



LA SUSPENSION D'UN COMPTE DE RÉFÉRENCIEMENT EST-ELLE POSSIBLE ?

Conseils pratiques publié le 15/05/2023, vu 1024 fois, Auteur : [Murielle Cahen](#)

Le contrat de référencement régit les rapports juridiques entre le prestataire en charge du référencement et le client qui souhaite améliorer la visibilité et l'audience de son site internet.

Cet accroissement de la visibilité porte tant sur les moteurs de recherche, comme Google, que sur les annuaires présents sur la toile. La prestation de référencement fait appel à un savoir-faire et des compétences techniques spécifiques en constante évolution.

Le référencement consiste à assurer le positionnement d'un [site Internet](#) sur la page de résultats des moteurs de recherche, et notamment Google qui est le plus utilisé par les internautes.

Il faut distinguer :

Le référencement naturel (SEO) qui s'obtient sans rémunération du moteur de recherche et qui utilise des techniques particulières (mots-clés, liens externes et internes...);

Le référencement payant (SEA), obtenu en achetant des publicités ou des liens sponsorisés auprès des moteurs (Google AdWords par exemple).

Le contrat de référencement, ou contrat SEO, est l'accord par lequel un client charge un prestataire d'assurer le positionnement de son [site](#) sur les pages de résultats des moteurs de recherche afin d'améliorer sa visibilité et son audience.

Comme dans tout contrat, les parties doivent définir ensemble les modalités d'exécution de celui-ci et l'étendue de leurs obligations respectives. Cela peut s'avérer complexe compte tenu du régime juridique « hybride » du contrat de référencement.

Par conséquent, toutes les clauses afférentes au contrat devront être respectées par les parties pour éviter que des litiges s'élèvent entre elles qui amènent le plus souvent à la résiliation du contrat.

À titre d'illustration, dans une affaire, la Cour d'appel de Paris a validé le refus de Google de réactiver un compte Adwords pour le référencement du [site](#) <CartegriseFrance.fr> suspendu suite à la dénonciation par un service de l'État pour pratique commerciale trompeuse (Cour d'appel de Paris, Pôle 5- Ch. 11, arrêt du 17 septembre 2021).

I. Les obligations du demandeur de référencement

A. Respect des conditions générales du contrat de référencement

L'indispensable référencement du [site web](#) peut être assuré par certaines sociétés spécialisées (Net Booster, Brioude-Internet...).

L'objectif poursuivi est de faire en sorte qu'il apparaisse en bonne place dans la liste des résultats affichés en réponse aux requêtes adressées aux outils de recherche du réseau (moteurs ou annuaires de recherche), ceux-ci indexant les pages web concernées à partir de mots clés, les « metatags ».

Aussi, le prestataire s'engagera, par exemple, à ce que tel site, sur la base de tels mots clés prédéfinis, figure dans les dix ou vingt premières réponses, et ce, pour un nombre d'outils de recherche défini, là aussi, à l'avance.

À côté de cela, le demandeur au référencement doit respecter certaines obligations contractuelles, dont celles relatives aux conditions générales du contrat de référencement mises en place par les opérateurs de services numériques.

De nombreux professionnels rédigent des conditions générales, c'est-à-dire des « clauses abstraites, applicables à l'ensemble des contrats individuels ultérieurement conclus, rédigées par avance et imposées par un contractant à son partenaire »

En principe, tous les contrats peuvent donner lieu à l'établissement de conditions générales, mais il ne s'agit là que d'une simple faculté. Si elles ont été rédigées, en revanche, leur communication peut être rendue obligatoire par le droit de la concurrence, et cela, au nom d'une nécessaire transparence entre commerçants (voir C. com., art. L. 441-1 : « Les conditions générales de vente comprennent notamment les conditions de règlement, ainsi que les éléments de détermination du prix tels que le barème des prix unitaires et les éventuelles réductions de prix. (...)

Toute personne exerçant des activités de production, de distribution ou de services qui établit des conditions générales de vente est tenue de les communiquer à tout acheteur qui en fait la demande pour une activité professionnelle ».

