



Démarchage de la clientèle du concurrent sur internet conditionné au défaut de risque de confusion

publié le **23/06/2014**, vu **3632 fois**, Auteur : [Anthony BEM](#)

Dans quelles conditions une société peut-elle démarcher la clientèle de son concurrent en utilisant sur le moteur de recherche Google un mot-clé constitué de la dénomination sociale de son concurrent ?

Avec son programme de publicité en ligne Adwords, Google permet à des sociétés d'acheter des mots-clés pour déclencher l'affichage d'un lien commercial vers leur site internet à chaque fois que les internautes effectuent des recherches sur Google à l'aide de l'un des mots-clés achetés.

Cependant, il arrive souvent que des entreprises achètent intentionnellement un mot-clé correspondant à la marque ou la dénomination sociale de leurs concurrents afin d'attirer sur leur site internet la clientèle attachée à leurs concurrents en profitant de la notoriété de ces derniers.

Ainsi, la question peut se poser de savoir si une telle pratique est constitutive ou non d'un agissement parasitaire illicite, lequel est caractérisé dès lors qu'une société se place dans le sillage d'une autre afin de tirer profit de la notoriété, du savoir-faire et des investissements de cette dernière.

L'arrêt rendu le 3 avril 2014 par la cour d'appel d'Aix-en-Provence apporte des précisions très utiles à ce sujet, en jugeant que le fait d'utiliser la dénomination sociale d'un concurrent comme mot-clé sur le moteur de recherche Google pour déclencher l'affichage d'un lien commercial vers son site internet n'est illicite que s'il en résulte un risque de confusion entre les sites internet des deux sociétés ou s'il est accompagné d'un acte déloyal. (C.A Aix-en-Provence, 2ème chambre, 3 avril 2014)

En l'espèce, la société Delko, qui exerce dans le domaine automobile, a fait constater par huissier de justice que la requête Delko effectuée avec le moteur de recherche google.fr déclenchait, par la mise en œuvre du service de référencement Google Adwords, l'affichage d'un lien commercial vers le site internet exploité par la société Oscaro.com qui exploite également une activité de commerce d'équipements automobiles.

Par lettre recommandée avec accusé de réception, la société Delko a mis en demeure la société Oscaro.com de mettre un terme sans délais à ses agissements parasites.

Cette dernière n'ayant pas donné de suite, la société Delko l'a assignée en justice aux fins d'obtenir sa condamnation à cesser ses agissements parasites et à payer des dommages et intérêts en réparation du préjudice subi.

Le tribunal de commerce a débouté la société Delko de ses demandes.

La cour d'appel a confirmé le jugement rendu par le tribunal de commerce, en retenant que :

« L'action de la société Delko Développement est fondée sur le parasitisme qui consiste pour un agent économique à s'immiscer dans le sillage d'un autre afin de tirer profit sans rien dépenser, de ses efforts et de son savoir faire.

En l'absence de circonstances caractérisant un risque de confusion entre les sites internet de deux sociétés concurrentes, le démarchage de la clientèle d'autrui au moyen de l'achat d'un mot clef constitué de la marque ou de la dénomination sociale de ce tiers est licite s'il n'est pas accompagné d'un acte déloyal. »

Or, dans le cas présent, il n'existait *« aucun risque de confusion entre les sites internet des deux sociétés pour un internaute normalement informé et d'attention moyenne, et l'utilisation du terme générique delco ne peut être considérée comme un acte déloyal. »*

Dès lors, la cour d'appel a estimé que le seul référencement sous la marque ou la dénomination sociale Delko ne suffisait pas à caractériser un comportement parasitaire de la société Oscaro et devait donc être considéré comme un démarchage licite de clientèle.

Ainsi, le fait de démarcher la clientèle de son concurrent en utilisant un mot-clé représentant la marque ou la dénomination sociale de ce dernier, pour déclencher l'affichage d'un lien commercial sur le moteur de recherche Google, est licite dès lors qu'il n'existe pas un risque de confusion entre les sites internet des deux sociétés.

Par conséquent, en l'absence de risque de confusion entre les sites internet, le démarchage de clientèle est licite.

Je suis à votre disposition pour toute action ou information ([en cliquant ici](#)).

PS : Pour une recherche facile et rapide des articles rédigés sur ces thèmes, vous pouvez taper vos "mots clés" dans la barre de recherche du blog en haut à droite, au dessus de la photographie.

Anthony Bem
Avocat à la Cour
27 bd Malesherbes - 75008 Paris
01 40 26 25 01
abem@cabinetbem.com

www.cabinetbem.com