

COMM.

CF

**COUR DE CASSATION**

---

Audience publique du 13 juillet 2010

Cassation

Mme FAVRE, président

Arrêt n° 862 FS-P+B

Pourvoi n° P 06-20.230

REPUBLIQUE FRANCAISE

---

AU NOM DU PEUPLE FRANCAIS

---

LA COUR DE CASSATION, CHAMBRE COMMERCIALE,  
FINANCIÈRE ET ÉCONOMIQUE, a rendu l'arrêt suivant :

Statuant sur le pourvoi formé par :

1° la société Google France, société à responsabilité limitée,  
dont le siège est 38 avenue de l'Opéra, 75002 Paris,

2° la société Google Inc, dont le siège est 2400 Bayshore  
parkway mountain view 94043, Californie (Etats-Unis),

contre l'arrêt rendu le 28 juin 2006 par la cour d'appel de Paris  
(4e chambre civile), dans le litige les opposant à la société Louis Vuitton  
Malletier, dont le siège est 2 rue du Pont Neuf, 75034 Paris cedex 01,

défenderesse à la cassation ;

Les demanderesse invoquent, à l'appui de leur pourvoi, les six  
moyens de cassation annexés au présent arrêt ;

Vu la communication faite au procureur général ;

LA COUR, composée conformément à l'article R. 431-5 du code de l'organisation judiciaire, en l'audience publique du 29 juin 2010, où étaient présents : Mme Favre, président, Mme Farthouat-Danon, conseiller référendaire rapporteur, Mme Tric, conseiller doyen, MM. Petit, Jenny, Mmes Pezard, Bregéon, M. Le Dauphin, Mme Mandel, conseillers, Mme Beaudonnet, M. Sémériva, Mme Michel-Amsellem, M. Pietton, Mmes Maitrepierre, Robert-Nicoud, Tréard, conseillers référendaires, Mme Batut, avocat général, Mme Molle-de Hédouville, greffier de chambre ;

Sur le rapport de Mme Farthouat-Danon, conseiller référendaire, les observations de la SCP Piwnica et Molinié, avocat des sociétés Google France et Google Inc, de la SCP Hémerly et Thomas-Raquin, avocat de la société Louis Vuitton Malletier, les conclusions de Mme Batut, avocat général, à la suite desquelles le président a demandé aux avocats s'ils souhaitaient présenter des observations complémentaires, et après en avoir délibéré conformément à la loi ;

Attendu, selon l'arrêt attaqué, que les sociétés Google Inc et Google France proposent un service publicitaire permettant aux annonceurs, par le choix de mots clés, de déclencher, lors d'une recherche de l'internaute contenant ces mots, l'affichage, en partie droite de l'écran, sous la rubrique liens commerciaux, des coordonnées de leur site associées à un court message publicitaire, selon un classement qui est fonction de la somme que l'annonceur est prêt à verser et de l'importance des sollicitations dont le site est l'objet ; que ces sociétés proposent à l'annonceur, pour choisir les mots clés, d'avoir recours à un générateur de mots clés ; que la société Louis Vuitton Malletier, titulaire des marques françaises Louis Vuitton, L et V, et de la marque communautaire Vuitton a fait constater que, lors de l'utilisation du moteur de recherche Google, la saisie des termes constituant ses marques faisait apparaître sur la partie droite, en tête de liste des résultats de la recherche, des annonces pour des sites proposant pour certains des produits contrefaisants ; qu'elle a assigné les sociétés Google France et Google Inc afin de voir constater qu'elles avaient commis des actes de contrefaçon de ses marques française et communautaire, de concurrence déloyale, porté atteinte à son enseigne et son nom de domaine, et commis des actes de publicité trompeuse ; que par arrêt du 20 mai 2008, la Cour de cassation a interrogé à titre préjudiciel la Cour de justice des communautés européennes ;

Sur le premier moyen pris en sa première branche :

