

TRIBUNAL DE GRANDE INSTANCE DE NANTERRE

2ème Chambre

JUGEMENT RENDU LE 14 Décembre 2004

COMPOSITION DU TRIBUNAL

N° R.G. : 04/07504

**Hélène JOURDIER, Vice-Président
Michèle PICARD, Vice-Président
Marie-Hélène POINSEAUX, Vice-Président**

Assistées de Fabienne MOTTAIS, Greffier

DEMANDEURS

AFFAIRE

**CNRRH
41 Bd Malesherbes
75008 PARIS**

**CNRRH, Pierre-Alexis
T**

Monsieur Pierre-Alexis T

C/

**Société GOOGLE FRANCE,
TIGER franchisée "UNICIS",
Bruno RABOIN**

**représentés par Me Pierre BUISSON, avocat plaquant au
barreau de LYON, et Me Jacques HARRUS, avocat au
barreau de NANTERRE, vestiaire : PN209**

DEFENDEURS

**Société GOOGLE FRANCE
56/56 avenue Hoche
75008 PARIS**

**représentée par SCP HERBERT SMITH, avocats au barreau
de PARIS, vestiaire : J025**

**TIGER franchisée "UNICIS"
55 bd des Batignolles
75008 PARIS**

**représentée par Me DIANE DE TUGNY, avocat au barreau
de PARIS, vestiaire : G.868**

14 décembre 2004
Deuxième Chambre
AFFAIRE : CNNRH - T / GOOGLE - TIGER - R

Monsieur Bruno R.

représenté par Me Michaël AMADO, avocat au barreau de
PARIS, vestiaire : E 448

DEBATS

A l'audience du 08 Novembre 2004 tenue publiquement ;

JUGEMENT

prononcé en audience publique par décision Contradictoire
et en premier ressort

I- RAPPEL DES FAITS ET DE LA PROCÉDURE :

La société CNNRH exerce une activité d'agence matrimoniale. Elle a pour nom commercial "Eurochallenges" et elle exploite le site internet www.eurochallenges.com.

La société CNNRH est titulaire de la licence de la marque EUROCHALLENGES enregistrée sous le n° 97 665 926 pour désigner notamment les services de conseils, recherches et informations en relations humaines et agence matrimoniale. Cette licence lui a été concédée par Pierre-Alexis T propriétaire de la marque, suivant acte sous seing privé publié au Registre national des marques le 19 mai 2003.

La société CNNRH constatait qu'en tapant le mot "eurochallenges" sur le moteur de recherche GOOGLE apparaissaient, outre les adresses des sites électroniques pertinents dont le sien, des liens commerciaux situés sur la droite de l'écran, renvoyant aux sites internet www.unicisparis.com et www.innaconsulting.fr. Le premier site est celui de la société TIGER, franchisée parisienne de la chaîne de courtage matrimonial UNICIS et le second est celui de Monsieur R qui propose des rencontres avec des femmes russes et ukrainiennes.

La société CNRRH estimant que ces deux sites renvoyaient l'internaute qui tapait sa marque, son nom commercial et son nom de domaine, à des entreprises concurrentes, mettait GOOGLE en demeure de cesser de vendre la marque EUROCHALLENGES par courrier du 4 mai 2004. Cette mise en demeure restant vaine la société CNRRH faisait constater les faits par huissier qui dressait procès verbal le 21 mai 2004. Il convient de noter qu'environ un an auparavant, en juin 2003, la société CNNRH avait fait constater par huissier que la société GOOGLE avait déjà concédé sa marque. La protestation envoyée à GOOGLE ayant produit effet, elle n'avait pas donné suite à ce premier contentieux.

Autorisés par ordonnance du 8 juin 2004, la société CNRRH et Pierre-Alexis T
faisaient assigner à jour fixe la société GOOGLE FRANCE, la société TIGER et Bruno
R par actes d'huissier délivrés respectivement le 15 juin 2004, le 17 juin 2004
et le 15 juin 2004

