

Imposer et protéger sa marque en ligne au Canada

**Deuxième partie – Atténuation des
risques relatifs aux marques sur les
réseaux sociaux et dans le cadre du
commerce électronique**

Ne pas distribuer

Karen MacDonald

Associée, avocate, agente de marques de commerce et de brevets,
Vancouver

Mat Brechtel

Associé, avocat, agent de marques de commerce, Vancouver

John Cassell

Associé, Calgary

Elizabeth Williams

Associée, avocate, agente de marques de commerce, Calgary



Ordre du jour

- Mot de bienvenue et présentations
- Établissement de la marque et tempêtes sur les médias sociaux
- Marketing en ligne et enjeux liés à la publicité
- Comment se prémunir contre la fraude en ligne
- Protection des données et cyberattaques
- Mot de clôture
- Séances en petits groupes

Établissement de la marque et tempêtes sur les médias sociaux

Elizabeth Williams
Associée, avocate, agente de marques de commerce, Calgary

En quoi consiste une tempête sur les médias sociaux?

Phénomène du bouche-à-oreille dans le contexte des médias sociaux

- Cible précise (personne, entreprise ou marque)
- Perception d'un certain échec
- Nombre élevé et anormal de commentaires critiques et agressifs
- Intention de décortiquer, de critiquer un échec et d'en discuter

Risques

- Réclamations intentées par les consommateurs
- Répercussions financières
- Atteinte à la réputation
- #Boycott_____
- Maintien en poste/recrutement/formation des gens de talent

Lignes directrices pratiques/Pratiques exemplaires

- Surveiller, surveiller, surveiller – repérer les problèmes émergents
- Politiques et plan en cas de crise
- Faire intervenir vos conseillers juridiques et vos équipes d'affaires
- Parler d'une seule voix – réponse rapide et information exacte
- Prendre en considération les répercussions des décisions organisationnelles, à la fois sur le plan juridique et sur le plan des relations publiques
- Privilège du secret professionnel
- Supervision du conseil
- Rétablissement de la réputation

A hand holding a smartphone is the central focus, with various digital marketing icons overlaid on the screen and background. The icons include a location pin, an airplane, a globe, a cloud, a shopping cart, a group of people, a house, and an envelope. The background is a blurred image of a person using a laptop.

Marketing et établissement de la marque stratégiques en ligne

Mat Brechtel
Associé, avocat, agent de marques de commerce, Vancouver

Nouveau monde, ancien droit



Fixer les bonnes conditions

- Votre portefeuille de marques de commerce devrait être **prêt pour le numérique** en vue d'une utilisation en ligne
 - Booking.com
 - #votremarque et @votreentreprise
- **Sensibiliser** votre équipe et votre auditoire au marketing décentralisé
 - Conventions sur l'apparence de la marque : lululemon
 - Lignes directrices claires et conseils à l'intention du personnel, de l'équipe chargée du marketing, des influenceurs et des supporteurs

Défricher le terrain

Penser marché national :
marques de
commerce,
activités
commerciales

Penser marché international :
plateformes
unifiées,
domaines

Former l'équipe

Marketing

- Image
- Message
- Plateforme
- Auditoire

Conseillers juridiques

- Enregistrements
- Assurance de l'uniformité

Consommateurs et supporteurs

- Sensibiliser
- Interagir
- Donner une voix

Comment se prémunir contre la fraude en ligne

Karen MacDonald
Associée, avocate, agente de marques de commerce et de brevets, Vancouver



Contrefaçon opportuniste dans l'air du temps

- EPI
 - Masques N95, visières
- Produits de nettoyage
- Tests de dépistage de la COVID-19
- Faux médicaments
 - Chloroquine, hydroxychloroquine
- « Cordon avec badge bloqueur de virus »
 - Contient du dioxyde de chlore (pesticide toxique)
- Arrivent par
 - Courrier international
 - Envoi express par fret



Faux sites Web

- Conçus pour avoir l'air authentiques
- Traitement du paiement sans livraison de produits
- Gonflement/réduction des prix
- Exemples réels
 - usa.cloroxer.com
 - ny.cloroxer.com
 - ua.disinfe.com
 - la.disinfecs.com


Protect Your Health by Clorox

Earn Rewards Points Free Shipping US Dollar LOGIN / REGISTER CHECKOUT 0 ITEM(S) - \$0.00

CLOROX

BATHROOM CLEANING AND DISINFECTING KITCHEN LAUNDRY OUTDOOR PET



SEARCH...



