

Cédric Manara, expert du droit de l'Internet

"Le droit français est particulièrement protecteur envers les marques"

Le Monde | 02.04.10 | 13h15 • Mis à jour le 02.04.10 | 13h15

Vous affirmez qu'il y a plus de recours contre Google en France qu'ailleurs dans le monde. Pourquoi ?

La France est un terrain défavorable à Google, du fait de son histoire juridique, de sa tradition judiciaire et de son contexte économique. C'est d'abord l'un des trois pays au monde où sont déposées le plus de marques, avec les Etats-Unis et le Japon. Du coup, logiquement, il y a plus de marques à protéger, donc plus de contentieux potentiels. Le droit français est particulièrement protecteur envers les titulaires des marques et les auteurs. Parce que la France a une industrie du luxe puissante et un secteur culturel également très influent.

Par ailleurs, les juges sont plutôt sensibles aux intérêts des acteurs précédents. Or Google fonctionne en indexant des informations sur le Web, dont une partie sont des mots, susceptibles d'être des marques. Et une autre partie sont des images ou du texte, qui peuvent être revendiqués comme des oeuvres. C'est donc une cible potentielle importante.

De quelle nature sont ces recours ?

En nombre, le gros des recours relève du droit des marques. Ainsi, presque une cinquantaine de décisions ont été prises par des juges entre 2003 et 2008, concernant les systèmes de publicité "par mots-clés" (*les annonceurs achètent aux enchères des mots ; leurs sites sont affichés quand ces derniers apparaissent dans les requêtes des internautes*), dont une trentaine visant Google. Les plaignants accusent le groupe de contrefaçon de marque ou de concurrence déloyale.

Il y a aussi eu une décision, très médiatisée, tombée en décembre 2009, concernant le service Google Livres. L'éditeur La Martinière attaquait Google pour violation du droit d'auteur. Il y a encore eu deux décisions concernant le service Google Suggest (*qui suggère des requêtes à l'internaute avant même qu'il ait fini de saisir la sienne*). Sans oublier toutes celles visant la plate-forme de vidéos YouTube (*rachetée par Google*) : une

quinzaine en tout, prises entre 2006 et 2009. C'est la mise en ligne d'un contenu protégé par les utilisateurs qui est en cause.

Par comparaison, aux Etats-Unis, il n'existe que huit décisions de justice concernant les systèmes de publicité par mots-clés, et deux ou trois en Allemagne...

Toutes ces décisions sont-elles défavorables à Google ?

Non, pas toutes. Celles concernant les mots-clés étaient jusqu'ici toutes défavorables. Mais la Cour de justice de l'Union européenne, le 23 mars, les a stoppées net, en jugeant que le système de publicité qu'il propose est parfaitement conforme au droit des marques.

Pour les recours concernant YouTube, les décisions ont jusqu'ici été plutôt défavorables à Google, mais le groupe devrait pouvoir bénéficier de la jurisprudence Dailymotion. Ce concurrent français de YouTube a fait l'objet d'une décision de la cour d'appel de Paris, au printemps 2009, devenue définitive, qui confirme son statut d'hébergeur, donc ne le rend plus responsable a priori du contenu qu'il héberge.

Dans le cas de Google Suggest, par exemple, dans son arrêt du 9 décembre 2009, la cour d'appel de Paris a certes rendu un avis défavorable à Google, qui a été obligé de modifier un peu ce service, mais le juge a souligné l'intérêt que le moteur de recherche représentait pour la liberté d'accès à l'information du citoyen. Une position de principe très favorable à Google.

Les dommages et intérêts cumulés par le groupe en France s'élevaient théoriquement jusqu'ici à plusieurs millions d'euros. Mais, suite au récent arrêt de la Cour de justice de l'Union européenne, et comme certaines sanctions financières ne sont toujours pas définitives (c'est le cas de la plupart d'entre elles), Google pourrait ne plus être obligé de payer.

Ce qui importe surtout aux dirigeants de Google, c'est la préservation de leur modèle économique. Or, en France, les attaques visent leur système de publicité par mots-clés, leur "poumon financier", et à ce titre elles sont dangereuses. Grâce à la décision du 23 mars, pour l'instant, en Europe, Google a réussi à le préserver.

Propos recueillis par Cécile Ducourtieux

Article paru dans l'édition du 03.04.10.