Vu l'article 46 du code de procédure civile ;

Attendu que pour retenir la compétence des juridictions françaises pour statuer sur les faits constatés sur l'ensemble des sites Google, constater des actes de contrefaçon et de concurrence déloyale, et

prononcer une mesure d'interdiction couvrant l'ensemble des sites Google accessibles depuis la France, l'arrêt retient qu'il n'est pas fait grief aux sociétés Google d'actes de commercialisation de produits contrefaisants perpétrés sur le réseau, mais d'offrir une prestation publicitaire permettant à des annonceurs de promouvoir sur différents sites Google, français et étrangers, des sites marchands qui contrefont les marques et les produits Vuitton. Qu'en raison du mode de diffusion propre à Internet, l'ensemble des sites sont accessibles et visibles depuis le territoire national, de sorte que les actes de contrefaçon allégués par la société Louis Vuitton Malletier étant, suivant l'appréciation qui doit être portée au fond, susceptibles de causer un préjudice nécessairement subi en France, les juridictions nationales sont donc compétentes pour connaître de l'action engagée, peu important la langue dans laquelle les sites sont rédigés dès lors que d'une part ils reproduisent les produits argués de contrefaçon revêtus des marques en cause et que, d'autre part, il est mis à la disposition des internautes des fonctionnalités de traduction ; qu'il revient encore que le lieu du fait générateur de la contrefaçon alléguée, ou le lieu où le fait dommageable s'est produit n'est pas situé à l'étranger, mais sur le territoire français puisque la visualisation par les internautes des annonces litigieuses s'effectue à partir de ce territoire ;

Attendu qu'en se déterminant ainsi, sans rechercher si les annonces litigieuses étaient destinées au public de France, la cour d'appel n'a pas donné de base légale à sa décision ;

Sur le deuxième moyen :

Vu l'article 43-8 de la loi du 30 septembre 1986, interprété à la lumière de la directive 2000/31/CE du 8 juin 2000 ;

Attendu que la Cour de justice de l'union européenne a dit pour droit ( C- 236/08, 23 mars 2010) que l'article 14 de la directive 2000/31/CE du Parlement européen, et du Conseil, du 8 juin 2000, relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur dite «directive sur le commerce électronique», doit être interprété en ce sens que la règle y énoncée s'applique au prestataire d'un service de référencement sur Internet lorsque ce prestataire n'a pas joué un rôle actif de nature à lui confier une connaissance ou un contrôle des données stockées ; que s'il n'a pas joué un tel rôle, ledit prestataire ne peut être tenu responsable pour les données qu'il a stockées à la demande d'un annonceur à moins que, ayant pris connaissance du caractère illicite de ces données ou d'activités de cet annonceur, il n'ait pas promptement retiré ou rendu inaccessibles lesdites données ;

Attendu que pour refuser aux sociétés Google le bénéfice de ce texte, l'arrêt retient qu'elles ne se bornent pas à stocker des informations publicitaires qui seraient fournies par des annonceurs mais qu'elles déploient une activité de régie publicitaire, d'abord, en organisant la rédaction des annonces, en décidant de leur présentation et de leur emplacement, ensuite, en mettant à la disposition des annonceurs des outils informatiques destinés à modifier la rédaction de ces annonces ou la sélection des mots clés qui permettront de faire apparaître ces annonces lors de l'interrogation du moteur de recherche et, enfin, en incitant les annonceurs à augmenter la redevance publicitaire "coût par clic maximum" pour améliorer la position de l'annonce ; qu'il ajoute que le service Adwords est présenté sur les différents sites Google sous la rubrique et le lien hypertexte "publicité", avec le slogan "votre publicité avec Google" et cette précision "le ciblage à partir de mots clés augmente la pertinence de votre publicité", et que l'activité publicitaire ainsi déployée constitue l'essentiel du chiffre d'affaires qu'elles réalisent ;