Help Prevent the Spread of Coronavirus
Free Shipping over \$40
3 Day Flash Sale

CLOROX

FEATURED PRODUCTS



CLOROX Disinfecting Wipes (300 Count Value Pack), Bleach Free Cleaning Wipes
★★★★★ (1665)
~~\$12.78~~ \$9.19

CLOROX Disinfecting Wipes (300 ct Brit +Co Value Pack), Bleach Free Cleaning Wipes
★★★★★ (279)
~~\$12.98~~ \$8.99

CLOROX Disinfecting Wipes (225 Count Value Pack), Crisp Lemon and Fresh
★★★★★ (112)
~~\$9.94~~ \$7.03

CLOROX Clean-Up All Purpose Cleaner with Bleach, Spray Bottle, Original, 32
★★★★★ (73)
~~\$5.66~~ \$4.03

Protéger votre marque

Soyez proactif

- Enregistrez vos marques de commerce auprès de l'OPIC
- Surveillez
- Déposez une demande d'aide (ASFC); un enregistrement de marque de commerce (CBP)
- Signalement par les clients et ligne téléphonique

Mesures concrètes

- Recueillez des preuves
- Faites retirer du contenu
- Ciblez le traitement des paiements
- Faites retirer la publicité sur les réseaux sociaux
- Litiges : outils solides et recours civils
- Centre antifraude du Canada :
www.antifraudcentre-centreantifraude.ca

Ne soyez pas dupe

- Vérifiez
 - Liens, nom de domaine, URL
 - Erreurs d'orthographe
 - Ligne de produits
 - Prix
 - Coordonnées
 - Conditions d'utilisation
- Communiquez avec le propriétaire de la marque



En cas de doute, ne prenez pas de risque!

Protection des données et cyberattaques

John Cassell
Associé, Calgary

Tendances actuelles

Vulnérabilités liées à la pandémie

- Hameçonnage/ingénierie sociale en lien avec le virus
- Attaques ciblant le secteur de la santé et des sciences de la vie et d'autres secteurs
- Des erreurs liées au télétravail en raison de la rapidité de la transition ont créé de nouvelles vulnérabilités

Attaques de logiciels rançonneurs et de logiciels malveillants qui entraînent des perturbations

- Logiciel rançonneur combiné à l'exfiltration; évolution des types et des modules
- Croissance de la prévalence; les attaques de logiciels malveillants ont souvent pour objectif de causer des perturbations opérationnelles dans des secteurs clés – la « chasse aux grands joueurs » plus ciblée qu'avant
- Logiciel malveillant en tant que service

Une approche plus interventionniste et énergique des organismes de réglementation et des clients

- Souligne l'importance de protéger la banque en préservant le secret professionnel associé à des documents clés dans la mesure du possible

Cybersécurité : Mieux vaut prévenir que guérir

La plus grande erreur commise par plusieurs organisations est de réfléchir à la manière de répondre à une cyberattaque ou à une atteinte aux données après qu'elle s'est déjà produite – la question n'est pas de savoir « si » on sera confronté à une cyberattaque, mais « quand ».

Mesures de prévention et de sécurité

- Administratives : cartographie des actifs informationnels critiques; politiques en matière de sécurité de l'information, de confidentialité et de protection des renseignements personnels; formation des employés et tests à cet égard (de façon continue); plans de poursuite des activités/reprise en cas de sinistre
- Technologiques : mise à jour régulière des définitions d'antivirus et de logiciels malveillants; mise en œuvre de correctifs de sécurité logicielle; prévention et détection des intrusions; modification de tous les mots de passe par défaut des administrateurs; chiffrement

Élaborez, mettez en œuvre et à l'essai un plan/guide d'intervention en cas d'incident avant qu'un incident ne se produise.

