

# Google condamné sur le nom 'Vuitton'

C'est la troisième condamnation que la Justice française inflige au moteur de recherche Google sur l'usage de marques déposées dans ses mots clés associés aux liens sponsorisés AdWords.

En octobre 2003, le tribunal de Nanterre avait condamné pour la première fois Google pour violation des marques déposées sur le tour opérateur en ligne '*Bourse des vols*'. En décembre dernier, la même Cour de Nanterre a de nouveau condamné Google sous le même motif à la suite d'une plainte déposée par les Hôtels Méridien. Vendredi 4 février, Google a été condamné pour la troisième fois, et encore une fois sous les mêmes motifs d'infraction aux marques déposées, poursuivi par le groupe LVMH sur sa marque de luxe Louis Vuitton. Le moteur de recherche écope de 200.000 euros de dommages-intérêts pour contrefaçon de marques, concurrence déloyale et publicité trompeuse. La condamnation se veut exemplaire, interdisant que les marques Louis Vuitton et Vuitton figurent dans les publicités AdWords, et ce sur **TOUS** les sites du moteur. Une quatrième affaire équivalente est en cours au tribunal de Nanterre, avec encore une plainte pour infraction aux marques déposées présentée par l'assureur AXA. Google a en plusieurs occasions affirmé que les marques déposées peuvent figurer dans les mots clés acquis aux enchères pour ses publicités contextuelles sur AdWords. Une aubaine pour de nombreux annonceurs concurrents. Cette liberté prise avec la loi permet en effet à des concurrents de ces marques de figurer dans les publicités affichées par Google en réponse aux requêtes des internautes sur les marques elles mêmes. La Justice américaine a quant à elle fait preuve jusqu'à présent de beaucoup de tolérance face aux 'dérives' du moteur. Tolérance et dérives, en effet, car comment justifier qu'une entreprise investisse des ressources et budgets importants dans le dépôt et la protection de leurs marques, si un moteur de recherche autorise leurs concurrents à exploiter leurs marques dans leurs publicités ? Il ne s'agit plus ici de publicité comparative, mais bien de détournement de marques, ce que la Justice française a légitimement condamné au vu de la loi ! Il est d'ailleurs à craindre pour Google que les décisions de la France ne fassent des émules, et ne viennent porter un frein à certaines pratiques sur les liens sponsorisés ! Ces derniers, rien que pour les Etats-Unis, avec un chiffre d'affaires de 1,6 milliard de dollars, représentent aujourd'hui un tiers des revenus de la publicité en ligne. La décision de la Justice dans l'affaire Vuitton est d'autant plus importante qu'elle s'applique à l'ensemble des sites du moteur, ce qui d'ailleurs était effectif dès ce début de semaine, comme nous l'avons constaté avec quelques tests. Google dispose de la faculté de faire appel, mais n'a pas indiqué s'il le ferait. Mais le cumul des décisions contre la pratique de vente des marques sur les AdWords risque de rendre de plus en plus difficile le retournement de la situation au profit du moteur !