Image not found or type unknown

LIENS COMMERCIAUX, MOTS-CLES, QUELLE RESPONSABILITE POUR GOOGLE ?

publié le **29/03/2010**, vu **2004 fois**, Auteur : Mourot

Quelle est la responsabilité du prestataire qui propose un service de référencement payant sur internet ?

Le principe est que les sociétés Google Inc. et Google France proposent aux sociétés qui le souhaitent un service dénommé Adwords leur permettant, moyennant la réservation de mots-clés, de faire apparaître de manière privilégiée, sous la rubrique liens commerciaux, les coordonnées de leur site en marge des résultats d'une recherche sur internet. Or, le choix de ces mots-clés sur la base de calculs statistiques peut conduire à retenir des termes couverts par un droit de marque ou déjà utilisés à titre de nom commercial, ce qui peut être en soi répréhensible.

En pratique, lasse de ces questions et des incertitudes qui commençaient à se poser devant elle, la Cour de Cassation a posé des questions préjudicielles à la CJUE notamment celle-ci : quelle est la responsabilité du prestataire qui propose un service de référencement payant sur internet ?

Ainsi, par une décision du 23 mars 2010 (Google France / LVM, Viaticum, Luteciel, CNRRH et autres), la Cour de justice de l'Union européenne vient de trancher : Google n'engagerait sa responsabilité qu'envers les contenus Adwords et non la vente de noms de marques en tant que mots-clés.

Cette solution de la CJUE tranche ainsi avec les arrêts rendu par les Tribunaux de grande instance de Nanterre et de Lyon, Cour d'appel de Paris Section A et B, Cour d'appel d'Aix-en-Provence, sauf la troisième chambre du Tribunal de grande instance de Paris, qui semblaient bien aller vers la condamnation pour contrefaçon par usage non-autorisé des prestataires proposant des liens commerciaux reproduisant une marque protégée.

Copyright © 2025 Légavox.fr - Tous droits réservés