - Vous devez savoir que, vous qui financez la conception du site, vous n'avez aucun droit sur la création qui a été financée, si ce n'est -exigence minimale- la faculté de vous en servir. Idéalement, pour pouvoir exploiter et faire évoluer librement votre site, vous avez tout intérêt à prévoir la cession des droits suivants :

- le droit de reproduction : la mise du site en ligne et son exploitation requièrent des reproductions (notamment pour le passage d'un support à un autre) ;
- le droit d'adaptation : évolution du site et de manière générale de tout type de modification apportée à l'œuvre ;
- le droit de communication au public : la mise à disposition sur le Web constitue un acte de communication au public ;
- le droit de traduction.

Il n'est pas toujours indispensable d'obtenir les droits sur le code de programmation qui resteront bien souvent la propriété du concepteur.

Vous devez aussi être attentif à ce que le matériel utilisé pour la création du site que vous-même mettez à disposition du concepteur (images, fichiers son, etc.) et celui que le concepteur vous fournit (les logiciels, les éléments créés, etc.) respecte les droits des tiers et ne soit pas illégal.

## La responsabilité

**17.** - La question de la responsabilité dans le contrat de création de site Web sert à identifier qui est le responsable en cas de dommage subi par le titulaire, le concepteur ou les utilisateurs du site Web. Dans certains cas, les dommages peuvent être considérables (dans le cas d'un site de service financier sur le Web par exemple).

Vous devez être attentif lors de la rédaction de votre contrat à déterminer les garanties que chacune des parties apporte. Évitez d'accepter des clauses prévoyant que le concepteur du site n'offre aucune garantie pour les services rendus ou les logiciels fournis. Préférez-y une clause prévoyant que le concepteur du site n'offre aucune garantie en cas de force majeure ou de tout événement que le concepteur ne pouvait pas raisonnablement prévoir.

## La confidentialité

**18.** - La collaboration dans le cadre de votre contrat implique un dialogue. Dans ce cadre, la confidentialité est une obligation importante à faire peser sur le titulaire comme sur le concepteur. Cette obligation de confidentialité peut comporter, entre autres, les informations confidentielles, les codes d'accès et mots de passe, les informations financières, les données de facturation et les informations sur le hardware, les logiciels, les services et le contenu des informations circulant entre le titulaire et les visiteurs du site Web.

## La non-sollicitation

**19.** - Dans certains cas, le concepteur ou le titulaire peut être tenté de « débaucher » un employé de son cocontractant rompu à une technique déterminée. Si ce risque est pressenti, vous pouvez prévoir dans le contrat qu'aucune des parties présente au contrat ne peut solliciter les employés ou les consultants de l'autre partie pendant une période déterminée. Afin d'en accroître l'efficacité, vous pouvez éventuellement l'assortir d'une clause (appelée aussi clause pénale) déterminant le montant des indemnités éventuellement dues si l'autre partie ne se tient pas à cet accord.

## 6. La procédure de réception

**20.** - Il est important de déterminer dans le contrat une procédure de contrôle qui permettra d'apprécier si le site a été réalisé comme il devait l'être, c'est-à-dire respectueux du cahier des charges. Cette procédure appelée *réception* est cruciale car elle décharge le concepteur de toute responsabilité, sauf s'il existe un contrat distinct de maintenance ou si le client peut invoquer la garantie des vices cachés<sup>2</sup>.

La difficulté principale est de bien fixer les termes de la procédure de contrôle : sur quoi elle devra porter et comment elle devra être réalisée. Vous devez prévoir une appréciation du site en situation dans le réseau et prévoir une simulation de trafic. Vous devez également vérifier si la lecture de la page Web peut être faite à partir des différents logiciels de navigation courants. Prévoyez dans quel cadre seront faites les corrections éventuelles.

## 7. La maintenance

**21.** - Une fois que vous avez contrôlé la réalisation du site, se pose la question de la correction des erreurs, de l'adaptation, voire de l'évolution du site. On parle dans ce cas de maintenance :

- la *maintenance-correction* tend à éliminer les erreurs ou défauts ;
- la *maintenance-adaptation* couvre les modifications à apporter au site en fonction de l'évolution de l'environnement technique ou réglementaire ;
- la *maintenance-évolution* couvre les besoins nouveaux du titulaire motivés par le développement de traitements nouveaux ou par l'évolution de la configuration.

Sachez que vous n'avez pas de « droit à la maintenance ». On peut considérer que le concepteur est tenu de corriger ses erreurs avant la réception définitive du site Web dans le cadre de son contrat de conception de site. Mais l'ensemble des corrections, mises à jour et évolutions postérieures, relèvent d'un contrat distinct. Vous avez donc tout intérêt à prévoir la maintenance dès le contrat de conception de site si vous voulez qu'elle soit faite par le concepteur. Vous pouvez en prévoir les conditions et la durée, en prévoyant un mode de résiliation du contrat moyennant préavis.

<sup>2</sup> La garantie des vices cachés suppose cependant que le client puisse prouver un vice d'une gravité suffisante, ce qui est loin d'être évident en matière informatique.

Selon la nature de votre site, la mise à jour peut être très fréquente. Ne nécessitant pas toujours de grandes qualifications techniques, il peut être intéressant de prévoir la formation d'une personne interne apte à opérer cette mise à jour.

## 2. Les services complémentaires au service de création du site

**22.** - Autour du contrat de création de site Web gravitent un certain nombre de services périphériques complémentaires. Il s'agit, entre autres, du service d'accès à Internet, d'hébergement, de maintenance, de référencement, de marketing, etc.

### Ces contrats de services complémentaires sont-ils obligatoirement liés au contrat de conception ?

**23.** - NON. Certaines sociétés proposent ces services complémentaires en plus de leur service de conception de site Web. Ces obligations peuvent alors être insérées dans le contrat avec le concepteur de site sous forme d'une clause particulière. Mais il est également possible qu'elles prennent la forme d'un contrat autonome.

Si vous choisissez de ne pas rassembler les différentes obligations dans le même contrat, on considère qu'elles sont autonomes. Ainsi, le concepteur qui a signé un contrat n'est en rien tenu d'en signer un second (le concepteur de site n'est pas obligé de conclure un contrat de maintenance). Mais aussi la disparition d'un contrat n'affecte pas nécessairement l'existence des autres contrats (la résolution du contrat de conception n'entraîne pas la résolution du contrat d'hébergement ou de maintenance).

Pour éviter cet effet qui n'est souvent pas voulu par les parties, vous pouvez ajouter une clause dans les contrats distincts qui détermine le lien entre ceux-ci. Vous pouvez subordonner la prise d'effet d'un contrat à la signature ou à la bonne exécution d'un autre contrat (c'est une *condition suspensive*). Vous pouvez faire dépendre la vie d'un contrat de la signature d'un autre, dans le sens où le premier contrat n'existerait plus si le deuxième n'a pas été signé (c'est une *condition résolutoire*). Une dernière solution revient à la signature par toutes les parties d'un cahier de charge commun annexé à chaque contrat.

### Comment héberger mon site et qu'est-ce qu'un contrat d'hébergement ?

**24.** - L'hébergement peut être considéré de différentes manières : vous pouvez héberger vous-même votre page Web ou recourir à un hébergement extérieur. L'hébergement de votre site Web nécessite des connaissances techniques approfondies et la prise de mesures de sécurité importantes pour le système.

Lorsque vous décidez de faire héberger votre site Web, vous devrez passer un contrat d'hébergement. Le *contrat d'hébergement* est un contrat par lequel le fournisseur d'hébergement met à votre disposition un espace mémoire et une capacité de traitement

de ses machines. Ayant signé ce contrat, vous devez respecter les contraintes techniques qui vous sont imposées par l'hébergeur, telles que par exemple :

- vous ne pourrez pas dépasser un certain volume,
- vous devrez éventuellement utiliser un matériel déterminé,
- vous devrez payer le prix prévu dans le contrat,
- vous devrez respecter certaines obligations en matière de contenu telles que ne traiter que des informations licites, se conformer à l'ordre public et aux bonnes mœurs.

## **Qu'est-ce que le développement marketing et le référencement ?**

---

**25.** - Une multitude de sites apparaissent sur le réseau Internet tous les jours. Afin de vous démarquer et faire connaître le vôtre, vous pouvez :

- utiliser les bons métatags dans la programmation afin que votre site web soit référencé correctement par les moteurs de recherche (sur l'utilisation des métatags , voir n° 130 et s.);
- aviser un annuaire de la création du site, afin de le faire apparaître dans une des catégories de l'annuaire ;
- avoir recours à des services de *marketing*, de suivi promotionnel, ...

Vous pouvez envisager de demander au concepteur de votre site de prendre en charge ce suivi promotionnel de votre site ou confier cette tâche à un tiers. Ces nouvelles obligations doivent être prévues dans un contrat.

## **Partie 3 - Marques et noms de domaine**



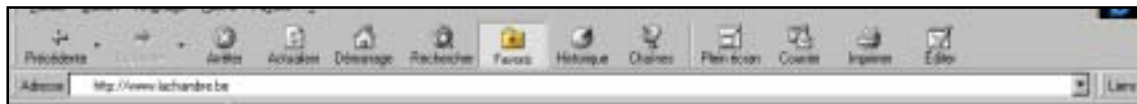
## Qu'est-ce qu'un nom de domaine ?

---

**26.** - Afin de faire régner un minimum d'ordre sur Internet, chacun des dizaines de millions d'ordinateurs interconnectés est identifié par une adresse IP qui prend la forme de 4 nombres contenant chacun un maximum de 3 chiffres. Ainsi, l'adresse IP du site de la Chambre est 193.190.127.2 et celui de la Commission de la protection de la vie privée est 194.78.86.94. Pour avoir accès au site, il vous suffit de taper cette adresse à l'endroit prévu par votre logiciel de navigation, comme vous le montre l'image ci-dessous.



Toutefois, afin de faciliter la mémorisation, ces nombres peuvent être traduits en un nom de domaine. Et c'est d'ailleurs ce qui se fait communément sur le Net où vous ne tapez pas 193.190.127.2, mais plus simplement <http://www.lachambre.be> qui est automatiquement traduit en adresse IP par un système de conversion appelé DNS (Domain Name System). Un nom de domaine est donc plus facile à retenir, mais pas techniquement nécessaire.



## Quel nom de domaine choisir ?

---

**27.** - Lors du choix de votre nom de domaine, deux étapes sont nécessaires : choisir le radical et l'extension. Ceci doit être fait soigneusement sachant que la visibilité du site sur Internet en dépend. En général, le radical correspond au nom de la personne physique ou morale qui gère le site, et l'extension au type d'activité exercée ou à la zone géographique où sont exercées ces activités. Les sociétés commerciales enregistreront plutôt en « .com » et en « .be », les particuliers et organismes sans but lucratif en « .org », les organismes internationaux en « .int ».

### Les extensions existantes

**28.** - Deux types d'extensions existent aujourd'hui sur Internet.

La première catégorie englobe les extensions dites « territoriales » qui sont particulièrement nombreuses et vont de « .ac » pour Ascension Island à « .zw » pour le Zimbabwe en passant par « .be » pour la Belgique. La plupart des organismes gérant l'attribution des noms de domaine « nationaux » prévoient des règles très strictes pour l'enregistrement dans leur extension (le siège social de la société doit se trouver sur leur territoire, par exemple), mais d'autres, comme « .am » (Arménie), ne prévoient aucune condition particulière pour l'enregistrement, seule la règle du « premier arrivé, premier servi » s'applique. Cette dernière sorte d'extension, englobant aussi les « .ac » (Iles Ascension) et « .vg » (Iles Vierges), n'est donc plus vraiment territoriale. Elle se rapproche plutôt des extensions génériques comme le « .com ».

La deuxième catégorie vise les extensions liées au *type d'activité*. Cela recouvre les extensions génériques (gTLDs)<sup>3</sup> – « .com » pour les sociétés commerciales, « .net » pour les sites liés au fonctionnement d'Internet, et « .org » pour les organisations et organismes non lucratifs - et les extensions réservées à des organismes spécifiques (sTLDs)<sup>4</sup> : « .gov » pour les gouvernements, « .int » pour les institutions internationales, « .mil » pour les activités militaires.

Rien ne vous empêche d'enregistrer différents noms de domaine ayant le même radical, mais des extensions différentes. Selon l'extension que vous choisissez, il vous faudra simplement contacter l'autorité responsable de l'attribution du type de nom de domaine choisi et respecter les contraintes qu'elle vous imposera.

## A qui m'adresser pour enregistrer mon nom de domaine ?

29. -

suffixe	Qui contacter ?	prix <sup>5</sup>
.com .org .net	<a href="http://www.dotEarth.com">www.dotEarth.com</a>  sociétés accréditées par l'ICANN <sup>6</sup>	Enregistrer : 25 USD pour les 2 premières années  Prix moins élevés
.be Belgique	<a href="http://www.dns.be">www.dns.be</a> <sup>7</sup>	12,10 EUR (TVA incl.) pour la première année 12,10 EUR (TVA incl.) par année supplémentaire
.fr France	<a href="http://www.nic.fr/">http://www.nic.fr/</a>	18 EUR ou 39 EUR hors TVA détails : <a href="http://www.nic.fr/enregistrement/couts.html">www.nic.fr/enregistrement/couts.html</a>
.nl Pays Bas	<a href="http://www.domain-registry.nl/">www.domain-registry.nl/</a>	Cf. La rubrique « de regels », puis « tarieven »
.lu  Lux em bou rg	<a href="http://www.dns.lu">www.dns.lu</a>	50 EUR de base 40 EUR/an pour la maintenance détails: <a href="http://www.dns.lu/fr/fees_pr.htm">http://www.dns.lu/fr/fees_pr.htm</a>
.de Allemagne	<a href="http://www.nic.de">www.nic.de</a>	116 EUR la première année 58 EUR par année supplémentaire
Autres	<a href="http://www.alldomains.com/">http://www.alldomains.com/</a>	

<sup>3</sup> Generic Top Level Domains

<sup>4</sup> Special Top Level Domains

<sup>5</sup> Purement indicatifs, il s'agit des prix figurant le 6 décembre 2001 sur les sites mentionnés. Ils devront souvent être majorés d'un montant dû à votre fournisseur d'accès. La première chose à faire est donc de vous renseigner auprès de votre fournisseur.

<sup>6</sup> Voyez <http://www.icann.org/registrars/accredited-list.html>

<sup>7</sup> La partie belge du DNS s'occupant des sites en « .be » est gérée depuis le 1<sup>er</sup> novembre 1999 par l'ASBL « DNS BE ». Cette ASBL a comme membres fondateurs l'association des fournisseurs d'accès (ISPA, <http://www.ispa.be>), l'association des consommateurs importants de services télécoms (Beltug, <http://www.beltug.be>) et Agoria (<http://www.agoria.be>).





## Quels critères faut-il remplir ?

---

**30.** - En « .com », « .org » et « .net » il n'y a aucun critère spécifique à remplir (si ce n'est la disponibilité du nom de domaine), mais ce n'est absolument pas le cas pour la plupart des noms de domaine « territoriaux ». En Belgique, par exemple, le « .be » est réservé aux sociétés commerciales, aux organisations ou institutions publiques ou privées et aux associations ayant une activité légale « réelle et raisonnable »<sup>8</sup>. Ces sociétés ou organisations doivent être situées ou représentées en Belgique.

## Une personne peut-elle contester le nom de domaine que j'ai choisi ?

---

### En « .com », « .org » et « .net »

**31.** - Imaginons que vous vouliez enregistrer « pluie.com ».

Depuis le 21 avril 1999, la société américaine *Network Solutions Inc.* (NSI) n'a plus le monopole de l'enregistrement des noms de domaine en « .com », « .org » et « .net ». Elle conserve la responsabilité et la gestion technique de la base de données des noms et des serveurs de noms, mais d'autres sociétés ont reçu l'accréditation nécessaire pour enregistrer directement des noms de domaine dans les bases de données de NSI.

Il faut noter que ces différentes sociétés enregistrent les noms de domaine sans contrôler *a priori* le respect du droit des tiers. Il suffit que « pluie.com » ne soit pas encore utilisé et que vous garantissiez sur l'honneur que vous avez le droit d'utiliser ce nom pour qu'il vous soit immédiatement octroyé.

Toutefois, il peut arriver que l'utilisation de ce nom vous soit tôt ou tard contestée. Pour résoudre ces problèmes, l'ICANN<sup>9</sup> a édicté « l'*Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy* »<sup>10</sup>, charte qui, depuis le 1<sup>er</sup> décembre 1999, n'est encore applicable qu'à certaines sociétés accréditées et à titre d'essai. C'est pourquoi nous avons plutôt voulu détailler la charte de résolution de litiges adoptée par la société qui enregistre le plus grand nombre de noms de domaine, à savoir la société NSI<sup>11</sup>. Cette charte permettra, par exemple, au titulaire de la marque « Pluie » de déposer une réclamation auprès de la société NSI si le signe « pluie » a été déposé antérieurement au titre de marque. NSI vous mettra en demeure de lui fournir dans les 30 jours la preuve de vos droits sur ce signe. Si vous démontrez que vous étiez titulaire de la marque « pluie » avant la réclamation ou que vous disposez d'un droit légitime sur « pluie » (par exemple, parce que vous vous appelez Monsieur Pluie), le nom de domaine restera à vous. NSI vous demandera d'abandonner le nom si ce n'est pas le cas.

Il est évident que cette procédure non obligatoire est une procédure amiable et vous pouvez encore accepter ou refuser d'abandonner « pluie.com ». Si vous acceptez, vous aurez 90 jours pour organiser la transition vers le nouveau nom que vous choisirez

<sup>8</sup> « association with a reasonable, demonstrable and legal activity », <http://www.dns.be>

<sup>9</sup> Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (<http://www.icann.org>)

<sup>10</sup> <http://www.icann.org/udrp/udrp-policy-24oct99.htm>

<sup>11</sup> <http://www.networksolutions.com/legal/dispute-policy.html>

(« pluie.net », par exemple). Ce qui veut dire, par exemple, que pendant ces 90 jours un avis s'affichera sur la page [www.pluie.com](http://www.pluie.com) qui invitera l'internaute à consulter dorénavant le site [www.pluie.net](http://www.pluie.net). Si vous refusez de vous soumettre dans les 30 jours, le nom de domaine sera suspendu jusqu'à ce qu'un tribunal se prononce sur la question.

### En « .be »

**32.** - La procédure d'enregistrement de noms de domaine en « .be » étant plus stricte, les problèmes de contestation seront plus rares. Actuellement, vous devez nécessairement avoir un droit sur le nom que vous demandez puisque l'organisme DNS BE vérifie que ce nom est soit un nom commercial enregistré au Registre de commerce, soit le nom de la société ou de l'association tel que mentionné dans les statuts publiés au Moniteur belge, soit une marque enregistrée auprès du Bureau Benelux des marques.

Il peut cependant arriver que le titulaire d'un droit sur un même nom vous conteste le nom enregistré. Dans cette hypothèse, le DNS BE maintient le premier nom enregistré (principe du « *first come, first served* »), quitte pour les entreprises à se retrouver devant les tribunaux pour régler le différend si elles le souhaitent.

## Que faire si une autre personne utilise déjà le nom de domaine que je veux choisir ?

---

**Cette matière étant extrêmement complexe, nous nous bornerons à donner des réponses succinctes. Dans le cas d'un litige en cette matière, nous vous conseillons vivement de consulter un juriste spécialisé en la matière qui pourra analyser votre cas de façon complète et nuancée.**

### Le cas de la société neige

**33.** - Imaginons que vous possédiez la société de crème glacée « Neige » située en Belgique et que vous ayez déposé la marque « Neige ». Lors de ce dépôt vous avez dû respecter deux principes :

- le principe de *spécialité* : votre marque a été déposée pour un produit spécifique (les crèmes glacées), et
- le principe de *territorialité* : votre marque a été déposée en vue d'une utilisation sur un certain territoire (la Belgique, la France et l'Allemagne, par exemple).

a) Imaginons maintenant qu'une société de crayons de couleurs ait également déposé la marque « Neige » en Belgique et réservé le nom de domaine « [neige.be](http://neige.be) ».

b) Ensuite, vous vous rendez compte qu'une société canadienne de crème glacée « Neige » a réservé le nom de domaine « [neige.com](http://neige.com) ». Cette société a déposé sa marque au Canada. Ceci est possible vu que vous n'avez déposé votre marque que pour la Belgique, la France et l'Allemagne.

c) Finalement, un particulier, Monsieur XYZ, a réservé le nom de domaine « neige.org » pour y présenter un site sur le sujet qui le passionne : l'explication scientifique de la formation et de la composition de la neige.

### **Vous voulez enregistrer le nom « <http://www.neige.be> » (cas A)**

**34.** - Vous voudriez bien enregistrer le nom <http://www.neige.be>, mais en tapant ces mots sur Internet, apparaît le site de la société de crayons de couleurs Neige. Le principe de spécialité permet en effet à deux sociétés actives sur un même territoire, mais dans des secteurs différents, d'exploiter licitement le signe « neige » qu'elles ont enregistré comme marque<sup>12</sup>. La société de crayons de couleurs est donc aussi un utilisateur légitime de la marque « neige » et, à condition de remplir les critères imposés par DNS BE (ce qui est le cas puisque l'ASBL lui a réservé le nom de domaine demandé), elle peut utiliser, au même titre que vous, le nom de domaine « neige.be ». Dans la mesure où, techniquement, il ne pourra exister qu'un seul nom de domaine « neige.be », la règle du « premier arrivé, premier servi » départagera les sociétés en conflit. Vous ne pourrez vous en prendre qu'à vous-même de ne pas avoir réservé ce nom de domaine plus tôt.

### **Vous voulez enregistrer le nom « <http://www.neige.com> » (cas B)**

**35.** - Là aussi quelqu'un est passé avant vous et le nom de domaine que vous avez choisi est déjà utilisé. La société canadienne est le titulaire légitime de la marque « Neige » au Canada pour désigner des produits similaires aux vôtres. Jusqu'à présent, les deux sociétés coexistaient, mais le Réseau vous met soudainement en contact l'une avec l'autre.

Dès lors, le site canadien est accessible en Belgique et il y a utilisation d'un signe protégé en Belgique. Il devrait donc être possible de faire interdire l'utilisation du nom de domaine par la société canadienne. (Remarquez néanmoins qu'une fois le nom de domaine récupéré, le site canadien pourra obtenir la même chose vu que votre site est accessible au Canada!). Le juge décidera donc sans doute de faire prévaloir le principe « premier arrivé, premier servi » en faveur de la société canadienne. Il fallait donc, ici aussi, être plus rapide.

### **Vous voulez enregistrer le nom « <http://www.neige.org> » (cas C)**

**36.** - Le seul moyen de récupérer ce nom de domaine consisterait à établir une faute de Monsieur XYZ (difficile à prouver) ou à démontrer que son utilisation du nom de domaine "neige.org" est commerciale et porte préjudice à votre marque. Vous pourriez également essayer de prouver que Monsieur XYZ a réservé ce nom dans le seul but de vous nuire (son site ne présente qu'une demi-page d'explications sur la formation et la composition de la neige et dès le premier contact Monsieur XYZ vous a proposé de lui racheter (à prix d'or) le nom de domaine "neige.org"), et qu'il a fait du *domain name grabbing*<sup>13</sup> ou *cybersquatting*.

