

Observatoire de la web campagne



Le Forum des droits sur l'internet a rendu publique, le 17 octobre 2006, sa Recommandation « Internet et communication électorale » consacrée à l'utilisation des NTIC pour la campagne électorale par les candidats aux élections politiques. Ces travaux se sont poursuivis avec la diffusion, en décembre, d'un guide pratique à destination des citoyens sur les usages du web politique, « Politiquement Web ». En outre, un Observatoire de la web campagne a été mis en place ; sa mission est d'assurer un suivi des usages du web politique sur la période 2007-2008.

L'Observatoire de la web campagne est composé de personnalités issues d'horizons différents et qui, chacune dans son domaine de compétences, apportent une réflexion pertinente sur les usages observés. Outre les contributions d'experts ou de responsables de formations politiques, ce groupe souhaite recueillir les témoignages des citoyens sur l'ensemble des usages. Pour ce faire, les internautes sont invités à adresser leurs observations à l'adresse : webcampagne@foruminternet.org.

Les travaux de l'Observatoire s'inscrivent dans l'objectif général affirmé dans la Recommandation du FDI : moderniser la vie politique et promouvoir une campagne éthique sur l'internet.

L'Observatoire a pour objectif d'étudier de façon détaillée toutes les pratiques nouvelles auxquelles recourront les formations politiques et les citoyens pour conduire le débat politique en ligne et mener à leurs termes les campagnes électorales sur l'internet. Il veut analyser les innovations comme les éventuelles difficultés. Il rendra publique la synthèse de ses travaux afin de contribuer à la modernisation des institutions et de la vie politique ; le cas échéant, et avec les parties prenantes, il aidera à l'élaboration progressive d'une charte éthique de la web politique.

Un premier sujet a, d'ores et déjà, été porté à la connaissance des membres de l'Observatoire. Il a trait à **des pratiques contestables de réservation et d'utilisation de noms de domaine, incluant des signes réservés ou des dénominations utilisés par les candidats à l'élection présidentielle.**

Un premier relevé de conclusions est porté à la connaissance du public.

Relevé de conclusions

Présentation

Le phénomène de réservation des noms de domaine est [connu](#) depuis 2002 par les candidats. Ainsi, en 2002, de nombreux cas de cybersquatting concernant les candidats à l'élection présidentielle avaient été relevés. Dans d'autres cas, les réservations largement anticipées étaient le fait de personnes souhaitant intervenir dans la campagne, soit au soutien, soit en opposition au programme des candidats.

Informé de la réitération de telles pratiques pour la campagne de 2007-2008, l'Observatoire de la web campagne a sollicité, dans un premier temps, les membres des équipes de campagne des candidats à l'élection présidentielle de l'année 2007 pour

connaître leurs appréciations de la question. Les équipes consultées ont été invitées à témoigner des cas dont elles ont connaissance et des moyens qui pourraient être mis en œuvre pour répondre à ces difficultés.

La plupart des partis contactés confirment l'existence des pratiques mentionnées plus haut tout en reconnaissant que le phénomène de la réservation de noms de domaine liés aux slogans ou aux noms des hommes et femmes politiques se concentre surtout sur ceux dont la notoriété est la plus grande, les candidats bénéficiant d'une notoriété moindre ne suscitant que peu de réservations. Le phénomène leur semble « ennuyeux » mais pas nécessairement stratégique.

Un examen rapide des bases *whois*¹ laisse à penser que de nombreux noms de domaine incluant des noms de personnalités restent encore disponibles à ce jour, mais que certaines combinaisons ont donné lieu à des réservations importantes (nom2007.xx).

Les réservations concernent aussi bien les ccTLD² que les gTLD³. Spécialement le .fr et le .eu ont donné lieu à de nombreuses réservations ; la faculté de réservation ayant été ouverte aux particuliers durant l'année 2006.

La permanence du phénomène est directement liée à l'impossibilité matérielle qu'ont les équipes de campagne d'effectuer des réservations incluant toutes les variations autour des noms des candidats. Cette difficulté matérielle se double, dans bien des cas, d'une difficulté singulière qui tient à la stratégie des candidats et des formations politiques. Ainsi, dans certains cas, les slogans de campagne ne sont pas arrêtés ou dévoilés avant que la pré-campagne n'ait été lancée ou que les candidats potentiels préfèrent ne pas laisser à penser qu'ils pourraient être candidats...

