

Zur Diskussion / A discuter

Le Principe de Territorialité appliqué au Monde virtuel Second Life

NICOLAS TORRENT*

Second Life est un monde virtuel, un univers persistant dans lequel évoluent de nombreuses communautés et, surtout, de nombreux commerces. Il est en effet possible pour l'utilisateur de s'enrichir en échangeant ses devises virtuelles contre des dollars états-uniens. Très rapidement, de nombreuses marques renommées telles que Nike, Louis Vuitton et Chanel virent leurs produits imités sans droit et mis sur le marché virtuel de Second Life. Or, le manque à gagner pour ces marques est loin d'être négligeable, puisqu'il peut être évalué à deux millions de dollars états-uniens¹.

Second Life, de par sa nature, confronte toutefois les marques à un sérieux obstacle si elles entendent alléguer une violation de leur droit: l'absence complète de frontières. Le titulaire du droit à la marque doit en effet être en mesure de rattacher l'utilisation litigieuse à un territoire, afin de déterminer si son droit est opposable.

La présente contribution se propose dans un premier temps de déterminer si les utilisations de marques faites dans Second Life sont illicites, car rattachables à un territoire où la marque est enregistrée. Dans l'hypothèse où le rattachement est impossible, la seconde partie tentera d'identifier des solutions au problème.

Second Life ist eine virtuelle Welt, ein existierendes Universum, in dem sich zahlreiche Gemeinschaften und vor allem viele Geschäfte entwickeln. Es ist für einen Benutzer möglich, Geld zu verdienen, indem er seine virtuellen Devisen gegen US-Dollars wechselt. Sehr rasch sahen viele bekannte Marken wie Nike, Louis Vuitton und Chanel ihre Produkte unrechtmässig imitiert und auf dem virtuellen Markt von Second Life angeboten. Nun ist der Verlust für diese Marken nicht einfach zu vernachlässigen, kann er doch auf rund zwei Millionen US-Dollar beziffert werden¹.

Second Life konfrontiert Marken allerdings naturgemäss mit einem ernsthaften Problem, wenn beabsichtigt wird, eine Verletzung dieser Rechte geltend zu machen: das vollständige Fehlen von Grenzen. Der Markeninhaber muss letztlich in der Lage sein, die streitgegenständliche Benutzung an ein Territorium anzuknüpfen, um zu bestimmen, ob sein Recht greift.

Der vorliegende Beitrag untersucht zunächst, ob die Benutzung von Marken unzulässig ist, welche unter Second Life geschaffen werden, d. h. ob sie an ein Territorium angeknüpft werden können, in dem die Marken registriert sind. Sollte diese Anknüpfung nicht möglich sein, wird der zweite Teil so dann versuchen, Lösungen des Problems zu identifizieren.

- I. Introduction: Second Life, un monde à part**
- II. Le principe de territorialité dans un univers délocalisé et impersonnel**
 - 1. Introduction au regard des noms de domaine
 - 2. Difficultés d'application à Second Life
- III. Possibilités de solution au problème**
 - 1. Suppression de l'usage commercial
 - 2. Réduction des possibilités créatrices
 - 3. Un rattachement unique?
 - 4. Procédure de «notice and takedown» par analogie?

Résumé / Zusammenfassung

¹ B. DURANSKE, Rampant trademark infringement in Second Life costs millions, undermines future enforcement, mai 2007, www.virtuallyblind.com/2007/05/04/trademark-infringement-virtual-worlds/.

I. Introduction: Second Life, un monde à part

Second Life est un monde virtuel, un univers ininterrompu et en constante évolution (un monde «persistant») en trois dimensions géré par ordinateur en temps réel. Les utilisateurs² (ci-après, «les Résidents») y interagissent sous les traits d'avatars³. Développé par la société Linden Lab, Inc.⁴, basée en Californie, Second Life se démarque des autres mondes persistants de par son orientation clairement dirigée vers le commerce⁵. En effet, l'objectif premier pour les Résidents est d'acquérir des devises virtuelles (dollars Linden, «L\$») avec lesquelles ils achètent habits, mobilier, bijoux, véhicules, immeubles, et autres biens virtuels⁶. Second Life est donc en grande partie similaire à notre monde sur le plan économique. En revanche, comparé à d'autres mondes virtuels ou jeux vidéo en ligne, Second Life se singularise à trois égards.