<sup>12</sup> sans préjudice de la protection étendue des marques renommées

<sup>13</sup> C'est-à-dire « l'enregistrement intentionnel d'un nom de domaine (ici « neige.com ») comportant un signe utilisé par un tiers (votre société) comme nom commercial ou marque, dans le but d'empêcher le propriétaire de la marque d'établir un site web identifié par le nom de domaine ». D. PAUKER, Introduction to domain name disputes, <http://www.law.georgetown.edu/lc/internic/recent/recli.html>, traduit par A. LEFEBVRE, « Nom

### ***Vous avez obtenu la restitution du nom de domaine que vous vouliez choisir***

Si vous avez obtenu un jugement vous accordant la restitution de « neige.com » sur base de la Loi Uniforme Benelux sur les marques, le vrai problème réside dans l'exécution de cette décision à l'étranger puisque cette loi ne s'impose pas aux Canadiens. Il faudra faire appel à la procédure longue, coûteuse et incertaine de l'*exequatur* par laquelle un pays étranger reconnaît la valeur du jugement et le fait exécuter sur son territoire comme s'il s'agissait d'un jugement rendu par un de ses propres tribunaux.

### ***Vous n'avez pas obtenu la restitution du nom de domaine***

La seule issue à votre problème est de choisir un autre nom de domaine (crème glacée.com ou neige.net) et de regretter de ne pas avoir pris au sérieux les gens qui vous suggéraient de réserver immédiatement votre nom de domaine.

---

de domaine et droit des marques : la fin du grabbing ? », note sous Comm. Bruxelles (Psdt), 3/1/1997, in Droit de l'informatique et des télécoms, 97/4, Editions des Parques, Paris, p. 37.

**Partie 4 - Informations à fournir  
(pour tout type de site)**



## 1. Les informations que vous devez fournir obligatoirement

37. - L'informatique ouvre des perspectives immenses en terme d'efficacité. Un tel potentiel appliqué à toutes sortes de données peut porter atteinte à la vie privée des personnes et constituer un danger pour la société tout entière. Afin d'éviter des effets liberticides du traitement des données à caractère personnel, la loi impose certains comportements.

### Quelles informations dois-je fournir à l'internaute au sujet des données à caractère personnel que je collecte via Internet ?

38. - Une directive européenne<sup>14</sup> a prévu des règles très strictes à ce sujet. Dans la mesure où elle a été transposée dans les législations nationales de la plupart des Etats membres, on peut considérer que la législation en matière de protection de la vie privée est relativement homogène en Europe.

En tant que responsable du traitement de ces données, vous serez tenu de vous conformer à la loi de l'Etat membre dans lequel vous vous êtes établi<sup>15</sup>. Nous vous présenterons ici le comportement que vous devez adopter pour être en conformité avec la loi belge<sup>16</sup>. Nous limitant à des recommandations générales, nous vous conseillons de recourir aux textes de lois ou à un spécialiste pour toute situation particulière.

#### *Quand suis-je tenu d'informer?*

39. - Pour que la loi s'applique, il faut qu'il y ait **traitement** et **données à caractère personnel**. Cette loi définit ce qu'il y a lieu d'entendre par ces deux termes :

- il y a traitement lorsque vous collectez, enregistrez, conservez, organisez, diffusez ou effectuez d'autres opérations, par un procédé automatisé ou non, sur des données à caractère personnel ;
- on parle de données à caractère personnel pour toutes les informations concernant une personne physique identifiée ou identifiable<sup>17</sup>.

#### *Où dois-je informer?*

40. - Les informations doivent être mises sur le site. Un lien hypertexte sur la première page du site et renvoyant vers une page donnant toutes les informations nécessaires (sorte de « charte de protection de la vie privée » ou, en anglais, « privacy policy »),

<sup>14</sup> Il s'agit de la Directive du 24 octobre 1995 du Parlement européen et du Conseil relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, *J.O.C.E.*, 23 novembre 1995, L 281/31.

<sup>15</sup> En réalité la règle d'applicabilité de la loi est plus complexe. Même en n'étant pas établi en Belgique, vous pouvez être soumis à la loi belge. Il s'agit, par exemple, du cas où vous traitez les données sur des machines situées en Belgique.

<sup>16</sup> Il s'agit de la loi du 8 décembre 1992 relative à la vie privée modifiée par la loi du 11 décembre 1998 transposant la directive du 24 octobre 1995.

<sup>17</sup> Un fichier de données anonymes qui peut être couplé à un fichier de données à caractère personnel devient un fichier concernant des personnes identifiables. Ce fichier sera donc soumis à la loi de protection de la vie privée s'il fait l'objet d'un traitement.



semble ne pas être satisfaisant. Il faut en plus penser à mettre le même lien sur toutes les pages de votre site qui récoltent des données à caractère personnel.

### **Quelles informations dois-je fournir?**

**41.** - En règle générale, lorsque vous mettez en œuvre un traitement de données vous devez :

- décliner votre identité (en tant que responsable du traitement de la base de données) ;
- donner votre adresse (géographique et/ou électronique) ;
- énoncer les finalités du traitement ;
- informer la personne concernée de son droit de s'opposer gratuitement au *marketing direct* ;
- informer la personne concernée de son droit d'accès aux données ;
- informer la personne concernée de son droit de rectifier des données ;
- déterminer le destinataire des données ;
- déterminer le caractère obligatoire ou facultatif de la réponse aux questions ainsi que les conséquences d'un défaut de réponse.

Outre ces informations qui doivent être diffusées sur le site, vous devez vous conformer aux autres dispositions de la loi relative à l'enregistrement auprès de la Commission pour la protection de la vie privée, à la gestion du fichier et aux mesures de sécurité à mettre en œuvre.

## **Réglementation ou autoréglementation ?**

---

**42.** - Sachez que certains usages se développent sur Internet parallèlement aux législations nationales. Cet ensemble de règles de bonne conduite que se donnent eux-mêmes les acteurs du réseau est destiné à donner confiance aux internautes pour développer le commerce électronique. Les acteurs qui adhèrent à ces règles spontanées se doivent de les respecter une fois qu'ils annoncent s'y soumettre.

Dans les questions suivantes, nous avons distingué les solutions rendues obligatoires par la loi et celles que peut respecter tout site désirant afficher un label de qualité<sup>18</sup> en matière de protection de la vie privée.

## **Que dois-je faire quand mon site diffuse des informations relatives à des personnes ?**

---

**43.** - Vous êtes susceptibles de diffuser des informations nominatives avec ou sans adresse, téléphone, e-mail, etc. sur votre site Web. Quelles qu'en soient les raisons (relations de travail, commerciales, administratives, associatives ou autres), vous devez respecter certains principes relatifs à la diffusion de ces données à caractère personnel. Notez que l'on considère que les données nominatives et numéros de téléphone du lieu de travail d'un employé sont aussi des informations à caractère personnel.

---

<sup>18</sup> Concernant les labels de qualité, veuillez vous reporter à la partie consacrée à cette matière (Partie 10).

### **Ce que dit la loi**

Vous devez informer les personnes concernées de l'existence et des modalités d'exercice du droit d'accéder aux informations qui les concernent et du droit de les faire modifier, rectifier ou supprimer.

### **Ce que nous vous conseillons**

Vous pouvez adopter deux solutions différentes respectant toutes deux, à un niveau différent, la vie privée.

- soit vous recueillez *l'accord des personnes préalablement à toute diffusion* sur Internet des données les concernant. Afin de ne pas paralyser votre site, vous pouvez considérer que leur accord est acquis en l'absence de réponse dans un certain délai (suffisamment long...). Vous devez les informer qu'elles pourront vous demander à tout moment que vous cessiez la diffusion sur votre site des informations qui les concernent ;
- soit vous *avertissez ces personnes de la diffusion de données les concernant* et vous les informez qu'elles pourront vous demander à tout moment que vous cessiez la diffusion sur votre site des informations qui les concernent.

## **Ai-je des obligations spécifiques lorsque les utilisateurs peuvent me contacter par e-mail ?**

**44.** - Vous mettez votre adresse de courrier électronique sur votre page Web. Les messages qui vous sont envoyés par les utilisateurs de votre site sont susceptibles d'être utilisés pour le traitement du contenu, de la date et de l'heure de réception, de l'adresse électronique de l'auteur du message, de ses nom et prénom ainsi qu'à d'autres informations expédiées automatiquement par son logiciel de messagerie électronique.

### **Ce que dit la loi**

Vous devez informer les personnes concernées de l'existence et des modalités d'exercice du droit d'accéder aux informations qui les concernent et du droit de les faire modifier, rectifier ou supprimer. Les personnes peuvent vous demander à tout moment, et sans donner de raison, de supprimer leur adresse électronique dans le cas où vous l'utilisez dans un but de *marketing direct*.

Vous devez déterminer la durée de conservation des adresses e-mail en relation avec l'utilisation qui en sera faite.

Si vous envisagez de transmettre à des tiers les adresses e-mail collectées, vous devez en informer les personnes par une mention figurant à côté de votre adresse électronique et leur faire part qu'elles *peuvent refuser une telle transmission*.

## Quelles informations dois-je fournir quand mon site comporte des espaces de discussion ?

---

**45.** - Les espaces de discussion sont des lieux où les gens sont susceptibles de s'exprimer sur des sujets divers. Vous avez intérêt à maîtriser les sujets abordés afin d'éviter de voir votre responsabilité mise en cause pour des propos tenus par certains utilisateurs. La pédophilie, l'incitation à la haine raciale, à la violence, le révisionnisme sont, entre autres, des sujets susceptibles d'engager votre responsabilité. Sachez que la responsabilité du Webmaster est généralement comparée à celle d'un rédacteur en chef de journal qui est amené à faire des choix dans ce qu'il va publier sous la rubrique du « courrier des lecteurs » de son journal.

### *Ce que dit la loi*

Vous devez informer les visiteurs de la finalité de cet espace de discussion. Vous devez également leur interdire de collecter et d'utiliser à des fins commerciales les données personnelles figurant dans ces espaces.

Vous devez informer les personnes concernées de l'existence et des modalités d'exercice du droit d'accès, de rectification et de suppression des contributions nominativement diffusées dans le cadre des espaces de discussion du site.

### *Ce que nous vous conseillons*

Nous vous conseillons de mettre en place un médiateur qui supprime avant diffusion toute contribution susceptible d'engager votre responsabilité civile ou pénale ou portant atteinte à la considération ou à l'intimité d'un tiers. Toutefois, le rôle de ce médiateur doit être clairement défini.

Nous vous conseillons d'informer les visiteurs des règles de fonctionnement de ces espaces de discussion. Mentionnez-y entre autres la présence éventuelle d'un médiateur.

## Quid si mon site propose aux utilisateurs de remplir un formulaire ?

---

### *Ce que dit la loi*

**46.** - Vous devez informer les utilisateurs du caractère facultatif ou obligatoire des réponses qu'ils sont invités à fournir. Vous devez indiquer dans quelles finalités vous récoltez ces données. Vous devez également informer les utilisateurs de l'existence et des modalités de l'exercice du droit d'accès, de rectification et de suppression des données les concernant.

En outre, lorsque vous envisagez de transmettre à des tiers les données collectées auprès des utilisateurs de votre site, vous devez en informer les personnes.

Sachez que la durée de conservation de ces données ne peut être illimitée. Cette durée doit être justifiée par la finalité de leur traitement.

### ***Ce que nous vous conseillons***

**47.** - Nous vous conseillons, lors de la collecte des données par formulaire, de permettre aux utilisateurs de donner leur accord ou leur refus à la transmission de leurs données (par exemple au moyen d'une case à cocher figurant dans le formulaire).

Concernant la durée du traitement à des fins de *marketing*, nous vous conseillons de supprimer les données en cas de non-réponse à deux sollicitations successives et de les supprimer au maximum 15 mois après leur collecte. Pour la conservation des informations relatives aux personnes avec lesquelles vous êtes en lien contractuel, nous vous conseillons de ne pas les garder pour une durée excédant la durée pendant laquelle l'existence ou l'exécution du contrat peut être contestée.

## **Mes obligations lorsque j'exploite les données de connexion au site**

---

**48.** - Les données que vous êtes susceptibles de récolter relatives aux consultations effectuées par les visiteurs de votre site sont multiples. Il en est ainsi de la date, de l'heure, de l'adresse Internet, du protocole de l'ordinateur, des pages consultées, etc. Ces données ont une importance primordiale afin d'estimer la fréquentation de votre site et de pouvoir l'améliorer.

### ***Ce que dit la loi***

L'utilisation de ces données, lorsqu'elles ne sont pas nominatives, n'est pas spécifiquement visée par la loi. Lorsque ces données peuvent être couplées à d'autres données que vous auriez récoltées par d'autres moyens (formulaires, e-mails ou autres), elles sont considérées comme identifiées ou identifiables. Dans ce cas, vous devez respecter la loi sur la protection de la vie privée.

Vous devez informer l'utilisateur de la récolte de ces données et ne pas les conserver pour une durée disproportionnée à la finalité de leur traitement. Par exemple, émettre une date de péremption de dix ans sur un cookie incluant des informations fournies par la personne concernée est totalement disproportionné.

### ***Ce que nous vous conseillons***

Les procédés tels que les *cookies* (permettant à un site d'enregistrer des informations dans l'ordinateur d'un utilisateur) ou les applets Java (programme exécuté à la demande d'un site par le navigateur de l'utilisateur) permettent de collecter des données. Nous vous recommandons d'informer les visiteurs de la mise en œuvre de ces techniques dans leur machine et de les informer de leur faculté de s'y opposer.

## **2. Les informations obligatoires pour des sites spécifiques**

**49.** - Lorsque vous ne vous bornez pas à avoir une vitrine sur le Web, mais que vous êtes lancé dans le commerce électronique, vous devez vous conformer à des lois

spécifiques. Celles-ci prévoient qu'un certain nombre d'informations doivent être fournies au consommateur avant et après son achat. Nous vous demandons de vous reporter à la partie 5 concernant « *les ventes de biens et de services* » pour avoir plus de détails sur cette matière.

### 3. Vous pouvez ajouter des informations pour vous protéger

#### Ajouter une clause de limitation de responsabilité

**50.** - Lorsque vous diffusez de l'information sur Internet ou que vous faites des transactions, vous êtes tenus à certaines obligations. Vous devez, entre autres, collecter les informations, les traiter et les diffuser de manière légale. Vous devez également offrir des informations de qualité, c'est-à-dire des faits précis, de l'information mise à jour et complète.

Votre responsabilité est donc susceptible d'être engagée lorsqu'en ne respectant pas ces obligations, vous causez un préjudice économique ou moral aux destinataires ou à des tierces personnes. Sachez que si le service que vous offrez est gratuit, cela ne vous dégage pas de votre responsabilité.

Vous pouvez afficher une clause de limitation de votre responsabilité sur votre site. Ces clauses sont fragiles car leur validité est souvent controversée. Selon la manière dont elles sont rédigées, elles pourront être considérées comme nulles. Demandez les conseils d'un spécialiste pour constituer une éventuelle clause de limitation de responsabilité et surtout ayez à l'esprit que cette clause ne peut avoir pour effet de limiter votre responsabilité à un point tel que vous ne vous engagez à rien du tout (en effet, le principe est qu'une clause limitative de responsabilité ne peut avoir pour effet de vider le contrat d'une de ses obligations essentielles).

Dans cette clause, vous pouvez annoncer des « réserves » sur le service proposé en éveillant l'attention de l'utilisateur, en lui précisant la part d'incertitude ou de doute, en indiquant les sources non contrôlées, en mettant en garde sur les controverses, en indiquant la dernière date de mise à jour, etc.

#### Ajouter une clause concernant les droits d'auteur

**51.** - Vous pouvez afficher sur votre site une clause de droits d'auteur. Cette mention ne garantit pas que vous soyez effectivement titulaire des droits d'auteur de ce qui se trouve sur votre site. Toutefois, par cette mention, vous vous présentez aux tiers comme titulaire des droits, ce qui vous met dans une position plus confortable.

## **Partie 5 - Vente de biens et de services**



**52.** - Si vous offrez sur votre site des produits ou des services à la vente, vous devez respecter certains principes, notamment les règles de protection des consommateurs dans le cadre des ventes à distance. Ainsi, vous devez principalement respecter les règles en matière de publicité, et en matière de vente à distance.

Attention ! Les règles décrites ci-dessous ne s'appliquent que si votre client est un consommateur, c'est-à-dire une « *personne physique ou morale qui acquiert ou utilise à des fins excluant tout caractère professionnel des produits ou des services mis sur le marché* ». Si au contraire il s'agit d'un professionnel, vous n'êtes pas obligé de vous conformer à ces règles.

## 1. Qu'en est-il de la publicité ?

**53.** - Si vous présentez sur votre site un produit ou un service dans le but d'en promouvoir la vente, vous serez soumis aux règles de la publicité.

Cela signifie que vous devez d'abord identifier clairement la communication comme une publicité en apposant la mention « publicité » de façon lisible, apparente et non équivoque. Ensuite, vous devez vous conformer aux règles relatives à la publicité trompeuse et à la publicité comparative.

En ce qui concerne la publicité trompeuse, la publicité que vous placez sur votre site ne doit pas :

- contenir des affirmations, indications ou représentations susceptibles d'induire en erreur sur un produit ou un service ;
- comporter des affirmations, indications ou représentations susceptibles d'induire en erreur sur le vendeur ;
- omettre des informations essentielles ;
- dénigrer un autre vendeur ou ses produits ou services ;
- comporter des comparaisons trompeuses ou dénigrantes ;
- créer une confusion avec un autre produit ou service ou un autre vendeur ;
- faire la promotion d'un produit ou service en ne disposant pas du stock suffisant ;
- éveiller chez le consommateur la certitude d'avoir gagné un produit ou service.

Si vous respectez certaines conditions, vous êtes autorisé à faire de la publicité comparative, c'est-à-dire à identifier un concurrent ou des produits ou services offerts par un concurrent. Pour cela, la publicité comparative doit :

- ne pas être trompeuse,
- effectuer une comparaison objective,
- ne pas engendrer de confusion,
- ne pas dénigrer l'image d'un concurrent,
- ne pas tirer indûment profit de la notoriété d'une marque ou d'un nom commercial,
- ne pas présenter un produit ou service comme une imitation ou une reproduction d'un produit ou d'un service portant une marque ou un nom commercial protégé.



## 2. Quelles informations placer sur le site ?

### Quelles sont les informations préalables à fournir ?

**54.** - Dès que vous proposez des produits ou des services en vente, et que vous offrez la possibilité de les acheter en ligne, vous devez fournir les informations suivantes :

- votre identité et votre adresse géographique,
- les caractéristiques essentielles du produit ou du service,
- le prix,
- les frais de livraison, s'il y en a,
- les modalités de paiement, les modalités de livraison et les modalités d'exécution du contrat,
- l'existence ou l'absence d'un droit de renonciation,
- les modalités de reprise ou de restitution du produit,
- le coût de l'utilisation de la technique de communication à distance, s'il est calculé sur une autre base que sur le tarif de base,
- la durée de validité de l'offre ou du prix,
- dans le cas de fourniture durable ou périodique d'un produit ou d'un service, la durée minimale du contrat.

Ces informations doivent être mises en évidence sur le site et doivent être facilement compréhensibles.

### Qu'en est-il de la confirmation des informations ?

Une fois que le client a passé commande, vous devez lui confirmer les informations.

#### **Quelles informations ?**

**55.** - Vous devez rappeler certaines des informations déjà présentes sur le site, à savoir :

- votre identité et votre adresse géographique,
- le prix du produit ou du service concerné,
- les frais de livraison, s'il y en a,
- les modalités de paiement, les modalités de livraison et les modalités d'exécution du contrat,
- l'existence ou l'absence d'un droit de renonciation,
- la durée de validité de l'offre ou du prix,
- dans le cas de fourniture durable ou périodique d'un produit ou d'un service, la durée minimale du contrat.

Ensuite, vous devez fournir d'autres informations relatives :

- au droit de renonciation : pour cela, vous avez l'obligation de mentionner une des deux clauses *ad hoc*, suivant que le contrat est soumis à un droit de renonciation ou non :

« Le consommateur a le droit de notifier au vendeur qu'il renonce à l'achat, sans pénalités et sans indication du motif, dans les ... jours ouvrables à dater du lendemain du jour de la livraison du produit ou de la conclusion du contrat de service » **(au minimum 7 jours)** ;

**ou**

**« Le consommateur ne dispose pas du droit de renoncer à l'achat ».**

La clause doit apparaître en caractères gras, dans un cadre distinct du texte, en première page.

- à l'adresse géographique où le consommateur peut adresser une plainte ;
- aux services après-vente et aux garanties commerciales existants ;
- dans le cadre d'un contrat à durée indéterminée ou d'une durée supérieure à 1 an, les conditions dans lesquelles le consommateur peut résilier le contrat.

### ***Les contrats soumis à un droit de renonciation et les autres***

Il faut différencier suivant que vous offrez un produit ou un service.

Vous offrez un produit : en principe, le contrat sera soumis à un droit de renonciation, sauf pour les produits suivants :

- les produits confectionnés sur mesure ou nettement personnalisés ;
- les produits qui se périment rapidement ;
- les produits qui ne peuvent être réexpédiés ou qui sont susceptibles de se détériorer rapidement ;
- les enregistrements – audio ou vidéo – ou logiciels informatiques descellés ;
- les journaux, périodiques ou magazines.

Toutefois, sachez que vous restez libre d'offrir dans ces cas un droit de renonciation au consommateur.

Vous offrez un service : le droit de renonciation s'applique, sauf dans deux cas :

- dans le cas d'un service délivré immédiatement (par exemple sur le réseau) ;
- dans le cas de billets de loterie ou de paris.

### ***A quel moment ?***

**56.** - La confirmation doit être envoyée au consommateur :

- pour les produits : au plus tard lors de la livraison du produit ;
- pour les services : avant l'exécution du contrat, c'est-à-dire avant que le consommateur ne reçoive le service commandé. Toutefois, il est possible que le

service soit fourni, avec l'accord du consommateur, avant la fin du délai de renonciation : dans ce cas, vous pouvez envoyer la confirmation pendant l'exécution du contrat.

### ***Sous quelle forme ?***

**57.** - Vous pouvez envoyer la confirmation au consommateur sur un support « papier » traditionnel, ou sur un « support durable », c'est-à-dire un courrier électronique, une disquette, un CD-ROM. Toutefois, vous avez l'obligation de vérifier au préalable le type de confirmation souhaité par le consommateur : en effet, lui envoyer un CD-ROM s'il n'a pas de lecteur ne lui sera guère utile ! Préoccupez-vous donc de son équipement technique. Le plus simple pour vous sera néanmoins d'envoyer la confirmation par courrier électronique (pour autant bien sûr que le consommateur dispose d'une adresse électronique : ne négligez pas la possibilité pour les consommateurs de vous contacter depuis un cybercafé ou autre lieu public !).

### ***Les sanctions en cas de non respect de l'obligation d'informer le consommateur***

**58.** - Deux sanctions sont prévues suivant le type d'informations manquantes :

- si vous n'indiquez pas la clause informant le consommateur de son droit de renoncer au contrat : le produit ou le service est réputé fourni sans demande préalable du consommateur. Ce dernier n'a ni l'obligation de le restituer, ni de le payer ;
- si vous ne mentionnez pas la clause informant de l'absence de droit de renonciation, ou si vous omettez toute autre information lors de la confirmation : le consommateur bénéficiera d'un droit de renonciation d'une durée de trois mois.

## **3. La conclusion du contrat : quelles étapes proposer ?**

**59.** - La phase de conclusion du contrat doit nécessairement comporter les étapes suivantes :

- l'accès aux conditions générales de vente,
- la récapitulation finale de la transaction,
- la possibilité de corriger les erreurs.

### ***L'accès aux conditions générales de vente***

En plus de l'accès dès la page d'accueil de votre site, vous devez impérativement prévoir une étape nécessaire dans la phase de conclusion du contrat qui est le passage par les conditions générales de vente. Vous devez permettre au consommateur de lire les conditions avant de s'engager.

