

Le système Adwords de Google une nouvelle fois condamné

Soumis par Olivier Laidebeur

02-04-2008

Dernière mise à jour : 02-04-2008

Le système Adwords de Google consiste à enregistrer des mots clés et les associer à des publicités. Lorsqu'un internaute entre l'un de ces mots clés, la publicité associée apparaît. Si ce système ne pose pas de difficultés (notamment juridiques) lorsqu'il s'agit de mots clés génériques (chaises, stylo), il en va autrement lorsqu'un client de ce système utilise les noms de marque de ses concurrents pour faire apparaître ses propres publicités.

C'est cette configuration qui a donné lieu au jugement du Tribunal de Grande Instance de Lyon du 13 mars 2008, qui a constaté qu'un concurrent avait utilisé un mot clé identique à une marque enregistrée appartenant au plaignant, afin d'afficher le site du concurrent "à l'occasion de toute recherche utilisant la marque Rentabiliweb", c'est à dire la marque enregistrée. Le Tribunal considère que ces faits constituent une contrefaçon des droits de marque du plaignant, et condamne le concurrent ainsi que Google.

Si cette condamnation constitue une mauvaise nouvelle pour Google, puisque ses arguments concernant l'impossibilité de vérifier les mots-clés utilisés par ses clients sont totalement rejetés, elle doit surtout inciter à porter une grande attention lors du choix des mots-clés utilisés sur Internet, et notamment dans le système Adwords. Il est donc particulièrement recommandé de vérifier que les termes utilisés ne sont pas protégés à titre de marque par des concurrents, par exemple au travers des outils de recherche comme Eurimark ou e-freylinger .