Dans leurs dernières conclusions signifiées le 4 octobre 2004 ils demandent au tribunal
de juger que les trois défendeurs ont contrefait leur marque, que la société TIGER et
Bruno R ont commis des actes de concurrence déloyale à l'encontre de la
société CNRRH, de condamner in solidum la société TIGER et la société GOOGLE à
payer à la société CNRRH la somme de 100.000 euros à titre de dommages et intérêts,
de condamner in solidum Bruno R et la société GOOGLE à payer à la société
CNRRH la somme de 50.000 euros à titre de dommages et intérêts, de condamner in
solidum la société TIGER et la société GOOGLE à payer à Pierre-Alexis T la
somme de 13.000 euros en réparation de l'atteinte à son droit de marque et la somme
de 6.500 euros en réparation de l'affaiblissement de sa marque, de condamner in
solidum Bruno R et la société GOOGLE à payer à Pierre-Alexis T les
sommes de 7.000 euros en réparation de l'atteinte à son droit de marque et la somme
de 3.500 euros en réparation de l'affaiblissement de sa marque, d'interdire la poursuite
des faits de contrefaçon et de parasitisme sous astreinte de 5.000 euros par infraction
l'infraction s'entendant de chaque jour passé le troisième à compter de la signification
du jugement, pendant lequel un lien hypertexte vers tout site exploité par un concurrent
de la société CNRRH et (ou) proposant des produits et services identiques ou similaires
à ceux objets de la marque EUROCHALLENGES apparaîtra lors d'une recherche par
le mot "eurochallenges" sur GOOGLE, de chaque fait d'usage ou de reproduction de
la marque EUROCHALLENGES, d'autoriser la publication du jugement dans deux
quotidiens nationaux et deux périodiques non quotidiens nationaux au choix des
demandeurs aux frais de la société TIGER, de Bruno R et de la société
GOOGLE FRANCE in solidum dans la limite de 10.000 euros par insertion, d'ordonner
la publication intégrale du dispositif du jugement sur la page d'accueil des sites internet
www.unicisparis.com et www.innaconsulting.fr pendant trois mois et dès le lendemain
de la signification du jugement sous astreinte à la charge respective de la société
TIGER et de Bruno R de 5.000 euros par infraction constatée l'infraction
s'entendant de chaque jour pendant lequel la publication n'aura pas été faite ou aura
été interrompue, d'ordonner la publication intégrale du dispositif du jugement sur la
page d'accueil du site internet "google.fr" pendant trois mois et dès le lendemain de la
signification du jugement sous astreinte à la charge de la société GOOGLE FRANCE
de 5.000 euros par infraction constatée l'infraction s'entendant de chaque jour pendant
lequel la publication n'aura pas été faite ou aura été interrompue, d'ordonner l'exécution
provisoire du jugement et de condamner in solidum la SARL TIGER, Bruno R et
la société GOOGLE FRANCE à payer à la société CNRRH 10.000 euros au titre des
dispositions de l'article 700 du nouveau Code de procédure civile. ainsi que les dépens.

Dans ses conclusions signifiées le 5 novembre 2004 la société GOOGLE demande au
tribunal à titre préalable de juger que la société CNRRH en sa qualité de simple
licenciée est irrecevable à agir sur le fondement de la contrefaçon de la marque
EUROCHALLENGES et qu'elle ne se prévaut d'aucun agissement distinct à l'encontre
de la société GOOGLE FRANCE, à titre principal de juger que le mot clé litigieux n'est
pas utilisé à titre de marque, de juger que la société GOOGLE n'est pas l'auteur des

faits de contrefaçon allégués le choix des mots clés ainsi que le contenu des liens commerciaux et des sites querellés étant sous la maîtrise exclusive de leurs exploitants, de juger que la société GOOGLE n'a pas vendu ni concédé à titre onéreux la marque EUROCHALLENGES, que cette marque n'est pas reprise à l'identique, que les services exploités par la société GOOGLE FRANCE sont différents de ceux visés par la marque EUROCHALLENGES, de dire que le risque de confusion n'existe pas, en conséquence de juger qu'en référençant les sites litigieux à titre de liens commerciaux sur la requête <<eurochallenge>>, la société GOOGLE n'a pas commis une contrefaçon par usage illicite de la marque EUROCHALLENGES, de mettre la société GOOGLE hors de cause, à titre subsidiaire de juger que la société doit être considérée comme un prestataire de stockage au sens de l'article 6 alinéa 2 de la loi n° 2004-575 du 22 juin 2004, et en conséquence de juger que la société GOOGLE ne saurait être considérée comme avoir commis une faute ou une négligence au sens de cette loi, que la société GOOGLE ne commet au surplus aucune faute ni négligence ou imprudence dès lors qu'elle alerte a priori les exploitants des sites référencés d'avoir à respecter les droits des tiers et met en place une procédure d'alerte et de contrôle a posteriori de nature à faire respecter les droits des titulaires de marques, en tout état de cause que le mot clé litigieux a été désactivé de la campagne innaconsulting.fr et ce, dès le lendemain de l'assignation, lui donner acte de ce qu'elle a fait le nécessaire pour qu'à ce jour plus aucun lien commercial n'apparaisse en réponse à la requête "eurochallenge", que les demandeurs ne démontrent aucun préjudice dont la société GOOGLE FRANCE et GOOGLE Inc seraient l'auteur, de débouter en conséquence la société CNRRH et Pierre-Alexis T de l'ensemble de leurs demandes, de les condamner à régler solidairement à la société GOOGLE la somme de 15.000 euros au titre des dispositions de l'article 700 du nouveau Code de procédure civile, de déclarer irrecevable l'appel en garantie de Bruno R faute de le diriger également contre GOOGLE Inc, de dire que Bruno R ne peut invoquer la garantie de la société GOOGLE, cette action n'étant applicable que dans le cadre des seuls contrats de vente, de dire que Bruno R ne démontre aucune faute de la part de la société GOOGLE ni son préjudice, de constater que les conditions générales de GOOGLE excluent de façon expresse toute garantie et limite sa responsabilité, de juger que Bruno R en sa qualité de professionnel n'est pas fondé à appeler en garantie la société GOOGLE et le débouter en conséquence de toutes ses demandes, de déclarer irrecevables l'appel en garantie de la société TIGER faute de le diriger également contre la société GOOGLE Inc., de dire que la société TIGER ne peut invoquer la garantie de la société GOOGLE, cette action n'étant applicable que dans le cadre des seuls contrats de vente, de constater que les conditions générales de GOOGLE excluent de façon expresse toute garantie, de dire que la société TIGER ne démontre aucune faute de la part de la société GOOGLE ni son préjudice, de dire que la société TIGER en sa qualité de professionnel et agissant de mauvaise foi n'est au demeurant pas fondée à appeler en garantie la société GOOGLE et la débouter par conséquent de l'intégralité de ses demandes.