### ***La récapitulation finale de la transaction***

Quelles que soient les étapes que vous prévoyez pour la conclusion du contrat, vous devez impérativement présenter au consommateur une page qui récapitule la transaction (les articles sélectionnés, le prix, les conditions de paiement, la livraison, etc.) avant qu'il ne s'engage définitivement. Cette page présente l'avantage d'offrir la possibilité au consommateur de donner un consentement complet et éclairé.

### ***La possibilité de corriger les erreurs***

En lien avec cette page récapitulative, un mode de correction doit être offert au consommateur : si ce dernier identifie des erreurs dans sa commande en visualisant la page récapitulative, il doit pouvoir apporter les corrections nécessaires, sans quoi la récapitulation serait dénuée d'intérêt.

## **4. La livraison du produit ou du service commandé**

**60.** - Dans tous les cas, la livraison du produit ou du service doit avoir lieu dans un délai de 30 jours à compter du lendemain de la réception de la commande. Vous pouvez toutefois prévoir un délai plus long, mais en accord avec le consommateur.

## **5. Le paiement anticipé**

**61.** - La loi vous interdit d'exiger du consommateur qu'il paie avant la fin du délai de renonciation. Cette protection a pour but de ne pas décourager les consommateurs à utiliser leur droit de se rétracter, le cas échéant.

En pratique, vous êtes donc obligé de proposer au consommateur au moins un autre mode de paiement que le paiement anticipé, afin de lui laisser la possibilité de choisir.

## **6. Le paiement**

### **Quel(s) type(s) d'instrument(s) de paiement en ligne dois-je proposer à mes clients dans le cadre d'un site de commerce électronique ?**

---

**62.** - Il existe aujourd'hui de nombreux instruments et systèmes qui permettent d'effectuer des paiements sur Internet. Pour choisir le ou les types d'instruments que vous pouvez proposer à vos consommateurs pour régler leurs achats sur votre site, il vous faut tenir compte de certains critères :

- Tout d'abord, il est nécessaire de connaître les montants qui sont généralement payés. S'il s'agit de montants moyens ou importants, la carte de crédit ou la carte de débit

sont des instruments bien adaptés. S'il s'agit de petits montants, l'instrument rechargeable sera plus indiqué .

- Ensuite, il faut définir le public visé. S'il s'agit exclusivement de résidents belges, la carte de débit ou l'instrument rechargeable sont bien adaptés. Par contre, si les clients que vous ciblez résident dans d'autres pays, il faudra avoir recours à un instrument de nature plus internationale comme la carte de crédit.

### **1. La carte de crédit**

#### **Ce qu'il faut faire pour proposer ce moyen de paiement**

##### Conclure un contrat

**63.** - Il faut au préalable conclure un contrat avec l'émetteur de la (des) carte(s) de crédit choisie(s) (Visa, Master Card), afin de pouvoir les accepter comme instruments de paiement. Le paiement sur Internet au moyen d'une carte de crédit se fait par la communication du numéro de la carte ainsi que de sa date d'expiration. La communication de ce numéro par Internet comporte des risques : toute personne qui prendrait possession de ces chiffres pourrait, à son tour, les utiliser pour effectuer des paiements à distance. Il est donc très important de se préoccuper de la sécurisation de ce transfert de données.

##### Installer un système de sécurisation

**64.** - Les systèmes de sécurisation sont nombreux et de natures différentes, certains requièrent l'installation d'un logiciel de sécurité par le vendeur et le consommateur, mais d'autres concentrent les modules de sécurité uniquement sur le système du vendeur ou du navigateur.

Les systèmes les plus connus sont sans doute les protocoles SSL (*Secure Socket Layer*) et SET (*Secure Electronic Transactions*), développés par de grandes sociétés américaines d'informatique et de cartes de crédit.

La principale différence entre ces deux protocoles réside dans le fait que le protocole SSL fonctionne sans identification électronique du consommateur (seul le vendeur est formellement identifié au moyen d'un certificat électronique), tandis que dans le cas du protocole SET, toutes les parties à la transaction sont identifiées électroniquement. D'autre part, pour utiliser SSL, il suffit que le consommateur dispose d'un *browser* récent, alors que pour utiliser SET, il a besoin d'acheter, puis d'installer le logiciel de sécurisation.

Ces protocoles ont été développés par de nombreuses sociétés (comme, par exemple, IBM) qui les ont utilisés comme base pour développer des produits de sécurisation des paiements (ils proposent des solutions « clé en main » à installer sur votre site). Mais il existe aussi d'autres systèmes (comme par exemple Buyonline offert par Belgacom en collaboration avec Citycorp (<http://www.buyonline.belgacom.be/>) ou Easypayment® offert par Ubizen<sup>19</sup>).

---

<sup>19</sup> Voir <http://www.ubizen.com/products/032/index.html>

## Comment s'effectue le paiement ?

**65.** - Le consommateur doit simplement communiquer le numéro qui figure sur sa carte, ainsi que la date d'expiration, durant une session sécurisée (par exemple à l'aide d'un protocole tel que SSL ou SET).

## Quels sont les avantages et les inconvénients de ce moyen de paiement ?

### **66.** - Avantages

La carte de crédit permet d'effectuer des paiements de montants moyens ou même importants. Elle permet également d'accepter des paiements de citoyens étrangers, puisque le système est accessible dans la plupart des pays du monde.

### **67.** - Inconvénients

Deux inconvénients sont à relever :

- d'une part, le paiement - sur votre compte - par l'émetteur de la carte se fait dans un délai relativement long ;
- d'autre part, si aucune mesure de sécurité n'est prise pour assurer la confidentialité du numéro de la carte, il existe un risque non négligeable que le numéro soit intercepté et utilisé par un tiers non autorisé.

## **2. La carte de débit**

**68.** - Récemment, la société Banksys a ouvert la possibilité d'effectuer des paiements sur Internet au moyen de la carte Bancontact/Mister Cash. Il s'agit d'une carte de débit, ce qui signifie que le paiement est effectué en ligne (*online*) grâce à une autorisation de paiement donnée par le serveur de Banksys qui aura préalablement vérifié le solde du compte bancaire auquel correspond la carte utilisée.

## **Ce qu'il faut faire pour proposer ce moyen de paiement**

### Conclure un contrat

**69.** - Pour pouvoir accepter ce type d'instrument de paiement, vous devez préalablement conclure un contrat avec Banksys qui vous fournira les éléments nécessaires pour générer la clé publique et la clé privée qui vont lui permettre de sécuriser le paiement. Banksys agit en qualité d'autorité de certification pour certifier la clé publique du vendeur (en d'autres termes, Banksys certifie votre identité au consommateur).

### Intégrer de nouvelles fonctions sur votre site

**70.** - Vous devez intégrer une série de nouvelles fonctions sur votre site Internet, et installer un logiciel pour accepter les paiements. Ces paiements seront ensuite pris en charge par un serveur de paiement, géré soit par vous-même, soit par un tiers (en pratique, pour le moment, cette gestion est effectuée uniquement par un tiers, il faudra donc conclure un contrat ).

Toute spécification concernant les logiciels, les fonctions à intégrer sur votre site et la gestion du serveur de paiements peut être demandée à Banksys<sup>20</sup>.

### Votre client doit acheter un « lecteur de cartes magnétiques »

**71.** - De son côté, le consommateur doit se procurer le terminal C-ZAM/PC qui contient à la fois les fonctions Bancontact/Mister Cash et Proton et lui permet de procéder à la lecture de la carte au moment du paiement.

Ce terminal coûte 49,55 EUR et peut être obtenu auprès d'une série de vendeurs dont la liste figure sur le site de Banksys sous la rubrique « Acheter »<sup>21</sup>.

### **Comment s'effectuera le paiement ?**

**72.** - Le client doit uniquement introduire sa carte magnétique dans le lecteur C-ZAM/PC et introduire son code secret.

### **Quels sont les avantages et les inconvénients de ce moyen de paiement ?**

#### **73.** - Avantages

Ce type d'instrument permet le paiement en ligne de petits et de grands montants. Le compte du titulaire est immédiatement débité (une provision insuffisante du compte empêche le paiement) et le vôtre sera crédité très rapidement.

#### **74.** - Inconvénients

- le crédit rapide du compte risque de poser des problèmes, en effet, dans le cas d'une vente à distance, un consommateur dispose de 7 jours pour se rétracter (voir n° 55), vous serez alors obligé de rembourser les sommes reçues. Il faut donc prévoir une procédure particulière pour bloquer cet argent et pouvoir rembourser rapidement le consommateur ;
- cet instrument n'est accessible qu'aux titulaires d'un compte bancaire belge possédant une carte pourvue de la fonction Bancontact/Mister Cash ;
- enfin, il faut que le consommateur se soit procuré le terminal C-ZAM/PC.

<sup>20</sup> <http://www.banksys.be/>

<sup>21</sup> Voir <http://www.banksys.be/czampc/fr/index.htm> et <http://www.banksys.be/czampc/nl/index.htm>

### 3. L'instrument rechargeable (carte Proton)

75. - Il s'agit d'une carte sur laquelle sont stockées des unités de valeurs qui sont déchargées au moment du paiement par le biais d'un terminal de paiement relié à l'ordinateur du consommateur.

#### Ce qu'il faut faire pour proposer ce moyen de paiement

##### Conclure un contrat et acheter un terminal C-ZAM/VMT

76. - Vous devez tout d'abord conclure un contrat avec Banksys qui vous procurera le terminal C-ZAM/VMT pour pouvoir accepter les paiements effectués à l'aide de la carte Proton. Le paiement par Proton est un paiement hors ligne (*offline*), ce qui signifie que vous ne devez pas contacter le serveur de Banksys pour obtenir une autorisation de paiement. Le système et le matériel nécessaires sont donc différents de ceux utilisés dans le cadre des paiements effectués au moyen de la carte Bancontact/Mister Cash.

Le prix d'un terminal C-ZAM/VMT est de 694,10 EUR auxquels viennent s'ajouter une série de frais d'installation et d'initialisation.

##### Votre client doit acheter un « lecteur de cartes magnétiques »

77. - De son côté, le consommateur doit se procurer le terminal C-ZAM/PC, qui contient à la fois les fonctions Bancontact/Mister Cash et Proton et lui permet de procéder à la lecture de la carte au moment du paiement.

Ce terminal coûte 49,55 EUR et peut être obtenu auprès d'une série de vendeurs dont la liste figure sur le site de Banksys sous la rubrique « acheter »<sup>22</sup>.

#### Comment s'effectuera le paiement ?

78. - Le client doit simplement introduire sa carte PROTON dans le lecteur C-ZAM/PC et pousser sur le bouton « OK ».

#### Quels sont les avantages et les inconvénients de ce moyen de paiement ?

##### 79. - Avantages

Ce type d'instrument convient très bien pour les paiements de petites sommes, il permet en outre de vous garantir un paiement effectif et très rapide.

##### 80. - Inconvénients

Les inconvénients suivants sont à souligner :

- il ne peut y avoir de paiement de montants au-dessus de 123,95 EUR ;

<sup>22</sup>

Voir <http://www.banksys.be/czampc/fr/index.htm> et <http://www.banksys.be/czampc/nl/index.htm>



- cet instrument n'est accessible qu'aux titulaires d'un compte bancaire belge possédant une carte pourvue de la fonction Proton ;
- ce crédit rapide de votre compte risque de poser des problèmes ; en effet, dans le cas d'une vente à distance, un consommateur dispose de 7 jours pour se rétracter (voir n° 55), vous serez alors obligé de rembourser les sommes reçues. Il faut donc prévoir une procédure particulière pour bloquer cet argent et pouvoir rembourser rapidement le consommateur ;
- enfin, il faut, là encore, que le consommateur se soit procuré le terminal C-ZAM/PC.

## 7. Le remboursement

**81.** - Dans deux cas précis, le consommateur sera en droit de vous demander un remboursement :

- en cas d'exercice du droit de renonciation, et
- en cas de défaut de livraison.

Dans ces deux cas, le remboursement n'aura bien évidemment lieu que si le consommateur a effectué un paiement anticipé, qu'il soit total ou partiel. Sachez également qu'en cas de renonciation du consommateur, les frais de retour du produit sont à sa charge, sauf dans deux cas :

- le produit ou le service ne correspond pas à la description de l'offre ;
- vous n'avez pas fourni au consommateur toutes les informations obligatoires.

En cas de demande de remboursement, vous avez l'obligation de rembourser le consommateur de la totalité des sommes qu'il a versées dans les 30 jours.

## 8. Les garanties et services après-vente

**82.** - Tout comme dans le cadre de la vente 'traditionnelle', vous avez l'obligation d'offrir une garantie aux produits et services que vous vendez. Vous pouvez éventuellement offrir un service après-vente. N'oubliez pas que vous devez informer le consommateur de ces garanties et services après-vente dans le document de confirmation des informations !

## 9. La preuve

### Quelles sont les règles de preuve qui régissent les rapports entre commerçants ?

---

**83.** - En vertu de la libre admissibilité des modes de preuve en matière commerciale, les techniques modernes d'authentification pourront être utilisées en vue d'apporter la preuve de l'existence et du contenu d'un contrat. Encore faudra-t-il pour ce faire convaincre le juge de leur fiabilité afin qu'il leur accorde une valeur probante.

Afin d'éviter cette incertitude, il est possible de recourir aux conventions relatives à la preuve. Cette solution présente un certain intérêt dans la mesure où les conventions peuvent être rédigées en fonction des parties, de leurs relations juridiques et de leurs besoins mais également dans la mesure où « formant la loi des parties », elles s'imposent au juge.

## **Quelles sont les règles probatoires qui régissent les rapports entre commerçants et consommateurs ?**

---

**84.** - Les contrats conclus entre commerçants et consommateurs sont qualifiés d' « actes mixtes », c'est-à-dire que l'on considère qu'une obligation civile naît dans le chef des premiers et une obligation commerciale dans le chef des seconds.

En matière de commerce électronique, le commerçant est donc soumis aux règles du Code civil qui régissent la preuve. Une distinction est à opérer selon que le montant total de la commande est inférieur ou supérieur à 371,84 euros.

Si le montant total de la commande est inférieur à 371,84 euros, le vendeur bénéficie du régime de liberté probatoire. Il pourra donc prouver par toute voie de droit l'existence et le contenu de la commande, notamment en se prévalant du bon de commande envoyé par le consommateur.

Si le montant total de la commande est supérieur à 371,84 euros, le vendeur devrait être en possession d'un écrit signé. A l'heure actuelle n'est considéré comme tel par les tribunaux que l'écrit signé manuscritement. En cas de litige survenant dans le contexte électronique, on peut donc craindre que la preuve de l'existence et du contenu d'une commande soit difficile à apporter.

La situation n'est toutefois pas désespérée !

Tout d'abord, les dispositions relatives à la preuve ne sont pas d'ordre public. Il est dès lors possible, préalablement à toute relation contractuelle par voie électronique, de traiter dans un contrat les questions relatives à l'admissibilité et à la valeur probante des documents électroniques. L'on pourrait imaginer dans ce cadre que les parties prévoient par exemple un régime d'équivalence entre la signature digitale et la signature manuscrite. Si cette solution peut répondre adéquatement à certains besoins, et c'est notamment le cas si les interlocuteurs sont en relations d'affaires continues (relations banques-clients par exemple), elle présente dans d'autres cas un intérêt limité puisque l'intérêt d'Internet est précisément de permettre aux utilisateurs d'entrer en contact les uns avec les autres sans qu'ils se connaissent préalablement aux échanges de données ... et sans qu'il y ait rencontre physique.

Ensuite, la Commission européenne a adopté une directive sur un cadre commun pour les signatures électroniques. Cette directive entend renforcer la confiance dans les nouvelles technologies par la création d'un cadre communautaire clair concernant les conditions applicables aux signatures électroniques. Par cette directive, la Commission entend lever les obstacles au développement du commerce électronique en assurant la reconnaissance juridique des signatures électroniques et en créant un cadre légal pour le fonctionnement des prestataires de services de certification (voir la question « Quelle est la valeur juridique d'une signature digitale ? »).

## Qu'est-ce qu'une signature électronique ?

**85.** - Le concept de signature électronique se présente comme un terme générique englobant un ensemble de mécanismes techniques (code secret, techniques basées sur la cryptographie symétrique ou asymétrique, signature biométrique, etc.) qui méritent l'appellation de signature électronique dans la mesure où ils permettent la réalisation par voie électronique des fonctions de la signature classique, à savoir, l'identification du signataire et l'expression de sa volonté d'adhérer au message signé.

Parmi ces mécanismes de signature électronique, on retrouve la signature digitale, basée sur une technique particulière de cryptographie, à savoir la cryptographie asymétrique.

## Qu'est-ce qu'une signature digitale ?

**86.** - La signature digitale est fondée sur la cryptographie asymétrique, dite « à clé publique ». Dans un système à clé publique, la réalisation de la fonction d'identification suppose qu'une personne dispose de deux clés mathématiques complémentaires : une clé privée, dont le caractère secret doit effectivement être préservé, et une clé publique, qui peut être librement distribuée. Ces deux clés sont générées sur base d'une fonction telle qu'il est impossible de déduire de la clé publique la clé privée correspondante. La clé publique doit dès lors représenter une fonction irréversible de la clé privée. La clé privée permet de « signer » le message. L'opération de décodage s'effectue, quant à elle, selon le principe de la complémentarité des clés : un message encodé avec une clé privée ne peut être décodé qu'avec sa clé publique complémentaire. L'exemple suivant illustre le fonctionnement de la signature digitale.

Alice désire envoyer à Bernard un message informatisé signé digitalement. Après avoir écrit son message, Alice réalise un condensé de ce message au moyen d'une opération mathématique. Ce condensé est le résultat d'une fonction appelée fonction de hachage irréversible. Cette fonction permet de générer de façon concise une chaîne de données qui représente le message en question. Cette représentation est sécuritaire, très précise et permet de détecter tout changement apporté au message. En effet, il suffit au destinataire d'appliquer la fonction de hachage au message reçu et de comparer le condensé ainsi obtenu avec celui transmis par l'émetteur. Toute différence entre les condensés signifie que le message a été altéré en cours de transmission.

Ce condensé est par la suite encodé (rendu illisible et inaccessible) à l'aide de la clé privée d'Alice. Ce condensé encodé constitue la signature digitale. Alice envoie alors à Bernard son message (en clair) accompagné de la signature digitale.

Lorsque Bernard reçoit le message et la signature digitale, il décode cette dernière en effectuant une opération mathématique impliquant la clé publique complémentaire d'Alice. S'il parvient à décoder la signature, Bernard est assuré que celle-ci a préalablement été réalisée avec la clé privée complémentaire d'Alice : il sait alors de manière certaine qu'elle est l'auteur du message pour autant qu'une partie tierce (une autorité de certification) certifie que cette clé publique est bien celle d'Alice. Grâce à la fonction de hachage, l'intégrité du message d'Alice peut être vérifiée.

L'utilisation de la signature digitale ne peut être envisagée sans l'intervention au départ d'autorités de certification (ci-après nommées AC). Celles-ci sont appelées à jouer un rôle fondamental dans le cadre de l'identification des différents utilisateurs de réseaux ouverts.

## Qu'est-ce qu'une autorité de certification ?

**87.** - Une autorité de certification, appelée aussi prestataire de service de certification, est un tiers de confiance dont la fonction principale est d'assurer un lien formel entre une personne et sa clé publique par l'émission de certificats.

L'exemple suivant illustre l'utilisation possible de certificats. Alice transmet à Bernard un message ainsi que sa signature digitale réalisée à l'aide de sa clé privée. Après avoir reçu ces documents, Bernard commence par vérifier le certificat (qu'il aura soit reçu d'Alice soit été chercher dans un répertoire électronique de certificats) à l'aide de la clé publique de l'AC. Si la vérification se révèle concluante, il est assuré de l'intégrité des informations contenues dans le certificat, soit l'identité d'Alice, de sa clé publique ainsi que de l'identité de l'AC. Il peut ensuite utiliser la clé publique d'Alice pour vérifier la signature du message transmis par celle-ci.

L'AC peut remplir d'autres fonctions qui sont subsidiaires à la certification : l'archivage des informations qui sont relatives aux certificats (surtout pour des questions de preuve) ; le cas échéant, la génération de la paire de clés, sans toutefois conserver copie de la clé privée ; la tenue d'un registre électronique de certificats accessible au public ; l'horodatation de messages signés digitalement ; la vérification de signatures digitales et la confirmation de leur validité.

Ainsi qu'on le voit, le rôle de l'AC n'est pas minime. Elle doit mettre en place une infrastructure qui permet de collecter des informations et d'assurer leur intégrité en toute sécurité. L'efficacité du processus d'identification représente un élément déterminant de la responsabilité de l'AC.

## Qu'est-ce qu'un certificat ?

**88.** - Le certificat consiste en la confirmation d'une ou plusieurs informations, principalement du lien entre le titulaire du certificat et sa clé publique. Le certificat contient ainsi différentes informations. Parmi celles-ci, citons l'identité du titulaire du certificat (celui qui veut signer et s'identifier comme tel), sa clé publique, le début et la fin de la période de validité du certificat, les limites à l'utilisation du certificat, l'identité de l'AC, ... Le certificat est réalisé et signé par l'AC à l'aide de sa propre clé privée et est, de ce fait, protégé contre les altérations.

Une fois établi, le certificat est publié dans un registre électronique détenu par l'autorité de certification qui l'a délivré.

## Quelle est la valeur juridique d'une signature digitale ?

**89.** - Le développement des communications en réseau ouvert et plus particulièrement du commerce électronique a suscité le développement de nouvelles techniques de signature. Encore faut-il toutefois leur assurer une reconnaissance juridique.

A cette fin, la Commission européenne a adopté une proposition de directive sur un cadre commun pour les signatures électroniques. Cette directive poursuit essentiellement deux objectifs majeurs. Le premier est la reconnaissance juridique des signatures électroniques. Le second est la création d'un cadre légal pour le fonctionnement des prestataires de service de certification. L'intervention de ces tiers de confiance est indispensable pour garantir une utilisation efficace et fiable de la signature électronique.

S'agissant tout d'abord de la reconnaissance juridique des signatures électroniques, la directive assimile les signatures électroniques « avancées » aux signatures manuscrites pour ce qui est de leurs conséquences juridiques si, toutefois, elles répondent aux différentes conditions fixées par la directive (notons à ce propos que, même si la directive évite de faire référence à une technique de signature particulière, il est clair qu'à l'heure actuelle, seule la technique de signature digitale correspond à cette notion de « signature électronique avancée »). Parmi les conditions que doivent respecter les signatures électroniques avancées, citons que les certificats sur lesquels reposent ces signatures doivent revêtir un contenu minimum, que les autorités de certification délivrant de tels certificats doivent répondre à différentes exigences et que la création et la vérification de signature sont soumises à différentes conditions. Si une de ces conditions vient à faire défaut, la directive prévoit explicitement que, même si la signature électronique ne peut être assimilée à la signature manuscrite, elle doit toutefois être considérée comme recevable. Il appartient toutefois à celui qui se prévaut d'une telle signature de convaincre le juge de sa valeur probante.

S'agissant ensuite du cadre légal pour le fonctionnement des prestataires de service de certification, la directive entend mettre sur pied un mécanisme de certification fiable. Celui-ci s'articule autour de trois points essentiels : celui de la responsabilité des tiers de confiance, les autorités de certification, ensuite celui de la protection des données personnelles, enfin celui de la reconnaissance, sous certaines conditions, des certificats émis dans des pays tiers.

## **10. Les « plus » que vous pouvez proposer**

N'oubliez pas qu'en plus du respect de ces règles légales, vous pouvez aller de l'avant dans la prise en compte des intérêts de vos clients (et dans votre propre intérêt également puisque vous pouvez par ce biais attirer de nouveaux clients et augmenter vos ventes).

