

Les marques sont en danger sur Google !

La nouvelle démarche de Google sur les marques risque d'avoir une double incidence: un boom de son chiffre d'affaires sur les campagnes publicitaires utilisant les mots clés de certaines marques et la multiplication des tracasseries judiciaires!

Dans un email expédié à ses principaux clients aux Etats-Unis, Google a averti qu'il modifiait les règles s'appliquant à des noms pouvant appartenir à des marques déposées. Il en découle que les publicitaires vont désormais pouvoir acheter des liens sponsorisés utilisant des mots clés susceptibles de heurter des marques déposées! La nouvelle politique de Google s'inscrit, pour la majorité de ses clients, dans une démarche logique ? car pourquoi le distributeur d'une marque ne pourrait-il pas annoncer sur sa marque ? Mais il faut aussi s'attendre à des emprunts abusifs de noms utilisés par des marques déposées: les poursuites judiciaires vont pleuvoir! A noter, par exemple, qu'un tribunal français a donné raison à la marque Louis Vuitton contre Google, qui avait tenté de commercialiser ce nom! Mais il y a plus inquiétant dans cette modification tactique de Google: c'est le fait qu'une brèche a été ouverte et que la concurrence pourra s'y engouffrer. A commencer par Yahoo et sa filiale Overture qui commercialise des liens sponsorisés. Car n'oublions pas que, selon Comcast, environ 30% des requêtes sur le Web concernent des marques? On peut s'attendre à une longue série de litiges. La nouvelle politique de Google doit être effective avant la fin de ce mois d'avril.