Dans ses conclusions signifiées le 4 novembre 2004 la société TIGER demande au tribunal de constater qu'elle ne s'est pas rendue coupable de contrefaçon ni de concurrence déloyale, de constater que les demandeurs ne rapportent pas la preuve d'un préjudice imputable à la société TIGER, en conséquence de débouter la société CNRRH et Pierre-Alexis T de l'intégralité de leurs demandes, à titre subsidiaire de juger que les faits constatés sont insignifiants et n'ouvrent pas droit à réparation, à

défaut de la condamner à verser un euro symbolique de dommages et intérêts, à titre reconventionnel de condamner la société GOOGLE à la garantir de toutes condamnations qui seraient prononcées à son encontre et le cas échéant de condamner la société GOOGLE à lui payer une somme équivalente au montant de toutes les condamnations qui seraient prononcées à son encontre d'ordonner l'exécution provisoire de la présente décision et de condamner la société GOOGLE au paiement de la somme de 4.000 euros au titre des dispositions de l'article 700 du nouveau Code de procédure civile.

Dans ses conclusions signifiées le 8 novembre 2004 Bruno R demande au tribunal de constater qu'il n'a commis aucune faute, de rejeter les demandes de la société CNRRH et de Pierre-Alexis T, à titre subsidiaire de constater l'absence de préjudice subi par les demandeurs et de les débouter de leurs demandes, à titre reconventionnel de constater que la société GOOGLE a commis une faute contractuelle et la condamner à lui verser la somme de 10.000 euros à titre de dommages et intérêts, de la condamner à le garantir de toutes les condamnations qui pourraient être prononcées à son encontre et de condamner solidairement la société CNRRH, Pierre-Alexis T et la société GOOGLE à lui verser la somme de 1.500 euros au titre des dispositions de l'article 700 du nouveau Code de procédure civile.

II- SUR CE :

* Sur la recevabilité à agir de la société CNRRH :

La société GOOGLE fait valoir en premier lieu que la société CNRRH ne serait pas recevable à agir en contrefaçon car elle n'est pas propriétaire de la marque mais est titulaire d'une licence non exclusive d'exploitation.

Aux termes des dispositions de l'article L 716-5 du Code de la propriété intellectuelle "*L'action civile en contrefaçon est engagée par le propriétaire de la marque. Toutefois le bénéficiaire d'un droit exclusif d'exploitation peut agir en contrefaçon, sauf stipulation contraire du contrat si, après mise en demeure, le titulaire n'exerce pas ce droit. Toute partie à un contrat de licence est recevable à intervenir dans l'instance en contrefaçon engagée par une autre partie afin d'obtenir la réparation du préjudice qui lui est propre. (...)*"

La société CNRRH est bénéficiaire d'une licence exclusive de la marque "EUROCHALLENGES" ainsi qu'il résulte de la lecture du contrat de licence en date du 10 novembre 1997, publié au Registre National des Marques le 19 mai 2003 sous le numéro 371067.

L'article 14 du contrat de licence stipule que "*L'action (en contrefaçon) sera intentée par le Concédant, mais le Licencié aura le droit d'intervenir.*"

Il résulte des dispositions combinées de ce contrat et de l'article L 716-5 précité qu'en principe seul le propriétaire de la marque est recevable à agir en contrefaçon, en l'espèce Pierre-Alexis T qui est également demandeur à l'action. Cependant la

société CNRRH qui dispose d'un droit d'exploitation exclusif de la marque et qui y est autorisée par le contrat de licence peut intervenir à l'instance pour obtenir réparation d'un préjudice qui lui est propre.

Son action est donc recevable.

* Sur la contrefaçon par la société GOOGLE :

Pierre-Alexis T et la société CNRRH reprochent à la société GOOGLE d'avoir concédé la marque EUROCHALLENGES comme mot clé et ce, à titre onéreux.

La société GOOGLE fait valoir en premier lieu qu'un mot clé n'est pas une marque, qu'elle n'utilise pas le mot "eurochallenges" pour des produits ou services concurrents à ceux protégés par la marque et donc qu'elle ne l'utilise pas à titre de marque.

Il convient tout d'abord d'examiner le fonctionnement du service de GOOGLE pour les annonces publicitaires.

GOOGLE a deux activités, une activité de moteur de recherche internet gratuite et une activité commerciale qui est elle rémunérée, le programme "Adwords". Dans le cadre de cette activité commerciale elle propose à ses clients l'insertion de liens commerciaux, renvoyant à leur site internet, dès lors que l'utilisateur du moteur de recherche tape certains mots clé. Ainsi, le client qui souhaite voir s'afficher sur l'écran un lien avec son site commercial choisit des mots clés qui ont un rapport, éventuellement même lointain, avec son activité. Son site s'affichera dès que l'un des mots clés qu'il a sélectionné sera tapé par l'internaute. Dans ce cas l'écran affiche, outre le résultat de la recherche avec les adresses des sites internet référencées par ordre de pertinence, sur une colonne de droite parallèle aux sites trouvés par le moteur de recherche, les liens commerciaux avec les sites des annonceurs qui auront choisi le mot clé en question pour apparaître. Dans le cadre de ces contrats commerciaux GOOGLE propose une liste de mots clés qui sont en fait les mots les plus tapés en relation avec la recherche de l'internaute. La liste est établie automatiquement.