### ***Dans le cadre des informations à fournir aux consommateurs***

**90.** - Le réseau Internet présente la particularité de permettre un accès direct à un produit ou un service, sans attendre de délai de livraison : c'est le cas lors de l'accès à une base de données, l'envoi de produits tels un morceau de musique par téléchargement. Or, souvent, de tels biens tomberont sous le coup d'une exception au droit de renonciation, c'est-à-dire que vous ne serez pas obligé de proposer au consommateur le droit de renoncer à l'achat. Il est donc important de renforcer l'information préalable du consommateur, afin que celui-ci ait une très bonne connaissance de l'achat qu'il va faire.

Ce renforcement de l'information préalable peut se faire par deux moyens :

- fournir des informations additionnelles ;
- fournir un échantillon du bien.

### Informations additionnelles

**91.** - Certaines informations peuvent être ajoutées aux informations obligatoires prévues par la loi. Ces informations concernent principalement les *données techniques* nécessaires pour utiliser correctement le bien concerné (qu'il s'agisse d'un morceau de musique, d'une vidéo, d'une base de données, d'un logiciel, etc.). Ainsi, vous devrez expliquer le ou les programmes nécessaires pour utiliser le bien, la mémoire nécessaire, la configuration requise, etc.

Ces informations supplémentaires ne constituent pas, a priori, une charge pour vous : il vous est aisé de communiquer ce type d'informations. Or, n'oubliez pas que la présence de telles informations peut mettre vos clients potentiels en confiance et les inciter à acheter !

### Fourniture d'un échantillon

**92.** - De la même façon, il vous est recommandé, lorsque c'est techniquement possible, de proposer à vos clients de recevoir un échantillon du bien qui les intéresse avant d'acheter. Cet échantillon peut prendre la forme d'une courte séquence d'un morceau de musique ou d'une vidéo, d'un accès limité à la base de données, etc. Surtout, il doit permettre au client de vérifier la compatibilité technique du bien avec son ordinateur et de vérifier si le bien correspond à sa description. Là encore, la fourniture d'un tel échantillon peut être perçue par les clients comme un réel avantage les amenant à l'achat.

Mais attention ! La fourniture d'un échantillon ne doit pas être liée à l'achat : vous ne pouvez soumettre l'échantillon à la condition que le client achète par la suite le bien. Cela n'a de sens que si le client reste libre de décider d'acheter ou non après avoir reçu l'échantillon. Cette liberté doit apparaître clairement dans vos informations préalables.

### Dans le cadre de l'auto-réglementation

**93.** - De façon plus générale, vous pouvez également prendre des engagements supplémentaires en vue de montrer votre souhait de répondre aux attentes de vos clients. Ainsi, il vous est possible d'afficher clairement non seulement que vos pratiques commerciales sont conformes à la législation en vigueur, mais aussi que vous adoptez une attitude visant à mieux prendre en compte les intérêts de vos clients.

Cela peut se concrétiser par une déclaration que vous faites vous-même sur votre site, par l'adhésion à un code de conduite, par l'affichage du label d'une société tierce, par la possibilité offerte à vos clients de résoudre leurs éventuels litiges directement en ligne, etc.

Ces diverses techniques visant à développer un contexte de confiance sont détaillées dans la partie 9 « auto-réglementation ».



## **Partie 6 - Droit d'auteur et droit des marques**





**94.** - L'objectif de cette partie est d'exposer de manière pratique quelques aspects du droit d'auteur liés à la création et à la mise en ligne sur Internet d'un site web.

En effet, lorsque vous créez un site web, qu'il soit informationnel, commercial ou autre, vous êtes tenus de respecter les droits d'autrui (droit d'auteur, droit à l'image, droit des marques).

A l'inverse, votre site web, une fois créé, peut être lui-même une œuvre protégée par le droit d'auteur et comme base de données.

En raison du caractère volumineux de la matière, nous n'aborderons pas toutes les questions que vous pourriez vous poser. Vous trouverez néanmoins un guide très complet sur le sujet disponible sur le site des SSTC<sup>23</sup> ([http://www.belspo.be/belval/auteur/auteur\\_fr.htm](http://www.belspo.be/belval/auteur/auteur_fr.htm)). Ce guide a été rédigé par le Professeur M. Buydens pour le compte du Gouvernement<sup>24</sup>.

## 1. Le respect du droit des tiers (droit d'auteur)

**95.** - Lorsque vous créez un site web, vous êtes tenus de respecter les droits d'autrui et notamment le droit qu'un auteur peut avoir sur une œuvre quelconque (texte, image, photo, séquence musicale ou vidéo) qu'il a réalisée.

Avant d'aborder quelques questions concrètes que vous pourriez vous poser, il paraît important de faire un rappel rapide des principes essentiels du droit d'auteur.

Les législations concernées sont essentiellement les suivantes :

- principalement, la loi du 30 juin 1994 relative au droit d'auteur et aux droits voisins,
- la loi du 30 juin 1994 relative à la protection des programmes d'ordinateur,
- les lois du 10 août et 31 août 1998 concernant la protection juridique des bases de données,
- il ne faut pas non plus oublier la Convention de Berne du 9 septembre 1886 pour la protection des œuvres littéraires et artistiques et les textes qui sont en préparation au niveau de l'Union européenne.

Sur Internet, le droit d'auteur n'est en pratique que très rarement respecté ! En effet, les possibilités offertes par les nouvelles technologies (la redoutable fonction *copier/coller*, le fait qu'il suffit d'appuyer sur un bouton pour imprimer un document de plusieurs centaines de pages, la possibilité de scanner rapidement des œuvres, l'utilisation des moteurs de recherche qui permet de trouver très rapidement l'image ou la photo que l'on cherche, etc.) sont telles qu'il est encore plus facile d'exploiter l'œuvre d'autrui que cela ne l'est dans l'environnement traditionnel. Ainsi, la quantité d'actes (reproduction, modification, etc.) contraires aux droits d'auteur et la rareté de réaction des auteurs victimes de ces actes sont telles qu'on pourrait croire que ces droits n'existent pas (ou plus) et qu'on peut faire n'importe quoi sans risque aucun !

**Et pourtant, C'EST FAUX. Tout n'est pas permis, même sur Internet. Plusieurs décisions de jurisprudence, qui ne sont que les premières d'une longue série,**

<sup>23</sup> Services Fédéraux des Affaires Scientifiques, Techniques et Culturelles.

<sup>24</sup> Droits d'auteur et Internet : Problèmes et solutions pour la création d'une base de données en ligne contenant des images et/ou du texte.

montrent que le droit d'auteur est toujours d'application et que son non respect peut être gravement sanctionné.

## 2. Principes essentiels du droit d'auteur

96. - Le droit d'auteur confère aux auteurs des droits exclusifs relatifs à l'utilisation de leur œuvre. Il en résulte qu'il faut généralement, pour utiliser une telle œuvre (pour une reproduction telle qu'une photocopie, une impression, un *copier/coller*, pour une modification ou pour une communication au public, ce qui est le cas lorsqu'on met un site web en ligne), obtenir l'autorisation préalable du titulaire de droit d'auteur.

Sur Internet, ces utilisations seront fréquentes. Par exemple, le tenancier du cyber-café de Besançon qui a diffusé l'ouvrage « Le grand secret » du Docteur Gubler sur Internet avait préalablement scanné le livre (première reproduction), le fichier a ensuite été mis sur sa page web et donc sur un serveur (seconde reproduction), les personnes qui visitaient le site pouvaient alors télécharger le texte (autre reproduction) et éventuellement le réimprimer sur papier (dernière reproduction). D'autre part, on peut également considérer qu'il y a eu communication au public, ce qui relève du droit exclusif de l'auteur, par le seul fait de rendre l'ouvrage accessible, via le site web, à un large public.

Par respect des principes du droit d'auteur, il est clair que ce tenancier aurait dû obtenir préalablement l'autorisation du titulaire des droits sur le livre. On peut en conclure qu'avant de diffuser une œuvre sur Internet, il faut avoir obtenu l'autorisation du titulaire des droits (qui est souvent le créateur de l'œuvre mais pas toujours car il peut avoir cédé ses droits).

### Qu'est-ce qui est protégé par le droit d'auteur ?

Est protégée par le droit d'auteur toute **œuvre** qui est **originale** et qui est coulée dans une certaine **forme**. Que signifient ces concepts d'œuvre, d'originalité et de forme?

#### **Une œuvre**

97. - La notion d'*œuvre* est interprétée d'une manière très large. Cela vise notamment :

- les textes de toute nature (romans, nouvelles, poèmes, textes scientifiques ou techniques, etc.) et cela indépendamment de leur contenu, de leur longueur, de leur destination (divertissement, éducation, information, publicité, propagande, etc.), de leur forme (manuscrite, dactylographiée, imprimée ou sous forme électronique) ;
- les photographies, indépendamment de leur support (papier ou numérique) et de leur objet (personne, paysage, événements d'actualité, tableau dans le domaine public, etc.) ;
- les images, qu'elles soient virtuelles ou non, et peu importe le type (dessins, sigles, icônes, logos, cartes géographiques, etc.) ;
- les séquences musicales, vidéos ou audiovisuelles en général, quels que soient le format ou le support d'enregistrement ;
- les programmes d'ordinateur (des logiciels de jeux, par exemple) ;
- les bases de données.

## Une œuvre originale

**98.** - Pour qu'elle soit protégée, l'œuvre doit être *originale*. Il s'agit d'un critère abstrait, difficile à définir en pratique, qui signifie que l'œuvre doit porter l'empreinte de la personnalité de son auteur, c'est-à-dire qu'elle doit apparaître comme le fruit de son effort intellectuel. On n'entrera pas dans les détails de ce concept, mais il faut savoir que le caractère original d'une œuvre est une question de fait souverainement appréciée par le juge. Il n'est donc pas possible de savoir si une œuvre est considérée comme originale ou non tant que le juge ne s'est pas prononcé sur la question. Néanmoins, il convient de noter que la jurisprudence apprécie cette notion d'originalité d'une manière très souple. Il en résulte qu'une œuvre sera, dans la plupart des cas, considérée comme originale.

Par conséquent, ne seront pas protégées par le droit d'auteur, faute d'être originales :

- les simples reproductions serviles de ce qui existe ;
- les informations brutes (l'adresse d'un musée, le nombre de visiteurs d'une exposition, le nombre de photographies disponibles dans une base de données) ;
- les formes réalisées exclusivement par une machine ou émanant spontanément de la nature (on peut librement photographier un paysage naturel, la mer ou un arbre).

## Une œuvre originale coulée dans une certaine forme

**99.** - Pour qu'une œuvre bénéficie de la protection, il faut en outre qu'elle soit matérialisée dans une *forme* particulière susceptible d'être appréhendée par les sens. Cette condition ne pose pas de problèmes pour le cas des œuvres qui sont accessibles en ligne puisque, nécessairement, elles auront dû être préalablement formalisées et sont ainsi visibles. Cette condition signifie que, *a contrario*, le droit d'auteur ne protège ni les idées (même si elles sont *géniales* ou *originales*), ni les méthodes ou les styles, même originaux (on peut donc, lors de la création d'un site web, s'inspirer des styles utilisés par d'autres à la condition que l'on ne copie aucun élément formel original).

## Existe-t-il d'autres conditions pour bénéficier de la protection par le droit d'auteur ?

---

**100.** - NON, il n'existe pas d'autres conditions pour bénéficier de la protection par le droit d'auteur. *Il faut et il suffit que l'œuvre soit originale et mise en forme.*

Il n'est donc pas nécessaire d'accomplir des formalités comme le dépôt d'un exemplaire de l'œuvre auprès d'une administration ou d'y apposer la mention de *copyright* © (il est toutefois conseillé d'effectuer cette dernière formalité comme ce sera expliqué par la suite). La protection naît par le seul fait de la création de l'œuvre.

## A quoi l'auteur d'une œuvre peut-il s'opposer ?

---

**101.** - A quoi l'auteur d'une œuvre peut-il *a priori* s'opposer ou que peut-il autoriser moyennant rémunération ? En d'autres mots, quels droits devez-vous obtenir si vous désirez utiliser l'œuvre d'autrui dans votre site web ?

L'auteur dispose en réalité de deux types de droits :

- les *droits patrimoniaux* (droits qui permettent à l'auteur de retirer le bénéfice économique de l'exploitation de l'œuvre), qui sont cessibles et peuvent donc faire l'objet de contrats de licence ;
- les *droits moraux* (ils visent à protéger l'intégrité de l'œuvre, la relation de celle-ci avec son auteur et la réputation de celui-ci), qui ne sont pas cessibles. On peut tout au plus y renoncer partiellement.

### **Les droits patrimoniaux**

**102.** - En résumé, les droits patrimoniaux sont les suivants :

- Le *droit de reproduction au sens large* : il s'agit d'une prérogative qui permet à l'auteur d'interdire ou d'autoriser que son œuvre soit reproduite et de définir les modalités de cette reproduction. Plus précisément, le droit de reproduction comprend :
  - le *droit de reproduction au sens strict* : ce droit permet à l'auteur de déterminer le mode technique de reproduction (photographie, numérisation par scanner), le type de support (papier ou numérique), le lieu de la reproduction (sur un site web, sur un CD-Rom) et les conditions de la première mise dans le commerce des exemplaires. Ce droit recouvre la reproduction partielle ou non, temporaire ou définitive, directe ou indirecte.
  - le droit d'autoriser l'adaptation et la traduction de l'œuvre : ce droit vise la transposition de l'œuvre dans un genre différent (un texte adapté en texte interactif), les modifications de toute nature (le fait de résumer un texte, de *zoomer* ou changer les couleurs d'une photographie) et les traductions en toutes langues.
  - le droit de location ou de prêt : droit pour l'auteur de mettre l'original de son œuvre ou une reproduction de son œuvre à la disposition d'un tiers pour une durée déterminée (le titulaire de ce droit pourrait, par exemple, interdire pendant plusieurs mois après leur sortie la location de CD-Rom afin de se donner le temps d'organiser la commercialisation de l'œuvre).
- le *droit de destination ou de distribution* : ce droit donne à l'auteur la possibilité de contrôler les modalités de la distribution de son œuvre (ce droit se rapproche du droit de reproduction au sens strict) mais aussi les utilisations qui pourront être faites par les utilisateurs.
- le *droit de représentation ou de communication au public* : ce droit est défini comme celui de communiquer son œuvre au public, y compris la mise à la disposition de son œuvre de manière telle que chaque membre du public puisse y avoir accès individuellement au moment et au lieu qu'il choisit. Ce droit couvre la transmission d'une œuvre *on-line* (sur internet).

### **Les droits moraux**

**103.** - A côté de ces droits patrimoniaux, l'auteur dispose également de droits moraux qui constituent l'expression du lien existant entre l'auteur et sa création.

Les droits moraux sont les suivants :

- *le droit de divulgation* : ce droit permet à l'auteur de décider quand son œuvre est achevée et peut être présentée au public.
- *le droit de paternité* : ce droit signifie que l'auteur peut revendiquer la paternité de l'œuvre, c'est-à-dire décider que son nom (ou un pseudonyme) soit mentionné à l'occasion de l'exploitation de l'œuvre.
- *le droit à l'intégrité* : ce droit permet à l'auteur de s'opposer à toute modification de son œuvre (texte découpé ou résumé, photographie recadrée, modifiée par un filtre ou par des effets spéciaux) ainsi qu'à toute atteinte préjudiciable à l'honneur ou à la réputation (soit suite à une modification matérielle de l'œuvre, soit suite à une modification du contexte ou de la manière dont l'œuvre est présentée).

## Pendant combien de temps l'œuvre est-elle protégée ?

**104.** - La protection par le droit d'auteur est limitée dans le temps. La règle générale est que l'œuvre est protégée jusqu'à la fin d'une période de 70 ans après la mort de l'auteur (ou après la mort du dernier auteur survivant en cas d'œuvre de collaboration). Il en résulte, par exemple, que les concertos composés par Mozart ne sont plus protégés par le droit d'auteur et qu'ils peuvent être reproduits (par exemple photocopiés) sans devoir obtenir l'autorisation des héritiers de Mozart (mais il faudra probablement l'autorisation des musiciens interprètes et des maisons de disques).

Pour les œuvres anonymes et pseudonymes, les droits expirent 70 ans après le moment où l'œuvre est licitement rendue accessible au public. Pour les œuvres posthumes, les droits expirent 25 ans après le moment où l'œuvre a été publiée licitement ou communiquée licitement au public.

## Qu'est-ce qui n'est pas protégé par le droit d'auteur ?

**105.** - N'est pas protégée par le droit d'auteur, et peut donc, par exemple, être reproduite sans devoir obtenir l'accord de l'auteur (il faudra toutefois parfois obtenir l'accord d'autres titulaires de droits) :

- Une œuvre qui n'est pas originale ! Cette notion est fort relative et doit être appréciée par le juge. Il est donc déconseillé de prendre la liberté de décider si l'œuvre d'autrui est originale ou pas ;
- Une œuvre qui n'est plus protégée, c'est-à-dire une œuvre dont l'auteur est décédé depuis plus de 70 ans ;
- Une œuvre visée par l'article 8 de la loi sur le droit d'auteur. Cet article prévoit que certaines œuvres, même originales, ne sont pas protégées par le droit d'auteur : ce sont les discours prononcés dans les assemblées délibérantes, dans les audiences publiques des tribunaux et dans les réunions politiques ainsi que les actes officiels de l'autorité (loi, décret, ordonnance, etc.).

La conséquence de cette non protection par le droit d'auteur est que ces œuvres peuvent notamment être librement reproduites et communiquées au public par le biais de votre site web.

## Ne puis-je jamais reproduire une œuvre protégée par le droit d'auteur ?

---

**106.** - Il existe des hypothèses dans lesquelles il est possible de reproduire tout ou partie d'une œuvre protégée par le droit d'auteur, et ce sans devoir obtenir l'autorisation de l'auteur. En effet, la loi sur le droit d'auteur contient quelques exceptions. On notera qu'elles sont limitées, soumises à des conditions strictes et qu'il n'est pas toujours aisé de s'en prévaloir dans le cadre de la conception et de la mise en ligne d'un site web. Les exceptions pertinentes dans le cadre de la conception d'un site web, sont notamment les suivantes :

### *Le droit de citation*

**107.** - Le droit de citation permet de reproduire un extrait d'une œuvre sans le consentement de l'auteur de celle-ci. Plusieurs conditions doivent toutefois être cumulativement remplies :

- la citation doit être extraite d'une œuvre « licitement publiée » (on ne peut donc pas citer une œuvre tant que son auteur n'a pas décidé de la divulguer au public) ;
- la citation doit être courte (il s'agit d'une question de fait à apprécier par le juge) ;
- la citation doit avoir lieu « dans un but de critique, de polémique, d'enseignement ou dans des travaux scientifiques (cela exclut donc les citations dans le cadre d'un site web de divertissement ou purement commercial) ;
- la citation doit être faite de « bonne foi » ;
- la citation doit mentionner la source et le nom de l'auteur.

### *La reproduction à usage privé*

**108.** - Dans certains cas, il est permis d'effectuer des reproductions à usage privé d'articles, d'œuvres graphiques ou de fragments d'œuvres fixées sur support graphique ou analogue (un livre), sans l'autorisation de l'auteur. Le bénéfice de cette exception est soumis à diverses conditions :

- la reproduction doit porter sur un « extrait » (un court fragment) d'une œuvre ou sur tout ou partie d'un article ou d'une œuvre plastique (on peut donc reproduire la totalité d'un article d'une revue - à usage privé – mais jamais tout un livre) ;
- l'œuvre reproduite doit être fixée au départ sur un support graphique ou analogue (papier, microfiches, transparents). On ne peut donc pas bénéficier de l'exception si l'œuvre se trouve sur un support numérique (disquette, CD-ROM, DVD, disque dur)!
- la reproduction doit être faite dans un but strictement privé : cela vise non seulement la reproduction destinée à l'usage personnel ou familial mais aussi à l'utilisation réalisée dans l'entreprise et pour l'entreprise. A contrario, la reproduction dans le cadre d'un site web sur Internet, surtout s'il a un caractère commercial, ne sera pas à usage privé étant donné le caractère ouvert à tous de ce réseau ;
- la reproduction ne peut pas porter préjudice à l'exploitation normale de l'œuvre (une copie du chapitre principal d'un livre pour des étudiants, qui constituent généralement le public principal auquel le livre est destiné, pourrait avoir pour conséquence que l'œuvre originale ne se vende plus).

## **La reproduction à des fins d'illustration de l'enseignement ou de recherche scientifique**

**109.** - Cette exception ressemble à l'exception de reproduction à usage privé. Néanmoins, les conditions sont quelque peu différentes. Pour pouvoir s'en prévaloir, il faudra réunir les conditions suivantes :

- la reproduction doit porter sur un fragment ou la totalité d'un article ou d'une œuvre plastique (une peinture, une sculpture, un logo) ou sur un court fragment d'une autre œuvre fixée sur un support, qu'il soit électronique ou non (une partie d'un livre sur support papier, un logo ou label sur support numérique) ;
- la reproduction doit être effectuée à des fins d'illustration de l'enseignement ou à des fins de recherche scientifique (un enseignant ou un chercheur qui fait des copies d'écran ou de labels afin de les intégrer sur des *transparents* en vue de présenter les nouvelles initiatives de labellisation) ;
- elle doit être faite dans la mesure du but poursuivi et ne pas porter atteinte à l'exploitation normale de l'œuvre reproduite (ce n'est donc pas parce que je suis enseignant que je peux prendre la liberté de mettre des photographies protégées à la disposition des étudiants sur Internet - sous le couvert d'illustration de l'enseignement - d'autant que dans ce cas, le droit de communication au public est également concerné et qu'il n'existe pas d'exception comparable pour celui-ci).

## **Qui est titulaire des droits d'auteur ? A qui dois-je m'adresser si je veux obtenir des autorisations ?**

---

**110.** - Il résulte des considérations qui précèdent que, pour exploiter une œuvre, il faut disposer du consentement de l'auteur, et donc contracter avec lui. Pour ce faire, vous devez vous poser 3 questions :

- Qui est (sont) le(s) titulaire(s) des droits d'auteur de l'œuvre ?
- L'auteur est-il toujours titulaire des droits ? Ne les a-t-il pas cédés ?
- L'auteur n'a-t-il pas confié la gestion de ses droits à une société de gestion des droits d'auteur ?

### **Principe**

**111.** - En principe, le titulaire du droit d'auteur est la personne physique qui a créé l'œuvre. Cette personne est le « titulaire originaire » des droits d'auteur. En vue de faciliter la charge de la preuve, la personne dont le nom (ou un signe quelconque) est mentionné sur l'œuvre est présumée titulaire des droits d'auteur.

Si l'œuvre a été créée par plusieurs personnes, il y aura en principe « œuvre de collaboration » et le droit d'auteur appartiendra à l'ensemble des créateurs de l'œuvre. Une personne ne pourra se prétendre coauteur de l'œuvre que si elle a effectivement apporté une prestation créative à la mise en forme de l'œuvre en cause (ce qui ne sera pas le cas de la personne qui ne fait que donner des idées ou qui ne fait qu'encoder des données techniques).



Il faut également être attentif au fait que, pour un site web ou une base de données, on peut envisager deux types d'auteur :

- l'auteur ou les coauteurs du site web : en effet, le site web sera souvent, en lui-même et indépendamment de son contenu, une œuvre protégée par le droit d'auteur en tant qu'agencement original des différents éléments ;
- l'auteur ou les auteurs, non plus du site web, mais des éléments incorporés dans ce dernier (une photographie, un logo, une séquence musicale).

