

Google : «Le droit des marques n'est pas absolu»

Google peut respirer (si tant est qu'il ait besoin d'oxygène). La Cour européenne de Justice a estimé, dans un [arrêté](#) rendu mardi 23 mars, que **le moteur de recherche ne commettait pas de contrefaçon** à partir de sa plate-forme publicitaire AdWords. Google n'aura donc pas, *a priori*, à revoir son fonctionnement.

AdWords permet aux annonceurs d'acheter des mots clés afin de qualifier leurs annonces qui iront s'afficher de manière contextuelle sur les pages des résultats de recherche. Problème : certains en profitent pour acheter des mots clés de marques qu'ils ne détiennent pas. Ce qui peut tromper le consommateur et, surtout, ce qui encouragerait la vente de produits contrefaits.

C'était en en tout cas l'objet du pourvoi en cassation de **LVMH, Viatcom et CNRRH** pour l'utilisation de leurs marques respectives (Vuitton, Bourse des Vols, Bourse des Voyages, Eurochallenges) qui accusent notamment le moteur de tirer profit de ces pratiques (et, donc, de recel de contrefaçon). Une vision non partagée par la Cour européenne qui a privilégié le statut d'hébergeur de Google à l'activité de contrefacteur. « *Google n'a pas enfreint le droit des marques* », estime le jugement qui devrait donc faire jurisprudence pour tous les acteurs qui hébergent des contenus proposés par les utilisateurs, sans contrôle ni connaissance *a priori*.

De YouTube à Ebay en passant par Dailymotion, les forums et les réseaux sociaux, nombreux sont les *players* qui vont pouvoir mieux respirer. **Le jugement nuance néanmoins le rôle de Google**. Il engage ainsi la responsabilité du moteur de recherche si celui-ci a eu un « *rôle actif* » dans la commercialisation des publicités en cas de contrefaçon. Dans [sa communication](#), Google estime pour sa part que « *le droit des marques n'est pas absolu* ». Une part d'ambiguïté subsiste donc.

En revanche, les juges n'ont laissé aucune place au doute avec les annonceurs qui abusent de la méthode de détournement des AdWords. Leurs pratiques sont clairement condamnées à l'échelle européenne. Ce qui devrait **faciliter les démarches de poursuites** par les entreprises qui voient leurs marques illégalement exploitées.