



Pas de contrefaçon pour l'usage de marques notoires comme mots-clés

publié le **05/02/2015**, vu **2734 fois**, Auteur : [Noé MARMONIER Avocat](#)

La Cour de cassation enfonce le clou ! Dans un arrêt du 20 janvier 2015, rendu par la chambre commerciale de la Cour de cassation (n°11-28567), la Haute juridiction vient conforter sa jurisprudence en ce domaine Décryptage.

Citant directement l'arrêt de principe et non moins célèbre Google c/ Louis Vuitton rendu par la CJUE du 23 mars 2010 (aff. C-236/08), la Cour de cassation retient que le prestataire de référencement internet qui stocke des signes identiques ou similaires à des marques, n'en fait pas un usage contrefaisant.

Cet arrêt riche d'enseignements s'inscrit dans la lignée de la position édictée par la jurisprudence européenne.

En l'espèce, la SNCF, en sa qualité de titulaire de plusieurs marques, a constaté qu'un site internet utilisait ses marques à titre de mots-clés afin de diriger, par l'affichage de liens commerciaux, l'internaute vers des sites concurrents proposant des produits et services identiques ou similaires, a donc assigné la locataire des serveurs sur lesquels sont hébergés le sites litigieux.

La SNCF se prévalait également d'une pratique commerciale trompeuse, au sens du Code de la consommation, et d'un rôle actif du prestataire informatique, de sorte qu'il ne pouvait bénéficier d'une limitation de responsabilité, instauré par la LCEN.

La Cour de cassation balaie l'ensemble des arguments de la SNCF.

La Cour casse l'arrêt d'appel aux motifs que :

- La Cour n'a pas démontré en quoi le défendeur jouait un rôle actif dans le stockage des données.

Il est donc nécessaire de caractériser ce rôle actif, afin d'emporter la conviction d'un rôle actif de nature à priver du bénéfice de responsabilité limité.

- la Cour de cassation censure l'arrêt d'appel en ce qu'il a condamné les défendeurs pour contrefaçon de marques, par l'usage, des marques dont la SNCF est titulaire, comme mots-clés par le moteur de recherche.

?

- La Cour casse l'arrêt d'appel au visa de l'article L 121-1 du Code de la consommation, retenant l'absence de pratique commerciale trompeuse, puisqu'un tel comportement n'abuse pas l'internaute quant au fait de savoir s'il est mis en relation ou non avec des services proposés par la SNCF.

?Un fondement aurait pu s'avérer pertinent en l'espèce, mais n'a pas été soulevé par la demanderesse, à savoir le fondement de la concurrence déloyale, au titre d'un agissement parasitaire.

Cet arrêt vient conforter une position jurisprudentielle qui gagne en constance au fil du temps.