### **La cession du droit d'auteur**

**112.** - Il se peut que l'auteur d'une œuvre ne soit plus titulaire des droits (patrimoniaux) parce qu'il les a cédés ou a consenti une licence à un tiers. Ce dernier devient alors *titulaire dérivé* des droits d'auteur. Il faudra donc demander à l'auteur s'il est toujours titulaire des droits et, dans la négative, qui est le cessionnaire des droits.

### **Les sociétés de gestion des droits d'auteur**

**113.** - L'auteur qui ne souhaite pas assumer seul la charge de la gestion de ses droits peut toutefois confier celle-ci à une société de gestion des droits d'auteur (SABAM, SOFAM, SESAM, SCAM, etc.). Cela présente notamment l'avantage pour l'utilisateur de n'avoir en face de lui qu'un seul interlocuteur pour la négociation des droits, ce qui n'est pas négligeable s'il veut exploiter de nombreuses œuvres<sup>25</sup>.

## **En pratique, quelles démarches dois-je accomplir lors de la création d'un site web ?**

---

**114.** - Pour élaborer un site web contenant des œuvres protégées (texte, image, photo, séquence musicale ou vidéo), il est important de procéder aux démarches suivantes et de vous faire conseiller par une personne compétente en la matière:

- Première démarche : faire l'inventaire des éléments qui seront reproduits ou utilisés sur le site web et qui sont protégés par le droit d'auteur ;
- Deuxième démarche : déterminer qui sont les titulaires des droits d'auteur pour lesquels il est nécessaire d'obtenir une autorisation ;
- Troisième démarche : définir les opérations dont ces œuvres protégées seront l'objet, c'est-à-dire définir les droits exclusifs de l'auteur en cause, et donc les autorisations nécessaires au regard du droit d'auteur à obtenir ;
- Quatrième démarche : élaborer un projet de contrat et négocier les droits avec le(s) auteur(s) ou la société de gestion collective.

<sup>25</sup> Vous trouverez les coordonnées des différentes sociétés de gestion collective des droits d'auteur dans le guide de M. Buydens disponible à l'URL suivant : [http://www.belspo.be/belval/auteur/auteur\\_fr.htm](http://www.belspo.be/belval/auteur/auteur_fr.htm)

### 3. Les questions concrètes que vous vous posez !

#### Est-ce que je dispose des droits pour utiliser le logiciel d'édition de page web ?

**115.** - Pour créer votre page web, vous allez probablement utiliser un logiciel d'édition approprié. Pour télécharger votre site web sur le serveur du fournisseur d'accès, vous allez également utiliser un logiciel *ad hoc*. Pour consulter votre site, vous allez utiliser un logiciel de navigation. Avez-vous le droit d'utiliser ces différents logiciels ? En d'autres mots, ceux-ci ne sont-ils pas, par exemple, des copies pirates ?

Cela peut paraître évident mais rappelons que les logiciels sont également protégés par le droit d'auteur. En pratique, il en résulte que l'utilisation d'un programme d'ordinateur implique l'autorisation du titulaire du droit d'auteur sur ce programme (sauf pour les logiciels qui sont réellement *freewares*). Cette autorisation se concrétise par la conclusion d'une licence, qui est généralement concédée lors de l'achat du support CD-ROM ou de la disquette contenant le programme.

#### Puis-je scanner une photo afin de l'inclure sur ma page web ?

**116.** - En vue de rendre votre site web plus attractif, vous serez probablement tenté d'y insérer une ou plusieurs photos préalablement scannées (numérisées). Pouvez-vous scanner une photo analogique et pouvez-vous l'insérer librement sur votre site? La solution n'est pas tranchée. Deux hypothèses doivent être distinguées.

(1) Soit la photo a été prise par vous-même (photos de vacances, de votre famille, de votre collection de voitures, etc.) et vous êtes donc titulaire des droits d'auteur sur cette photo. Vous pouvez donc en principe la reproduire librement et la communiquer au public par le biais de votre site, pour autant que l'objet photographié ne soit pas lui-même protégé par le droit d'auteur (photographie d'une autre photographie protégée, d'une peinture, d'une sculpture ou d'un album de Tintin). Si c'est le cas, vous devez obtenir l'autorisation de l'auteur de l'objet photographié.

Mais attention, les difficultés ne s'arrêtent pas là ! Si vous photographiez une personne, vous devez également respecter le droit à l'image de cette personne. Ce droit, qui n'est pas lié au droit d'auteur, permet à toute personne photographiée de s'opposer à toute reproduction (notamment sur Internet) et à toute communication au public (notamment via Internet) de son image. Vous devrez donc dans ce cas obtenir l'autorisation de la personne représentée.

(2) Soit vous scannez (numérisez) une photo que vous trouvez dans un livre ou un magazine dans le but de l'insérer sur votre site web. Dans ce cas, il y a de fortes chances que la photographie soit protégée par le droit d'auteur puisqu'il suffit qu'elle soit originale, ce qui est généralement reconnu par le juge. Or, il est unanimement admis que le fait de scanner (ou numériser d'une autre manière) une œuvre constitue un acte de reproduction, soumis au droit exclusif de l'auteur. Il en résulte que vous ne pourrez généralement ni scanner cette photo, ni l'introduire sur votre site sans l'accord

du photographe (ou d'une autre personne à qui il aurait cédé ses droits). En plus de cette autorisation du photographe, vous devrez éventuellement obtenir l'autorisation de l'auteur de l'objet ou de la personne photographiée.

**Attention !** Ce n'est pas parce que vous avez acheté une photo ou les négatifs que vous êtes titulaire des droits d'auteur. Vous devez donc continuer à respecter ceux-ci.

## **Puis-je scanner une image (dessin) afin de l'inclure sur ma page web ?**

---

**117.** - De la même manière que pour les photos, vous serez peut-être tenté d'ajouter quelques images (telles que des images humoristiques ou de bandes dessinées) sur votre site en vue de le rendre plus attractif. Comme évoqué pour les photos, vous ne pourrez scanner une image et l'introduire sur votre site sans devoir demander l'autorisation de quiconque que si vous êtes le dessinateur de cette image, et pour autant qu'elle ne soit pas le portrait reconnaissable d'une personne.

Dans tous les autres cas, l'image sera protégée par le droit d'auteur si elle est originale, ce qui sera souvent le cas, et vous devrez préalablement obtenir l'autorisation de l'auteur. Vous devrez également obtenir l'autorisation de la personne dessinée en vertu du droit à l'image. Indépendamment du droit d'auteur, il se peut aussi que l'image soit protégée par le droit des marques.

Une nouvelle fois, on voit que les hypothèses dans lesquelles vous pouvez exploiter librement une image sur votre site web sont rares, sauf à faire preuve de votre pouvoir créatif.

## **Puis-je scanner un texte afin de l'inclure sur ma page web ?**

---

**118.** - En plus des photos et des images, vous comptez mettre du texte sur votre site web. Ce texte, vous pouvez le rédiger vous-même ou vous pouvez scanner un texte existant et l'afficher sous forme d'image ou sous forme de texte, après avoir utilisé un logiciel de reconnaissance de caractères. Pouvez-vous introduire tout type de texte sur votre site ? Une nouvelle fois, la réponse est non.

En vertu des principes exposés ci-dessus, vous savez qu'un texte peut être protégé par le droit d'auteur s'il est original. Peu importe donc la longueur du texte (un slogan, quelques lignes ou plusieurs pages) ou le support sur lequel il est fixé au départ (papier, disquettes, CD-ROM, site en ligne, etc.).

Aucun problème ne se pose si vous êtes l'auteur du texte, ce qui suppose que vous ayez inventé le contenu même du texte (le fait de recopier un texte existant n'implique évidemment pas que vous deveniez l'auteur du texte !).

Par contre, si le texte est protégé par le droit d'auteur, il ne pourra pas être reproduit sur votre site sans le consentement de l'auteur (en application de ce principe, la jurisprudence française a considéré comme une contrefaçon le fait d'avoir numérisé, sans l'autorisation des titulaires des droits, l'œuvre de Jacques Brel et de Michel Sardou. En Belgique, la

jurisprudence a considéré que la reproduction d'articles de presse sur une base de données sur Internet constitue un acte nécessitant l'accord des auteurs).

## **Puis-je copier ou télécharger une œuvre (image, logo, icône, photo, texte, séquence vidéo, fichiers musicaux) d'un autre site afin de la placer sur mon site ?**

---

**119.** - L'hypothèse ici ne consiste plus à numériser une œuvre à partir d'un support analogique (un document papier) mais vise le cas où un site contient une œuvre (une image), et cette image est téléchargée par un internaute, qui la place sur son propre site et donc la (re)diffuse sur Internet.

La célèbre fonction *copier/coller* (*Copy/Paste*) offerte par la grande majorité des logiciels permet d'aller grappiller en quelques minutes une quantité impressionnante de données (sous forme de texte, d'image, de photo, etc.) qui se trouvent sur d'autres sites web. Encore une fois, cette fonction technique qui permet une reproduction aisée doit être utilisée avec modération, et à tout le moins dans le respect des droits d'auteur.

En effet, le fait de copier ou de télécharger une œuvre constitue un acte de reproduction et le fait de (re)diffuser cette œuvre sur Internet constitue une communication au public. Or ces actes sont couverts par le droit d'auteur. Il en résulte que si l'œuvre est protégée par le droit d'auteur, ce qui sera généralement le cas, vous devez en principe obtenir l'autorisation de l'auteur.

## **Puis-je scanner une image ou une photo sur support analogique ou copier une image ou une photo sur support numérique afin de l'installer sur mon site, même si je la modifie préalablement (à l'aide d'un logiciel de traitement d'image par exemple) ?**

---

**120.** - Il existe sur le marché des logiciels de traitement d'images ou de dessins qui permettent de modifier une photo ou une image (changer la taille, les couleurs, les formes, le contraste, l'orientation, recadrer, etc.) d'une manière telle que l'image transformée peut ne plus avoir aucune ressemblance avec celle d'origine. Dans ce cas, êtes-vous dispensé de demander l'autorisation de l'auteur de l'œuvre d'origine (pour autant qu'elle soit protégée par le droit d'auteur, donc qu'elle soit originale) ?

NON, ce n'est pas parce que cette nouvelle image ne ressemble plus à l'image d'origine que vous pouvez faire n'importe quoi. En effet, pour pouvoir transformer cette image avec le logiciel *ad hoc*, vous avez préalablement accompli un acte de reproduction (soit par le fait de scanner l'œuvre soit par le fait de faire un *copier/coller*) qui nécessite une autorisation de l'auteur. De plus, le fait de retravailler, de modifier l'image avec le logiciel de dessins relève non seulement du « droit d'adaptation » mais également du « droit à l'intégrité de l'œuvre » qui sont des droits exclusifs de l'auteur. Par conséquent, ces modifications nécessitent également l'autorisation de l'auteur.

Si l'image transformée ne ressemble plus du tout à l'image d'origine, comment l'auteur pourrait-il déceler l'infraction à ses droits et se prévaloir ainsi de ceux-ci ? Il est vrai qu'il sera souvent difficile pour un auteur de rechercher les atteintes à ses droits. Néanmoins, il faut savoir qu'il existe actuellement des systèmes de protection technique (« tatouage » ou « marquage » par exemple) qui permettent d'identifier une œuvre numérique, même si elle a été profondément modifiée, et de la retrouver facilement sur Internet.

## **Puis-je mettre des fichiers musicaux (MP3 par exemple) à disposition des internautes sur mon site ?**

---

Afin de traiter d'une question d'actualité et de simplifier le problème, nous nous limiterons aux fichiers musicaux au format MP3.

### **Qu'est-ce que le format MP3 ?**

**121.** - La norme MP3 est un standard de compression de données audio. Le format MP3 permet ainsi de compresser de 10 à 13 fois les fichiers sonores habituels, avec une perte de qualité qui est très minime. Il est donc possible de stocker le contenu de 10 à 13 CD « traditionnels » sur un seul CD au format MP3. On voit donc d'emblée les utilisations possibles sur Internet : alors qu'il fallait hier des heures pour télécharger une chanson de quelques minutes d'un chanteur quelconque, il ne faut plus aujourd'hui que quelques minutes si le fichier est au format MP3. Internet déborde de fichiers sonores (qui sont pirates dans la plupart des cas) au format MP3, soit parce qu'ils circulent d'un internaute à l'autre, soit parce que certains internautes enregistrent le contenu de leurs CD « traditionnels » sur leur ordinateur et compriment les fichiers à l'aide d'un logiciel *ad hoc* pour ensuite les diffuser sur le réseau.

### **Ce type d'acte est-il permis ?**

**122.** - Généralement, NON ! Une composition musicale, comme toute autre création artistique ou littéraire, est protégée par le droit d'auteur si elle est originale (ce qui sera souvent le cas). Ce n'est pas parce qu'on est sur Internet que ces principes ne sont plus d'application, même si l'ampleur de la fraude sur ce réseau semble donner l'illusion que le droit d'auteur ne s'applique pas.

Dès lors, si l'œuvre est protégée par le droit d'auteur, il est notamment interdit de numériser le contenu d'un vinyle ou d'un CD audio et de le copier sur son disque dur ou tout autre support. A fortiori, il est également interdit de le comprimer à l'aide d'un logiciel de compression MP3 et de rendre ces fichiers disponibles aux internautes par le biais de son site web sans l'autorisation du titulaire des droits sur les œuvres ainsi compressées. En effet, ces actes constituent des reproductions et une communication au public, qui relèvent des droits exclusifs de l'auteur. En application de ces principes, des tribunaux belges ou étrangers ont déjà condamné des personnes à plusieurs mois de prison. Ces dernières ont été reconnues coupables de contrefaçon, pour avoir construit un site permettant aux visiteurs de télécharger gratuitement des œuvres musicales (au format MP3) pirates.

### ***Ne puis-je donc jamais introduire des fichiers MP3 sur mon site ?***

**123.** - Bien sûr que SI ! L'utilisation de la norme MP3 n'est comme telle pas interdite. Ce sont les conséquences de son utilisation sur le droit d'auteur qui posent problème. Il existe donc par exemple des cas dans lesquels le fait d'introduire un fichier MP3 sur son site web n'est pas répréhensible :

- soit parce que l'œuvre n'est pas originale et n'est donc par conséquent pas protégée par le droit d'auteur, mais autant dire que l'hypothèse sera rare ;
- soit parce qu'on a soi-même composé, interprété et enregistré l'œuvre. Dans ce cas, vous êtes en principe l'auteur et donc libre de la diffuser et de la reproduire comme bon vous semble ;
- soit parce que l'œuvre n'est plus protégée par le droit d'auteur, son auteur étant décédé depuis plus de 70 ans. Mais attention, s'il ne faut pas demander d'autorisation au compositeur du morceau de musique ou de la chanson, des autorisations peuvent être nécessaires de la part des musiciens (artistes interprètes) et des producteurs de phonogrammes. De plus, il faut être prudent car il existe de nombreux arrangements d'œuvres qui ne sont plus protégées par le droit d'auteur, mais dont l'arrangement l'est encore ;
- soit parce que les fichiers MP3 respectent les droits d'auteur.

### **Puis-je renvoyer, par hyperlien, vers des sites qui contiennent des fichiers MP3 ?**

---

**124.** - La réponse est incertaine. Il n'existe pas de règle susceptible d'apporter une solution claire à cette question. Un tribunal suédois a décidé dernièrement qu'il n'y avait rien d'illégal à établir un lien vers un matériel illicite (les fichiers MP3 pirates) tant qu'il ne se trouve pas sur son propre site. A l'inverse, le Président du Tribunal de Commerce de Bruxelles semble avoir décidé le contraire dans une décision du 2 novembre 1999 dans l'affaire Belgacom Skynet. En effet, Belgacom Skynet a été contraint, sous astreinte, de supprimer tous les sites de ses clients situés sur ses serveurs qui contiennent des liens vers des fichiers MP3 prétendument illégaux.

Conseil : par prudence, il est donc conseillé de ne pas introduire sur son propre site des hyperliens vers des sites qui contiennent des fichiers MP3 (probablement pirates).

### **Si une œuvre n'est pas accompagnée de la mention « Copyright », puis-je la copier librement ?**

---

**125.** - NON, pas nécessairement. Le fait qu'une œuvre soit accompagnée ou non de la mention « Copyright » n'implique pas l'existence ou l'absence de la protection par le droit d'auteur. En effet, on a vu que la protection par le droit d'auteur existe par le seul fait de la création de l'œuvre et qu'il suffit que l'œuvre soit originale et mise en forme. Dès lors, ce n'est pas parce que l'œuvre n'est pas accompagnée de la mention « Copyright » que vous pouvez vous permettre de la copier librement. Vous devrez obtenir l'autorisation de l'auteur si l'œuvre est protégée.

Néanmoins, il est conseillé pour des questions de preuve d'indiquer la mention « Copyright Dupont – 1999 » si vous intégrez sur votre site une de vos œuvres (texte, photo, etc.) qui est protégée par le droit d'auteur. En effet, selon l'article 6 de la loi sur les droits d'auteur, la personne qui apparaît comme telle sur l'œuvre du fait de la mention de son nom ou d'un signe quelconque est présumée titulaire des droits d'auteur.

## **Quid des œuvres accompagnées de la mention « sans droit d'auteur » (Copyright free) ou prétendues « freewares » ou « sharewares » ?**

---

**126.** - On trouve fréquemment sur Internet des bases de données qui proposent des œuvres (photos, images ou logiciels) dont il est dit qu'elles sont « sans droit d'auteur » et qu'elles peuvent être reproduites librement. Pour les logiciels, on parlera aussi de « freewares » (ce sont des logiciels entièrement gratuits) ou « sharewares » (ce sont des logiciels distribués librement aux fins d'évaluation par l'utilisateur. Après une période d'essai, ce dernier doit contracter une licence ou arrêter d'utiliser le logiciel).

Ces mentions impliquent-elles nécessairement que ces photos, images ou logiciels ne sont pas protégés par le droit d'auteur ? La réponse est en principe négative. En effet, si l'œuvre est originale et que la durée des droits n'est pas expirée, elle est protégée par le droit d'auteur, et la déclaration des titulaires des droits comme quoi elle est « libre de droit » (Copyright free) ne change rien à cette situation. Toutefois, on pourra considérer que ces titulaires donnent une licence gratuite d'utilisation.

Dans cette hypothèse, il faut être attentif à deux choses :

- D'une part, la licence d'utilisation ne signifie pas qu'on puisse faire n'importe quoi : les banques de données définissent généralement les types d'utilisation effectivement autorisés (on exclut, par exemple, les utilisations à des fins commerciales).
- D'autre part, le prétendu titulaire des droits peut ne pas être titulaire de ces droits. Dans ce cas, l'auteur réel pourra se faire connaître et s'opposer à l'utilisation de son œuvre. La bonne foi de l'utilisateur ne pourra pas être opposée au titulaire des droits d'auteur (la bonne foi n'exclut pas la contrefaçon !).

## **Lorsque je renvoie, par hyperlien, vers un autre site web, dois-je obtenir l'autorisation du titulaire de ce site ?**

---

**127.** - Lorsque vous créez votre site web, vous allez probablement établir un ou plusieurs liens vers un autre site (ou vers une page particulière d'un autre site). C'est le but même d'Internet. Dans ce cas, devez-vous demander l'autorisation du titulaire du site vers lequel vous établissez un lien hypertexte ?

Il semble que non. En général, il n'est pas évident que ce type d'acte pose des problèmes au regard du droit d'auteur. Toutefois, vous devez vous abstenir d'introduire des hyperliens qui renvoient vers des sites ayant un contenu illicite ou préjudiciable (sites révisionnistes ou pornographiques par exemple).



D'autre part, si vous utilisez la technique du *framing* (utilisation de cadres, de fenêtres) combinée aux hyperliens, vous devez éviter d'induire le public en erreur sur le titulaire réel du site. En effet, vous pourriez introduire un hyperlien dans une *frame* qui renvoie vers un splendide poème sur un autre site. Lorsque l'on clique sur ce lien, il peut arriver que la page contenant ce poème apparaisse de manière telle que l'Internaute ne se rend pas compte qu'il est sur un autre site et croit indûment que le poème est sur votre site et de vous. Abstenez-vous de ce genre de pratique.

## Quelles sont les sanctions en cas de non respect du droit d'auteur ?

---

**128.** - Le non respect des principes évoqués ci-dessus peut être passible de sanctions pénales (peines de prison ou d'amende) et/ou de sanctions civiles (paiement de dommages et intérêts par exemple).

**Ces sanctions peuvent paraître théoriques dans la mesure où la fraude sur Internet a pris une ampleur colossale et que par conséquent le risque de se faire prendre est minime. Détrompez-vous ! Des mécanismes techniques sont de plus en plus utilisés en vue d'identifier les œuvres protégées et de traquer à l'aide de moteurs de recherche automatisés les fraudes sur Internet. De plus, de nombreuses juridictions, notamment belges et françaises, ont déjà condamné pour contrefaçon des personnes ayant affiché sur leur site des œuvres protégées par le droit d'auteur. A bon entendeur...**

## 4. La protection juridique de votre site web

**129.** - On a vu précédemment que lorsque vous créez un site web, vous devez le faire dans le respect du droit des tiers et notamment des droits d'auteur. A l'inverse, vous pouvez être intéressé à ce que votre propre site web ainsi que son contenu soient protégés. En effet, si vous êtes photographe amateur et que vous désirez permettre aux internautes de consulter vos clichés, vous n'avez pas nécessairement envie qu'un tiers vienne copier l'ensemble de vos photos en vue de créer un site analogue. Ce qui est vrai pour des photos est également vrai pour des poèmes, des compositions musicales ou des publications scientifiques ou autres. D'autre part, la structure de votre site peut être tout à fait particulière et vous aimeriez en garder l'originalité.

Nous ne rentrerons pas dans les détails. Vous devez néanmoins savoir que le contenu de votre site (textes, images, photos, etc.) peut être protégé par le droit d'auteur pour autant que vous soyez l'auteur de ce contenu. De plus, le site lui-même (c'est-à-dire sa présentation, mise en page, typographie, dessins, structure des éléments) peut également être protégé par le droit d'auteur, comme ce sera expliqué ci-après. La seule condition est que le site et son contenu soient originaux (tel que c'est expliqué dans le point 1), ce qui sera généralement le cas. A ce titre, vous pourrez donc vous opposer à toute reproduction par un tiers de ces éléments.

De plus, une directive européenne du 11 mars 1996, transposée par les lois belges du 10 août et 31 août 1998 (*M.B.*, 14 novembre 1998, p. 36914), institue une double protection



pour les bases de données, d'une part par le droit d'auteur et d'autre part par un droit spécifique nommé le droit *sui generis*.

Le droit d'auteur protège la base de données (un site web peut être considéré comme une base de données ou à tout le moins contenir une base de données) originale c'est-à-dire celle qui, par le choix ou la disposition des matières, constitue une création intellectuelle propre à son auteur. La protection s'applique non au contenu de la base de données (qui reste protégé le cas échéant par un droit d'auteur spécifique), mais bien à la structure de celle-ci. Le titulaire du droit est le créateur de la base de données (qui peut être une personne physique ou morale). La durée du droit est identique à la durée du droit d'auteur traditionnel, soit 70 ans après la mort de l'auteur.

Les bases de données (surtout si elles sont non originales) peuvent également jouir d'une protection instituée par le droit *sui generis* qui s'applique aux bases de données dont l'obtention, la vérification ou la présentation du contenu atteste un investissement substantiel du point de vue quantitatif ou qualitatif. Le titulaire du droit est le producteur de la base de données qui est défini comme la personne physique ou morale qui a pris l'initiative et le risque de l'investissement. Le droit qui lui est reconnu est celui d'empêcher l'extraction et/ou la réutilisation de la totalité ou d'une partie substantielle de la base de données (ou de l'autoriser moyennant rémunération). La durée du droit est de 15 ans à compter de la fabrication de la base de données ou de chaque modification substantielle de celle-ci.