GOOGLE est rémunéré au nombre de clics sur le lien commercial de l'annonceur. Il y a lieu de préciser à ce propos que le mot clé à l'origine du lien hypertexte n'apparaît pas dans l'annonce commerciale.

Dans le cas d'espèce la société TIGER et Bruno R ont contracté avec GOOGLE dans le cadre du programme Adwords afin de faire paraître sur la page de résultats du site du moteur de recherche une annonce avec un lien vers leurs sites internet respectifs. Pour cela ils ont du choisir un certain nombre de mots clés déclenchant l'affichage de leurs sites dès lors que ces mots clés seraient tapés par l'utilisateur du moteur de recherche. GOOGLE leur a proposé la liste établie automatiquement décrite plus haut dans laquelle figurait entre autres le mot "eurochallenges". Il n'est pas contestable que la société TIGER et Bruno R ont choisi ou à tout le moins accepté que ce mot clé déclenche l'affichage du lien commercial avec leur site. Il n'est pas non plus contesté que GOOGLE a proposé cette marque comme mot clé.

La contrefaçon est constituée par toute atteinte au droit sur la marque dans le cadre de la spécialité. Il y a contrefaçon quand un tiers utilise la marque d'autrui sans son accord pour des produits ou services identiques ou similaires à ceux désignés dans le dépôt.

En l'espèce, la marque EUROCHALLENGES a été déposée pour désigner notamment les services de conseils, recherches et informations en relations humaines et agence matrimoniale.

La société GOOGLE n'est pas un concurrent de la société CNRRH. Elle n'a pas d'activité dans le même domaine. Cependant, elle a reproduit la marque EUROCHALLENGES dans sa liste de mots clés afin de la proposer à ses clients annonceurs exerçant notamment dans la même activité que les services désignés par la marque.

Elle exploite donc bien la marque EUROCHALLENGES à titre de marque.

Ainsi même si son activité n'est pas identique ou similaire à celle protégée par la marque EUROCHALLENGES, il n'est pas contestable que son activité consiste à proposer et vendre des espaces publicitaires constitués par des liens commerciaux de clients qui ont eux, une activité identique ou similaire avec la marque. De fait, si la marque proposée comme mot clé n'avait aucun rapport avec l'activité du client souhaitant avoir un lien commercial, ce dernier ne le sélectionnerait pas comme mot clé déclenchant l'affichage du lien.

La société GOOGLE fait également valoir que les mots clés sont invisibles pour les utilisateurs du moteur de recherche qui ne peuvent donc être trompés par l'usage de la marque.

Cet argument de la société GOOGLE sera rejeté. En effet, les liens commerciaux apparaissent sur la même page et en parallèle avec les sites internet pertinents trouvés par l'utilisation du mot clé litigieux. L'utilisateur se voit donc proposer sur la même page plusieurs sites dont ceux des annonceurs qui payent pour figurer sur la page s'ouvrant avec le mot clé litigieux. Certes ils figurent dans une colonne séparée sous le titre "liens commerciaux" mais cette mention apparaît insuffisante en ce que l'affichage de tous ces sites ensemble, les sites commerciaux et ceux trouvés par le moteur de recherche, laisse croire à l'utilisateur moyennement attentif du moteur de recherche que les sites en question, mis en exergue, sont liés à la recherche ce qui l'incitera à cliquer dessus. De plus la requête, en l'espèce la marque, reste affichée en même temps que les résultats. De fait, force est de constater qu'en l'espèce les liens commerciaux sont liés à la recherche puisqu'il s'agit de concurrents de la société CNRRH.

Ainsi, peu importe que la marque n'apparaisse pas telle quelle dès lors qu'elle est clairement utilisée pour faire apparaître les sites commerciaux sur la page de recherche.

La société GOOGLE fait valoir qu'elle n'est pas l'auteur des faits de contrefaçon allégués puisque c'est l'action combinée des exploitants des sites et des utilisateurs du moteur de recherche qui est à l'origine de l'affichage des liens commerciaux.

Il n'est pas contesté que c'est la société GOOGLE qui propose la marque à titre de mot clé à ses clients. Elle a donc une part active dans le processus. Le tribunal admet en effet que la société GOOGLE ne peut pas en pratique contrôler que les mots clés spontanément choisis par ses clients sont des marques protégées et qu'ils désignent des produits et services identiques ou similaires.

Pour ce qui concerne l'argument selon lequel la souscription au programme Adwords est entièrement automatisée, ce point n'a pas d'influence sur l'existence de la contrefaçon puisque la bonne foi est indifférente en la matière. De plus, l'automatisation du système est un choix économique de GOOGLE et ne peut servir de justification à une absence totale de contrôle conduisant à un acte de contrefaçon.

A tout le moins elle pourrait insérer une mise en garde plus claire que celle y figurant déjà sur le risque de contrefaçon qu'encourrait le client qui sélectionnerait une marque d'un concurrent comme mot clé.

Le tribunal constate que c'est à tort que la société GOOGLE soutient qu'elle n'a pas suggéré la marque EUROCHALLENGES comme mot clé alors qu'il résulte du constat d'huissier établi le 4 août 2004 que cette marque était proposée comme mot clé similaire en "requête large" aux clients commerciaux potentiels ayant sélectionné le mot clé "rencontre". La marque est donc bien proposée par GOOGLE et non choisie par le client seul.

GOOGLE fait encore valoir que sa rémunération n'est pas fonction du choix des mots clés par les exploitants des sites incriminés.