Premièrement, contrairement à de nombreux autres jeux en ligne⁷, Linden Lab permet aux utilisateurs de Second Life de convertir leurs devises virtuelles en dollars états-unis⁸. La conversion d'une devise à l'autre s'effectue au moyen de la plateforme LindeX⁹, ouvrant ainsi la voie à de réelles activités commerciales dépassant le cadre d'un simple divertissement.

Deuxièmement, Linden Lab reconnaît à ses utilisateurs la titularité de tout droit de propriété intellectuelle qu'ils pourraient créer dans Second Life¹⁰. Toutefois, nonobstant ces droits, lorsque survient un conflit au sein de Second Life, et dans le cas où la procédure de résolution imposée par Linden Lab échoue¹¹, les parties renoncent souvent à résoudre le litige judiciairement en raison des contraintes imposées¹². Relevons également que la nature de Second Life permet aux Résidents de vendre leurs biens virtuels créés dans Second Life sur des sites de vente entre particuliers, tels qu'eBay¹³.

Enfin, une dernière distinction concerne les outils dont les utilisateurs sont équipés pour créer, modifier et supprimer des objets virtuels¹⁴, en ceci que les possibilités de création sont infinies. S'agissant des objets, si complexes et variés soient-ils, ils ne sont que des données informatiques qui se résument à des formes géométriques parées de textures. Ces données, sous leur apparence graphique, sont susceptibles de protection par le droit d'auteur¹⁵.

² Ceux-ci étaient au nombre de 12 521 695 le 20 février 2008 selon les statistiques officielles de Linden Lab, www.secondlife.com/whatis/economy_stats.php, février 2008.

³ L'avatar est une représentation graphique utilisée par les Résidents afin de se créer une identité virtuelle. Indispensables dans les jeux vidéo, les avatars sont également utilisés dans les forums de discussion sur Internet ou autres sites communautaires. Dans Second Life, l'avatar est un personnage virtuel en trois dimensions pouvant être librement dirigé et modifié par le Résident.

⁴ www.lindenlab.com, février 2008.

⁵ Ainsi qu'explicitement annoncé par Linden Lab sur le site de Second Life: «Make real money in a virtual world. That's right, real money» www.secondlife.com/whatis/marketplace.php.

⁶ Sur la nature technique de ce commerce, voir M. NÄNNI, *Der Vertrag über die Nutzung virtueller Welten*, Jusletter février 2008, 4.

⁷ A titre d'exemples: www.monzo.net, www.battle-arenas.net.

⁸ Le 19 février 2008, le dollar états-unien valait 266 dollars Linden.

⁹ Il s'agit d'un outil figurant sur le site internet de Second Life (www.secondlife.com), permettant à la fois l'achat et la vente de devises, à des cours variables en fonction de l'offre et de la demande.

¹⁰ www.secondlife.com/whatis/ip_rights.php, février 2008; clauses 3.1 ss des conditions générales d'utilisation (Terms of Service, «ToS»), www.secondlife.com/corporate/tos.php.

¹¹ Procédure établie conformément au DMCA (Digital Millennium Copyright Act) www.secondlife.com/corporate/dmca.php.

¹² Pour les détails, voir n 25.

¹³ Second Life est à cet égard une exception. Second Life, selon eBay, bénéficie d'un traitement spécial du fait que ce monde n'est pas considéré comme un jeu www.news.com/8301-10784_3-6154277-7.html?tag=st.nl, février 2008. En revanche, les objets virtuels nés dans les mondes virtuels «World of Warcraft» ou «Habbo» sont interdits à la vente.