Comme en 2002, il semble que les motivations des personnes réservant des noms de domaine sont variées :

- Polémique électorale,
- Soutien et anticipation,
- Information et expression personnelle,
- Humour,
- Recherche du profit...

Certaines équipes de campagne témoignent s'être vu proposer des noms de domaine : par des sympathisants qui ont souhaité anticiper la réservation par des opposants, par des sympathisants qui ont réservé des noms d'adversaires pour un usage polémique, mais aussi par des personnes souhaitant tirer profit d'une réservation de première heure.

¹ Contraction de « *who is ?* », littéralement « qui est ? ». Service permettant d'effectuer des recherches sur les bases des [registres](#) afin d'obtenir des informations sur un [nom de domaine](#) ou une [adresse IP](#). Ces bases publiques de référencement publient les contacts physiques associés au nom de domaine ou à l'adresse IP ([contact administratif](#), [technique](#), éventuellement [facturation](#)). Cette base administrative « whois » n'est pas indispensable au fonctionnement de l'internet proprement dit, mais est pratiquement disponible pour toutes les [extensions](#). Son mode de gestion et les formats proposés sont très différents suivant les cas. Elle permet de trouver et contacter les responsables d'un nom de domaine ou d'une adresse si besoin, notamment en cas de litige.

² *country code Top Level Domain* : Domaine (internet) géographique de 1er niveau. Les ccTLD, au nombre de 250 environ, ont été déterminés à partir de la table [ISO 3166](#) relative aux codes nationaux en deux lettres. Exemples : [.fr](#) pour la France, [.jp](#) pour le Japon, [.de](#) pour l'Allemagne... (SOURCE : AFNIC).

³ *generic Top Level Domain* : Domaine (internet) générique de 1er niveau. Exemples : [.com](#), [.net](#), [.org](#), [.biz](#), [.name](#)... (SOURCE : AFNIC)

Rappel des travaux antérieurs du FDI

La Recommandation du 17 octobre 2006 avait abordé la question de la réservation et de l'utilisation des noms de domaine.

Le Forum des droits sur l'internet recommande aux formations politiques et aux candidats de procéder au dépôt des noms patronymiques des candidats et des slogans qui seront utilisés dans la perspective des élections à venir.

Le Forum des droits sur l'internet recommande aux formations politiques et aux candidats d'assurer une veille sur les utilisations manifestement abusives des noms de famille ou de leurs signes distinctifs dont l'utilisation par des tiers pourrait prêter à confusion et induire en erreur le public sur l'identité du responsable d'un service de communication au public en ligne.

Les travaux entrepris à cette occasion n'avaient pas permis d'identifier de nouveaux risques liés à la réservation de noms de domaine mais appelaient à une forme de vigilance.

Éléments juridiques de contexte

La réservation d'un nom de domaine par un tiers peut relever des usages suivants :

- une utilisation malveillante destinée à entretenir la confusion sur le caractère officiel d'un site dont le nom de domaine reprend des éléments identifiant un candidat ou sa formation ;
- une tentative de détournement de la navigation des internautes vers un site tiers ; ce détournement peut être fait à des fins commerciales (revente du nom, redevance au clic) ou pour porter une critique politique ;
- une volonté légitime de participer au débat politique, que ce soit au soutien ou en opposition aux idées d'un candidat.

La jurisprudence française sur les noms de domaine a eu à connaître dans le passé de réservations portant sur le nom de famille d'une personnalité publique.

Ainsi, a été jugé que l'utilisation, pour tirer profit par la revente, d'un nom de domaine reproduisant les prénom et nom d'un homme politique « francois-bayrou.fr », était constitutive d'un trouble manifeste et que Monsieur Bayrou avait droit au respect de sa personnalité. (*TGI Paris, ord. réf., 12 juill. 2004*).

