

La justice confirme la contrefaçon de marque par Google

La cour d'appel de Versailles condamne une nouvelle fois le moteur de recherche à 75 000 euros dans l'affaire des liens sponsorisés dénoncés par Bourse des vols.

« Bourse des vols, 3 - Google France, 0 » , claironne le premier dans un communiqué de presse du 16 mars. La formule est cavalière, mais elle marque bien la satisfaction, sinon le soulagement, du voyageur en ligne après la confirmation en appel de la condamnation du moteur de recherche en octobre 2003 pour contrefaçon de marque.

Google devra donc bien payer 75 000 euros de dommages et intérêts pour avoir mis en ligne des liens sponsorisés détournant une marque pour aiguiller l'internaute vers une autre. Il est au passage débouté d'une action engagée contre le voyageur en ligne pour contester la validité des marques « Bourse des vols » et « Bourse des voyages ». Seul changement, l'astreinte imposée à Google si les actes dénoncés sont à nouveau constatés passent de 14 000 à 9 000 euros par infraction.

« Tout le monde restait suspendu à cette décision , estime Fabrice Dariot, PDG de Bourse des vols. Cela pouvait changer beaucoup de choses pour beaucoup de monde. » Une décision d'autant plus attendue que l'affaire remonte à l'été 2002. A l'époque, Bourse des vols constate qu'en saisissant ses marques comme mots-clefs pour lancer une recherche sur Google.fr le

moteur affiche comme résultat des liens publicitaires renvoyant vers des sites concurrents.

La société assigne donc Google France pour contrefaçon de marque. Ce que le tribunal de grande instance reconnaît en 2003. Le moteur de recherche fait appel en mars 2004, pour perdre à nouveau cette semaine.

Le résultat de ce jugement en appel a plusieurs conséquences. Il dit que « la vente de marques par quelqu'un qui n'a pas de droit dessus, c'est de la contrefaçon , explique Fabrice Dariot. Et que pour tout ce qui se passe en langue française sur leur site, google.fr en est responsable. »

Les marques se rebiffent

Au passage, le jugement assimile Google, sur cette activité de liens sponsorisés, à une régie publicitaire. « Eux, ils se voyaient en FAI et affirmaient ne pas avoir de responsabilité a priori sur les contenus , ajoute le PDG. Ils contrôlaient a posteriori, donc gagnaient du temps et faisaient plus d'argent. »

Google, évidemment, fait une analyse moins tranchée. L'activité des liens sponsorisés serait encore trop nouvelle pour que l'on puisse lui opposer un droit bien adapté. « On essuie les plâtres , commente un porte-parole. Il y a toute une réflexion à mener sur ce nouveau business. Nous ne sommes pas une agence de publicité traditionnelle, mais une plate-forme technique. » Le moteur de recherche réfléchit en ce moment à un

pourvoi en cassation.

Car le jugement d'appel peut faire jurisprudence. Or, si Bourse des vols a obtenu gain de cause, ce n'est pas la seule affaire. Google s'est aussi attiré les foudres de Louis Vuitton, avant d'être condamné en première instance , et de Rentabiliweb ainsi que d'Axa , qui ont porté plainte respectivement en mars 2003 et avril 2004.