- Reconnaissance précoce de l'incident et rapidité de l'intervention initiale
- Formation d'une équipe d'intervention en cas d'incident et précision quant aux rôles
- Protocoles visant les communications internes et externes

Enjeux liés au secret professionnel en cas de cyberattaques

- Les revendications du secret professionnel à l'égard des rapports produits par les entreprises de criminalistique numérique, soit en prévention des cyberattaques ou en réaction à celles-ci, sont de plus en plus contestées (et parfois, avec succès)
- Assurez-vous de retenir les services de conseillers juridiques avant de confier un mandat important à un tiers (même si l'alerte vient du tiers)
- Mettez à jour les modalités du contrat de service du fournisseur de services de TI en vigueur en cas d'atteinte
- Lorsque votre organisation est visée par une atteinte dans plusieurs territoires, assurez-vous de comprendre les lois entourant le secret professionnel dans ces territoires ou d'obtenir des conseils à ce sujet

Communications

- Établir des protocoles pour ce qui suit :
 - Communications internes pour l'équipe d'intervention en cas d'incident (**EII**) (communications factuelles seulement, indiquer les documents et les courriels comme étant couverts par le secret professionnel et confidentiels, mettre les avocats en copie)
 - Communications internes à l'intention des employés hors de l'EII
 - Communications externes (limitez-les aux personnes qui ont besoin de les connaître; aucune communication non révisée par les avocats)
 - Préservation de la preuve
 - Transmission du problème à un niveau supérieur
- Limitez les communications écrites le plus possible
- Gardez toutes les communications factuelles et exemptes de spéculation et évitez les critiques
- Traitez tous les documents que vous créez comme s'il s'agissait de déclarations que vous pourriez devoir défendre ou expliquer devant un tribunal, sans égard au privilège du secret professionnel
- Passez d'une communication de masse à une communication consciente et intelligente – protégez l'entreprise et vous-mêmes
- Prévenez les fuites de communication hors de l'EII

Mot de clôture

Pour en savoir plus

- **Séances en petits groupes dès maintenant**

- Soutien technique disponible en écrivant à rsvp.canada@enortonrosefulbright.com

- **Joignez-vous de nouveau à nous**

- Le 29 octobre 2020 | Troisième partie | Stratégies efficaces d'enregistrement et de choix de marques pour 2020

Modératrice



Karen MacDonald

Associée, avocate, agente de marques de commerce et de brevets
Vancouver

Tél. : +1 604 641 4915

karen.macdonald@nortonrosefulbright.com

Nos conférenciers



Mat Brechtel

Associé, avocat, agent de marques de commerce
Vancouver

Tél. : +1 604 641 4815

mat.brechtel@nortonrosefulbright.com



John Cassell

Associé
Calgary

Tél. : +1 403 267 8233

john.cassell@nortonrosefulbright.com



Elizabeth Williams

Associée, avocate, agente de marques de commerce
Calgary

Tél. : +1 403 267 8383

elizabeth.williams@nortonrosefulbright.com



Le droit à l'échelle mondiale

nortonrosefulbright.com

Le Verein Norton Rose Fulbright, un Verein suisse, aide à coordonner les activités des membres de Norton Rose Fulbright, mais il ne fournit aucun service juridique aux clients. Norton Rose Fulbright a des bureaux dans plus de 50 villes partout dans le monde, y compris à Londres, Houston, New York, Toronto, Mexico, Sydney et Johannesburg. Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez consulter nortonrosefulbright.com/ca/fr/notes_juridiques_et_avis_de_non-responsabilite/norton-rose-fulbright/. Cette communication est un instrument d'information et de vulgarisation juridiques.

Son contenu ne saurait en aucune façon être interprété comme un exposé complet du droit ni comme un avis juridique de toute entité Norton Rose Fulbright sur les points de droit qui y sont discutés. Vous devez obtenir des conseils juridiques particuliers sur tout point précis vous concernant. Pour tout conseil ou pour de plus amples renseignements, veuillez vous adresser à votre responsable habituel au sein de Norton Rose Fulbright.