« Attendu qu'en l'espèce, il n'est pas contestable que François Bayrou a droit au respect des attributs de sa personnalité, et en particulier de ses prénom et patronyme ; qu'au demeurant, Stéphane H. ne pouvait ignorer qu'il lui appartenait en vertu de l'article 19 de la charte de l'AFNIC de s'assurer que le terme utilisé pour nom de domaine ne portait pas atteinte aux droits de François Bayrou à ses nom et prénom ; qu'enfin, il apparaît évident que le comportement de celui-ci n'est inspiré que par l'intention de tirer profit de la notoriété attachée au nom de ce personnage public ;

Qu'il convient en conséquence de faire droit à la demande, en ce qu'elle tend à obtenir le transfert au bénéficiaire du demandeur du nom de domaine "francois-bayrou.fr", comme le prévoit d'ailleurs l'article 40 de la charte de l'AFNIC ; que s'agissant du site internet ainsi dénommé dont il est demandé la fermeture, il résulte du constat le fait qu'en saisissant dans la barre URL l'adresse en question, l'internaute est dirigé vers un site "sedo.fr" mettant en vente le nom de domaine, sans site web, sans qu'il apparaisse que le site "francois-bayrou.fr" que Stéphane H. a cru pouvoir ouvrir soit autrement actif ; »

Certaines personnalités n'appartenant pas au monde politique ont pu être confrontées à des difficultés similaires, notamment, Amélie Mauresmo, à propos de l'utilisation des noms de domaine mauresmo.com et améliemauresmo.com (*TGI Nanterre, ord. réf., 13 mars 2000*) ou encore Liliane Bettencourt pour lilianedebettencourt.com (*TGI Nanterre, ord. réf., 29 juin 2000 : inédit*).

Les marques sont certainement le terrain de prédilection des actions judiciaires ou extra-judiciaires menées en matière de noms de domaine en cas de cybersquatting. La contrefaçon résulte aussi bien d'une reproduction à l'identique que d'une imitation de la marque antérieure dès lors qu'existe un risque de confusion dans l'esprit du public en raison de l'identité ou de la similitude des produits ou services proposés sur le site. (*Cass. com., 13 déc. 2005, Soficar c/ Le Tourisme moderne*).

Par ailleurs, la jurisprudence « UDRP », notamment rendue par les arbitres de l'Organisation mondiale de la propriété industrielle, retient régulièrement le détournement de navigation ou le re-routage vers un site parking, la mise en vente ou le pointage vers un site pornographique comme des éléments caractérisant la mauvaise foi d'un réservataire de nom de domaine.

Enfin, le droit d'auteur peut venir au soutien des prétentions concernant un nom de domaine. Il a été ainsi jugé que la reproduction d'un titre protégé par un droit d'auteur dans un nom de domaine pouvait être constitutive d'une contrefaçon. (*CA Paris, 4e ch. B, 17 févr. 2006, Microsoft et Carpoinc c/ 3D Soft*).

« Considérant qu'au titre de la protection des droits d'auteur, il est constant que le mot "Carview" intégré aux deux noms de domaine litigieux figure sur les pages informatiques produites et obtenues à partir de ces deux adresses ; qu'en conséquence, la contrefaçon par reproduction du titre du logiciel appartenant à la société intimée est constituée ; »

Il convient cependant d'observer que l'utilisation d'une marque dans un nom de domaine, à des fins qui ne sont pas commerciales (informatives, pédagogiques, humoristiques ou polémiques) ne constitue pas une contrefaçon dans la mesure où cette utilisation n'est pas liée à la vie des affaires. Une affaire très célèbre, « Jeboycottedanone », illustre cette solution.

