



Bureau 4000
1, Place Ville Marie
Montréal (Québec)
H3B 4M4
Tél. : (514) 871-1522
Fax : (514) 871-8977

Bureau 500
925, chemin St-Louis
Québec (Québec)
G1S 1C1
Tél. : 1-800-463-4002
Tél. : (418) 688-5000
Fax : (418) 688-3458

Bureau 500
3080, boul. Le Carrefour
Laval (Québec)
H7T 2R5
Tél. : (514) 978-8100
Fax : (514) 978-8111

45, rue O'Connor
20^e étage
World Exchange Plaza
Ottawa (Ontario)
K1P 1A4
Tél. : (613) 594-4936
Fax : (613) 594-8783

Site Internet : <http://www.laverydebilly.com>

Cabinet associé :
Blake, Cassels & Graydon
Toronto, Ottawa, Calgary
Vancouver, Londres (Angleterre)

LES LOGICIELS ET LA CHARTE DE LA LANGUE FRANÇAISE

Le 1^{er} janvier 1998 marque l'entrée en vigueur de certaines dispositions du projet de loi n° 40 intitulé *Loi modifiant la Charte de la langue française*. Aux termes de ce projet de loi, tout logiciel informatique doit être disponible en français, à moins qu'il n'en existe aucune version française.

En vertu de ces nouvelles dispositions, tout logiciel informatique doit être disponible en français, y compris tout logiciel ou système d'exploitation. Cette règle s'applique également au logiciel qui est vendu séparément ou installé sur un ordinateur, à moins qu'il n'en existe aucune version française. S'il existe une version française, une version dans une autre langue que le français peut aussi être commercialisée, pourvu que la version française soit accessible dans des conditions au moins aussi favorables et qu'elle possède des caractéristiques techniques au moins équivalentes. La version française ne peut être commercialisée à un prix supérieur que si cette différence est justifiée par un coût de production ou de distribution supérieur.

Le fardeau de la preuve concernant l'absence de version française ou l'existence d'un coût supérieur incombe clairement aux fournisseurs qui invoquent ces exceptions.

Si un logiciel est offert au Québec, la législation continue d'exiger que les inscriptions sur son emballage soient en français et, lorsque le texte français est assorti d'une ou plusieurs traductions, qu'aucune inscription rédigée dans une autre langue ne l'emporte sur celle qui est rédigée en français. De plus, tous les documents qui accompagnent le produit, notamment le mode d'emploi et le certificat de garantie, doivent être en français.

LES SIGNATURES NUMÉRIQUES SUR INTERNET

La présentation de produits sur Internet et la publicité s'y rapportant visent ultimement la conclusion d'une vente. Un contrat est formé et une vente est conclue par un simple clic. Quelle est la valeur probante de cette signature électronique ou numérique?

Le Code civil du Québec énonce que le contrat se forme par le seul échange de consentement entre des personnes capables de contracter (article 1385), ce consentement pouvant s'exprimer par la signature d'un écrit par les parties. Or, aux termes de l'article

2827, la signature consiste dans l'apposition qu'une personne fait sur un acte de son nom ou d'une marque qui lui est personnelle et qu'elle utilise de façon courante, pour manifester son consentement. Lorsque les données d'un acte juridique sont inscrites sur support informatique, le document reproduisant ces données fait preuve du contenu de l'acte, s'il est intelligible et s'il présente des garanties suffisamment sérieuses pour qu'on puisse s'y fier (article 2837). L'inscription des données d'un acte juridique sur support informatique est présumée présenter des garanties suffisamment sérieuses pour qu'on puisse s'y fier lorsqu'elle est effectuée de façon systématique et sans lacunes, et que les données inscrites sont protégées contre les altérations (article 2838).

Une fois établis les paramètres régissant l'acceptation d'une signature électronique, ces paramètres doivent être introduits dans le monde numérique de l'Internet ou d'un autre réseau. Une signature électronique peut être valide si elle est utilisée dans le cadre d'un système informatique fiable qui certifie la source des données sur le réseau. L'utilisation d'un système cryptographique à clés publiques permet à l'expéditeur de créer une signature électronique. Les clés utilisées conjointement aux fins des signatures électroniques ou numériques sont appelées « clé privée », soit la clé qu'utilise le signataire pour créer la signature numérique, et « clé publique », soit la clé la mieux connue qu'utilise un destinataire ou un lecteur pour la vérification de la signature numérique.