Attendu qu'en se déterminant ainsi, la cour d'appel a privé sa décision de base légale ;

Sur le troisième moyen pris en sa première branche :

Vu les articles L. 713-2 et L. 713-3 du code de la propriété intellectuelle, et l'article 9, paragraphe 1, du règlement n° 40/94 du 20 décembre 1993 ;

Attendu que la Cour de justice de l'union européenne a dit pour droit que le prestataire d'un service de référencement sur Internet qui stocke en tant que mot clé un signe identique à une marque et organise l'affichage d'annonces à partir de celui-ci, ne fait pas un usage de ce signe au sens de l'article 5, paragraphes 1 et 2, de la directive 89/104 ou de l'article 9, paragraphe 1, du règlement n° 40/94 ;

Attendu que pour dire que les sociétés Google Inc et Google France ont commis des actes de contrefaçon de marque, l'arrêt retient, par motifs propres et adoptés, que l'outil générateur de mots clés qu'elle mettent en oeuvre fait usage, reproduit et imite les termes Louis Vuitton, Vuitton et LV, en association avec les mots copie, imitation, répliques ; qu'en opérant une recherche à partir de la marque Louis Vuitton, apparaissent, en face de la liste des résultats de la recherche, dans la colonne de droite intitulée liens commerciaux, plusieurs sites commercialisant ouvertement des contrefaçons ; que la reproduction et l'usage ainsi opérés par l'intermédiaire de l'outil de suggestion sont en relation directe avec les produits visés par les marques dont la société Louis Vuitton Maletier est titulaire ;

Attendu qu'en statuant ainsi, la cour d'appel a violé les textes susvisés

Sur le cinquième moyen :

Vu l'article L. 121-1 du code de la consommation ;

Attendu que pour dire que les sociétés Google ont réalisé une présentation de publicité de nature à induire en erreur les internautes sur l'origine et les qualités substantielles des biens ainsi proposés, l'arrêt retient que la mention "liens commerciaux", sous laquelle sont regroupés les sites litigieux, est trompeuse en elle-même, dès lors qu'elle laisse entendre que le site, affiché en partie gauche de l'écran, entretient des rapports commerciaux avec ceux qui apparaissent sous cette rubrique de sorte que, en l'espèce, le site de la société Louis Vuitton Malletier apparaît être, aux yeux d'un internaute, en relation commerciale avec les sites litigieux dont le caractère publicitaire n'est pas contestable, de sorte que ce dernier peut ainsi penser, en s'adressant à une entreprise inscrite sous la rubrique "lien commercial", que celle-ci dispose de produits authentiques ; qu'il retient encore que le tribunal a justement jugé que si les sociétés ne participent pas directement à la rédaction des messages publicitaires, il n'en demeure pas moins qu'elles les font apparaître sous la rubrique liens commerciaux dont l'intitulé est particulièrement trompeur ;

Attendu qu'en se déterminant ainsi, sans caractériser en quoi la prestation de la société Google constituait une publicité relevant de l'application du texte susvisé, la cour d'appel a privé sa décision de base légale ;

Et attendu que la cassation de l'arrêt ou chef de la contrefaçon entraîne la cassation par voie de conséquence des dispositions de l'arrêt qui ont, en se déterminant par rapport à l'usage déclaré contrefaisant, retenu l'existence d'actes de concurrence déloyale ;

PAR CES MOTIFS, et sans qu'il y ait lieu de statuer sur les autres griefs :

CASSE ET ANNULE, dans toutes ses dispositions, l'arrêt rendu le 28 juin 2006, entre les parties, par la cour d'appel de Paris ; remet, en conséquence, la cause et les parties dans l'état où elles se trouvaient avant ledit arrêt et, pour être fait droit, les renvoie devant la cour d'appel de Paris, autrement composée ;

Condamne la société Louis Vuitton Malletier aux dépens ;

Vu l'article 700 du code de procédure civile, rejette la demande ;

Dit que sur les diligences du procureur général près la Cour de cassation, le présent arrêt sera transmis pour être transcrit en marge ou à la suite de l'arrêt cassé ;

Ainsi fait et jugé par la Cour de cassation, chambre commerciale, financière et économique, et prononcé par le président en son audience publique du treize juillet deux mille dix.