¹⁴ Le nombre d'objets virtuels dans Second Life était estimé à plus d'un milliard à la fin 2007, occupant un espace de stockage de 100 Téraoctets aux dires de Philip Rosedale, le créateur de Second Life, freakonomics.blogs.nytimes.com/2007/12/13/philip-rosedale-answers-your-second-life-questions/, février 2008.

¹⁵ Voir notamment P. VAN DEN BULCK, *Le régime juridique des avatars créés dans le cadre des jeux vidéo. Premières réflexions, Propriétés Intellectuelles*, juillet 2007, 279 ss; H. LEBEN, *Petit digest des droits d'auteurs appliqués au jeu vidéo*, ou comment Mortal Kombat est devenu une œuvre de l'esprit, décembre 2006, www.afjv.com/juridique/050609_droits_auteurs_jeux_video.htm; A. CHERON, *L'application du droit dans l'univers virtuel persistant d'un jeu vidéo en ligne*, juillet 2006, www.cejem.com/article.php3?id_article=225. Certains auteurs envisagent également une protection sous l'angle du droit des marques ou de la concurrence déloyale, notamment W. BARFIELD, *Intellectual property rights in virtual environments: considering the rights of owners, programmers and virtual avatars*, *bepress legal series*, Novembre 2005, 34 ss, www.law.bepress.com/expresso/eps/861 (Download the Paper).

Ainsi, combinés, l'outil de conversion des devises virtuelles, la reconnaissance par Linden Lab des droits de propriété intellectuelle et les possibilités de création ont engendré un important commerce¹⁶, dont la quantité de contrefaçons représente sans nul doute la face la plus sombre de Second Life¹⁷.

Ces premiers éléments énoncés, en particulier la problématique de la contrefaçon, il peut être procédé à l'analyse des conflits potentiels entre utilisateurs de Second Life et titulaires de marques enregistrées du monde réel sous l'angle du principe de territorialité.

II. Le principe de territorialité dans un univers délocalisé et impersonnel

1. Introduction au regard des noms de domaine

Le principe de territorialité, en droit des marques, limite la protection d'un signe distinctif aux territoires étatiques dans lesquels il est enregistré et, par extension, s'est vu conférer la protection¹⁸.

Avec les développements d'Internet, l'application de ce principe rencontra plusieurs obstacles, notamment en matière de conflits entre noms de domaine¹⁹ et marques enregistrées, qui soulevèrent des questions particulièrement délicates²⁰. Il nous semble opportun de déterminer si les solutions apportées à ces questions sont applicables à Second Life et, dans le cas contraire, de quelles autres options l'on pourrait disposer.

a) La nature du conflit entre propriété d'un nom de domaine et droit à la marque

Par essence, le nom de domaine est accessible depuis n'importe quel Etat où l'accès à Internet est possible. Nécessairement, il doit survenir un conflit dans un Etat où une marque similaire au nom de domaine est enregistrée. Dès lors, il sera indispensable de rattacher le nom de domaine à un territoire, afin de déterminer si la marque est violée²¹. En effet, on ne saurait parler de violation du seul fait que le site est accessible depuis l'Etat en question.

Il était donc nécessaire d'établir des critères permettant de rattacher les effets du nom de domaine à un territoire étatique, afin de déterminer si les droits découlant d'une marque enregistrée étaient violés. Il nous paraît utile de nous référer ici à la recommandation commune concernant la protection des marques, et autres droits de propriété industrielle relatifs à des signes, sur l'internet²² (ci-après, «la Recommandation»), adoptée dans le but de régler cette problématique.

b) Possibilités de rattachement des noms de domaine

Le SCT²³ proposait, à l'article 2 de la Recommandation, de retenir que «[l']utilisation d'un signe sur l'Internet est assimilée à l'utilisation de ce signe dans un Etat membre aux fins des présentes dispositions sous réserve que cette utilisation ait des incidences commerciales dans cet Etat dans les conditions indiquées à l'article 3». Ce troisième article de la Recommandation fournit une liste exemplative

¹⁶ 17 979 858 transactions pour le mois de janvier 2008, selon les statistiques de Linden Lab, www.secondlife.com/whatis/economy_stats.php.