Il a déjà été mentionné que GOOGLE est rémunéré lorsqu'un utilisateur du moteur de recherche clique sur le lien commercial. Ainsi, plus il y a de personnes qui visitent le site figurant en lien commercial plus GOOGLE est rémunéré. Cet argument n'est donc pas totalement exact puisque l'intérêt financier de GOOGLE est de provoquer un important nombre de clics sur les liens commerciaux et que ce nombre de clics va dépendre du nombre de mots clés sélectionnés par les exploitants ainsi que de leur pertinence. GOOGLE est donc bien indirectement rémunéré en fonction du choix des mots clés sélectionnés par ses clients.

La société GOOGLE soutient de plus qu'il n'y a pas de contrefaçon en l'espèce car la marque n'est pas reprise à l'identique.

La marque EUROCHALLENGES est une marque semi figurative et, par définition, seul le mot EUROCHALLENGES à l'exclusion de la partie figurative a été reprise par GOOGLE dans sa liste de mots clés.

Aux termes des dispositions de l'article L 713 - 2 du Code de la propriété intellectuelle
"Sont interdits, sauf autorisation du propriétaire :

a) la reproduction, l'usage ou l'apposition d'une marque (...) pour des produits ou services identiques à ceux désignés dans l'enregistrement."

Le tribunal estime qu'il convient d'interpréter ce principe à la lumière des spécificités de l'internet et des moteurs de recherche. En l'espèce, seule la partie verbale de la marque a été reproduite parce que seule celle-ci devait être reproduite pour les fins recherchées. Seules les lettres peuvent être référencées dans un moteur de recherche et non les dessins. Un mot clé est par définition dénué de tout aspect figuratif, les utilisateurs ne pouvant reproduire la partie figurative de la marque dans leur champ de recherche.

La reproduction du logo était donc inutile pour l'usage qui devait en être fait, seule la partie verbale de la marque étant pertinente. Peu importe donc que GOOGLE n'ait proposé que cette partie verbale. Il y a lieu d'ajouter de plus que lorsque GOOGLE propose le mot clé litigieux "eurochallenges" il s'agit bien de la marque qui est proposée et non un mot usuel.

Le tribunal constate donc que la marque a été servilement reproduite par GOOGLE pour des services identiques à ceux protégés.

Subsidiairement, GOOGLE fait valoir qu'elle n'est pas tenue à une obligation générale de surveillance mais à une simple obligation de diligence afin de faire cesser le trouble une fois informée de la situation. Elle invoque l'article 14 de la Directive 2000/31, l'article 43-8 de la loi du 30 septembre 1986 et l'article 6 alinéa 2 de la loi du 22 juin 2004.

Aux termes des dispositions de l'article 43-8 de la loi du 30 septembre 1986 dans sa rédaction résultant de la loi du 1er août 2000 "*Les personnes physiques ou morales qui assurent, à titre gratuit ou onéreux, le stockage direct et permanent pour mise à disposition du public de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de messages de toute nature accessibles par ces services, ne sont pénalement ou civilement responsables du fait du contenu de ces services que :*

- si, ayant été saisies par une autorité judiciaire, elles n'ont pas agi promptement pour empêcher l'accès à ce contenu."

Aux termes de l'article 6 de la loi du 22 juin 2004 "*Les personnes physiques ou morales qui assurent, même à titre gratuit pour mise à disposition du public par des services de communication au public en ligne, le stockage de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de messages de toute nature fournis par des destinataires de ces services ne peuvent pas voir leur responsabilité civile engagée du fait des activités ou des informations stockées à la demande d'un destinataire de ces services si elles n'avaient pas effectivement connaissance de leur caractère illicite ou de faits et circonstances faisant apparaître ce caractère ou si, dès le moment où elles en ont eu cette connaissance, elles ont agi promptement pour retirer ces données ou en rendre l'accès impossible*".

Il convient en premier lieu de déterminer si ces dispositions sont applicables à la société GOOGLE et notamment si elle a agi en l'espèce en qualité de fournisseur d'hébergement (d'organe de stockage d'informations). L'activité de fournisseur d'hébergement sur internet consiste à mettre à la disposition d'un destinataire, créateur de pages personnelles, ses moyens techniques permettant le stockage d'informations. Le fournisseur d'hébergement, prestataire de services, ne fait que participer à l'acte de

diffusion et non à sa création. Son rôle est purement technique. Il n'a pas la maîtrise du contenu des informations stockées et ne peut exercer aucun contrôle sur contenu des sites.

Le tribunal note que la situation de GOOGLE, pour ce qui concerne le programme Adwords n'est pas comparable à celle d'un fournisseur d'hébergement. En effet, si GOOGLE n'exerce effectivement aucun contrôle sur le contenu des informations stockées dans les sites, en revanche, pour ce qui est de son activité "Adwords" soit la fourniture d'espace publicitaire, elle agit en tant que régie publicitaire et non en tant que prestataire purement technique de services. Elle a un rôle actif en proposant à ses clients une liste de mots clés dont la finalité est de susciter de nombreuses visites sur leur site commercial et d'augmenter ainsi sa rétribution.

Elle pourrait ainsi tout à fait exercer un contrôle sur ses propres prestations notamment dans la sélection des mots clés qu'elle propose et dont elle établit la liste, même automatiquement. C'est GOOGLE qui a conçu le système de mots clés et l'élaboration automatique de la liste des mots le plus souvent tapés en liaison avec la recherche. Les dispositions précédentes ne peuvent donc lui être applicables.

