

## LES FAQ DU JURISTE

### Google adwords : attention au risque de responsabilité avec l'option "requête large"

Le service "AdWords" proposé par Google permet à des annonceurs d'assurer la promotion de leur activité par l'affichage de "liens commerciaux" dans les pages de résultats du moteur de recherche, dès lors que l'internaute saisit dans sa requête l'un des mots clés réservés par l'annonceur. Ce service de référencement a fait l'objet de très nombreuses décisions judiciaires, en raison de la réservation de mots clés correspondant à des marques appartenant à des concurrents ou à leur dénomination. La question de la personne responsable, Google et/ou les annonceurs, est ainsi régulièrement posée aux tribunaux et doit d'ailleurs être prochainement tranchée par la Cour de justice des Communautés européennes. Dans ce contexte, un jugement rendu par le TGI de Paris le 7 janvier 2009 apporte une nouvelle dimension à cette problématique, en statuant sur le fonctionnement de l'option "requête large" du service Adwords. Cette option permet la diffusion automatique de l'annonce pour des variantes pertinentes des mots clés réservés par l'annonceur, lorsqu'elles sont saisies par l'internaute dans sa recherche, même si ces termes ne figurent pas dans la liste des mots clés réservés. Ces variantes sont déterminées exclusivement par le système Adwords, sans intervention de l'annonceur. Or, parmi ces variantes peuvent figurer des termes bénéficiant d'une protection légale, comme le droit des marques, qui permet à son titulaire de voir sanctionner toute utilisation du terme protégé sans son autorisation. Les juges ont considéré que "c'est à l'annonceur qui choisit la requête large d'exclure l'affichage de son annonce à toutes requêtes reproduisant l'intitulé des marques de ses concurrents". Il est donc vivement recommandé aux annonceurs d'une part de vérifier si, parmi les variantes de mots clés dont ils bénéficient, certaines correspondent à des termes protégés appartenant à des tiers et, d'autre part d'anticiper ce risque en excluant spontanément de leurs campagnes les marques de leurs concurrents via l'outil proposé par Google à cette fin.

**Mathieu Prud'homme, avocat, directeur du département Internet contentieux,  
Alice Collin, avocat, Alain Bensoussan - Avocats ([www.alain-bensoussan.com](http://www.alain-bensoussan.com))**