¹⁷ B. DURANSKE, Rampant trademark infringement in Second Life costs millions, undermines future enforcement, mai 2007, www.virtuallyblind.com/2007/05/04/trademark-infringement-virtual-worlds/.

¹⁸ A noter que la Cour d'appel de l'Etat de New-York a, semble-t-il, relativisé le caractère absolu de ce principe dans l'affaire ITC Ltd. c. Punchgini, Inc. du 13 décembre 2007.

¹⁹ Le nom de domaine représente une adresse permettant de localiser un ordinateur sur internet. Par exemple: www.swisslex.ch.

²⁰ Voir sur cette problématique: I. CHERPILLOD, Droit des marques et internet, sic! 1997, 121 ss (cité «CHERPILLOD, Internet»); Le transfert provisionnel d'un nom de domaine internet, JT 2002, 69 ss; J. DE WERRA, Domain-Dispute.ch Le service de règlement des différends pour les noms de domaine «.ch», sic! 2005, 149 ss; C. FAVRE / M. VISEUX, Les principes traditionnels de territorialité et de spécialité dans le règlement des conflits entre marques et noms de domaine, legalis.net 2003-4, 7 ss; P. GILLIERON, Les noms de domaine: possibilités de protection et résolution des conflits, sic! 2000, 71 ss; Résolution en ligne des conflits relatifs aux noms de domaine: premiers enseignements, AJP/PJA 2000, 1226 ss; M.-E. LAPORTE-LEGEAIS, Droit des marques et nom de domaine, 2005, www.educnet.education.fr/chrgt/marques-et-nom-de-domaine.pdf; N. TISSOT, Quelles protections pour les dénominations utilisées sur internet?, SJ 1998, 741 ss.

²¹ Il est fait abstraction du cas où le nom de domaine jouit d'un droit prioritaire.

²² Assemblée de l'Union de Paris pour la protection de la propriété industrielle et Assemblée générale de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI), Recommandation commune concernant la protection des marques, et autres droits de propriété industrielle relatifs à des signes, sur l'Internet, Genève, octobre 2001, www.wipo.int/about-ip/fr/development_iplaw/pub845.htm.

²³ Comité permanent du droit des marques, des dessins et modèles industriels et des indications géographiques de l'OMPI.

d'éléments à prendre en considération. Il nous semble néanmoins qu'aucun de ces éléments ne paraît applicable à Second Life au vu des développements qui suivent.

2. Difficultés d'application à Second Life

L'usage commercial envisagé dans le cadre de la Recommandation se distingue nettement des activités intervenant sur Second Life. En effet, les contrefacteurs potentiels dans le monde virtuel ne visent pas (et ne peuvent techniquement pas viser) les consommateurs²⁴ d'un Etat en particulier (art. 3 al. 1 de la Recommandation). En effet, rien au sein du monde virtuel ne permet l'identification, encore moins la localisation, des Résidents cachés derrière les avatars qui y évoluent. Les récents cas de violation sur Second Life suggèrent au contraire la nécessité d'engager des moyens coûteux et fastidieux afin d'obtenir l'identité d'un Résident²⁵.

Il convient également de rappeler que toute l'activité économique de Second Life se déroule en anglais, si bien que la langue ne permet pas davantage un rattachement. L'on aurait également pu envisager l'utilisation des devises comme critère, mais celles-ci sont virtuelles et convertibles uniquement en dollars états-uniens, si bien que ce critère doit être écarté.

Au vu de ces considérations, les critères de rattachement utilisés dans les conflits entre marques et noms de domaine n'apportent pas de solution pertinente aux problèmes posés par Second Life. Le rattachement ne paraît pas possible en raison de l'utilisation de l'anglais comme langue universelle, du fait que la nationalité des Résidents ne peut être connue qu'au prix de longues recherches et que toute transaction ne s'effectue, dans un premier temps du moins, qu'en dollars Linden.