Le concept des clés publiques et des clés privées n'est utile que s'il est jugé fiable selon les dispositions du Code civil du Québec. Il importe donc que les clés publiques soient conservées à un endroit central, et que la technologie de chiffrement choisie par les parties soit sûre. L'utilisateur du système doit être assuré que les clés privées sont effectivement détenues par

les personnes qui prétendent les détenir et que les clés privées et publiques ainsi que les messages n'ont pas été modifiés.

À l'heure actuelle, les secteurs public et privé déploient des efforts plus ou moins fructueux en vue de l'établissement d'un procédé de certification. Ce procédé permet au destinataire d'obtenir une attestation d'un organisme de certification qui confirme la signature numérique de l'expéditeur. L'organisme de certification est typiquement un tiers fiduciaire qui gère la certification des signatures numériques. Cette attestation renferme la clé publique et le nom de l'expéditeur et porte la signature numérique de l'organisme de certification. Jusqu'à la mise en oeuvre d'un procédé de ce genre, les craintes du grand public à l'égard des opérations commerciales sur Internet persisteront vraisemblablement.

Le législateur a pris les devants en offrant au marché le cadre juridique approprié aux fins du commerce électronique à l'aide de signatures numériques. L'industrie doit maintenant instaurer un système raisonnable sur le plan commercial et suffisamment sûr pour répondre à toutes les contraintes juridiques et atténuer l'appréhension du grand public.

LA LIAISON DE SITES INTERNET : UNE NOUVELLE OCCASION DE CONFLITS

La croissance exponentielle du Web au cours des dernières années repose sur l'accès à une énorme quantité d'information. L'expression « naviguer sur Internet » désigne cette possibilité pour les usagers de consulter successivement des pages d'accueil en cliquant simplement sur un lien hypertexte, un peu comme s'ils ouvraient la boîte de Pandore.

Les entreprises se sont rendu compte de l'impact considérable de l'Internet et cherchent par divers moyens à tirer parti

de son potentiel. Certaines ont créé une page d'accueil sur leur site et y ont inséré des liens hypertexte permettant aux usagers d'accéder aisément à l'information, sur ce site ou sur d'autres, à l'aide d'ordinateurs différents dans le monde. Ces liens hypertexte éliminent la nécessité, pour l'utilisateur, d'entrer de longues adresses Internet pour avoir accès à un site. Toutefois, certains créateurs de sites Web âpres au gain ont dépassé les bornes, et les poursuites en justice aux États-Unis et au Royaume-Uni sont devenues le point de mire dans l'industrie de l'Internet.

Ces litiges visent à protéger la propriété intellectuelle sur un site ainsi que les revenus publicitaires pouvant en être tirés, puisque les pages d'accueil largement consultées ont la faveur des annonceurs.

En Écosse, dans l'affaire *Shetland Times Ltd. c. Dr. Jonathan Wills and Zetnews Ltd.*¹, la demanderesse a intenté des poursuites pour une violation de droit d'auteur et a demandé une injonction interlocutoire afin de protéger son site où était offert un service d'information. La demanderesse percevait ce service comme un moyen pour vendre de l'espace publicitaire sur sa page d'accueil.

Pour leur part, les défendeurs exploitaient leur propre site Web et un service de nouvelles intitulé « The Shetland News », où étaient diffusés un certain nombre de messages publicitaires. Divers titres paraissant sur le site de la demanderesse étaient fidèlement reproduits sur la page d'accueil des défendeurs. Un utilisateur qui consultait le site des défendeurs et cliquait sur le lien hypertexte reproduisant un titre était directement introduit sur le site de la demanderesse. Par conséquent, ces utilisateurs avaient accès aux titres de la demanderesse sans passer par sa page

d'accueil et évitaient tout le matériel publicitaire qui s'y trouvait, au détriment des annonceurs de la demanderesse.

Sur la question de la violation des droits d'auteur, le tribunal a déclaré qu'il existait une présomption en faveur de la demanderesse selon laquelle l'intégration de titres qui se trouvaient initialement sur le site de la demanderesse dans celui des défendeurs constituait une violation. Sur la fondement de ces conclusions, le tribunal a accordé l'injonction interlocutoire.

