



INTERNET-propriété industrielle- Marques- Protection- Contrefaçon- Moteur de recherche - Publicité à

Jurisprudence publié le **29/03/2017**, vu **1146 fois**, Auteur : [Maître RAHON Sebastien](#)

INTERNET-propriété industrielle- Marques- Protection- Contrefaçon- Moteur de recherche - Publicité à partir de mots clés

<https://www.facebook.com/Page-dinformation-en-droit-de-linternet-du-cabinet-RAHON-avocats-393391577693967/>

La société X constate qu'un concurrent aurait pratiqué un référencement payant pour promouvoir son site internet en utilisant comme mot clé la propre marque de la société X.

La société X a assigné la société Y devant le tribunal de grande instance de Nanterre en contrefaçon de marque et concurrence déloyale et est déboutée de ses demandes.

Elle interjette alors appel.

la société X reproche au premier juge de ne pas avoir tiré les conséquences des constatations opérées, en particulier le fait que la société Y soit parvenue, lors de la recherche des mots clés, à apparaître à ses côtés sur les premières pages de résultat, d'abord par un acte positif d'utilisation de sa marque puis par l'omission délibérée d'exclure dans son abonnement Google Adwords, le nom de cette marque comme mot clé négatif.

Par arrêt du 28 Février 2017, la Cour d'Appel de Versailles confirme le jugement au visa des articles L713-2 et L713-3 du code de la propriété intellectuelle, et de l'article 5, paragraphe 1, a) de la directive 89/104, telle qu'interprétée par la Cour de justice européenne (arrêt Interflora du 22 septembre 2011)

La Cour rappelle ainsi que :

“Dans le cadre d'un service de référencement sur Internet, le titulaire de la marque ne peut s'opposer à l'usage par un tiers d'un signe identique ou similaire à titre de mot clé que si cet usage porte atteinte aux fonctions de la marque.

En l'espèce l'utilisation de la marque comme mot clé fait apparaître une annonce de la société concurrente en bas de page dans une présentation du site Google que connaît l'internaute, habitué à voir s'afficher les résultats de sa recherche avec le nom et les sites de concurrents proposant le service ou le produit recherché, de sorte qu'elle ne peut entraîner aucune confusion sur l'auteur de l'annonce et ne porte pas atteinte à la fonction d'identification de la marque.

Le jugement est confirmé en ce qu'il retient que la contrefaçon de marque n'est pas caractérisée" Arrêt rendu le 28 février 2017 par la 12ème chambre de la cour d'appel de Versailles, RG n° 16/01251

<https://www.legifrance.gouv.fr/affi...>

www.rahon-avocats.fr

<https://www.facebook.com/Page-dinformation-en-droit-de-linternet-du-cabinet-RAHON-avocats-393391577693967/>