Dans cette affaire, le réseau Voltaire qui critiquait la politique de la société Compagnie Gervais Danone, avait créé un site dénommé « jeboycottedanone.net ». Ayant assigné en contrefaçon de marque, la société avait vu sa demande rejetée (*CA Paris, 20 avr. 2003, Danone*), la Cour d'appel de Paris estimant qu'un tel usage, réalisé hors la vie des affaires, n'était pas illicite et ne constituait que l'exercice de la liberté d'expression :

« que, en effet, même s'il est fait, pour partie, référence aux marques [...] appartenant à la société Compagnie Gervais Danone, [...] les signes "jeboycottedanone.net" et "jeboycottedanone.com" ne visent manifestement pas à promouvoir la commercialisation de produits ou de services, concurrents de ceux des sociétés intimées, en faveur de l'association Réseau Voltaire et de Olivier M. mais relève au contraire d'un usage purement polémique étranger à la vie des affaires ; qu'il résulte des éléments du dossier que [...] la référence à la marque Danone était nécessaire pour expliquer le caractère politique ou polémique de la campagne.

et :

le principe à valeur constitutionnelle de la liberté d'expression [...] implique que cette association et Olivier M. puissent, sur les sites internet litigieux, dénoncer

sous la forme qu'ils estiment appropriée les conséquences sociales des plans de restructuration mis en place par les intimées. »

Les jurisprudences précitées illustrent donc que les solutions juridiques apportées à la question du nom de domaine sont relativement stabilisées et permettent aux titulaires de droits de protéger leurs intérêts dans la majorité des cas.

Éléments de prospective

Les responsables de la campagne sur internet qui ont été entendus partagent l'idée que la campagne sur internet doit conserver son caractère éthique et qu'il convient de garantir la clarté du débat. Cette clarté suppose que les internautes puissent identifier le caractère officiel d'un site et qu'aucune confusion sur l'identité de l'éditeur du site ne puisse être entretenue dans l'esprit des internautes.

La plupart des partis entendus, pour lesquels un ou plusieurs noms de domaine sont problématiques, indiquent ne pas être naturellement enclins à déclencher des actions judiciaires ou extra-judiciaires. L'AFNIC, quant à elle, même si elle peut demander certaines vérifications aux bureaux d'enregistrement, ne dispose pas d'un pouvoir de police sur le .fr permettant un contrôle *a posteriori* au delà de la vérification d'éligibilité. Dès lors, des formes d'action nouvelles doivent être recherchées afin d'anticiper toute difficulté à naître relevant des cas décrits.

Quatre propositions peuvent être formulées :

Création d'un sous domaine « .election.fr »

L'une des pistes envisageables pour faciliter la lecture du débat politique par les internautes pourrait être la création d'un domaine de second niveau au .fr. Le domaine, à l'instar des .gouv.fr ou .com.fr pourrait prendre la forme d'un « .election.fr ».

Ce sous domaine, créé sur décision des pouvoirs publics, serait géré techniquement par l'AFNIC et soumis à une charte de nommage spéciale, notamment quant aux conditions d'éligibilité.

Ainsi, les candidats aux élections politiques seraient, sur ce sous domaine, les seuls à pouvoir être présents sous leurs noms, dénominations ou slogans de campagne au sein de cet espace réservé. Le principal obstacle à ce niveau concerne la notion de candidat et spécialement l'exigence d'une déclaration de candidature préalablement enregistrée, qui n'existe pas nécessairement (cf. élections municipales dans les communes de moins de 3 500 habitants) ou, qui, plus ordinairement, survient en fin de campagne.

Cette solution permet d'écartier une partie des risques de *cybersquatting* et apporte un bénéfice certain dans la mesure où, comme pour les URL recourant au .gouv.fr, les sites ainsi identifiés sont nécessairement les sites officiels des candidats. Ceux-ci pourront par ailleurs préférer conserver un site avec domaine .fr, .eu, .org, .info ou autre et effectuer un lien vers ces sites depuis l'URL utilisant le sous domaine.

Une telle solution ne retient cependant pas l'intérêt de tous dans la mesure où elle ne fait que déporter en partie le problème qui se maintiendra dans les autres domaines. Par ailleurs, les sous domaines ne sont pas reconnus explicitement par les internautes et l'identification des sites officiels ne sera pas nécessairement facilitée si l'usage de ce sous domaine ne se répand pas.