Une action similaire, intentée devant la Cour de district des États-Unis, district sud de New York, en 1997 oppose notamment Washington Post Company à Total News Inc.²

La déclaration du Post renferme les allégations suivantes : 1) l'utilisation non autorisée de liens hypertexte permettant aux défendeurs d'usurper le contenu des sites des demandeurs et de faire apparaître ces sites dans une fenêtre sur le site des défendeurs constitue une appropriation illicite; 2) l'utilisation des marques de commerce Time, Sports Illustrated, Entertainment Weekly, Fortune, Money et Life en rapport avec les publicités que les défendeurs avaient achetées et qui sont utilisées sur les sites des demandeurs, sans l'approbation de ces derniers, a vraisemblablement créé de la confusion parmi les consommateurs et les avait vraisemblablement induits en erreur quant à l'origine du contenu et de la publicité paraissant sur le site des défendeurs, et cette utilisation constitue une contrefaçon de marques de commerce; 3) l'utilisation des marques des demandeurs amène vraisemblablement les consommateurs à croire que certains ou la totalité des défendeurs sont affiliés aux demandeurs, que les demandeurs commanditent ou approuvent le site totalnews.com ou que les défendeurs sont associés aux

¹ Référence : <http://www.shetland-news.co.uk/opinion.html>

² N° 97 Civ. 1190 (S.D.N.Y. intentée le 20 février 1997)

demandeurs ou ont obtenu leur permission, toutes ces éventualités donnant lieu à une concurrence déloyale.

L'action a subséquemment été rejetée, et les parties ont soumis une convention afin que le tribunal l'approuve³. Aux termes de cette convention, les défendeurs ont convenu sur une base permanente de s'abstenir de faire afficher, directement ou indirectement, les sites des demandeurs sur un écran d'utilisateur à l'aide d'un matériel fourni par les défendeurs ou un annonceur ou en association avec ces derniers. En particulier, les défendeurs ont convenu de cesser sur une base permanente de cadrer les sites respectifs des demandeurs, tel que cette pratique était décrite dans la déclaration. De leur côté, les demandeurs ont concédé que 1) les défendeurs avaient le droit d'établir un lien entre le site totalnews.com ou quelque autre site et un ou plusieurs sites des demandeurs, pourvu que le lien vers les sites des demandeurs soit uniquement un lien hypertexte désignant les noms des sites visés en texte ordinaire, plutôt que des marques de commerce spécifiques. Toutefois, les demandeurs ont énoncé que 2) les défendeurs n'avaient pas le droit d'utiliser sur un site les logos exclusifs des demandeurs, à titre de lien hypertexte ou de quelque autre façon et que 3) les défendeurs ne pouvaient établir des liens d'une façon pouvant raisonnablement sous-entendre un parrainage par les

demandeurs ou une affiliation avec ces derniers, ni d'une façon pouvant créer de la confusion ou induire en erreur, non plus que d'une façon pouvant nuire aux marques des demandeurs. En bout de ligne, la convention reconnaissait un droit à l'établissement de liens selon des paramètres très spécifiques.

Une troisième affaire, cette fois entre Ticket Master Corporation et Microsoft Corporation, soulève des questions du même ordre. Un jugement devrait bientôt être rendu dans ce dossier.

Tel que l'indiquent ces causes, l'établissement d'un lien sera puni s'il donne lieu à des contrefaçons de marques de commerce ou à une violation du droit d'auteur. À notre connaissance, aucune cause canadienne ne porte actuellement sur ces questions, mais les tribunaux auront vraisemblablement à en débattre prochainement.

Pour le moment, les créateurs peuvent établir des liens vers la page d'accueil d'un site et faire paraître l'adresse URL sur la table d'orientation de l'utilisateur après l'établissement du lien. Ces règles de conduite permettraient le maintien de l'établissement de liens, pratique qui constitue une caractéristique importante du Web, sans quoi celui-ci pourrait perdre son attrait en tant que système de consultation rapide et efficace.

³ Référence : <http://www.ljx.com/internet/totalse.htm>

Daniel Paul

DROIT DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE ET DES TECHNOLOGIES

Montréal

Patrick Buchholz
François Charette
Raymond Doray
Georges Dubé
David Eramian
David Heurtel
Sherri Kreisman
Louis-A. Leclerc
Daniel Paul
Ian Rose

Québec

Martin J. Edwards
Jean-François Fournier
Nicolas Sapp
Louis Rochette

Droit de reproduction réservé.
Le Bulletin fournit des commentaires généraux destinés à notre clientèle sur les développements récents du droit.
Les textes ne constituent pas un avis juridique.
Les lecteurs ne devraient pas agir sur la seule foi des informations qui y sont contenues.