

Vendredi 13 juillet 2001

DROIT DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE

« Harry Potter n'est pas gentil ! »

Vincent Gautrais

PROFESSEUR EN DROIT DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE
UNIVERSITÉ DE MONTRÉAL

Dans l'affaire *Danone*, j'ai déjà eu l'occasion d'égratigner le droit des marques de commerce, ou plutôt, ceux qui en usent. Je me permets une modeste récidive avec une affaire de quelques mois, certes, mais délicieuse à plusieurs égards et que l'on peut se permettre de rappeler, au moment même où la publicité du film *Harry Potter*, que l'on prédit massive, se met en branle.

Une campagne de promotion est un processus de longue haleine et en décembre dernier, la machine publicitaire de *Warner Brothers*, détentrice des droits sur la marque « Harry Potter », souhaite faire table rase de tous les sites utilisant ce précieux terme dans leur URL. La voie utilisée pour y parvenir est celle que ce genre de compagnie use habituellement en pareille situation : mise en demeure, menace de procès et en bout de ligne, demande de céder les noms de domaine concernés. La particularité de cette histoire, et qui choqua une partie de l'opinion publique, est que les gestionnaires de sites avaient entre douze et seize ans et ils furent bien surpris de recevoir ce type de missive pour leurs sites vantant la magie et l'imaginaire du héros. Surpris, mais pas ébranlés, et dans une action tenant davantage du civisme que de la procédure, plusieurs sites, tels que par exemple <http://www.harrypotternetwork.net>, mirent en place une coalition contre l'ogre californien.

Le succès fut remarquable. Une autre lettre des mêmes avocats leur fut adressée pour expliquer qu'ils s'étaient mal fait comprendre et qu'ils souhaitaient seulement vérifier la qualité des sites en question. Un dernier courrier vint en fin de compte les avertir que l'affaire était close. Le moment était venu pour les enfants de fêter leur succès (<http://www.potterwar.org.uk>).

Sur le plan du droit, la requête était plus que contestable et tenait davantage de la tentative d'intimidation. La jurisprudence a déjà créé plusieurs entorses au principe de l'utilisation d'une marque dûment protégée. À titre d'exemple, sur la base de la liberté d'expression, elle autorisa l'ancienne « Playmate » de l'année 1981, *Terry Welles*, à utiliser ce mot fort convoité sur son site Internet.

Quant au droit d'auteur, il faut néanmoins constater que la conscience « copier c'est voler » est loin d'être consacrée. Et nombreuses sont les pages de fans clubs qui reproduisent allégrement photos, animations, extraits de textes substantiels relatifs au célèbre jeune binoclard.

Le droit est donc assez simple mais il montre que dans le contexte cybernétique, des difficultés d'application oblige à le reconsidérer. D'un côté, la facilité de copiage fait perdre le caractère patrimonial de l'information, de l'autre, les détenteurs de droits se

ruent sur la moindre atteinte à l'une de leurs prérogatives, malmenant bien souvent les utilisateurs qui ont eux aussi des droits.

D'où l'initiative fédérale il y a quelques jours de lancer une campagne pour une adaptation de la Loi canadienne sur le droit d'auteur. Nous en reparlerons.

vincent.gautrais@umontreal.ca