GOOGLE fait enfin valoir qu'elle a mis en place une procédure d'alerte a priori et une procédure de contrôle a posteriori. Ainsi, elle avertit les souscripteurs qu'ils doivent respecter les droits des tiers et elle a même mis en place un rubrique spéciale intitulée "**Respectez les règles relatives à l'utilisation des marques**" qui met en garde le souscripteur pour ce qui est de l'utilisation des marques. Elle a mis également en place une procédure permettant aux propriétaires de marques de lui adresser une réclamation qui enclenchera de la part de GOOGLE une enquête.

En l'espèce, GOOGLE fait valoir que ses procédures ont été efficaces puisqu'elle a désactivé les liens commerciaux litigieux dans la mesure où elle en a été informée.

Il n'est pas contesté qu'une première réclamation de la société CNRRH le 18 juin 2003 a été immédiatement suivie d'effet. Cependant, la marque "EUROCHALLENGES" ayant été à nouveau utilisée comme mot clé CNRRH mettait en demeure GOOGLE de cesser de vendre sa marque par lettre du 4 mai 2004.

Force est de constater à cet égard qu'il n'est pas établi que cette dernière lettre ait été effectivement envoyée à GOOGLE. Il ne peut donc lui être reproché de ne pas avoir agi la seconde fois.

Néanmoins le tribunal constate que le fait d'avoir déjà désactivé le lien litigieux n'était pas suffisant puisque la marque "EUROCHALLENGES" a été encore proposée après le 18 juin 2003. En fait, GOOGLE ne désactive que le lien litigieux et n'empêche pas d'autres clients de choisir le même mot clé ni le même client de choisir à nouveau le même mot clé dans le cadre d'un nouveau contrat.

Il convient en conséquence de constater que la société GOOGLE en proposant à des annonceurs la marque "EUROCHALLENGES" sans l'autorisation de son propriétaire Pierre-Alexis T et pour des produits et services identiques à ceux désignés dans

l'enregistrement s'est rendu coupable de faits de contrefaçon sur le fondement de l'article L 713-2 du Code de la propriété intellectuelle au préjudice de Pierre-Alexis T et de la société CNRRH.

* Sur la contrefaçon par la société TIGER et Bruno R :

La société TIGER, qui exploite en franchise la marque "UNICIS" soutient qu'il n'y a pas de contrefaçon en l'espèce car elle ne propose pas des produits et services identiques à ceux d'Eurochallenges et qu'il n'existe aucune risque de confusion puisque le nom "UNICIS", s'affiche clairement sur le lien commercial.

Le tribunal relève que la marque Eurochallenges a été déposée pour désigner notamment les services suivants : "*conseils, recherches et informations en relations humaines, agence matrimoniale*". L'activité de la société TIGER est de proposer des rencontres entre hommes et femmes. Cette activité est d'autant plus comparable à celle protégée par la marque Eurochallenges que la société TIGER a cru pertinent de devoir choisir comme mot clé cette marque pour faire s'afficher son annonce avec la liste des résultats du moteur de recherche.

Il s'agit donc bien d'activités identiques même si les méthodes sont différentes. Il n'est en conséquence pas nécessaire de rechercher si un risque de confusion existe entre Eurochallenges et la société TIGER.

Bruno R soutient quant à lui qu'il n'a commis aucune faute. il s'est contenté de choisir les mots clés proposés par GOOGLE et il ignorait que les mots clés pouvaient être protégés au titre de la propriété intellectuelle.

Le tribunal rappelle que la bonne foi est indifférente en matière de contrefaçon et donc que peu importe que Bruno R ait su que le mot "EUROCHALLENGES" était une marque protégée. Il est cependant peu crédible de le soutenir s'agissant d'une marque bien connue dans cette activité et Bruno R ayant une activité identique.

Enfin, peu importe que ce mot clé ait figuré dans la liste automatique de GOOGLE. Il appartenait aux deux défendeurs de retirer ce mot clé de leur propre liste. En effet, si GOOGLE pouvait légitimement ignorer qu'EUROCHALLENGES était une marque protégée dans le domaine des rencontres en revanche la société TIGER, qui est une société concurrente et Bruno R qui est également un concurrent ne pouvaient eux l'ignorer.

Ils ne peuvent donc être exonérés de leur responsabilité de ce fait.

Ainsi, en sélectionnant la marque "EUROCHALLENGES" pour afficher un lien commercial avec leur propre société les défendeurs ont commis un acte de contrefaçon et sont tenus de réparer le préjudice en résultant pour Monsieur T et pour son licencié, la société CNRRH.

* Sur la concurrence déloyale :

La société CNRRH reproche à la société TIGER et à Bruno R d'avoir détourné sa clientèle en usurpant son nom commercial et la partie distinctive de son nom de domaine "eurochallenges.com".

La société TIGER et Bruno R sont des concurrents de la société CNRRH en ce qu'ils ont tous pour activité des rencontres et contacts dans un but éventuellement matrimonial. Ainsi qu'il a été rappelé les deux défendeurs ne pouvaient ignorer qu'eurochallenges était l'un de leur concurrents et c'est d'ailleurs pour cette raison qu'ils ont sélectionné cette marque dans leur liste de mot clés. L'intérêt de ce choix était pour eux de faire apparaître un lien commercial avec leur site internet dès lors qu'un utilisateur aurait tapé la marque concurrente. La finalité était donc bien de détourner à leur profit la clientèle d'eurochallenges en incitant l'utilisateur à visiter leur propre site. Ces faits sont constitutifs de concurrence déloyale et parasitaire.