Second Life semble pousser la délocalisation à ses frontières les plus lointaines, de telle sorte que l'on doive se résoudre à envisager des solutions à cette impossibilité de rattacher un acte d'imitation à un territoire.

III. Possibilités de solution au problème

1. Suppression de l'usage commercial

Dans la plupart des législations nationales, le droit à la marque n'est violé que si l'auteur en fait un usage commercial. Il en va ainsi en droit suisse, qui mentionne «l'usage dans les affaires»²⁶.

La solution la plus radicale serait d'interdire, de manière générale, la conversion de devises virtuelles en devises réelles. Ainsi, Linden Lab devrait retirer sa plateforme LindeX de son site Internet. De cette manière, le caractère commercial de l'usage, nécessaire pour admettre une violation du droit à la marque, disparaîtrait. La question de savoir s'il ne s'agirait pas d'une atteinte à la liberté économique des Résidents, voire de Linden Lab, peut rester ouverte dans le cadre de cette contribution.

2. Réduction des possibilités créatrices

La solution précédente, si elle présente l'avantage d'une application facile, engendrerait nécessairement certaines pertes financières réelles pour les Résidents et Linden Lab, ainsi que la cessation d'activités pour les entreprises présentes uniquement dans le monde virtuel. L'on peut donc se demander s'il ne suffirait pas de limiter les possibilités de création de Second Life.

Cette restriction à la création réduirait les possibilités d'imitation, en ceci qu'il serait moins aisé d'imiter les produits d'une marque. En sus, les risques liés au piratage de droits d'auteur, inévitablement liés à l'étendue du pouvoir de création des utilisateurs, se verraient amoindris.

²⁴ Terminologie employée dans la Recommandation.

²⁵ Dans une affaire Eros LLC c. Robert Leatherwood, un Résident avait illicitement reproduit et vendu des créations de la société Eros LLC, entreprise exerçant son activité sur Second Life. Eros, ne pouvant découvrir l'identité du Résident en question (dont le nom d'avatar est «Volkov Catteneo»), avait agi en justice contre Linden Lab (subpoena), afin qu'elle lui fournit les moyens d'identifier l'intéressé. Le juge du district de Tampa avait alors ordonné à Linden Lab (qui refusait jusqu'alors de communiquer les détails sur Catteneo) de soumettre toute information en sa possession permettant d'identifier l'utilisateur. Détails de l'affaire, www.seconddlife.reuters.com/stories/2007/11/15/eros-asks-for-default-judgment-after-leatherwood-misses-deadline/, novembre 2007. Les quatre mois de recherches et les moyens financiers nécessaires à l'obtention de ces informations illustrent l'importance de l'anonymat sur Second Life.

²⁶ Art. 13 al. 2 LPM; CHERPILLOD, Internet (n 20), 122; J. DE WERRA, Commentaire de l'arrêt 4C.376 du 21 janvier 2005, sic! 2005, 395.

Toutefois, cette solution ne paraît pas entièrement satisfaisante, dans la mesure où les possibilités d'imitation demeurent, même en quantité restreinte. En effet, s'il suffit de rendre le produit moins conforme à la réalité, tout en continuant à y apposer le nom de la marque, il est probable que le commerce de biens imités perdurera. Les limitations à imposer devraient donc être telles, qu'elles porteraient un préjudice trop important à la richesse graphique de Second Life et, par extension, à son attrait.

3. Un rattachement unique?

Une troisième solution serait de rattacher la violation au lieu de stockage des fichiers de Second Life, en l'espèce, la Californie aux Etats-Unis. Cependant, l'on créerait ainsi une double inégalité.