## MOYENS ANNEXES au présent arrêt

Moyens produits par la SCP Piwnica et Molinié, avocat aux Conseils pour les sociétés Google France et Google Inc

### PREMIER MOYEN DE CASSATION

Il est fait grief à l'arrêt attaqué d'avoir rejeté l'exception d'incompétence des juridictions françaises, d'avoir dit que les sociétés Google Inc. et Google France ont commis sur l'ensemble des sites Google français et étrangers des actes de contrefaçon, de concurrence et de publicité déloyales, et d'avoir prononcé des mesures de condamnation et interdit aux sociétés Google tout usage sur l'ensemble de leurs sites français et étrangers des termes "lv", "louis vuitton" et "vuitton".

AUX MOTIFS QUE « les sociétés Google France et Google Inc contestent la compétence des premiers juges et de la cour pour connaître de l'ensemble des faits litigieux résultant de la parution d'annonces générées par l'utilisation à titre de mots clés des marques dont la société Louis Vuitton Malletier est titulaire ; qu'elles font valoir, à cet effet, que le tribunal et la cour ne sauraient prononcer une mesure d'interdiction relative à des sites dont l'audience est réservée à un public étranger ou pour statuer sur des dommages relatifs à ce tels sites qui, à les supposer établis, seraient réalisés à l'étranger ; que la seule circonstance que ces différents sites étrangers soient accessibles en France ne saurait constituer un lien de rattachement suffisamment étroit pour conférer une quelconque compétence aux juridictions françaises ;

mais considérant que les premiers juges ont, avec pertinence, justement retenu que la société Louis Vuitton Malletier ne fait pas grief aux sociétés Google France et Google Inc. d'actes de commercialisation de produits contrefaisants perpétrés sur le réseau, mais d'offrir une prestation publicitaire permettant à des annonceurs de promouvoir sur différents sites Google, français et étrangers, des sites marchands qui contrefont les marques et les produits Vuitton ;

qu'en raison du mode de diffusion propre à Internet, l'ensemble des sites sont accessibles et visibles depuis le territoire national, ainsi qu'il en est justifié par la production de constats dressés par huissier de justice, notamment celui dressé les 22 et 28 juillet 2003, par Me Alain Saragoussi, dont la validité est vainement contestée par les sociétés appelantes puisque les captures d'écran sont annexées au procès-verbal daté et signé, et, en tout état de cause, par l'agence pour la protection des programmes, de sorte que les actes de contrefaçon allégués par la société Louis Vuitton Malletier étant, suivant l'appréciation qui doit être portée au fond, susceptibles de causer un préjudice nécessairement subi en France, les juridictions

nationales, au rang desquelles le tribunal de grande instance de Paris et la présente cour, sont donc compétents pour connaître de l'action engagée par la société intimée, peu important la langue dans laquelle les sites sont rédigés dès lors que, d'une part, ils reproduisent les produits argués de contrefaçon revêtus des marques en cause et que, d'autre part, il est mis à la disposition des internautes des fonctionnalités de traduction ;

qu'il s'ensuit que, contrairement au moyen invoqué par les appelantes, le lieu du fait générateur de la contrefaçon alléguée ou, conformément à l'article 5.3 du règlement n° 44/2000 du Conseil sur la compétence judiciaire, le lieu où le fait dommageable s'est produit, n'est pas, en l'espèce, situé à l'étranger, mais sur le territoire français puisque la visualisation par les internautes des annonces litigieuses s'effectue à partir de ce territoire, de sorte que le jugement défère même, sur ce point, confirmation » (arrêt attaqué, p. 8, § 3 et ss. et p. 9, § 1) ;