* Sur la réparation du préjudice :

La société CNRRH demande la condamnation in solidum de la SARL TIGER et de la société GOOGLE à lui payer la somme de 100.000 euros à titre de dommages et intérêts et la condamnation in solidum de Bruno R et de la société GOOGLE à lui payer la somme de 50.000 euros à titre de dommages et intérêts en réparation des actes de contrefaçon et de concurrence déloyale sans distinction.

Il n'est cependant pas reproché à la société GOOGLE d'avoir commis des actes de concurrence déloyale au préjudice de la société CNRRH. Ainsi, seul le préjudice découlant des actes de contrefaçon de marque sera réparé distinctement et sans solidarité entre les parties.

Le tribunal relève que la société GOOGLE a, à la suite d'une première mise en demeure en juin 2003, supprimé le lien commercial s'affichant avec la marque EUROCHALLENGES comme mot clé. Il n'est pas établi par la société CNRRH qu'elle a mis la société GOOGLE en demeure une seconde fois le 4 mai 2004. En revanche, le mot clé <<eurochallenges>> a été supprimé des comptes innaconsulting.fr. Quant au lien avec unicis.paris.com il est apparu le 4 août 2004 et le 25 août 2004 il était établi qu'aucun lien ne s'affichait plus sur le site de GOOGLE. Enfin, le terme "eurochallenges" a été supprimé par GOOGLE de son générateur de mots clés le 28 septembre 2004.

Il résulte de ces éléments que la société GOOGLE a été diligente dès lors qu'elle a été informée du problème créé par son programme Adwords pour la marque EUROCHALLENGES et a ainsi limité le préjudice résultant des actes de contrefaçon. Néanmoins il est établi par la société CNRRH que cette dernière engage des frais de publicité conséquents chaque année pour faire connaître sa marque, soit en 2003 16, 76 % de son chiffre d'affaires. L'utilisation de sa marque par GOOGLE lui a donc créé un préjudice qu'il convient de fixer à la somme de 10.000 euros.

Pour ce qui concerne la SARL TIGER le tribunal constate que les faits de contrefaçon et de concurrence déloyale n'ont été commis que sur une courte période. Par ailleurs la société TIGER est une petite société avec un chiffre d'affaire de 278.205 euros en 2003. Le préjudice subi par la société CNRRH du fait des actes de concurrence déloyale commis à son encontre est donc assez limité et peut être évalué à la somme de 5.000 euros.

Pour ce qui concerne Bruno R. le tribunal note que les faits ont été commis entre le mois de mai 2004 et le mois de juin 2004, soit sur une période très courte. Il est par ailleurs établi par le défendeur que le mot clé eurochallenges n'a généré à son profit que 51 clics pendant cette période. Le préjudice subi par la société CNRRH du fait des actes de concurrence déloyale commis par Bruno R. est en conséquence très limité. Le tribunal estime ce préjudice à la somme de 2.500 euros.

Pierre-Alexis T. demande au tribunal de condamner in solidum la société GOOGLE et la SARL TIGER à lui payer la somme de 13.000 euros en réparation de l'atteinte à son droit de marque et la somme de 6.500 euros en réparation de l'affaiblissement de sa marque et de condamner in solidum la société GOOGLE et Bruno R. à lui payer la somme de 7.000 euros en réparation de l'atteinte à son droit de marque et la somme de 3.500 euros en réparation de l'affaiblissement de sa marque.

L'usage de la marque "EUROCHALLENGES" par GOOGLE et par la SARL TIGER et Bruno R. a incontestablement fait subir à Pierre-Alexis T., propriétaire de la marque un préjudice lié à l'affaiblissement de la marque laquelle est proposée et sélectionnée par les concurrents comme s'il s'agissait d'un mot commun.

Il convient de réparer ce préjudice en condamnant in solidum la société GOOGLE FRANCE et la SARL TIGER à lui verser la somme de 5.000 euros à titre de dommages et intérêts et en condamnant in solidum la société GOOGLE et Bruno R. à lui verser la somme de 2.500 euros à titre de dommages et intérêts.

La société TIGER et Bruno R. demandent à la société GOOGLE de les garantir de toutes condamnations qui pourraient être prononcées à leur encontre. Ils demandent également au tribunal de condamner GOOGLE au paiement de dommages et intérêts en raison de la faute commise par cette dernière en leur proposant la marque EUROCHALLENGES comme mot clé.

Le tribunal estime qu'il n'y a pas lieu de faire droit à ces demandes, les défendeurs n'ayant pas été trompés par GOOGLE et ayant délibérément choisi la marque d'un concurrent, EUROCHALLENGES, comme mot clé pour attirer d'éventuels clients.

La société CNRRH et Pierre-Alexis T. demandent qu'il soit fait interdiction aux défendeurs de poursuivre les actes de contrefaçon et de parasitisme.

Il résulte d'un constat que la société GOOGLE a fait dresser le 25 août 2004 que le site google.fr n'affiche plus aucun lien litigieux avec le mot clé <<eurochallenges>> et d'un constat dressé le 30 septembre 2004 que ce mot a été supprimé de son générateur de

mots clés.

