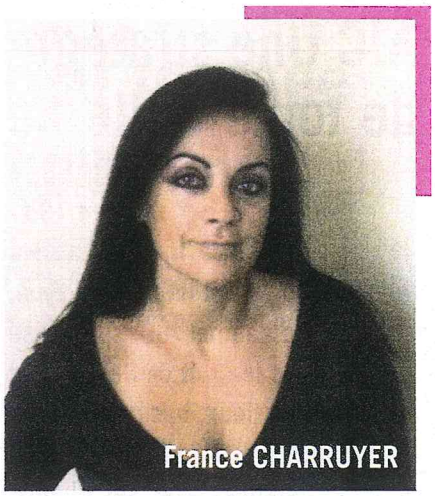
Propriété Intellectuelle et technologies avancées


France CHARRUYER

Nous assistons à une libéralisation de l'achat de mots-clés correspondant à des marques sur Google Adwords pour optimiser le référencement sur internet
il vous est possible d' acheter à titre de mot-clé la marque d'un concurrent pour le déclenchement de vos propres liens commerciaux depuis la décision de la CJUE du 23 mars 2010. bénéficiant aux termes de cette décision du régime de responsabilité allégée de l'hébergeur, Google permet désormais l'acquisition à titre de mots-clés de noms correspondant à des marques enregistrées.

Quelles sont les limites du système Adwords ?

Ce qui est possible n'est pas juridiquement anodin… être libre (techniquement d'utiliser la marque de son concurrent en mot-clé Adwords) c'est aussi être responsable …

En droit Français, les marques sont protégées dans la limite de leurs classes d'enregistrement (voire de leur exploitation effective), à l'exception des marques dites de renommée.

Si vous utilisez sans autorisation une marque vous êtes susceptible d'être condamné pour contrefaçon s'il s'agit de la promotion de produits identiques à ceux désignés dans l'enregistrement et/ou de produits similaires démontrant un risque de confusion dans l'esprit du public la CJUE considère aujourd'hui que l'utilisation de la marque d'un concurrent constitue un acte de contrefaçon si :

- L'annonce suggère l'existence d'un lien économique entre le tiers et le titulaire de la marque ;
- L'annonce demeure à tel point vague sur l'origine des produits ou service en cause qu'un internaute normalement informé et raisonnablement attentif n'est pas en mesure de savoir, si les produits ou services visés par l'annonce proviennent du titulaire de la marque ou d'une entreprise économiquement liée à celui-ci ou au contraire d'un tiers. L'usage qui en est fait par le tiers porte gêne de manière substantielle la possibilité pour son titulaire d'acquérir ou de conserver une réputation susceptible d'attirer ou de fidéliser des consommateurs.

En clair votre annonce ne doit pas laisser croire à l'internaute que vous avez un lien économique avec votre concurrent ou que vous vendez ses services , Soyez précis en interne et/ou avec votre Web agency sur la spécificité de vos produits pour écarter ses risques judiciaires.

La position du droit Français démontre que d'autres armes judiciaires existent pour sanctionner de tels comportements :
la Cour d'appel de Paris a jugé qu'un annonceur devait être condamné pour concurrence déloyale et utilisation parasitaire de l'investissement effectué par un des concurrents, du seul fait d'avoir réservé à titre de mot-clé pour le déclenchement de ses annonces promotionnelles sur Google, le nom de domaine et le nom commercial dudit concurrent.

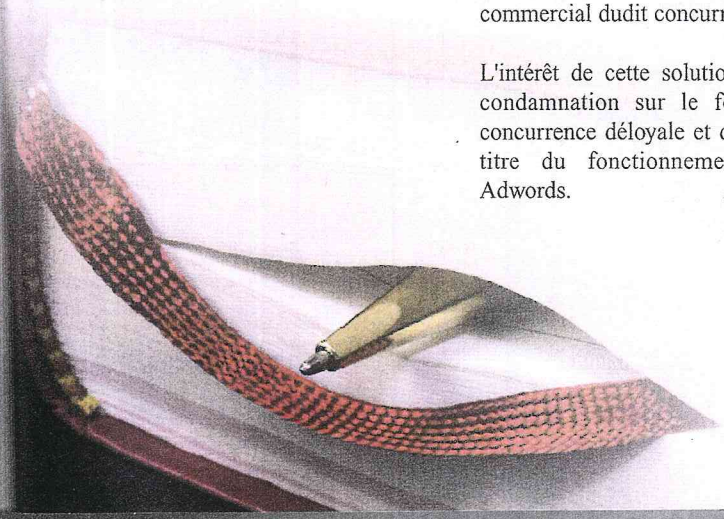
L'intérêt de cette solution réside dans la condamnation sur le fondement de la concurrence déloyale et du parasitisme au titre du fonctionnement du système Adwords.

Quels conseils ?

Google ne procédant plus à aucun « black-listage », il est impératif que vous preniez vous-même l'initiative de confier à un professionnel la détection des atteintes portées à vos droits sur les moteurs de recherche.

Dans un souci de préservation et de valorisation de vos marques et autres signes distinctifs (noms de domaine, dénominations sociales et noms commerciaux), il est donc primordial de mettre en place une surveillance vous permettant :

- D'identifier les annonceurs utilisant vos marques et autres signes distinctifs à titre de mots-clés pour le déclenchement de leurs annonces,
- De repérer les annonces et publicités concurrentes reproduisant vos marques et autres signes distinctifs, et détournant ainsi votre clientèle,
- Et de vous rapprocher de votre conseil à chaque fois qu'une atteinte à vos droits est recensée afin que des mesures conservatoires puissent être prises et que l'annonceur indélicat soit invité à faire cesser le trouble.



Pour plus d'informations
France Charruyer
Associé fondateur
Société d'Avocats ALTIJ
67 rue Jean Soula
33000 BORDEAUX
35, allée des Demoiselles
31400 TOULOUSE
Tél : 05 61 14 61 00
Mobile : 06 12 47 43 35
fcharruyer@altij.com
www.altij.fr

Altij société d'avocats