



L'UTILISATION FAUTIVE DE GOOGLE ADWORDS SOURCE DE RESPONSABILITE

publié le **16/08/2010**, vu **7312 fois**, Auteur : [Anthony BEM](#)

Une nouvelle source de responsabilité est apparue en matière de contentieux de l'Internet et plus particulièrement concernant l'usage du système publicitaire Adwords de Google. A cet égard, la cour de cassation vient de consacrer le régime de responsabilité des utilisateurs du système d'Adwords de Google susceptible d'être financièrement lourd de conséquences en cas de sélection de mots clés contrefaisant des marques de tiers ou portant atteinte à un nom commercial ou à une enseigne commerciale.

La Chambre commerciale, financière et économique de la cour de cassation a rendu un arrêt le 13 juillet 2010 par lequel elle met fin au contentieux qui s'était élevé concernant le programme publicitaire de Google dénommé Adwords.

L'origine de ce contentieux est née de la création par Google d' un système publicitaire permettant d'afficher des bannières publicitaires ciblées en fonction des mots-clés que tape l'internaute.

Les problèmes sont apparus lorsque ce système de référencement sur l'Internet a été détourné de sa finalité par diverses entreprises.

En effet, il est vite apparu que des requêtes sur le moteur de recherche Google à partir des mots composant des marques déposées déclenchaient, en marge des résultats naturels de ces recherches sur internet, l'affichage de liens commerciaux résultant de l'activité du service Adwords offert aux annonceurs et proposant à l'internaute la connexion à des sites internet pouvant être, selon le cas, des sites de sociétés concurrentes ou des sites sans lien avec les mots objets desdites requêtes.

Les sociétés titulaires des droits sur les marques ou jouissant de la protection juridique attachée au nom commercial ou à l'enseigne ont donc assigné les sociétés Google France, Google Inc et Google Ireland (Google) en contrefaçon de marques et publicité trompeuse et mensongère.

Dans un premier temps, les juges ont sanctionné les sociétés précitées de ces fautes et en ont indemnisé les victimes.

La Cour de justice de l'Union européenne a alors été saisie de questions préjudicielles de la part des sociétés Google l'invitant à se prononcer sur ces problèmes juridiques nouveaux et pour lesquelles elles ont été financièrement lourdement sanctionné.

La Cour de justice de l'Union européenne a dit pour droit le 23 mars 2010 que :

" le prestataire d'un service de référencement sur internet qui stocke en tant que mot clé un signe identique à une marque et organise l'affichage d'annonces à partir de celui-ci, ne fait pas un usage de ce signe au sens de l'article 5, paragraphes 1 et 2, de la

directive 89/104 ou de l'article 9, paragraphe 1, du règlement n° 40/94 ".

Autrement dit, en proposant aux annonceurs l'usage comme mots-clés des signes déposés en tant que marques, Google ne commet pas d'actes de contrefaçon, de publicité mensongère.

Il faut rappeler que Google avait, dans le temps de la procédure judiciaire, modifié son système Adwords de façon à s'exonérer de sa responsabilité civile en qualité d'éditeur au sens des dispositions de l'article 6 de la loi pour la confiance en l'économie numérique.

Dans ce contexte, contrairement à ce qui était antérieurement jugé jusqu'en 2009, Google ne sera plus tenu pour responsable au titre de son système publicitaire Adwords.

La conséquence directe de l'arrêt de la cour de cassation du 13 juillet 2010 est que la responsabilité de l'utilisation de ce système publicitaire repose dorénavant exclusivement sur ses utilisateurs.

La cour d'appel de Paris a rendu, le 19 novembre 2010, un arrêt dans la droite lignée de celui de la Cour de cassation précité (CA Paris, Pôle 5, cha. 2, 19 novembre 2010).

En conséquences, les utilisateurs auront seuls la charge du paiement des éventuelles indemnités allouées par les juges aux victimes d'actes de contrefaçon de marques et de publicités trompeuse ou mensongères, ce qui dans certains cas peut atteindre des sommes importantes (Google n'étant plus condamné solidairement).

Il convient donc de prendre ses précautions pour que les mots clés choisis dans le cadre du programme Adwords ne constituent pas des violations de droit de tiers et de ne pas hésiter à consulter un avocat spécialisé afin de s'assurer de ne pas engager sa responsabilité lors du choix des mots clés.

Je suis à votre disposition pour toute information ou action.

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
Tel : 01 40 26 25 01

Email : abem@cabinetbem.com

www.cabinetbem.com