La question de la définition des conditions générales en droit commun des contrats a été soulevée à la suite de l'introduction dans le Code civil par l'ordonnance no 2016-131 du 10 février 2016 (JO 11 févr.) d'un article 1171 qui disposait, en son premier alinéa, que « dans un contrat d'adhésion, toute clause qui crée un déséquilibre significatif entre les droits et obligations des parties au contrat est réputée non écrite ». De même, aux termes d'un article 1190, lui aussi introduit par l'ordonnance du 10 février 2016, « dans le doute, le contrat de gré à gré s'interprète contre le créancier et en faveur du débiteur, et le contrat d'adhésion contre celui qui l'a proposé » (voir nos 1965 et s.).

Or, le contrat d'adhésion était défini par l'article 1110, alinéa 2, du Code civil, tel qu'issu de l'ordonnance du 10 février 2016, comme « celui dont les conditions générales, soustraites à la négociation, sont déterminées à l'avance par l'une des parties ».

Les conditions générales seraient donc en principe à la fois, comme le laisse entendre l'article, des stipulations qui été soustraites à la libre négociation des parties (il évoque les « conditions générales, soustraites à la négociation »), mais également des stipulations accessoires, en opposition aux conditions particulières, qui comprendraient les éléments essentiels du contrat.

B. Respect de la clause contractuelle

« L'accès universel, instantané et continu des services numériques sur Internet et la téléphonie mobile justifie que les opérateurs en subordonnent l'offre à la condition contractuelle d'interrompre immédiatement 1'hébergement ou le référencement de ces services si leur contenu est susceptible de porter atteinte à l'ordre public, en particulier en cas de publicité trompeuse, de sorte que ces conditions de résiliation, qui sont énoncées aux conditions générales de Google de manière claire et précise, ne créent pas de déséquilibre significatif dans les droits et obligations des parties au contrat ».

De plus, la notion de conditions générales se retrouve à un autre endroit de la réforme du droit des contrats. Il s'agit de l'article 1119, qui régit leur application (« Les conditions générales invoquées par une partie n'ont d'effet à l'égard de l'autre que si elles ont été portées à la connaissance de celle-ci et si elle les a acceptées ») et les éventuelles contradictions qu'elles renferment, avec les conditions générales de l'autre partie ou avec des « conditions particulières ».

En ce qui concerne la pratique commerciale trompeuse qui porte atteinte à l'ordre public et viole par là même les conditions générales de contrat de référencement, elle consiste en toute action, omission, conduite, démarche ou communication commerciale de la part d'un professionnel en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture d'un produit, qui contient des informations sur les produits ou services qu'il met en vente, sur les engagements qu'il prend à l'égard de la clientèle ou sur les aptitudes et qualités qu'il possède, qui amène ou est susceptible d'amener le contractant à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

La pratique commerciale trompeuse par omission qui, compte tenu des limites des moyens de communication utilisés et des circonstances qui l'entourent, omet, dissimule ou fournit de façon inintelligible, ambiguë ou à contretemps une information substantielle ou lorsqu'elle n'indique pas sa véritable intention commerciale dès lors que celle-ci ne ressort pas déjà du contexte.

Cette incrimination est le prolongement du dol civil, en particulier de la réticence dolosive, et de l'obligation d'information portant notamment sur les caractéristiques principales du produit, son prix, les modalités de paiement et de livraison, l'existence d'un droit de rétractation.

On voit que le client n'a pas respecté cette obligation tenant à la clause contractuelle portant ainsi atteinte à l'ordre public.

II. Sanction en cas d'atteinte à l'ordre public

A. Mise en œuvre de la clause de résiliation du compte de référencement.

En cas de non-respect des conditions générales de contrat de déférencement, la Cour d'appel rappelle que « l'accès universel, instantané et continu des services numériques sur Internet et la téléphonie mobile justifie que les opérateurs en subordonnent l'offre à la condition contractuelle d'interrompre immédiatement [l'hébergement ou le référencement](#) de ces services si leur contenu est susceptible de porter atteinte à l'ordre public, en particulier en cas de publicité trompeuse, de sorte que ces conditions de résiliation, qui sont énoncées aux conditions générales de Google de manière claire et précise, ne créent pas de déséquilibre significatif dans les droits et obligations des parties au contrat ».

