



<http://www.domainesinfo.fr>

## CHRONIQUE



par **Bertrand THORÉ**  
[bertrand-thore@alain-bensoussan.com](mailto:bertrand-thore@alain-bensoussan.com)

# Indemnisation à la baisse dans une affaire de liens commerciaux

## Le moteur de recherche Google mis en cause une nouvelle fois

La société Cartephone qui commercialise des cartes téléphoniques pré-payées, a souscrit au système de référencement payant proposé par Google, en sélectionnant, parmi les mots clés proposés par le moteur de recherche, le terme "Kertel", qui est également la dénomination sociale et la marque d'un concurrent.

Un constat d'huissier établi à la demande de la société Kertel en avril 2004 montre que les recherches effectuées à partir du mot clé "Kertel" sur le moteur de recherche, font apparaître un lien publicitaire vers le site de Cartephone. Un autre constat montre que le lien sponsorisé a été supprimé en juillet 2004.

La société Kertel assigne son concurrent ainsi que les sociétés Google France et Google Inc. et demande une somme de 120 000 euros de dommages et intérêts pour contrefaçon de marque et concurrence déloyale. Deux décisions rendues pour des faits similaires en 2005 ont condamné les moteurs de recherche à indemniser les victimes à hauteur de 200 000 euros chacune [1].

## Une réparation limitée pour des demandes peu justifiées

Contrairement aux décisions précédentes, le Tribunal de grande instance de Paris [2] ne retient pas d'acte de contrefaçon à l'encontre de Google, mais il estime que sa responsabilité est engagée au titre des articles 1382 et 1383 du Code civil, pour avoir favorisé l'activité contrefaisante de la société Cartephone, qui est quant à elle condamnée pour contrefaçon et concurrence déloyale.

Le Tribunal estime que le préjudice commercial invoqué par Kertel n'est pas démontré. Relevant que les faits litigieux se sont produits sur une courte période (moins de 4 mois), le Tribunal accorde une somme de 30 000 euros de dommages et intérêts à Kertel au titre de l'atteinte portée à sa marque. Il ordonne également la publication de la décision aux frais in solidum des sociétés fautives.

La société Kertel n'a sans doute pas suffisamment documenté ses demandes de réparation. Le Tribunal souligne par exemple qu'elle ne produisait aucun élément pour justifier de sa notoriété, tels que des résultats de sondage, ce qui aurait pu lui permettre d'obtenir une indemnisation plus élevée au titre de l'atteinte portée à sa marque. Le préjudice commercial, lorsqu'il existe, peut être estimé notamment à partir des statistiques de connexion et des ventes réalisées sur internet.

## Pour aller plus loin :

[1] TGI Nanterre 17/01/2005, Accor c. Overture (JTIT n°37), et TGI Paris 04/02/2005, Louis Vuitton Malletier c. Google (JTIT n°38).

[2] TGI Paris 08/12/2005, Kertel c. Google et Cartephone.

Publiée le vendredi 24 février 2006

Copyright © **DomainesInfo**. Tous droits réservés.

Imprimé le 13/06/2007