

Internet

Marques et mots-clés se font concurrence

La Cour de cassation a porté un nouveau coup d'arrêt aux velléités d'actions contre les annonceurs utilisant des noms de marques concurrentes comme mots-clés sur les moteurs de recherche.



VIRGINIE BRUNOT,
Avocate,
Alain Bensoussan
avocats

Les titulaires de marques doivent faire face à un nouveau revers dans la saga judiciaire les opposant aux annonceurs sur les moteurs de recherche. Par un arrêt du 25 septembre, la Cour de cassation a approuvé la décision qui avait rejeté l'action en contrefaçon formée par le titulaire des marques IES et Autoies à l'encontre d'annonceurs ayant réservé les mêmes termes comme mots-clés pour référencer leurs sites sur Google.

Le titulaire des marques se fondait sur la solution posée par la cour de justice de l'Union européenne (CJUE) (23-10-2010, aff. jointes C-236/08 à C-238/08), selon laquelle celui-ci peut interdire l'usage de sa marque comme mot-clé dans le cadre d'un service de référencement payant sur internet, lorsque l'annonce « permet seulement difficilement à l'internaute moyen de savoir si les produits ou les services visés par l'annonce proviennent du titulaire de la marque (...) ou, au contraire, d'un tiers ». Il reprochait à la cour d'appel de ne pas avoir constaté que les annonces litigieuses étaient assez précises pour écarter tout lien entre lui et les annonceurs. Il faisait aussi grief à la cour d'avoir rejeté l'action en responsabilité à l'encontre du moteur de recherche qui avait, selon lui, engagé sa responsabilité en ne retirant pas promptement les liens litigieux.

Si la CJUE a fixé les conditions de l'atteinte aux droits sur la marque en matière de référencement payant, elle a laissé le soin aux juridictions nationales d'apprécier, au cas par cas, si les faits qui leur sont soumis caractérisent une atteinte ou un risque d'atteinte à la « fonction d'indication d'origine de la marque » et, partant, un acte de contrefaçon.

Clairement identifié

La Cour de cassation confirme l'analyse de la juridiction d'appel, estimant qu'une annonce est suffisamment précise pour échapper au grief de contrefaçon dès lors qu'elle s'inscrit dans le cadre d'un référencement payant identifié comme tel, par l'affichage des annonces dans une rubrique « liens commerciaux ». Elle ne doit ni reproduire ni faire référence à la marque réservée comme mot-clé. L'annonce doit reproduire le nom de domaine vers lequel elle dirige, ce qui permet de remplir l'exigence d'identification de l'annonceur.

Cet arrêt valide une tendance dominante chez les juges du fond. Il semble acquis que le respect de ces trois conditions permet aux annonceurs d'échapper au grief de la contrefaçon.

En l'absence d'atteinte aux marques, la Cour approuve l'exclusion de responsabilité du moteur de recherche, lequel agit en la matière comme simple intermédiaire technique.

Si la solution fait la part belle au principe de libre jeu de la concurrence, on peut s'interroger sur l'équité d'une décision conduisant à permettre à un agent économique de profiter, à moindre frais, des efforts et investissements de son concurrent pour faire

connaître ses propres produits... Ce comportement est susceptible, en revanche, d'être sanctionné au titre des agissements parasitaires.

Face au recul du droit des marques, c'est donc peut-être sur le terrain, plus classique, de la responsabilité civile que se jouera la revanche des titulaires de signes distinctifs face aux annonceurs. ■

L'ENJEU

- Protéger ses signes distinctifs pour les uns, surfer sur l'attrait de produits concurrents pour les autres.

LA MISE EN ŒUVRE

- Trouver le juste équilibre entre le respect des droits du titulaire sur sa marque et le libre exercice de la concurrence.

JURISPRUDENCE EN BREF

HEURES SUPPLÉMENTAIRES

Sauf accord particulier, les jours fériés, de congés ou d'arrêt de maladie, ne sont pas assimilés au temps de travail effectif pour le calcul des repos pour heures supplémentaires.

(Cass. soc., 19.9.2012, N° 1874, Cera Engineering c/ Béal).

COTISATIONS SOCIALES

Dans les limites fixées par le code général des impôts, toute somme versée au salarié lors de la rupture conventionnelle du contrat est soumise aux cotisations de sécurité sociale.

(Cass. civ. 2, 20.9.2012, N° 1446, Urssaf des Bouches-du-Rhône c/ Sécomat).

AUGMENTATION DE CAPITAL

La décision d'augmenter le capital d'une SARL n'est pas une opération de gestion pour laquelle un associé peut demander la désignation d'un expert pour présenter un rapport.

(Cass. com., 25.9.2012, N° 900).

SALARIÉ PROTÉGÉ

Le retrait d'un candidat aux élections, dont la candidature avait été notifiée à l'employeur par le syndicat, n'a pas d'influence sur la protection du candidat.

(Cass. soc., 26.9.2012, N° 1801, Mounitchy c/ Glaive).

PROTOCOLE PRÉÉLECTORAL

Les syndicats représentatifs, invités à la négociation du protocole préélectoral, qui s'y présentent puis quittent la table, sont considérés comme ayant participé à la négociation.

(Cass. soc., 28.9.2012, N° 1855, CFTC c/ Avis).