1° ALORS QUE la circonstance que la connexion au réseau internet rende de facto visible et accessible toute ressource mise en ligne n'est pas de nature à localiser le fait dommageable d'une contrefaçon de marque ou d'une concurrence déloyale partout où le demandeur aurait requis le constat de la visualisation d'un site Internet ; que les actes de contrefaçon de marque ou de concurrence déloyale ne sont commis en France que lorsque l'activité supposée illicite est dirigée vers les consommateurs français auxquels elle est destinée, seule circonstance de nature à établir un lien de rattachement particulièrement étroit avec la juridiction française saisie, qui autorise le demandeur à déroger au principe naturel du forum rei, tout en permettant au défendeur de prévoir raisonnablement la juridiction devant laquelle son activité peut le conduire à être attrait ; qu'en décidant que le fait générateur des actes illicites reprochés sur l'ensemble des sites Google à travers le monde était localisé à Paris puisqu'ils étaient tous visualisables depuis cette ville, la cour d'appel a violé l'article 46 du nouveau code de procédure civile, ensemble l'article 5-3° du règlement 44/2001 du 22 décembre 2000 ;

2° ALORS QUE le fait générateur d'une contrefaçon de marque commise par le truchement d'un site internet ne se produit en France que si l'activité du site vise le public français pour promouvoir auprès des consommateurs du marché français des biens qui leur seraient proposés sous la marque litigieuse ; que, de même, le fait générateur d'une concurrence déloyale n'est commis en France que si l'activité du site est dirigée vers les consommateurs français, afin de se livrer auprès d'eux à une exploitation rivale de celle du demandeur entraînant la confusion avec sa personne ou son commerce ; qu'en s'abstenant de procéder à ces constatations, pour décider que le fait générateur des prestations reprochées sur l'ensemble des sites Google s'était produit à Paris puisque l'ensemble de ces sites y étaient visualisables, la cour d'appel a violé l'article 46 du nouveau code de

procédure civile, ensemble les articles L. 713-2 et L. 713-3 du code de la propriété intellectuelle et l'article 1382 du code civil ;

3°/ ALORS QU' en retenant que les faits reprochés portaient sur l'affichage des liens commerciaux référencés à l'occasion d'une recherche lancée sur les différents sites Google qui ont été créés à travers le monde à l'adresse des internautes des pays concernés, tout en condamnant au contraire les sociétés Google à raison du seul emploi des termes des marques "Vuitton" dans le générateur des mots clés du contrat d'indexation que les sites Google permettent de conclure en ligne, la cour d'appel a violé l'article 4 du nouveau code de procédure civile ;

4°/ ALORS QU' en s'abstenant de rechercher en quoi le fait générateur de la contrefaçon et de la concurrence déloyale qui résulterait de l'utilisation des termes des marques "Vuitton" dans le générateur de mots clés du contrat d'indexation se serait lui-même produit sur le territoire national, la cour d'appel a privé sa décision de base légale au regard de l'article 46 du nouveau code de procédure civile ;

5°/ ALORS QU' en tout état de cause, en condamnant les sociétés Google pour avoir commis sur l'ensemble des sites Google répartis à travers le monde des actes de contrefaçon de marques, de concurrence et de publicité déloyales contraires au droit français, sans rechercher à quel titre la loi française aurait été compétente pour régler les faits qu'elle condamnait, la cour d'appel a violé l'article 3 du code civil, ensemble l'article L. 713-1 du code de la propriété intellectuelle ;