## 5. Le problème particulier des *métatags*<sup>26</sup>

### *Qu'est-ce qu'un métatag ?*

**130.** - Toute information à propos d'une ressource du web lisible par la machine peut être considérée comme relevant de la *méta-information*. Sa composante la plus connue est le *métatag* qui s'incorpore dans la composition d'une page web pour en donner les mots-clés ou la description pertinente (la page d'accueil de la Faculté de Droit de Namur intègre dans son code source (code HTML) la description du contenu de la page, soit « Présentation de la Faculté de Droit et de ses centres de recherches », ainsi que les mots-clés suivants : droit, candidature, informatique, vie privée, contrat, responsabilité, audiovisuel, droit d'auteur, systèmes experts, bases de données juridiques, sécurité d'existence, enseignement, gestion, technologie, information, troisième cycle).

### *La mauvaise utilisation des métatags et les risques que vous encourez*

**131.** - Les mots-clés ne constituent pas à proprement parler des références ou des localisations sur Internet, mais sont principalement utilisés par des moteurs de recherche pour référencer les pages web. Ainsi, le moteur de recherches explore le code source des sites web qu'il visite en y recherchant le titre, les métatags ainsi que les mots du texte. Dès

---

<sup>26</sup> Cette partie est largement inspirée de l'excellent article de Séverine Dusollier, « Les outils de références : les cartes au trésor de l'Internet », in *"Droit des technologies de l'information-Regards prospectifs"*, Cahiers du C.R.I.D., n° 16, Bruxelles, Bruylant, 1999, pp. 33 à 53.

lors, de nombreux concepteurs de page web veillent à ce que certains mots apparaissent dans les métatags ou dans les premières lignes du texte de la page afin de se faire remarquer par les moteurs, et surtout indexer soit de manière exacte, soit dans une autre catégorie voulue (qu'un examen plus approfondi du site leur refuserait).

Dans ce dernier cas, il s'agit d'un outil de référence qui est utilisé à mauvais escient, ce qui n'est pas sans poser quelques questions juridiques. En effet, certains sites utilisent des métatags, soit pour attirer l'utilisateur qui cherche un site plus connu ou renommé, soit pour déjouer les technologies filtrantes.

Certains sites pédophiles incorporent dans leurs métatags des mots-clés beaucoup plus innocents, tel que « bambi » par exemple. Ceci multiplie la difficulté des services de police pour identifier ces sites illicites et peut également permettre à ceux-ci de passer entre les mailles du filet tressé par les systèmes filtrants qui bloquent l'accès à certains sites suivant une présélection des utilisateurs. C'est également une astuce qui est connue des amateurs de ce type de sites qui peuvent alors retrouver facilement leur destination.

Un autre genre de pratiques a suscité quelques litiges récents, lorsqu'un site incorpore dans sa page web des métatags reprenant la marque de son concurrent afin d'attirer les clients potentiels de ce dernier sur son propre site. Récemment, un juge américain a tranché un litige de la sorte : il a considéré qu'un tel usage équivalait à reprendre la marque dans une enseigne commerciale et constituait un détournement de clientèle.

Dans une autre affaire, *Playboy contre Calvin Designer Label*, un fournisseur de service sur Internet avait truffé son site et le code source de celui-ci de références à Playboy, qui constitue un mot de recherche fréquemment utilisé. Le tribunal a interdit d'utiliser la marque Playboy de quelque manière que ce soit, ceci incluant les métatags.

En droit belge, la création d'une confusion entre les produits ou services de deux entreprises, ou entre la renommée de celles-ci constitue un acte contraire aux usages honnêtes en matière commerciale, sur la base des articles 93 et 94 de la loi sur les pratiques du commerce et l'information et la protection du consommateur. Plus spécifiquement, le fait de tirer indûment profit de la renommée, des efforts créatifs et financiers déployés par un concurrent, ou du courant d'achat établi en faveur d'articles commercialisés par ce dernier, pourrait être sanctionné sur cette base. Exploiter la réputation d'autrui, par exemple en créant une association entre son produit et celui d'un concurrent ou en faisant croire à l'existence de relations contractuelles privilégiées, serait pareillement condamnable.

Si l'association se réalise par l'emploi d'une marque déposée, l'article 13 A, 1, d) de la Loi Uniforme Benelux sur les marques permet au titulaire d'une marque de s'opposer à « *tout usage qui, dans la vie des affaires et sans juste motif, serait fait de la marque ou d'un signe ressemblant autrement que pour désigner des produits, lorsque l'usage de ce signe tirerait indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque ou leur porterait préjudice* ». Ainsi, une entreprise pourrait se prévaloir de cette disposition pour s'opposer à ce qu'un concurrent dissimule la marque de celle-ci dans le code source de sa page web pour attirer les visiteurs, car il s'agirait d'un usage illicite de la marque.



## **Partie 7 - Criminalité informatique**



## 1. Les dangers et les actions à entreprendre

### Quels dangers guettent mon site web ?

**132.** - Créer un site sur Internet, c'est offrir un service au monde en lui ouvrant une porte, car il faut pouvoir envoyer les informations vers l'extérieur de la société. Cette ouverture crée un risque nouveau, car c'est un moyen, pour des personnes externes à la société, de s'introduire de façon frauduleuse dans votre réseau informatique.

Que faire contre ces *hackers* mythiques qui semblent pouvoir s'introduire partout (menace externe) ? Et que faire contre un employé de votre propre société qui outre passe son droit d'accès ou vole le mot de passe d'un autre afin de prendre connaissance de données sensibles (menace interne) ?

Telles sont les questions auxquelles nous tenterons de répondre dans ce chapitre.

### Comment puis-je me prémunir contre ces dangers ?

**133.** - Il faut avant tout essayer d'éviter l'intrusion. Pour cela, une politique de prévention stricte est nécessaire. La décrire de façon exhaustive sortirait de notre propos, mais l'on peut affirmer qu'il faut agir de façon méthodique pour se prémunir contre les attaques venant de l'intérieur ou de l'extérieur de l'entreprise.

La première règle est de faire le relevé des informations à protéger et d'organiser ensuite leur protection en fonction de leur valeur. Ce qui relève du secret défense ne doit pouvoir être vu que par quelques « initiés », mais il ne servirait à rien de mettre dans un coffre-fort ce qui peut être lu dans un journal.

#### *Les attaques internes*

**134.** - Le premier type d'attaques provient de *l'intérieur de la société*. Tant qu'Internet n'était pas accessible à tout le monde et que l'informatique relevait de l'inconnu pour la plupart des gens, ces attaques étaient les plus courantes. Aujourd'hui, bien que le nombre d'attaques provenant de l'extérieur tende à augmenter, il ne faut pas négliger pour autant les attaques internes (Certaines personnes se font engager uniquement dans le but de faire de l'espionnage industriel et profitent de l'inattention de certains employés ou utilisent simplement le mot de passe qu'un collègue leur a naïvement confié pour avoir accès à des documents confidentiels).

Nous ne nous attarderons pas trop sur ce genre de problème puisque l'existence d'un site web n'a rien à voir avec ce type de menace, mais nous soulignerons néanmoins que chaque société doit prévoir ce risque par l'instauration d'une gestion de son réseau (contrôle de l'accès, distribution de mots de passe régulièrement modifiés, etc.) et de règles de conduite au sein de l'entreprise (fermer les portes à clé lorsque l'on quitte son

bureau, ne pas confier son mot de passe à d'autres personnes,...). Plus l'entreprise a des informations sensibles, plus cette politique de sécurité devra être stricte.

### **Les attaques externes**

**135.** - Lorsque vous hébergez vous-même votre site, vous créez un nouveau moyen d'accéder à votre réseau. Il faudra donc particulièrement bien protéger vos données sensibles. Une technique de prévention consiste à isoler complètement le serveur abritant le site web du réseau de la société ou de l'isoler au moins partiellement en ne le connectant au réseau que par un protocole particulier. Il faut néanmoins penser que le site n'est certainement pas le seul moyen de pénétrer sur votre réseau et, même en isolant le serveur, il faudra protéger toutes les informations importantes et sensibles de façon individuelle.

Selon les caractéristiques de la société, de son réseau et du niveau de sécurité exigé, il faudra installer des techniques de protection, ce qui relève plus de la profession d'informaticien que de celle de juriste. Nous ne parlerons dès lors que de l'importance de la détection des intrusions ou des accès non autorisés. Il ne suffit effectivement pas de protéger ses données, il faut aussi détecter le plus vite possible tout problème de sécurité. Quand on sait que des informaticiens chargés par le Pentagone d'attaquer des sites informatiques militaires américains parvinrent dans 88% des cas à leurs fins en ne se faisant repérer que dans 4% des cas, on réalise que la détection est un point particulièrement délicat et difficile à résoudre. Un bon conseiller en sécurité informatique n'est donc pas un luxe lorsque les dommages encourus lors d'une attaque risquent d'être importants.

### **Nos conseils**

**136.** - Pour vous prémunir des dangers qui menacent votre réseau, une double action est nécessaire :

- la première est *d'ordre technique* et demande le recours d'un informaticien : il s'agit de l'installation d'un *firewall*, de techniques de filtrage, de l'isolement du serveur du reste du réseau, de mots de passe, d'un système d'accès diversifié en fonction des nécessités des employés, etc.
- la seconde concerne *l'instauration d'un code de conduite* au sein de la société afin d'éviter, par exemple, la révélation de mots de passe.

## **Que faire lorsque j'ai subi une attaque ?**

### **Porter plainte ou ne pas porter plainte, telle est la question**

**137.** - Le droit intervient lorsque votre réseau a été « visité » par une personne externe ou interne n'ayant normalement pas accès à ces données, mais bon nombre de sociétés préfèrent se taire pour éviter une mauvaise publicité. Or, le manque d'informations sur le type d'attaques exercées renforce le pouvoir du hacker. Il faut informer, même de façon

anonyme, les autres de cette menace, car ce n'est que par ce biais-là que l'on pourra lutter efficacement contre les *hackers* et autres « visiteurs » indésirables qui, eux, n'hésitent pas à s'informer les uns les autres des failles dans la sécurité des grandes entreprises.

Aux Etats-Unis, le Centre de coordination CERT<sup>®</sup> de l'université de Carnégie Mellon<sup>27</sup> a été créé en 1988 par une agence du Ministère de la Défense américain. Il se charge, entre autres, de rassembler des informations sur les derniers virus découverts, les attaques récentes et les trous de sécurité. En Europe, par contre, tout projet de ce genre a échoué jusqu'à présent.

### **A qui m'adresser?**

**138.** - Si vous décidez de porter plainte suite à une attaque, vous pouvez vous adresser :

- à la police fédérale ou à la police communale. Un procès verbal sera dressé et envoyé au Parquet qui s'adresse alors au *Computer Crime Unit* (CCU) territorialement compétent. Il existe plusieurs CCU en Belgique : à Bruxelles, Liège, Tournai, Charleroi, Bruges, Courtrai, Alost, Gand et Anvers.
- au point de contact judiciaire central en envoyant un e-mail à l'adresse « [contact@gpj.be](mailto:contact@gpj.be) », ou en remplissant le formulaire que vous trouvez sur le site de la police judiciaire (<http://www.gpj.be>) à la page <http://www.gpj.be/fr/gpj-f-form.html>. Ces messages seront envoyés au CCU territorialement compétent qui prendra contact avec vous pour avoir plus de renseignements.

### **Quels renseignements la police ou le CCU vont-ils me demander?**

**139.** - Afin de pouvoir retrouver l'identité du pirate qui s'est introduit sur votre système, il faudra retrouver l'adresse IP (voir n° 26 « qu'est-ce qu'un nom de domaine ») de l'ordinateur qu'il a utilisé. Pour cela, on consultera la mémoire du serveur (l'historique) qui conserve toutes les adresses IP des ordinateurs qui se sont connectés en les classant par date et heure de connexion. Afin de retrouver l'adresse du *hacker* parmi toutes les adresses IP, les enquêteurs vont procéder par élimination et les renseignements suivants leur seront particulièrement utiles :

- la date et l'heure exacte de l'attaque,
- la liste des adresses IP des ordinateurs qui se sont connectés à ce moment-là,
- les « travaux » qui sont faits de façon automatique par d'autres ordinateurs.

### **Date et heure exacte et liste des adresses IP**

**140.** - Lorsque vous vous rendez compte que votre site a été attaqué, essayez d'abord de déterminer la date et l'heure de cette intrusion (par exemple, vous savez que cela a dû se passer le 28 décembre 1999 entre 20h00 et 08h00 du matin). Vous pourrez alors fournir aux enquêteurs la liste des adresses IP des ordinateurs qui se sont connectés au serveur à ces heures-là (appelons cela la « liste 1 »).

<sup>27</sup>

Visitez le site du CERT<sup>®</sup> au <http://www.cert.org/index.html>



Sachez néanmoins que lorsqu'un ordinateur se connecte à votre serveur, celui-ci garde en mémoire l'heure et la date programmées sur l'ordinateur connecté et non pas l'heure réelle de la connexion (l'adresse IP d'un pirate qui se connecte à 03h25 le 29 décembre, mais qui a reprogrammé l'heure de son ordinateur sur 16h55 et la date sur « 20 décembre 1999 », se retrouvera dans l'historique du serveur parmi les adresses IP des ordinateurs qui se sont connectés à 16h55 le 20 décembre. La « liste 1 » ne sera donc pas utile). Il vaut donc mieux avoir une sauvegarde de l'ensemble de l'historique, ou au moins des quelques mois qui précèdent. Les enquêteurs rechercheront alors différemment l'adresse IP de l'ordinateur du *hacker* (recherche par mots-clés,...).

### Les « travaux » automatiques

**141.** - Parmi les adresses IP de la liste que vous aurez communiquée aux enquêteurs, figurent des adresses d'ordinateurs qui se connectent de façon automatique au serveur dans le seul but de vérifier si l'adresse du site existe toujours. Les sites de moteurs de recherche, par exemple, se connectent souvent la nuit et à intervalles réguliers à votre serveur (une fois par semaine ou par mois), uniquement pour voir s'ils obtiennent toujours une réponse. Si vous connaissez les adresses IP de ces ordinateurs qui effectuent des « travaux » automatiques, il est intéressant de les signaler aux enquêteurs qui pourront éventuellement les supprimer de la liste d'adresses suspectes.

### *Cela va-t-il être rendu public?*

**142.** - Tant qu'il n'y a pas de procès, la procédure reste, en principe, confidentielle. A moins d'une fuite dans la presse, vous n'avez donc rien à craindre. Mais ensuite, deux cas peuvent se produire :

- l'affaire n'est pas particulièrement grave et une transaction peut être conclue entre le pirate et vous. L'affaire restera inconnue du public ;
- l'affaire passe devant le juge et le procès sera alors public « à moins que cette publicité ne soit dangereuse pour l'ordre et les mœurs »<sup>28</sup>, ce qui ne sera pas souvent le cas en cette matière.

## Quelles sont les attaques incriminées ?

---

**143.** - Des règles essentielles en droit pénal ont comme conséquence qu'aucun individu ne peut être pénalement poursuivi si l'acte qu'il a commis n'est pas comme tel incriminé par le droit pénal au moment où il a posé cet acte. Un juge ne pourra donc jamais incriminer une personne qui s'est « mal » comportée selon la seule loi de la morale.

Ce principe, un des garants d'une société démocratique, a évidemment posé des problèmes dans le cadre de la criminalité informatique, car certains types d'attaques n'étaient pas rangés au titre d'infractions ou de délits dans le Code pénal et les interprétations extensives de dispositions existantes étaient souvent impossibles, voire interdites.

---

<sup>28</sup> voyez l'article 148 de la Constitution belge

Onze ans après la France, la Belgique s'est enfin décidée à considérer le problème de la criminalité informatique dans son ensemble, même si le juge n'était pas totalement démuni face à ce nouveau type de criminalité (dans le domaine de la sécurité sociale et en matière de protection de données à caractère personnel, il existait déjà des dispositions qui offraient une certaine protection sur ce plan). Un *projet de loi relatif à la criminalité informatique* a été déposé devant la Chambre des Représentants grâce auquel divers articles vont être insérés dans le Code pénal et le Code d'Instruction criminelle.

Le Code pénal devrait s'enrichir d'un article concernant le faux informatique, d'un article traitant de la fraude informatique et de deux articles réglant la question des infractions contre la confidentialité, l'intégrité et la disponibilité des systèmes informatiques et des données qui sont stockées, traitées ou transmises par le biais de ces systèmes (le sabotage informatique). Le Code d'instruction criminelle, lui, devrait se voir doté de 6 nouveaux articles afin de rendre la recherche des délits plus efficace.

Trois types de délits informatiques vont être analysés dans ce chapitre, il s'agit des cas où :

- quelqu'un s'est introduit sur votre serveur sans changer de données,
- quelqu'un s'est introduit sur votre serveur et a changé des données qui figuraient sur votre site,
- quelqu'un a bloqué l'accès à votre système ou y a causé un dommage.

### ***Quelqu'un s'est introduit sur mon serveur sans changer de données***

**144.** - Tant que la loi relative à la criminalité informatique n'est pas adoptée, les juges seront obligés de faire preuve de beaucoup d'imagination pour incriminer ce type d'attaques. Heureusement, quelques mois à peine nous séparent de l'adoption de cette loi et les solutions qui seront exposées ci-après pourront être appliquées :

1. Lorsqu'un individu a accédé ou s'est maintenu sur votre système informatique en sachant qu'il n'y était pas autorisé, il sera puni d'un emprisonnement de 3 mois à 1 an et/ou d'une amende. La peine sera plus importante encore s'il y avait une intention frauduleuse<sup>29</sup> ;
2. Lorsqu'une personne de votre propre société outrepassa son pouvoir d'accès au système informatique avec une intention frauduleuse ou dans le but de nuire, une peine est également prévue<sup>30</sup> ;

Soulignons encore que la simple tentative de commettre une de ces deux infractions est punie des mêmes peines que l'infraction même.

3. Si, en plus des infractions que nous venons de citer, la personne a pris connaissance, fait n'importe quel usage ou a pris des données qui étaient stockées, traitées ou transmises par votre système informatique, il est prévu qu'elle sera punie d'une peine d'emprisonnement plus longue et/ou d'une amende plus forte<sup>31</sup> ;

---

<sup>29</sup> art. 550bis (en projet)

<sup>30</sup> art. 550bis (en projet) : emprisonnement de 6 mois à 2 ans et/ou amende.

<sup>31</sup> art. 550bis (en projet) : emprisonnement de 1 à 3 ans et/ou amende.

4. Les personnes qui ont ordonné la commission de ces infractions et celles qui divulguent les données qui ont pu être obtenues peuvent également être poursuivies.

### **Quelqu'un s'est introduit sur mon serveur et a changé des données qui figuraient sur mon site**

**145.** - Dans ce cas la personne a fait plus que s'introduire sur le réseau. Elle a introduit, modifié ou effacé des données de votre site ou même modifié l'utilisation possible des données. En prouvant que cela a été fait dans un but de nuire (ce qui semble être assez simple à prouver), une peine de prison de 6 mois à 3 ans et/ou une amende seront infligées au *hacker*<sup>32</sup>.

Il est également possible que le but du *hacker* ait été de se procurer un avantage patrimonial (prenez le cas où il a modifié votre système afin que les numéros des comptes en banque de vos clients lui soient systématiquement envoyés). Dans ce cas, l'article 504quater (en projet) prévoit un emprisonnement de 6 mois à 3 ans et/ou une amende.

### **Quelqu'un a bloqué l'accès à mon système ou y a causé un dommage**

**146.** - Une personne qui aurait accédé à votre système de l'extérieur ou de l'intérieur de votre société (en outrepassant son pouvoir d'accès) et aurait causé, même non intentionnellement, un dommage à votre système pourra être punie du même type de peines que celles qui ont été décrites plus haut<sup>33</sup>.

Si votre système a été endommagé (même partiellement) par l'introduction, l'effacement ou la modification de données de votre système, le législateur a prévu une peine d'emprisonnement de 1 à 5 ans et/ou une amende si l'individu avait pour but de vous nuire<sup>34</sup>.

## **Que me conseillez-vous de faire en matière d'attaques informatiques ?**

---

### **Avant l'attaque**

**147.** -

- Sécurisez votre système, tant au niveau technique que déontologique (apprenez aux membres de votre société à ne pas révéler leur mot de passe, désactivez les mots de passe préenregistrés (c'est-à-dire là où il ne faut plus que taper sur « enter » pour accéder au fichier protégé) et préférez l'introduction manuelle du mot de passe à chaque accès protégé) ;
- Mettez souvent à jour les logiciels que vous utilisez. Les constructeurs bouchent régulièrement les trous de sécurité découverts ;

---

<sup>32</sup> art. 550ter (en projet)

<sup>33</sup> art. 550bis (en projet)

<sup>34</sup> art. 550ter (en projet)

- Installez un système de détection des intrusions.

### **Après l'attaque**

#### **148. -**

- Dès la détection d'une attaque, faites une sauvegarde de l'historique mémorisé par le serveur. Si vous avez votre propre serveur, le *webmaster* ou le gestionnaire informatique devrait savoir comment effectuer cette opération. Si un tiers héberge votre site, contactez-le immédiatement pour qu'il vous communique la liste des adresses IP suspectes. Soyez rapide, car certains hébergeurs ne gardent copie de ces adresses que pendant très peu de temps (15 jours !) et l'intrusion ne se détecte pas toujours immédiatement ;
- Contactez immédiatement la police ou les autorités mentionnées ci-dessus et fournissez-leur le plus possible de renseignements sur la date, l'heure et le type d'intrusion, le dommage causé, les moyens utilisés par le pirate et les « travaux » automatiques effectués par certains ordinateurs ;
- Restez discret vis-à-vis de la presse pour éviter une mauvaise publicité, mais n'hésitez pas à informer de façon anonyme des sites de centralisation d'informations sur la sécurité, comme le site de Secuser News (<http://www.secuser.com>) sur la manière dont les pirates ont procédé et sur les trous de sécurité découverts dans les logiciels.

## **2. Responsabilité**

### **Ma responsabilité est-elle engagée pour les informations qui ont été modifiées lors d'une attaque? (pour n'avoir pas mis tous les moyens de sécurité en place, par exemple)**

---

**149. -** Il n'existe malheureusement pas de réponse toute faite à cette question importante. Mais sachez qu'en cette matière, deux types de responsabilité peuvent vous incomber :

- une responsabilité contractuelle
- une responsabilité quasi-délictuelle

#### **La responsabilité contractuelle**

Si un contrat a été conclu entre le concepteur technique et le titulaire du site concernant la question de la sécurité informatique, la responsabilité du concepteur peut effectivement être engagée pour n'avoir pas rempli ses obligations contractuelles. Cela ne veut dire en aucun cas qu'il sera responsable lors de toute attaque informatique, car il est certain que, même protégé, le site sera toujours "craquable"(plus difficilement, bien sûr)! Par contre, si les moyens de sécurisation demandés n'ont pas été installés, le concepteur aura beaucoup de mal à se dégager de sa responsabilité.

La réponse concrète dépendra des clauses relatives à la responsabilité insérées dans le contrat.

## **La responsabilité quasi-délictuelle**

Pour que ce type de responsabilité soit retenu, il faudra que le titulaire prouve qu'il y a faute, dommage, et un lien de causalité entre la faute et le dommage.

Nous ne pensons pas (mais cette réflexion n'engage que nous, car la doctrine et la jurisprudence ne sont pas claires à ce propos), que le fait que le concepteur n'ait pas mis en place tous les moyens de sécurité, puisse être considéré comme une faute de sa part. Par contre, il est bien possible que le fait de ne pas avoir « rétabli » le site après l'attaque soit constitutif d'une faute (imaginons le cas où un *hacker* a modifié la *Home page* du site en y mettant des propos racistes et xénophobes. Si le concepteur (chargé également de la maintenance du site) met plus d'une semaine à enlever ce texte, il est clair que le titulaire aura subi un dommage (son image est ternie, et il pourrait même être cité à comparaître pour avoir proféré des propos racistes et xénophobes) et que la responsabilité quasi-délictuelle du concepteur pourrait être retenue).