D'une part, seules les marques enregistrées aux Etats-Unis pourraient être protégées et, d'autre part, on en viendrait à créer un avantage pour cet Etat, ce qui ne paraît pas justifiable. S'agissant de l'inégalité entre marques, l'on pourrait soutenir que toutes les marques susceptibles d'être contrefaites sont déjà déposées aux Etats-Unis. L'on objectera que le faible risque pour une marque d'être utilisée sans droit n'est pas un critère pertinent en matière de protection légale. S'agissant de l'inégalité entre Etats, il convient de relever qu'elle serait créée afin de pallier les problèmes posés par un logiciel de divertissement, ce qui nous apparaît inapproprié.

Il en découle que cette solution n'est pas davantage satisfaisante.

4. Procédure de «notice and takedown» par analogie?

Cette procédure trouve son origine dans le DMCA²⁷ du Congrès des Etats-Unis. Elle s'impose à Linden Lab, dans la mesure où la société est de droit états-unien et exerce une activité de fournisseur de service sur Internet (ci-après, «le Fournisseur»). Selon la procédure du «notice and takedown», le titulaire d'un droit d'auteur a la possibilité de notifier le Fournisseur de l'utilisation illicite de son droit. La prise de mesures appropriées, telles la suppression ou le blocage du contenu litigieux, écarte la responsabilité du Fournisseur. Afin de limiter les abus, une procédure d'opposition, la «counter-notification» est ouverte au défendeur. Sur réception d'une contre-notification, et sous réserve de l'ouverture d'une action par l'auteur de la première notification, le contenu retiré devra être remis en ligne par le Fournisseur²⁸.

Une dernière solution serait donc d'établir une procédure similaire à l'intention des titulaires de marques, selon les modalités et exigences prévues par le DMCA. L'inconvénient de cette solution est qu'une marque devra surveiller en permanence l'univers virtuel en expansion, qui comprend déjà plus d'un milliard d'objets²⁹; en revanche, les revenus des Résidents honnêtes seraient protégés.

Résumé

Au terme de cet exposé, force est d'admettre que Second Life, de par sa nature abstraite et impersonnelle, est un monde qui échappe au principe de territorialité. Le droit actuel semble impuissant face aux difficultés posées par l'utilisation de marques dans ce monde virtuel. Il semble injuste que les marques voient leur réputation exploitée sans qu'elles ne puissent s'y opposer. Il ne paraît donc pas possible de régler le problème autrement qu'en empêchant l'activité. Néanmoins, cette solution conduit à un paradoxe, puisque l'utilisation de la marque dans un monde virtuel n'est pas illicite au regard du droit des marques, faute de pouvoir rattacher l'acte d'imitation à un territoire étatique.

Ainsi, l'embarras entourant Second Life découle exclusivement du fait que la marque imitée peut être utilisée commercialement. Faut-il dès lors légiférer sur cette question et interdire l'activité commerciale, permettant de vrais bénéfices, dans des univers tels que Second Life? L'affaire Eros LLC c. Robert Leatherwood³⁰, bien que fondée sur une violation du droit d'auteur, illustre les obstacles auxquels sont confrontées les victimes de violations, dont on pourrait souhaiter qu'elles fussent mieux protégées.

²⁷ Section 512(c)(3) et suivants du DMCA.

²⁸ Pour une analyse détaillée du DMCA, voir www.copyright.gov/legislation/dmca.pdf.

²⁹ Cf. n 14.

³⁰ Cf. n 25.

Cependant, plutôt que d'ouvrir la porte à une réglementation qui ne sera, par essence, efficace que sur un plan international, plutôt que de réglementer l'activité économique des mondes virtuels, il nous paraît plus raisonnable d'empêcher de tels développements économiques. En effet, l'on ne saurait créer une réglementation légale à la seule fin de réguler le déroulement d'un divertissement mis au point par un particulier, d'autant qu'à notre sens, ces divertissements ne répondent à aucun besoin particulier de la population.