6°/ ALORS QU' en condamnant les sociétés Google sur le fondement du droit français sans répondre à leurs conclusions du 23 mai 2006 qui faisaient valoir (p. 16 à 18) que les droits dont la société Louis Vuitton Malletier reprochait l'usurpation contrefaisante et déloyale étaient strictement limités au territoire national et qu'ils ne pouvaient donc être invoqués à l'encontre des sites ou moteur de recherche Google situés à l'étranger, dont l'activité de référencement payant dépend en outre du territoire auquel ils se rattachent et résulte d'un ciblage exprès du souscripteur qui doit définir les pays et les langues des sites Google qui vont appliquer les liens commerciaux, à telle enseigne qu'il n'était pas établi que les biens proposés par les sites ainsi référencés auraient été disponibles pour les consommateurs français, la cour d'appel a méconnu les exigences de l'article 465 du nouveau code de procédure civile ;

7°/ ALORS QU' en décidant que les sociétés Google auraient commis des actes de contrefaçon et de concurrence déloyale à raison de l'utilisation dans le générateur de mots clés du contrat d'indexation conclu en ligne des termes des marques "Vuitton", sans constater que l'usage effectué par cet appareil eût été perpétré sur le territoire desdites marques parce qu'il aurait

visé le public de leurs consommateurs pour promouvoir auprès d'eux l'exploitation de biens désignés par ces marques ou qu'il aurait été par lui-même sur le marché des consommateurs français, une exploitation rivale de celle de la société Louis Vuitton Malletier créant une confusion avec sa personne ou son commerce, la cour d'appel a violé les articles L. 713-2 et L. 713-3 du code de la propriété intellectuelle, ensemble l'article 9 du règlement CE n° 40/94 du 20 décembre 1993 et l'article 1382 du code civil.

## DEUXIEME MOYEN DE CASSATION

Il est fait grief à l'arrêt, attaqué d'avoir cité que la société Google Inc et la SARL Google France ont commis des actes de contrefaçon de marques, de concurrence et de publicité déloyales et d'avoir prononcé à leur encontre diverses mesures de condamnation,

AUX MOTIFS QUE « les sociétés Google reprochent aux premiers juges de ne pas leur avoir accordé le régime spécifique de responsabilité instauré par l'article 43-8 de la loi du 30 septembre 1986, modifié par l'article 6, alinéa 2, de la loi du 21 juin 2004, relative à la confiance dans l'économie numérique, qui a opéré la transposition en droit interne français de la directive 2000/31/CE 8 juin 2000, que, à cet effet, elles font valoir qu'elles exerceraient une simple activité de "prestataire de stockage d'information" et que l'activité publicitaire proposée aux annonceurs sous le terme AdWords consisterait en une simple prestation de stockage d'informations, de sorte qu'elle ne pourrait générer une responsabilité que dans l'hypothèse où "ayant été saisies par une autorité judiciaire, elles n'ont pas agi promptement pour empêcher l'accès à ce contenu" ;

qu'il résulte cependant de l'examen des prestations effectuées par les sociétés Google, telles qu'elles ont été précisément caractérisées par le tribunal, la cour y faisant expressément référence, que celles-ci ne se bornent pas à "stocker" des informations de nature publicitaire qui lui seraient fournies par des annonceurs, mais qu'elles déploient une activité de régie publicitaire, d'abord en organisant la réaction des annonces, en décidant de leur présentation et de leur emplacement, ensuite, en mettant à la disposition des annonceurs des outils informatiques destinés à modifier la réaction de ces annonces ou la sélection des mots clés qui permettront de faire apparaître ces annonces lors de l'interrogation du moteur de recherche et, enfin, en incitant les annonceurs à augmenter la redevance publicitaire "coût par clic maximum" pour améliorer la position de l'annonce ;

que fo. ce est de constater que le service AdWords est présente sur les différents sites Google pour s'attribuer que et le lien hypertexte "Publicité", avec le slogan "Votre publicité avec Google" et cette précision : "le ciblage à base de mots clés augmente la pertinence de votre publicité" ; que, en outre, l'activité publicitaire ainsi déployée constitue l'essentiel du chiffre d'affaires