Dans sa nouvelle rédaction, le second alinéa de l'article 1110 du Code civil dispose, en effet, que « le contrat d'adhésion est celui qui comporte un ensemble de clauses non négociables, déterminées à l'avance par l'une des parties ». Cette version n'est cependant applicable qu'aux contrats conclus à partir du 1er octobre 2018.

Il sera fréquent que ces clauses aient été conçues pour une série de contrats. Mais il pourrait également s'agir de clauses déterminées à l'avance uniquement pour plusieurs contrats, comme dans le cadre d'un réseau de distribution, voire pour un contrat unique.

Par ailleurs, l'article 1171 initial précise que : « Dans un contrat d'adhésion, toute clause qui crée un déséquilibre significatif entre les droits et obligations des parties au contrat est réputée non écrite » (al. 1er). « L'appréciation du déséquilibre significatif ne porte ni sur l'objet principal du contrat ni sur l'adéquation du prix à la prestation » (al. 2). L'article 1171, alinéa 2, est resté inchangé.

L'alinéa 1er, en revanche, a été complété par des termes qui limitent à juste titre le champ d'application du contrôle, puisque la norme énonce désormais que « dans un contrat d'adhésion, toute clause non négociable, déterminée à l'avance par l'une des parties, qui crée un déséquilibre significatif entre les droits et obligations des parties au contrat est réputée non écrite ».

La loi n'a pas clarifié la manière d'apprécier le déséquilibre significatif entre les droits et obligations des parties.

Le juge pourra s'appuyer sur des critères comparables à ceux qui sont consacrés en droit de la consommation. Selon l'article L. 212-1, alinéa 2, du Code de la consommation, le caractère abusif d'une clause s'apprécie en se référant à toutes les autres clauses du contrat ou à celles contenues dans un autre contrat lorsque les deux contrats sont juridiquement liés dans leur conclusion ou leur exécution. C'est dire que l'appréciation du caractère abusif de la clause devrait se faire en tenant compte de l'ensemble des dispositions contractuelles du contrat d'adhésion, y compris celles négociables.

La juridiction du second degré ayant contrôlé la clause qui liait les parties au contrat a jugé que les énoncées aux conditions générales de Google étaient faites de manière claire et précise et ne créaient pas de déséquilibre significatif dans les droits et obligations des parties au contrat.

B. Suspension du compte Adwords

Par application de [la clause](#), le contrat reliant les parties a été résilié par l'opérateur numérique. Et la Cour d'appel a jugé cette [clause non abusive](#) et ne souffrant d'aucun déséquilibre significatif.

Les manquements constatés par la Cour de la part du titulaire du compte Adwords pour le référencement du [site](#) <Cartegrisefrance.fr> ont amené ladite Cour à dire qu'il n'y a eu aucune brutalité dans les modalités de résiliation des comptes AdWords.

A lire, on remarque que l'entreprise conteste cette [rupture brutale de la relation commerciale](#) qui la liait avec l'opérateur numérique et indique que la rupture souffre d'une nullité pour cause de déséquilibre significatif dans la clause.

Mais la suspension n'a pas été jugée abusive et la Cour de préciser que les conditions générales de Google ont été rédigées de manière claire et précise d'où la suspension définitivement du compte litigieux et qu'il n'y a donc eu aucune brutalité dans les modalités de résiliation des comptes AdWords.

Sources :

<https://www.legalis.net/jurisprudences/cour-dappel-de-paris-pole-5-ch-11-arret-du-17-septembre-2021-2/>

https://www.legifrance.gouv.fr/juri/id/JURITEXT000030173948?init=true&page=1&query=14-80.220&searchField=ALL&tab_selection=all

https://www.legifrance.gouv.fr/juri/id/JURITEXT000038322056?init=true&page=1&query=17-87.534&searchField=ALL&tab_selection=all