## **Partie 8 - Contenu illicite et préjudiciable**



## **Le principe de la liberté d'expression me permet-il de faire figurer ce qu'il me plaît sur mon site ?**

---

**150.** - NON. Le principe de la liberté d'expression ne vous permet pas de dire ce qu'il vous plaît sur Internet. En effet, ce droit de vous exprimer librement est tenu en échec par un certain nombre de lois qui répondent à certains critères et qu'il vous faut impérativement respecter.

### ***Le principe***

**151.** - La liberté d'expression, qui recouvre la liberté d'opinion, mais aussi celle de recevoir et de communiquer des informations ou des idées, est consacrée à l'article 10 de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales du 4 novembre 1950 approuvée par la loi belge du 13 mai 1955. Toute personne a donc le droit de s'exprimer librement sans que, en principe, les autorités publiques ne puissent limiter cette faculté.

### ***Les exceptions***

**152.** - Le même article souligne néanmoins que ces libertés peuvent être soumises à des formalités, conditions, restrictions ou sanctions. Ces exceptions au principe doivent encore répondre à certaines conditions dont la première est d'être consacrée par une loi (un Arrêté royal ne suffira pas). Il faut ensuite qu'il s'agisse de mesures nécessaires dans une société démocratique :

- à la sécurité nationale,
- à l'intégrité territoriale,
- à la sûreté publique,
- à la défense de l'ordre et à la prévention du crime,
- à la protection de la santé ou de la morale,
- à la protection de la réputation ou des droits d'autrui,
- pour empêcher la divulgation d'informations confidentielles,
- ou pour garantir l'autorité et l'impartialité du pouvoir judiciaire.

**Vous êtes donc libre de faire figurer ce que vous voulez sur le Web sauf ce qui a été explicitement interdit par la loi et qui se révèle être une mesure nécessaire dans une société démocratique (contenu illicite). De plus, si certains contenus ne seront pas qualifiés d'illicites, ils pourront être de nature à causer un préjudice à un tiers (contenu préjudiciable<sup>35</sup>). Dans ce cas, vous pourriez être tenu de réparer ce préjudice et donc de payer des dommages et intérêts à la victime si la faute est reconnue.**

Ce qui revient à dire qu'on ne peut pas faire figurer n'importe quoi sur Internet. Dans les lignes qui suivent nous passerons en revue les différentes lois contenant des dispositions sur les contenus illicites et préjudiciables sur Internet.

---

<sup>35</sup> La frontière entre les informations illicites et simplement préjudiciables n'est pas toujours claire et varie d'un pays à l'autre.



## Quels sont les contenus que je dois éviter de faire figurer sur mon site ?

---

**153.** - Nous vous conseillons vivement de ne pas intégrer les informations suivantes dans votre site web:

- des incitations à la haine ou à la discrimination raciale,
- des provocations à commettre des crimes ou des délits,
- des messages à caractère violent,
- des propos révisionnistes ou xénophobes,
- des textes ou des images à caractère pornographique ou pédophile,
- des propos calomnieux ou diffamatoires (c'est-à-dire des accusations mensongères qui portent atteinte à la réputation, à l'honneur),
- des informations qui sont dangereuses (des directives sur la procédure à suivre pour se suicider, des informations relatives à la confection de bombes, des recettes servant à la production de stupéfiants ou drogues) et/ou fausses ou erronées (si un site sur des champignons confond les champignons comestibles et vénéneux).
- des données à caractère personnel d'un tiers sans au moins l'avoir averti préalablement,
- l'image d'un tiers sans avoir obtenu préalablement son autorisation,
- des œuvres pour lesquelles vous n'avez pas obtenu l'autorisation de reproduction,
- des liens vers des fichiers MP3 pirates (le Président du Tribunal de Commerce de Bruxelles, dans une décision du 2 novembre 1999 (Belgacom Skynet), a contraint Skynet, sous astreinte, de supprimer tous les sites de ses clients situés sur ses serveurs qui contenaient des liens vers des fichiers MP3 prétendument illégaux).

## Puis-je donner librement des informations sur les attaques informatiques ?

---

**154.** - NON. Bien qu'il ne vous soit pas interdit de donner des informations générales sur les techniques de protection et sur la manière dont certains *hackers* procèdent, vous ne pouvez ni donner des informations préparatoires au *hacking*, ni faire figurer des informations obtenues par un tel accès illicite.

Dans ce paragraphe, nous avons voulu nous attarder sur les articles du projet de loi relatif à la criminalité informatique traitant des contenus illégaux en lien étroit avec les attaques informatiques. Nous insistons sur le fait que ce projet n'a pas encore été adopté et qu'il est possible que ces articles soient encore modifiés.

### *Informations préparatoires au hacking*

**155.** - Le premier article intéressant dans cette matière est l'article 550bis §5 (en projet). Il consacre l'interdiction d'insérer sur un site des informations expliquant les moyens par lesquels on peut accéder à un système informatique ou s'y maintenir alors que l'on sait que l'on n'y est pas autorisé. Pour que cet acte soit punissable, il faut donner ces informations dans un but de nuire ou avec une intention frauduleuse. La loi veut donc

réprimer des comportements préparatoires au « hacking », mais elle n'empêche pas de diffuser des informations générales en matière de techniques de protection.

#### ***Informations aidant le sabotage informatique***

**156.** - Dans le même esprit, l'article 550ter (en projet) interdit la mise à disposition de données en sachant qu'elles peuvent servir à causer un dommage à des données ou à empêcher, même partiellement, le fonctionnement correct d'un système informatique. Ici aussi il faudra qu'il y ait intention frauduleuse ou but de nuire pour être punissable.

#### ***Informations obtenues suite à un accès illicite***

**157.** - Finalement, le projet de loi (art. 550bis §7 en projet) interdit de divulguer sur un site web des données dont on sait qu'elles ont été obtenues par "hacking" (introduction de l'extérieur) ou par dépassement du pouvoir d'accès (introduction par l'intérieur).



## **Partie 9 - Autoréglementation**



**158.** - Au-delà du respect des exigences légales, il vous est possible d'offrir des services qui sont de nature à apporter un niveau de protection supérieur à vos clients, et de les placer ainsi dans un contexte de confiance pour acheter des biens ou des services. Diverses démarches sont possibles. Toutes s'inscrivent dans le cadre de ce que l'on appelle *l'autoréglementation*, c'est-à-dire une démarche volontaire visant à respecter certains engagements à côté des obligations prévues par le législateur. Souvent, ces initiatives naissent dans le chef de secteurs professionnels qui entendent ainsi donner une meilleure visibilité à leur profession.

Dans ce cadre, il vous est possible de prendre les engagements suivants :

- adhérer à un code de conduite,
- participer à une initiative de labellisation,
- offrir un mode alternatif de règlement des litiges.

## 1. Adhérer à un code de conduite

### Qu'est-ce qu'un code de conduite ?

**159.** - Les codes de conduite sont un ensemble d'engagements pris de façon volontaire et en l'absence de contraintes légales. Des entreprises, des associations et d'autres organismes s'engagent ainsi à influencer ou à réglementer les pratiques commerciales pour leur propre bien et pour celui de leur collectivité. Ces codes de conduite existent dans différents domaines d'activités (publicité, marketing direct, environnement, Internet, etc.). Ils représentent un intérêt pratique dans la mesure où ils peuvent constituer un instrument efficace et souple qui peut compléter certaines législations et ainsi répondre aux besoins des consommateurs.

A titre d'illustration, on peut citer les codes de conduite suivants :

- le code de conduite de l'Association Belge du Marketing Direct (aussi appelé code de déontologie : <http://www.bdma.be/Fr/html/FrameFr.html><sup>36</sup>), applicable à l'ensemble de ses membres, utilisateurs ou prestataires du Marketing Direct. Ce code s'adresse aux différents secteurs concernés en édictant une série de mesures auto-régulatrices destinées à garantir de la part des entreprises visées des comportements loyaux et honnêtes. Il se veut un outil servant à améliorer l'information et la protection du consommateur ainsi qu'à la valorisation de la profession. Il porte sur diverses matières telles que la protection du consommateur, la protection de la vie privée, le crédit à la consommation, etc., et prévoit des sanctions (avertissement, blâme, amende voire exclusion de l'Association) en cas de non respect ;
- le code de conduite de l'ISPA (Association des Fournisseurs de Services Internet) (<http://www.ispa.be/fr/c040201.html><sup>37</sup>), qui pose les principes de respect de la législation, d'honnêteté, de protection des données, d'information sur les prix. Le non respect de ces principes peut entraîner une exclusion de l'Association.
- le code de conduite de Tests-Achats en collaboration avec d'autres associations européennes de défense des consommateurs ([<sup>36</sup> Consulté le 3 janvier 2000.](http://www.budget-</a></li></ul></div><div data-bbox=)

<sup>37</sup> Consulté le 3 janvier 2000.

[net.com/bnet/webtradersite/code\\_be.html](http://net.com/bnet/webtradersite/code_be.html)) énumère dix règles relatives au commerce électronique (sécurité juridique, information des consommateurs, paiement, ...). Les entreprises qui adhèrent à ce code afficheront un logo « Web Trader ». Des procédures de contrôles sont prévues. L'idée de cette initiative est de rassurer le consommateur sur le sérieux des entreprises qui affichent ce label.

## Comment informer mes clients de mon adhésion à un code de conduite ?

---

**160.** - Si vous adhérez à un code de conduite, il est dans votre intérêt de le faire savoir à vos clients. Cette adhésion constitue en effet un argument commercial indéniable. Vous pouvez donc mettre en évidence votre adhésion en affichant une icône, un label ou un lien hypertexte qui renvoient au code et permettent ainsi aux visiteurs de le consulter.

De même, il vous est possible de faire mention du code de conduite dans vos conditions générales de vente.

## Quelle est la portée de mon adhésion à un code de conduite ?

---

**161.** - La référence sur votre site à un code de conduite n'est pas dénuée de conséquences. Vous êtes non seulement tenu par le contenu du code, mais vos clients pourront aussi s'en prévaloir en cas de non respect.

En effet, certains codes prévoient la possibilité pour un tiers (consommateur ou autre) d'introduire une plainte auprès de l'association concernée pour non respect par l'un de ses membres. Généralement, une procédure est mise en place et des sanctions sont prévues. Cela constitue un premier type de recours possible.

D'autre part, il est possible qu'un de vos clients se prévale des dispositions du code de conduite lors d'un recours en justice, et indépendamment de toute intervention de l'association. Deux hypothèses doivent néanmoins être distinguées :

- soit vous ne faites pas référence au code de conduite dans vos documents contractuels : dans ce cas, il n'est pas certain que le code ait valeur obligatoire et que votre client puisse l'invoquer. Tout au plus êtes-vous susceptible d'être « sanctionné » par l'association en cas de non respect ;
- soit vous faites expressément référence au code dans vos documents contractuels : alors le code devient partie intégrante du contrat et vos clients sont en droit de s'en prévaloir.

## 2. La labellisation

### Qu'est-ce que la labellisation ?

**162.** - La labellisation est une technique qui consiste à afficher un label – ou étiquette – sur un site Web afin de mettre en évidence l'engagement de ce site à respecter certains critères. Elle a pour but de donner une meilleure visibilité à un site Web et aux pratiques que ce site applique dans ses relations avec ses clients. Elle présente un argument commercial visant à faire mieux vendre les produits et les services offerts par le site.

Concrètement, si vous participez à une initiative de labellisation, vous afficherez en évidence sur votre site un label. Ce dernier doit offrir un hyperlien permettant aux visiteurs du site d'accéder aux règles qui expliquent le fonctionnement du label, et ainsi vérifier à quels engagements vous avez souscrit.

Cette sorte de « sceau de qualité » présente l'avantage de garantir la fiabilité de votre site et montre votre volonté à prendre des engagements supplémentaires pour satisfaire vos clients. La volonté ultime est de créer un contexte de confiance dans lequel l'internaute et potentiel client, se sente en toute confiance pour acheter des produits ou des services sur votre site.

### Comment garantir à mes clients que le label est de qualité ?

**163.** - Vous devez être conscient du fait que la simple présence d'un label sur un site n'est pas automatiquement assimilée par les internautes à un gage de qualité. En effet, nombre de labels existent déjà à l'heure actuelle, et bon nombre d'autres devraient voir le jour dans un proche avenir. Devant une telle prolifération, et souvent une signification bien diverse, les internautes chercheront à savoir si certaines garanties minimales sont respectées.

Vous devez offrir une visibilité au label afin de donner une information suffisante aux internautes. Pour cela, vous devez au minimum :

- inciter les internautes à cliquer sur le label afin de vérifier sa signification (et qu'il n'est pas usurpé par le simple copiage d'une image) ;
- offrir un hyperlien vers une page qui explique qui est à l'origine du label, quels sont les critères qui servent de base, comment le label est attribué, si des contrôles de conformité sont effectués périodiquement, etc. ;
- offrir, dans la mesure du possible, un accès vers le rapport qui explique que vos pratiques sont en conformité avec les critères du label, et les éventuelles modifications que vous aurez dû apporter à ces pratiques afin d'être en conformité avec les critères.

Tous ces éléments doivent permettre aux internautes de se prononcer sur la fiabilité de l'initiative de labellisation, et de décider si votre site est réellement fiable et mérite leur confiance.



### 3. Recourir à un mécanisme alternatif de résolution des litiges en ligne

**164.** - En plus de l'adhésion à un code de conduite ou d'une initiative de labellisation, vous pouvez proposer un *mécanisme alternatif de résolution de litiges*. Deux solutions s'offrent à vous :

- soit vous proposez de régler les plaintes qui vous parviennent *en interne* en offrant une « hotline » pour que les consommateurs puissent adresser leurs plaintes. Dans ce cas, c'est à vous de régler le différend avec votre client ;
- soit vous avez recours à un organisme tiers chargé de résoudre les conflits en ligne.

Cette deuxième solution offre plus de garanties puisqu'un tiers neutre intervient dans la résolution du litige entre le vendeur et l'acheteur.

#### Qu'est-ce qu'un mécanisme alternatif de résolution de litiges en ligne ?

**165.** - Un mécanisme alternatif de résolution des litiges est destiné à résoudre les conflits par d'autres moyens que les cours et tribunaux. Une plainte est introduite devant un médiateur, un conciliateur ou un arbitre qui va se charger de trouver une solution au conflit, ou à tout le moins d'aider les parties à parvenir à une solution. Depuis peu, certains organismes permettent de recourir à cette procédure par Internet (notamment au Canada et aux Etats-Unis, mais des organismes européens devraient voir le jour prochainement).

Vous pouvez choisir d'avoir recours à la médiation, la conciliation ou l'arbitrage :

- dans le cadre de la médiation : vous allez confier le conflit à un tiers neutre, le *médiateur*, qui va tenter d'établir une communication entre les parties au litige (vous-même et votre client) afin de parvenir à un accord. Vous ne serez pas obligé, pas plus que votre client, de suivre la solution proposée par le médiateur ;
- dans le cadre de la conciliation : un tiers neutre, le *conciliateur*, va tenter d'établir une communication entre vous et la société ou la personne avec laquelle vous êtes en conflit et va donner la solution juridique qui devrait être adoptée selon lui. Là encore, il n'y a pas d'obligation à respecter la proposition du conciliateur ;
- dans le cadre de l'arbitrage : *l'arbitre*, tiers neutre, décidera de la solution à apporter au litige. A la différence de la conciliation et de la médiation, la décision de l'arbitre s'imposera à vous et à votre adversaire.

## Quels sont les avantages de proposer un mécanisme alternatif de résolution des litiges ?

---

**166.** - Si vous proposez à vos clients de résoudre en ligne les litiges qu'ils pourraient avoir avec vous, ils bénéficieront d'une procédure plus facile et plus rapide pour résoudre le litige. Un mode alternatif de résolution des litiges procure en effet les avantages suivants :

- la facilité : directement à partir d'Internet, vos clients pourront introduire une plainte en remplissant un simple formulaire, sans se déplacer devant un tribunal, ni demander à un avocat de s'occuper du dossier.
- la rapidité : la procédure sera rapide. Les deux parties seront rapidement fixées sur le sort du conflit. Parfois, le simple fait de demander l'intervention d'un tiers suffit pour régler le problème.
- la flexibilité : un mécanisme alternatif est plus souple qu'un recours à la justice traditionnelle. A tout moment, chaque partie est libre de trouver un accord avec son « adversaire » et d'arrêter la procédure. De plus, le médiateur, conciliateur ou arbitre peut décider non seulement sur base de dispositions légales mais aussi en équité et sur base de codes de conduite.
- un moindre coût : la tendance actuelle est de faire payer le coût de la procédure à la société commerciale et de la considérer comme un service au client. Dans cet objectif, la procédure est soit gratuite, soit représente des frais modérés pour le client.



# Glossaire



# Glossaire

*Avertissement : certaines des définitions qui suivent sont issues des sites suivants :*

<http://www.total.net/~jfg/glosfr.htm>  
<http://www.geocities.com/Paris/5587/dico.html>

## A

---

### **Adresse IP**

Adresse Internet Protocol (protocole Internet) d'un ordinateur connecté à Internet, par exemple 193.190.127.2

### **Applet**

Programme informatique écrit en langage Java™. Les applets sont des applications qui suivent un ensemble de conventions grâce auxquelles ils peuvent s'exécuter dans un navigateur compatible Java.

### **Authentification**

Technologie qui permet de garantir l'authenticité de la source d'une transmission électronique.

## B

---

### **Bande passante**

Volume de données pouvant être transmises lors d'une connexion pour ne pas dépasser la capacité maximale du support. Elle se mesure généralement en bits par seconde (bps).

### **Baud**

Vitesse de transmission des données d'un modem ou d'un autre dispositif. Cette unité de vitesse se mesure, au niveau technique, en nombre d'événements ou en changements de signaux par seconde.

### **Bits**

Binary digiT : représentation électronique binaire de l'information 0 ou 1.

## **Bps**

Bits par seconde: vitesse de transfert d'information.

## **Browser**

Logiciel permettant de visualiser les pages Web et de naviguer dans la hiérarchie des documents (Netscape Navigator, Microsoft Explorer).

## **Bug ou bogue**

Un bug est une erreur de développement du logiciel entraînant une erreur à l'exécution.

# **C**

---

## **Chat (conversation)**

Programme interconnecté permettant à de multiples utilisateurs de « dialoguer » en temps réel. Pour cela, ils tapent leurs messages sur leur ordinateur puis les envoient sur un réseau local ou sur Internet.

## **Client /serveur**

Architecture qui s'appuie sur un concept de répartition des traitements et des données sur un ensemble de machines comprenant des serveurs centraux et des postes clients finals. Les serveurs rendant des services aux clients.

## **Codage**

Processus de brouillage des informations transmises.

## **Consommateur**

Toute personne physique ou morale qui acquiert ou utilise à des fins excluant tout caractère professionnel des produits ou des services mis sur le marché (article 1<sup>er</sup>, 7<sup>o</sup>, LPC).

## **Consortium W3**

Consortium industriel dirigé par le Laboratory for Computer Science du Massachusetts Institute of Technology de Cambridge. W3 est l'abréviation de World Wide Web. Ce consortium favorise le développement des standards et encourage l'interfonctionnement entre les produits du World Wide Web.

## **Contenu**

Combinaison de texte, d'images, de fichiers son, de données ou de toute autre information présentée par un site Web.

## **Contrat à distance**

Tout contrat concernant des produits ou des services conclu entre un vendeur et un consommateur dans le cadre d'un système de vente ou de prestations de services à distance organisé par le vendeur qui, pour ce contrat, utilise exclusivement une ou plusieurs techniques de communication à distance jusqu'à la conclusion du contrat, y compris la conclusion du contrat elle-même (article 77 § 1<sup>er</sup>, 1<sup>o</sup>, LPC).

## **Cookie**

Fichier stocké sur le disque dur d'un ordinateur, utilisé pour identifier l'ordinateur ou les préférences de l'utilisateur vers un ordinateur distant. Les « cookies » sont fréquemment utilisés pour identifier les visiteurs d'un site Web.

## **Cyber-**

Préfixe pour tout ce qui concerne l'informatique ou Internet. Par exemple, si vous installez un ordinateur dans votre café préféré, celui-ci deviendra un cyber-café.

## **Cyberspace ou Cyberespace**

Univers virtuel des informations transmises par des ordinateurs, des programmes, des supports audio et vidéo, le téléphone et la télévision, par câble ou par satellite. Le terme de Cyberspace a été créé par le romancier de science-fiction William Gibson en 1984 et qui se réfère à un monde imaginaire où les communications électroniques sont omniprésentes.

## **D**

---

### **Discussion modérée**

Liste de diffusion ou groupe de discussion en ligne, pilotée et éditée par une personne qui est chargée d'éliminer tout postage non approprié ou hors sujet.

### **DNS**

Un Serveur DNS permet de traduire un identifiant Internet alphabétique en adresse IP.

### **Donnée à caractère personnel**

Le terme « donnée à caractère personnel » recouvre toutes les informations concernant une personne physique identifiée ou identifiable. Une personne est identifiable lorsqu'elle peut être identifiée, directement ou indirectement, notamment par référence à un numéro d'identification ou à un ou plusieurs éléments spécifiques, propres à son identité physique, physiologique, psychique, économique, culturelle ou sociale.



## **Droit de renonciation**

Possibilité offerte au consommateur, dans le cadre d'un contrat à distance, de renoncer à son achat, sans pénalités ni indication de motifs.

## **E**

---

### **E-mail ou courrier électronique**

Méthode permettant d'échanger des messages écrits entre différents postes d'un réseau informatique. Les logiciels de courrier électronique les plus couramment utilisés sont Eudora, Microsoft Exchange et Netscape Messenger.

## **F**

---

### **FAI**

Acronyme de *fournisseur d'accès à Internet* : société qui, moyennant un abonnement, fournit un accès à Internet.

### **FAQ**

Acronyme de frequently asked questions (questions fréquemment posées), liste de questions et réponses disponibles pour les utilisateurs sur, par exemple, une technologie ou un logiciel particuliers. Il est recommandé de lire la liste FAQ avant d'appeler ou d'envoyer un message de demande d'assistance technique, car la réponse à la question que vous vous posez peut s'y trouver. Egalement appelé en français « foire aux questions ».

### **Favoris**

Sert à décrire une page ou une adresse à laquelle l'utilisateur souhaite retourner régulièrement.

### **Firewall (pare-feu)**

Logiciel et/ou hardware destiné à interdire tout accès non autorisé à un réseau informatique.

### **Freeware**

Logiciel disponible gratuitement. Il faut le distinguer du logiciel à contribution volontaire.

### **FTP**

Acronyme de *File Transfer Protocol* (protocole de transfert de fichier), protocole Internet permettant aux utilisateurs d'échanger des fichiers entre ordinateurs.

## G

---

### **GIF ou .gif**

Acronyme de *Graphics Interchange Format* (format d'échange graphique), un type de format de fichier graphique destiné aux documents du World Wide Web.

### **Gigaoctet**

Unité de taille de fichier électronique représentant environ un milliard d'octets.

### **Groupes de discussion ou newsgroups**

Groupes ou forums sur le Usenet dans lesquels les utilisateurs peuvent échanger informations, idées, astuces, conseils et opinions sur un thème particulier. Les groupes de discussion sont classés par rubriques.

## H

---

### **Hacker**

Pirate informatique.