Dès lors le tribunal estime qu'il n'est plus nécessaire de prononcer une telle interdiction à l'encontre des défendeurs.

La société CNRRH et Pierre-Alexis T demandent la publication du jugement dans la presse écrite et sur les pages d'accueil des sites internet des défendeurs.

Il sera partiellement fait droit à cette demande en complément de réparation du préjudice subi. Ainsi le tribunal ordonnera la publication sur la page d'accueil des sites internet de la société TIGER et de Monsieur Bruno R ainsi que sur la page d'accueil du programme Adwords de la société GOOGLE du paragraphe suivant :

"Le tribunal de grande instance de Nanterre par jugement en date du 14 décembre 2004 a condamné la société TIGER et Monsieur Bruno R pour des faits de contrefaçon et concurrence déloyale et parasitisme pour avoir délibérément sélectionné comme mot clé la marque et dénomination sociale "EUROCHALLENGES" appartenant à Monsieur Pierre-Alexis T et exploitée par la société CNRRH afin de faire apparaître un lien commercial avec leurs propres sites sur le moteur de recherche GOOGLE. Le tribunal a également condamné la société GOOGLE FRANCE pour avoir contrefait la marque "EUROCHALLENGES" en la proposant comme mot clé dans le cadre de son programme Adwords à des concurrents du propriétaire et de l'exploitant de la marque."

L'exécution provisoire pour le paiement des dommages et intérêts est compatible avec ces mesures et justifiée par la nécessité de réparer rapidement le trouble causé par les actes de contrefaçon et de concurrence déloyale.

La société CNRRH et Pierre-Alexis T demandent le paiement de la somme de 10.000 euros au titre des dispositions de l'article 700 du nouveau Code de procédure civile.

Il serait inéquitable de laisser à leur charge les sommes exposées par eux et non comprises dans les dépens. Il leur sera en conséquence alloué la somme de 5.000 Euros de ce chef.

PAR CES MOTIFS

LE TRIBUNAL,

Statuant publiquement, en premier ressort et par jugement contradictoire,

Dit que la société GOOGLE FRANCE a commis des actes de contrefaçon de la marque n° 97 665 926 "EUROCHALLENGES" au préjudice de Monsieur Pierre-Alexis T et de la société CNRRH,

Dit que la société TIGER et Monsieur Bruno R. ont commis des actes de contrefaçon et de concurrence déloyale au préjudice de Monsieur Pierre-Alexis T. et de la société CNNRH

Condamne la société GOOGLE FRANCE à payer à la société CNRRH la somme de 10.000 euros en réparation du préjudice lié à la contrefaçon de marque,

Condamne Bruno R. à payer à la société CNRRH la somme de 2.500 euros en réparation du préjudice subi du fait des actes de concurrence déloyale,

Condamne la société TIGER à payer à la société CNRRH la somme de 5.000 euros en réparation du préjudice subi du fait des actes de concurrence déloyale,

Condamne in solidum Monsieur Bruno R. et la société GOOGLE FRANCE à payer à Monsieur Pierre-Alexis T. la somme de 2.500 euros en réparation du préjudice subi du fait des actes de contrefaçon,

Condamne in solidum la société TIGER et la société GOOGLE FRANCE à payer à Monsieur Pierre-Alexis T. la somme de 5.000 euros en réparation du préjudice subi du fait des actes de contrefaçon,

Dit n'y avoir lieu à garantie de la société GOOGLE au profit de Monsieur R. et de la société TIGER,

Rejette la demande d'interdiction formée par la société CNRRH et Pierre-Alexis T.

Ordonne la publication sur les pages d'accueil des sites www.unicisparis.com, et www.innaconsulting.fr et sur la page d'accueil du programme Adwords du site www.google.fr, du paragraphe suivant :

"Le tribunal de grande instance de Nanterre par jugement en date du 14 décembre 2004 a condamné la société TIGER et Monsieur Bruno R. pour des faits de contrefaçon et concurrence déloyale pour avoir délibérément sélectionné comme mot clé la marque et dénomination sociale "EUROCHALLENGES" appartenant à Monsieur Pierre-Alexis T. et exploitée par la société CNRRH afin de faire apparaître un lien commercial avec leurs propres sites sur le moteur de recherche GOOGLE. Le tribunal a également condamné la société GOOGLE FRANCE pour avoir contrefait la marque "EUROCHALLENGES" en la proposant comme mot clé dans le cadre de son programme Adwords à des concurrents du propriétaire et de l'exploitant de la marque."

Ordonne l'exécution provisoire du présent jugement pour ce qui concerne les dommages et intérêts,

Condamne in solidum Bruno R. la société TIGER et la société GOOGLE FRANCE à payer à Pierre-Alexis T. la somme de 5.000 euros sur le fondement des dispositions de l'article 700 du nouveau Code de procédure civile,

14 décembre 2004
Deuxième Chambre
AFFAIRE : CNNRH - T / GOOGLE - TIGER - R

Condamne Bruno R. , la société TIGER et la société GOOGLE FRANCE aux dépens qui seront recouvrés conformément aux dispositions de l'article 699 du Nouveau Code de Procédure Civile.

Fait à NANTERRE le 14 décembre 2004 .

LE GREFFIER

J. Hottais

LE PRESIDENT

Tiger

Pour expédition certifiée conforme

Nanterre, le 16-12-04
Le Greffier en Chef



J. Hottais