Engagement commun de médiation réciproque des formations politiques

Les formations politiques pourront également être appelées à se prononcer publiquement par une déclaration d'intention visant à préserver la qualité du débat démocratique sur le Web. Cette déclaration pourra s'inscrire au sein d'une charte. Par cet engagement commun, les responsables des formations, au travers de leurs organes de communication (sites ou publications), adresseront un message aux militants ou aux sympathisants les invitant à ne pas prendre d'initiatives pouvant porter atteinte à la qualité du débat et spécialement en se livrant à des réservations de noms de domaine incluant le nom de famille d'un opposant lorsque la seule lecture de ce nom de domaine conduit à une confusion sur l'objet des pages et à n'utiliser ces noms de domaine que pour des fins légitimes de critique ou de polémique et non de détournement ou de cybersquatting.

Les formations, lorsqu'une situation litigieuse leur est notifiée par le responsable d'une formation adverse, exerceront réciproquement une fonction de médiation auprès des réservataires des noms de domaine ou éditeurs des sites litigieux. Cette procédure réciproque n'a vocation à intervenir que lorsque les noms de domaine ou sites sont manifestement destinés à soutenir le candidat de la formation appelée à être médiateur.

Enrichir la liste des termes fondamentaux

L'AFNIC gère une liste de termes dits fondamentaux qui ne peuvent être utilisés comme noms de domaine ou dont l'usage est réservé.

Le gouvernement, par la voie du ministre chargé des Communications Électroniques, peut, à tout moment, demander à l'AFNIC d'inclure de nouveaux termes dans cette liste.

Il ne peut être envisagé d'inclure dans cette liste tous les nom et prénom des candidats en raison du nombre trop important de personnes potentiellement candidates à des fonctions électives. Cette solution causerait, en tout état de cause, un préjudice certain à tous ceux qui, de bonne foi, entendent utiliser leur état civil comme nom de domaine en .fr.

Cependant au terme d'une évolution des règles de nommage, il est possible d'envisager que des formes génériques de noms de domaine puissent être réservées à l'usage des seuls candidats (ex. nomdefamille-election2007.fr).

Cette solution suscite des difficultés pratiques de mise en œuvre : homonymie... ; elle ne pourrait être utilement mise en œuvre que pour des élections politiques futures (municipales ou cantonales de 2008).

Création d'un portail de la vie politique en ligne

Pour parer au risque de confusion que pourrait susciter l'utilisation des noms de domaine et améliorer l'accessibilité des sites des candidats, il pourrait être envisagé d'engager une réflexion sur la création d'un portail des élections en ligne. Ce service public, recenserait tous les candidats déclarés, même avant tout dépôt de candidature, par élection et donnerait accès aux informations de base que ceux-ci souhaiteraient y voir figurer et notamment, le renvoi vers un site officiel. Ce portail aurait vocation à offrir un point d'accès unique pour tous les internautes en quête d'informations sur les programmes des candidats.

L'outil présenterait sa pleine utilité pour les élections locales puisqu'il participerait à l'expression du pluralisme en offrant un accès à toutes les candidatures intéressant un scrutin sur une même circonscription, quand bien même le candidat ne disposerait que de moyens très limités pour organiser sa visibilité sur internet.

Sans caractère obligatoire, l'inscription dans un fichier des candidats par les candidats eux même permettrait la constitution d'un outil de démocratie en ligne au service des citoyens comme des pouvoirs publics en charge de l'organisation et du déroulement du processus électoral.

Conclusion

Il n'apparaît pas à l'évidence qu'une solution unique puisse parer aux réservations et utilisations illégitimes de noms de domaine durant la web campagne.

Il semble au demeurant que la question soumise à l'Observatoire s'inscrit dans une problématique plus large qui concerne l'accessibilité de l'information politique aux citoyens à l'heure où la profusion paraît devenir la règle. S'il s'avérait que les internautes rencontrent de réelles difficultés d'accès aux informations officielles diffusées par les candidats ou les partis et formations politiques, l'utilisation alternative d'un sous domaine ou d'un portail de la vie politique pourrait participer à la réponse au problème envisagé.

Les internautes et les militants sont invités à faire connaître leurs observations sur ce premier relevé de conclusions et notamment, à préciser si l'utilisation de noms de domaine incluant les dénominations, slogans ou noms de famille des candidats est de nature à créer des confusions dommageables à leur information. Les opinions ou commentaires pourront être adressés à l'adresse webcampagne@foruminternet.org.