Second Life est un univers virtuel, bien que très similaire à la réalité de notre quotidien. Dans cette mesure, il semble opportun que cet état de fait demeure et que l'activité économique permettant les bénéfices réels y soit prohibée. A cette thèse s'oppose le fait qu'un certain nombre de Résidents vivent des revenus de leur créations, sans toutefois s'approprier la marque d'autrui. Au travers de Second Life, ils exploitent leur talent d'architectes virtuels sur Internet, ce qu'aucun autre monde virtuel ne permet.

En définitive, il nous apparaît donc que la solution la plus satisfaisante serait d'instaurer une procédure de notice and takedown au bénéfice des titulaires de marques. La problématique de la territorialité, sans être résolue, y trouverait une alternative satisfaisante.

Zusammenfassung

Gemäss vorliegendem Beitrag muss davon ausgegangen werden, dass Second Life aufgrund seiner abstrakten und unpersönlichen Natur eine Welt ist, die dem Territorialitätsgrundsatz entgeht. Das derzeitige Recht scheint machtlos angesichts der Schwierigkeiten, die durch die Benutzung von Zeichen in dieser virtuellen Welt entstehen. Ungerecht erscheint, dass Marken ihren Ruf ausgenützt sehen, ohne dass sie sich dem widersetzen können. Daher dürfte nichts anders übrig bleiben, als die Tätigkeit zu verbieten. Diese Lösung führt allerdings zu einem Paradox, da die Benutzung einer Marke in einer virtuellen Welt unter dem Markenrecht nicht unerlaubt ist, solange die Verletzungshandlung nicht an einem Staatsterritorium festgemacht werden kann.

Die mit Second Life verbundenen Schwierigkeiten beruhen ausschliesslich auf dem Umstand, dass die nachgemachten Marken kommerziell benutzt werden können. Muss man also entsprechende Gesetze erlassen und Handelstätigkeiten verbieten, die echte Gewinne in einem Universum wie Second Life ermöglichen? Der Fall Eros LLC gegen Robert Leatherwood illustriert, obwohl er auf eine Verletzung des Urheberrechts zurückgeht, die Hindernisse, mit denen sich die Opfer von Verletzungen konfrontiert sehen und vor denen, so würde man sich wünschen, sie besser geschützt sein sollten.

Doch noch mehr als einer neuen Regulierung die Türe zu öffnen, welche wesensgemäss nur auf internationaler Ebene wirksam wäre, und die wirtschaftlichen Tätigkeiten in virtuellen Welten zu reglementieren, scheint es uns angezeigt, solche wirtschaftliche Entwicklungen zu verhindern. Letzten Endes kann nämlich kaum eine rechtliche Regelung geschaffen werden, nur um den Inhalt einer Freizeitvergnügung einer Privatperson zu regulieren, umso mehr als nach unserer Meinung dieses Unterhaltungsangebot keinem besonderen Bedürfnis der Bevölkerung entspricht.

Second Life ist ein virtuelles Universum, wenn auch der Wirklichkeit unseres Alltags sehr ähnlich. Insofern scheint es opportun, dass dieser Tatbestand so erhalten bleibt und dass wirtschaftliche Tätigkeiten, welche wirkliche Gewinne ermöglichen, in dieser virtuellen Welt verboten sind. Dieser Lösung steht allerdings der Umstand entgegen, dass einige Einwohner von Second Life vom Einkommen aus ihrem Schaffen leben, ohne dass sie sich die Marken anderer aneignen. Durch Second Life nutzen sie ihr Talent als virtuelle Architekten im Internet, was keine andere virtuelle Welt erlaubt.

Letzten Endes scheint uns deshalb die zufriedenstellendste Lösung darin zu bestehen, ein Melde- und takedown-Verfahren zugunsten der Zeicheninhaber einzuführen. Für die Problematik der Territorialität würde damit, ohne diese zu lösen, eine zufriedenstellende Alternative gefunden.

* Baccalauréat en droit, Genève. Cette problématique fut suggérée à l'auteur dans le cadre du séminaire sur le droit de l'Internet 2007, à l'Université de Genève, par le prof. Jacques de Werra.