### **Hors connexion**

Non connecté à Internet.

### **Hotline**

Assistance téléphonique.

### **HTTP**

Acronyme de *HyperText Transfer Protocol* (protocole de transfert de lien hypertexte), le protocole de base de la technologie du World Wide Web. HTTP représente un ensemble d'instructions pour le logiciel qui gère la transmission des documents HTML sur Internet.

### **HTML**

*HyperText Markup Language* – langage utilisé pour créer des pages Web.

### **Hypertexte**

Texte électronique dans un format qui procure un accès instantané, via des liens, à un autre hypertexte au sein du même ou d'un autre document.

## I

---

### **ICANN**

Internet Corporation for Assigned Names and Numbers.

### **Internaute**

Personne connectée sur Internet.

### **Interface**

Jonction entre deux opérateurs (matériel, logiciel, humain) leur permettant d'échanger des informations par l'adoption de règles communes, physiques ou logiques.

### **Internet**

Dans son sens le plus large, un réseau internet est un grand réseau informatique composé d'un certain nombre de réseaux plus petits. Internet avec un "I" majuscule fait référence au réseau physique qui constitue le Web et qui a permis d'étendre le courrier électronique à l'échelle mondiale.

### **Intranet**

Réseau privé interne à une organisation. Les réseaux intranet utilisent fréquemment les protocoles Internet pour livrer leur contenu. Ils sont souvent protégés du réseau Internet par des *firewall* (ou pare-feu).

### **IP**

Internet Protocol : Protocole Internet d'acheminement d'information sur Internet.

## J

---

### **Java™**

Langage de programmation orienté objet développé par Sun Microsystems, destiné à la création d'applets ou de programmes pouvant s'appliquer à des documents Web. Il est possible d'insérer un applet dans une page HTML, de la même manière qu'une image. Vous affichez une page comportant un applet Java, à l'aide d'un navigateur prenant en charge le langage Java. Le code de l'applet est alors transféré vers votre système et exécuté par le navigateur.

## L

---

### **Lien**

Abréviation de lien hypertexte. Un lien fait référence à une zone réactive dans un document Web. Il est généralement distinct du reste du texte, grâce à sa couleur différente. Il est possible de cliquer sur un lien pour ouvrir un objet provenant de la base de données active ou autre, d'un autre document, d'une page HTML sur le Web.

### **Lien hypertexte**

Référence ou lien, sous la forme d'un texte spécifiquement codé ou d'une image graphique, reliant un point donné dans un document HTML à un autre point du document ou d'un autre document sur le World Wide Web, ou encore à un point particulier d'un autre document sur le Web. Lorsque vous cliquez sur un lien hypertexte, celui-ci vous renvoie au point ou au document désigné par le lien.

### **Logiciel à contribution volontaire**

Logiciel disponible pour un essai gratuit, mais pour lequel l'auteur ou le développeur exige une contribution en cas d'utilisation. En général, de tels logiciels sont développés par des petites entreprises ou des programmeurs individuels ayant entrepris de résoudre un problème informatique particulier ou de développer une nouvelle application. Parfois, la documentation correspondant au logiciel est envoyée en retour de paiement.

### **Login**

Nom d'utilisateur ou numéro d'identification pour s'identifier sur un serveur.

## M

---

### **Mégaoctet**

Unité de taille de fichier électronique représentant environ un million d'octets.

### **Modem**

Acronyme de modulateur/démodulateur, un équipement matériel qui relie un ordinateur à d'autres ordinateurs ou à Internet, par l'intermédiaire d'une ligne téléphonique standard ou RNIS. Un modem peut être interne, intégré à un ordinateur, ou externe. Un modem externe est un boîtier qui raccorde l'ordinateur à une ligne téléphonique. Les différents modems se distinguent par leur vitesse de transmission des données, exprimée en bauds.

### **Moteur de recherche**

Programme ou service utilisé pour localiser des informations sur le Web. L'accès à un moteur de recherche s'effectue généralement à l'aide d'un navigateur. Parmi les moteurs

de recherche les plus connus citons Altavista, Excite, Yahoo!, WebCrawler, Infoseek et Lycos. De nouveaux moteurs de recherche sont développés en permanence.

### **MP3**

Mep-1 Layer 3, format de fichier audio permettant d'assurer une qualité d'écoute comparable à celle d'un CD Audio et un taux de compression allant jusqu'à 12.

### **Multimédia**

Terme désignant tout contenu qui combine du texte, des graphiques, des fichiers son et/ou vidéo.

## **N**

---

### **Navigateur**

Programme client utilisé pour rechercher des réseaux, extraire et afficher des copies de fichiers dans un format de lecture simplifié. Les navigateurs standards actuels peuvent également faire appel à des programmes associés pour exécuter des fichiers son et vidéo. Internet Explorer et Netscape Navigator sont des navigateurs largement répandus.

### **Net**

Le terme Net, avec un "N" majuscule, est une abréviation d'Internet.

### **Netiquette**

Combinaison de net et d'étiquette qui représente des règles de savoir-vivre et d'optimisation sur Internet.

### **Nom de domaine**

Sur Internet, nom d'un ordinateur ou d'un groupe d'ordinateurs servant à identifier son emplacement électronique (et parfois géographique) pour la transmission des données. Le nom de domaine contient généralement le nom d'une organisation et est toujours suivi d'un suffixe de deux ou trois lettres qui désigne le type de l'organisation ou le pays du domaine.

## **O**

---

### **Octet**

Un octet regroupe 8 bits et permet de coder 256 caractères sous forme binaire.

## P

---

### **Page web**

Cadre de contenu sur le World Wide Web, défini par un seul fichier HTML et se rapportant à une seule URL.

### **Page d'accueil (ou *Home page*)**

Page principale d'un site Web. Les pages d'accueil contiennent généralement des liens qui renvoient à d'autres emplacements du site propre ou de sites externes. Certains sites Web de grande taille peuvent posséder plusieurs pages d'accueil.

### **PDF**

*Portable Document Format*. Format de fichiers créé par Adobe permettant de visualiser et d'imprimer un fichier sur n'importe quelle plate-forme via l'outil Acrobat Reader.

### **PIN**

*Personal Identification Number*, code secret personnel.

### **Plate-forme**

Matériel et logiciel système sur lesquels repose un système informatique.

### **Plug-in**

Composant ou module logiciel qui améliore les capacités d'une application, généralement pour permettre de lire ou d'afficher des fichiers d'un type particulier. Dans le cas du navigateur Web, les plug-in servent à afficher du contenu riche tel que des fichiers audio, vidéo ou des animations.

### **Portail**

Site Internet fédérateur à partir duquel l'utilisateur commence sa recherche.

### **Protocole**

Ensemble de règles ou standards établis pour la communication des données sur un réseau, en particulier Internet. Les ordinateurs et les réseaux communiquent par le biais de protocoles qui déterminent leur comportement mutuel pour que le transfert des informations puisse s'effectuer.

### **Provider**

Entreprise fournissant l'accès à Internet pour les particuliers, via les lignes téléphoniques, le câble, etc.

## R

---

### **RNIS**

Acronyme de Réseau numérique à intégration de services, un réseau qui fait office de service de connexion numérique pour le téléphone et les dispositifs de communications. Une connexion RNIS peut procurer un accès Internet à une vitesse relativement grande (jusqu'à 128 000 bits par seconde).

### **Routeur**

Machine de communication dont le rôle est d'établir une interconnexion, entre 2 segments de réseaux locaux. Elle détermine la route qu'un paquet doit prendre pour arriver à destination.

## S

---

### **Sans fil**

Tout système de communication distante qui fonctionne sans fil, y compris les transmissions à infra-rouge, cellulaires et par satellite.

### **Script ou langage script**

Raccourci de programmation qui permet à des utilisateurs peu expérimentés à la technique de créer sur leur ordinateur un contenu riche et qui offre aux programmeurs un moyen rapide de créer des applications simples.

### **Serveur**

Ordinateur, ou son logiciel, qui "sert" d'autres ordinateurs sur un réseau en gérant les fichiers et le fonctionnement du réseau.

### **SET**

*Secure Electronic Transactions*. Protocole de sécurisation de transfert de données basé sur une technologie de cryptage et l'authentification du titulaire.

### **Signature**

Fonction du courrier électronique ou de Usenet qui indique l'auteur du message et/ou l'origine de celui-ci. Les signatures peuvent communiquer votre humeur du moment ou la pensée du jour. Une signature peut transmettre une quantité d'informations, en fin de message, mais par courtoisie, il est préférable de la limiter à seulement quelques lignes.

## **Signet**

Procédure informatique permettant à l'utilisateur d'enregistrer un site réseau de manière à pouvoir y retourner facilement. En cliquant sur un signet, l'utilisateur accède directement au site souhaité sans avoir à réinscrire son URL. Un recueil de signets est appelé liste de signets.

## **Site**

Ensemble de pages Web reliées, résidant sur le même serveur et interconnectées par des liens hypertexte.

## **Spamming**

Postage électronique d'informations diverses et variées, non sollicitées, la plupart du temps de nature publicitaire, et généralement envoyées en masse à des destinataires non intéressés.

## **SSL**

*Secure Socket Layer*. Protocole de communication sécurisé via Internet en chiffrant les données au niveau de l'application.

## **Surfer**

Argot pour "naviguer sur Internet". Signifie naviguer sans but précis.

## **T**

---

## **TCP/IP**

Combinaison des acronymes de *Transmission Control Protocol* (protocole de contrôle de transmission) et de *Internet Protocol* (protocole Internet), les deux protocoles qui administrent la manière dont ordinateurs et réseaux gèrent le flux d'informations sur Internet.

## **Téléchargement**

Procédure visant à demander et à transférer un fichier d'un ordinateur distant vers un ordinateur local, puis à sauvegarder ce fichier dans l'ordinateur local.

## **Télétransmission**

Procédure visant à transférer un fichier d'un ordinateur local vers un ordinateur distant, via un modem ou un réseau.



## Traitement de données à caractère personnel

Le terme « traitement » comprend toute opération ou ensemble d'opérations effectuées ou non à l'aide de procédés automatisés et appliqués à des données à caractère personnel. Les opérations concernées sont notamment : la collecte, l'enregistrement, l'organisation, la conservation, l'adaptation, la modification, l'extraction, la consultation, l'utilisation, la diffusion, etc. des données.

## Transmission de fichier audio en continu

Fichiers son saisis en temps réel dans un fichier audio ou transmis en temps réel sur Internet. Un plug-in ajouté au navigateur Web décompresse et lit les données au fur et à mesure de leur arrivée sur l'ordinateur. La transmission d'un fichier audio ou vidéo en continu supprime l'attente résultant du téléchargement de la totalité du fichier et permet ainsi de lire la totalité du fichier avec un programme d'aide.

## U

---

### URL

Acronyme de *Uniform Resource Locator* (localisateur uniforme de ressources), l'adresse qui spécifie l'emplacement électronique d'une ressource (un fichier) Internet. Une adresse URL est généralement constituée de quatre parties : le protocole, le serveur (ou domaine), le chemin et le nom de fichier, quoique dans certains cas, le chemin ou le nom de fichier ne figure pas.

### Usenet

Service d'information télématique sur lequel les lecteurs peuvent échanger des informations, des idées, des conseils et des opinions. Système de distribution des newsgroups créé en 1970.

## V

---

### Virus

Programme nuisible, créé par l'homme pour détecter d'autres programmes et les "infecter" en leur incorporant sa propre copie. Lorsqu'un programme infecté est exécuté, le virus est activé.

## W

---

### **le Web**

Abréviation de World Wide Web.

### **World Wide Web**

Recueil de contenus multimédia interconnectés par des liens et qui offre une interface graphique conviviale pour naviguer sur Internet.



# Textes et adresses utiles



## Textes utiles

### *Protection du consommateur*

- Loi du 14 juillet 1991 sur les pratiques du commerce et sur l'information et la protection du consommateur, *M.B.*, 29 août 1991.
- Loi du 25 mai 1999, modifiant la loi du 14 juillet 1991, *M.B.*, 23 juin 1999, p.23670.

### *Protection de la vie privée*

- Loi du 8 décembre 1992 relative à la protection de la vie privée à l'égard des traitements de données à caractère personnel, *M.B.*, 18 mars 1993.
- Loi du 11 décembre 1998 modifiant la loi du 8 décembre 1992, transposant la directive 95/46/CE du 24 octobre 1995 du Parlement européen et du Conseil relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement de données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, *M.B.*, 3 février 1999.

### *Droits d'auteur et droit des marques*

- Loi du 30 juin 1994 relative au droit d'auteur et aux droits voisins, *M.B.*, 27 juillet 1994, pp.19297-19314.
- Loi du 30 juin 1994 transposant la directive européenne du 14 mai 1991 sur la protection juridique des programmes d'ordinateur, *M.B.*, 27 juillet 1994, pp. 19315-19317.
- Loi du 10 août 1998 transposant la directive européenne du 11 mars 1996 concernant la protection juridique des bases de données, *M.B.*, 14 novembre 1998, p. 36913.
- Loi du 31 août 1998 transposant la directive européenne du 11 mars 1996 concernant la protection juridique des bases de données, *M.B.*, 14 novembre 1998, p. 36914.
- Loi du 30 juin 1969 portant approbation de la Convention Benelux en matière de marques de produits, et annexe, signée à Bruxelles le 19 mars 1962, *M.B.*, 14 octobre 1969. Cette loi uniforme Benelux a été modifiée à plusieurs reprises. La dernière en date est la loi du 3 juin 1999 portant assentiment au Protocole portant modification de la loi uniforme Benelux sur les marques, fait à Bruxelles le 7 août 1996, *M.B.*, le 26 octobre 1999.
- Loi du 13 avril 1995 contenant des dispositions en vue de la répression de la traite des êtres humains et de la pornographie infantile, *M.B.*, 25 avril 1995, p. 10823.



## Adresses utiles

- Site du Ministère des Affaires économiques :  
<http://mineco.fgov.be/>
- Administration de l'Inspection économique : pour adresser une plainte :  
World Trade Centre III                      Tél. : 32 (0) 2 208 36 11  
Boulevard Simon Bolivar, 30              Fax : 32 (0) 2 208 39 15  
1000 Bruxelles                              E-mail : eco.inspec@mineco.fgov.be
- Site de la Commission de Protection de la Vie privée :  
<http://www.privacy.fgov.be/>
- Site du Centre de Recherches Informatique et Droit :  
<http://www.droit.fundp.ac.be/crid/default.htm>
- ASBL « Droit et Nouvelles Technologies » :  
<http://www.droit-technologie.org/>
- Site du Bureau Benelux des marques :  
<http://www.bmb-bbm.org>
- Site de l'ASBL DNS BE (gestion des noms de domaine .be) :  
<http://www.dns.be>
- Site de l'ISPA (association des fournisseurs de services Internet) :  
<http://www.ispa.be>





# Index



<b>A</b>	
AC .....	57
accès illicite .....	95
adresse IP .....	29, 85, 86, 89, 107
adresses e-mail .....	39
Applets Java .....	15, 41, 107
arbitrage .....	102
arbitre .....	102, 103
attaque .....	84, 85, 88, 89
authentification .....	107
autoréglementation .....	38, 59, 99

<b>B</b>	
Bancontact/Mister Cash .....	51, 52, 53
bande passante .....	107
Banksys .....	51, 52, 53
base de données .....	15, 20, 21, 31, 59, 63, 64, 65, 70, 73, 76, 78
Baud .....	107
<b>bits</b> .....	107
bonne foi .....	20, 22
Bps .....	108
<i>browser</i> .....	50, 108
bug ou boguè .....	108

<b>C</b>	
cahier des charges .....	20, 21, 24
carte de crédit .....	49, 50, 51
carte de débit .....	49, 50, 51
cartes magnétiques .....	52, 53
CD-ROM .....	48, 68, 71, 72
CERT® .....	85
<i>chat</i> .....	108
citation .....	68
clause de cession de droits intellectuels .....	19
clause de confidentialité .....	23
clause de droits d'auteur .....	42
clause de non-concurrence .....	19
clause de non-sollicitation .....	23
clause de responsabilité .....	23
clause des quatre coins .....	21
clause pénale .....	24
clause traitant de propriété intellectuelle .....	23
clauses dans le contrat de travail .....	19
clé en main .....	19, 50
clé privée .....	51, 56, 57
clé publique .....	51, 56, 57
client /serveur .....	108
codage .....	108
code de conduite .....	59, 84, 99, 100, 102
Code d'Instruction criminelle .....	87
Code pénal .....	86, 87
Commission de la protection de la vie privée .....	29
Computer Crime Unit (CCU) .....	85
concepteur .....	15
concepteur externe .....	19

conciliateur .....	102, 103
conciliation .....	102
conditions générales de vente .....	48, 100
<b>consommateur</b> .....	108
<b>Consortium W3</b> .....	108
consultant .....	19, 20
contenu .....	108
contenu illicite .....	76, 93
contenu illicite et préjudiciable .....	93
contenu préjudiciable .....	93
<b>contrat à distance</b> .....	109
contrat de conception de site .....	21, 24
contrat de création de site .....	15, 23, 25
contrefaçon .....	72, 74, 76, 77
Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme .....	93
<i>cookies</i> .....	41, 109
<i>copier/coller</i> .....	63, 64, 73
<i>Copyright</i> .....	65, 75, 76
courrier électronique .....	110
criminalité informatique .....	86, 87, 94
cryptographie .....	56
cyber- .....	109
<b>cyberespace</b> .....	109
<b>cyberspace</b> .....	109
C-ZAM .....	52, 53, 54

<b>D</b>	
discussion modérée .....	109
DNS .....	29, 30, 32, 33, 109
dommages et intérêts .....	77, 93
données à caractère personnel .....	37, 38, 87, 94, 109
droit à l'image .....	63, 71, 72
droit à l'intégrité .....	67, 73
droit d'auteur .....	63, 64, 65, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78
droit d'adaptation .....	23, 73
droit de citation .....	68
droit de communication au public .....	23, 69
droit de divulgation .....	67
droit de paternité .....	67
droit de renonciation .....	46, 47, 48, 54, 58, 110
droit de reproduction .....	23, 66
droit de traduction .....	23
droit des marques .....	34, 61, 63, 72
droit <i>sui generis</i> .....	78
droits d'auteur .....	63, 69, 70, 71, 72, 75, 76, 77
droits moraux .....	19, 66
droits patrimoniaux .....	19, 66
DVD .....	68

<b>E</b>	
e-mail .....	110
espaces de discussions .....	40
<i>exequatur</i> .....	34
exploiter une œuvre .....	69

extensions ..... 29, 30

## F

FAI ..... 110  
FAQ ..... 110  
**favoris** ..... 110  
fichiers musicaux ..... 73, 74  
*firewall* ..... 84, 110  
*frames* ..... 22  
*framing* ..... 77  
fraude ..... 74, 77, 87  
*freewares* ..... 71, 76, 110  
**FTP** ..... 110

## G

garanties ..... 23, 47, 54, 101, 102  
gif ..... 111  
Gigaoctet ..... 111

## H

*hacker* ..... 83, 84, 85, 86, 88, 94, 95, 111  
hébergement ..... 20, 22, 25  
héberger ..... 19  
historique ..... 85, 86, 89  
hors connexion ..... 111  
**hotline** ..... 111  
HTML ..... 15, 21, 78, 111  
HTTP ..... 111  
hyperlien ..... 75, 76, 77, 101  
hypertexte ..... 111

## I

ICANN ..... 112  
ICANN ..... 30, 31  
image ..... 29, 45, 63, 64, 70,  
..... 71, 72, 73, 74, 94, 101  
infractions ..... 86, 87, 88  
interface ..... 112  
internaute ..... 112  
Internet ..... 112  
Intranet ..... 112  
intrusion ..... 83, 85, 89  
**IP** ..... 112

## J

Java™ ..... 112

## L

labellisation ..... 69, 99, 101, 102  
liberté d'expression ..... 93  
liberté d'opinion ..... 93  
licence ..... 66, 70, 71, 76  
lien hypertexte ..... 113 *Voir* hyperlien  
logiciel à contribution volontaire ..... 113  
login ..... 113

logos ..... 64

## M

maintenance ..... 20, 24, 25, 30  
marketing ..... 25, 26, 38, 41, 99  
*marketing direct* ..... 39  
marque ..... 31, 32, 33, 45, 79  
médiateur ..... 40, 102, 103  
médiation ..... 102  
Mégaoctet ..... 113  
métatags ..... 26, 78, 79  
mise à jour ..... 20, 25, 42  
mode alternatif de règlement des litiges ..... 99  
modem ..... 113  
moteur de recherche ..... 113  
MP3 ..... 74, 75, 94, 114  
multimédia ..... 114

## N

navigateur ..... 114  
négocier avec le concepteur ..... 20  
**Net** ..... 114  
Netiquette ..... 114  
*Network Solutions Inc.* ..... *Voir* NSI  
**newsgroups** ..... 111  
nom de domaine ..... 15, 22, 29, 30,  
..... 31, 32, 33, 34, 114  
NSI ..... 31

## O

obligation de conseil ..... 20  
obligation de mise en garde ..... 20  
obligation d'information ..... 20  
**octet** ..... 114

## Œ

œuvre de collaboration ..... 69  
œuvres anonymes ..... 67

## O

ordre public et bonnes mœurs ..... 26

## P

page d'accueil (ou *Home page*) ..... 115  
Page web ..... 115  
paiement anticipé ..... 49, 54  
PDF ..... 115  
photographies ..... 64, 65, 69  
PIN ..... 115  
plateforme ..... 115  
*Plug-in* ..... 115  
point de contact judiciaire central ..... 85  
police ..... 85, 89  
portail ..... 115  
pourparlers ..... 20, 22

preuve .....	31, 54, 55, 57, 69, 72, 76, 87
programmes d'ordinateur .....	63, 64
protection des consommateurs .....	45
protocole .....	115
Proton .....	52, 53, 54
<i>provider</i> .....	115
pseudonymes .....	67
publicité .....	20, 22, 45, 64, 84, 86, 89, 99
publicité comparative .....	45
publicité trompeuse .....	45

## R

<i>réception</i> .....	24, 39, 49
reproduction à usage privé .....	68, 69
responsabilité .....	15, 20, 23, 24, 31, 40, 42, 57, 58, 78, 89, 90
RNIS .....	116
routeur .....	116

## S

sabotage informatique .....	87, 95
sans fil .....	116
scanner .....	63, 66, 71, 72, 73
<i>script</i> ou langage <i>script</i> .....	116
<i>Secure Electronic Transactions</i> .....	Voir SET
<i>Secure Socket Layer</i> .....	Voir SSL
sécurité .....	84, 85, 88, 89
sécurité nationale .....	93
<i>Secuser News</i> .....	89
serveur .....	84, 85, 86, 87, 88, 89, 116
services complémentaires .....	25
SET .....	50, 51, 116
<i>sharewares</i> .....	76
signature .....	116
signature biométrique .....	56
signature digitale .....	55, 56, 57, 58
signature manuscrite .....	55, 58
signatures électroniques .. Voir signature digitale	
signet .....	117

site .....	117
société de gestion des droits d'auteur .....	70
sous-traitance .....	19, 22
spamming .....	117
SSL .....	50, 51, 117
surfer .....	117
système de sécurisation .....	50

## T

tatouage .....	74
TCP/IP .....	117
téléchargement .....	117
télécharger .....	64, 71, 73, 74
télétransmission .....	117
titulaire .....	15
traitement de données à caractère personnel .....	118
transmission de fichier audio en continu .....	118

## U

URL .....	115, 118
Usenet .....	118

## V

vente de biens et de services .....	45
vices cachés .....	24
vie privée .....	37, 38, 39, 41, 78, 99
virus .....	118

## W

Web .....	119
World Wide Web .....	119

## X

XHTML .....	21
-------------	----

