



RÉSEAUX SOCIAUX: FAIRE RESPECTER SES DROITS SANS SE METTRE À DOS SES PROPRES CLIENTS

VINCENT BERGERON*
ROBIC, S.E.N.C.R.L.

AVOCATS ET AGENTS DE BREVETS ET DE MARQUES DE COMMERCE

La relation classique de l'entreprise qui « contrôle » la défense de ses droits par le biais de communications autoritaires avec son interlocuteur est de moins en moins applicable dans un monde où les médias sociaux ont une influence grandissante. Les consommateurs discutent, partagent et critiquent maintenant entre eux les actions, les produits et les stratégies publicitaires des entreprises de façon presque instantanée, ce qui peut avoir des répercussions extrêmement négatives lorsqu'une entreprise agit d'une manière qui déplaît aux consommateurs.

L'Effet Streisand : L'aggravation d'une situation irritante par le biais des réseaux sociaux

En 2003, l'artiste Barbara Streisand a poursuivi des activistes environnementaux qui avaient pris une photographie aérienne de sa maison située sur la côte californienne dans le cadre d'un projet environnemental visant la documentation de l'érosion de la côte californienne, afin notamment que la photographie soit retirée. Après le dépôt des procédures, la photo problématique a été visionnée par plus de 420 000 utilisateurs suivant le partage de l'information dans les médias et les médias sociaux, alors qu'elle n'avait été vue qu'à six reprises auparavant.

Bien que Madame Streisand considérait comme irritante la présence de la photographie sur Internet, elle a grandement aggravé son préjudice en attirant l'attention du public sur la situation qu'elle visait à faire cesser. Ce phénomène découlant des réseaux sociaux porte dorénavant le nom d'*Effet Streisand*.

Un exemple au Québec: L'affaire Lassonde

© CIPS, 2014.

* Avocat et agent de marques de commerce, de ROBIC, S.E.N.C.R.L., un cabinet multidisciplinaire d'avocats et d'agents de brevets et de marques de commerce. Publié dans le numéro de Juin 2014 de Capital Québec – Le magazine de la Chambre du commerce et de l'industrie de Québec 37. Publication 062.068..

ROBIC, S.E.N.C.R.L.
www.robic.ca
info@robic.com

MONTRÉAL
1001, Square-Victoria - Bloc E - 8^e étage
Montréal (Québec) Canada H2Z 2B7
Tél.: +1 514 987-6242 Téléc.: +1 514 845-7874

QUÉBEC
2828, boulevard Laurier, Tour 1, bureau 925
Québec (Québec) Canada G1V 0B9
Tél.: +1 418 653-1888 Téléc.: +1 418 653-0006

En 2006, Industries Lassonde inc. (« Lassonde ») a intenté des procédures contre la PME québécoise L'Oasis d'Olivia inc., afin notamment que cette dernière cesse son utilisation de la marque de commerce OLIVIA'S OASIS en association avec des produits de soins personnels et de soins pour la peau, sur la base de risques de confusion avec les jus de fruits de Lassonde commercialisés sous la marque OASIS^{MD}.

Les tribunaux ont d'abord rejeté la poursuite intentée par Lassonde, en plus de condamner cette dernière à verser la somme de 125 000\$ à L'Oasis d'Olivia inc., considérant que la poursuite intentée par Lassonde constituait un abus de procédure. Lassonde a toutefois réussi à faire casser cette condamnation au paiement de dommages à la PME devant la Cour d'appel.

Suivant la publication d'un article intitulé « Pas touche au mot « oasis » » relatant les différentes procédures ayant eu lieu, tout en faisant un parallèle avec « David contre Goliath », les réseaux sociaux se sont enflammés. Le mot-clic #Oasis est devenu en quelques heures le premier sujet de discussion sur les médias sociaux au Québec. La page Facebook des jus Oasis a été envahie de commentaires négatifs. Un animateur québécois bien connu a même publié des messages sur son compte Twitter afin de mentionner qu'il ne boirait plus de jus Oasis, vu son mécontentement.

Le soir même, Lassonde a publié un message sur la page Facebook des jus Oasis, dans lequel elle a mentionné vouloir dédommager la PME avec qui elle venait de débattre devant les tribunaux pendant près de sept ans. Dès le lendemain, une entente aurait été conclue quant à un dédommagement de la PME, bien que Lassonde ait eu gain de cause en Cour d'appel, il faut se le rappeler.

Ce qu'il faut retenir

L'avènement des réseaux sociaux influence sans contredit la gestion des situations litigieuses, en ce que la réaction du public pourra parfois causer un dommage plus important que la situation problématique initiale. Ainsi, il est important d'évaluer l'impact des nouvelles technologies afin d'éviter, par méconnaissance des nouvelles règles du jeu, de se placer dans des situations préjudiciables qui auraient pu être évitées en adoptant d'autres types d'approches plus créatives, lorsque la situation s'y prête.



ROBIC, S.E.N.C.R.L.
www.robic.ca
info@robic.com

MONTRÉAL
1001, Square-Victoria - Bloc E - 8^e étage
Montréal (Québec) Canada H2Z 2B7
Tél.: +1 514 987-6242 Téléc.: +1 514 845-7874

QUÉBEC
2828, boulevard Laurier, Tour 1, bureau 925
Québec (Québec) Canada G1V 0B9
Tél.: +1 418 653-1888 Téléc.: +1 418 653-0006