

Cour d'appel de Paris 4ème chambre, section A Arrêt du 28 juin 2006

Google France / Louis Vuitton Malletier

FAITS ET PROCEDURE

Vu l'appel interjeté, le 23 mars 2005, par les sociétés Google France et Google Inc d'un jugement rendu le 4 février 2005 par le tribunal de grande instance de Paris qui a :

- ▶ déclaré la société Louis Vuitton Malletier recevable à agir à l'encontre des faits commis à partir du site google.com,
- ▶ dit qu'en proposant sur les sites placés sous leur contrôle, et notamment les sites google.com et google.fr, un service publicitaire permettant d'associer des mots tels que imitation, replica, fake, copies, knock-offs... avec les termes Louis Vuitton, Vuitton, LV, afin de placer les messages publicitaires des annonceurs à même hauteur que le site officiel www.vuitton.com en tête des résultats du moteur de recherche, les sociétés Google France et Google Inc ont commis des actes de contrefaçon des marques n° 1 627 892, 1 540 178 et 1 515 212 au préjudice de la société Louis Vuitton Malletier, titulaire de ces dernières,
- ▶ dit que, ce faisant, elles ont également porté atteinte à la dénomination sociale Louis Vuitton Malletier, à l'enseigne Louis Vuitton et au site internet www.vuitton.com et ont commis des actes de concurrence déloyale au préjudice de la société Louis Vuitton Malletier,
- ▶ dit qu'en faisant apparaître sous sa rubrique "liens commerciaux" des messages publicitaires qui, non seulement sont sans relation commerciale avec le site de la société Louis Vuitton Malletier, mais encore utilisent les signes Vuitton pour promouvoir des produits qui s'inspirent de ceux de la société Louis Vuitton Malletier, les sociétés Google France et Google Inc ont réalisé une présentation de publicités de nature à induire en erreur les internautes sur l'origine et les qualités substantielles des biens ainsi proposés,
- ▶ en conséquence,
 - * interdit aux sociétés Google France et Google Inc de faire usage sur leurs sites des termes Louis Vuitton, Vuitton et du signe LV dans le générateur de mots clés du système Adwords, dans le cadre du service Publicité Premium Sponsorship, parmi les mots clés, les métatags ou sources des pages de leurs sites, et ce sous astreintes de 8000 € par jour de retard passé un délai d'un mois à compter de la signification du jugement,
 - * condamner ces sociétés à verser à la société Louis Vuitton Malletier la somme de 100 000 € en réparation des actes de contrefaçon de marques, 100 000 € en réparation des actes de concurrence déloyale et de publicités trompeuses et 8000 € au titre des dispositions de l'article 700 du ncpc,
- ▶ ordonné l'exécution provisoire de la mesure d'interdiction et des condamnations financières dans la limite de 50% de leurs montants,
- ▶ autorisé la société Louis Vuitton Malletier à faire publier le dispositif du jugement aux frais des sociétés Google France et Google Inc, dans la limite globale de 15 000 €, dans quatre revues de son choix et sur les sites www.lejournaldunet.com pendant une durée ne dépassant pas trois semaines,
- ▶ condamné les sociétés Google France et Google Inc aux dépens ;

Vu les dernières conclusions signifiées le 23 mai 2006, aux termes desquelles les sociétés Google France et Google Inc, poursuivant l'infirmité du jugement déféré, demandent à la cour de :

- ▶ constater qu'il n'est nullement établi que les captures d'écran annexées au constat d'huissier de Me Saragoussi, en date des 28 juillet et le 23 octobre 2003, aient été effectuées à partir d'un ordinateur connecté à une adresse IP française, ces captures n'étant ni datées, ni paraphées, ni munies du cachet de l'huissier instrumentaire,
- ▶ juger que le tribunal et la cour seront incompétents pour prononcer une mesure d'interdiction visant les sites étrangers de Google,
- ▶ juger que le tribunal et la cour sont incompétents pour prononcer à l'encontre de la

société Google Inc une mesure réparation relative aux dommages subis hors de France résultant de l'apparition de liens Adwords sur les sites étrangers de Google,

▸ constater que la société Google France n'est pas l'exploitante des sites étrangers de Google et que toute demande à son encontre relative à ces sites est irrecevable et mal dirigée,

▸ juger, en tout état de cause, qu'en application du principe de territorialité, l'action de la société Louis Vuitton Malletier est mal fondée en ce qui concerne les sites étrangers de Google dès lors que l'apparition du lien Adwords sur ces sites, renvoyant eux-mêmes vers des sites étrangers en langue étrangère, ne porte aucune atteinte aux différentes marques invoquées par la société Louis Vuitton Malletier, dont la portée est strictement territoriale, d'autant que l'intimée ne rapporte pas la preuve qui lui incombe de ce que les produits promus sur ces sites sont disponibles en France,

▸ juger également que conformément aux règles de conflit de lois établies par la Cour de cassation, la loi française n'est pas applicable aux sites étrangers de Google dès lors que la réalisation d'un dommage ne peut être constatée en France, de sorte que les articles 1382 du code civil, 713-5 du code de la propriété intellectuelle et L 115 et L 121-1 du code de la consommation ne sauraient être invoqués à leur encontre,

▸ débouter, en conséquence, la société Louis Vuitton Malletier de l'ensemble de ses demandes et prétentions qui visent les sites étrangers de Google, dont www.google.com in English,

▸ juger que le stockage du contenu des annonces Adwords litigieuses sur le service Adwords ainsi que des mots clés qui y sont associés, dont le choix final incombe aux seuls souscripteurs, s'analyse en une activité de stockage d'informations en vue d'une mise à disposition du public au sens de l'article 43-8 de la loi du 30 septembre 1986 (et depuis le 1er août 2004, de l'article 2 de la loi du 21 juin 2004),

▸ juger que les sociétés Google France et Google Inc doivent être considérées comme des prestataires de stockage au sens de ces dispositions,

▸ juger que les sociétés Google France et Google Inc ne sauraient être tenues de contrôler la licéité et la pertinence ni des mots clés choisis par les souscripteurs, ni du contenu de leurs annonces, ni celle de leurs sites,

▸ juger qu'elles ont agi avec promptitude en désactivant rapidement tous les liens commerciaux répondant aux requêtes LV, Vuitton, Louis Vuitton et LouisVuitton à partir du moment où elles ont eu connaissance des griefs dont les liens litigieux faisaient l'objet, faisant ainsi cesser une situation illicite, avant même d'y être invitées par une autorité judiciaire,

▸ constater qu'elles ont été au-delà des exigences légales en mettant en place de leur propre initiative un système de filtrage universel permettant de désactiver automatiquement tout lien Adwords répondant aux requêtes LV, Vuitton, Louis Vuitton et LouisVuitton sans même qu'ils ne lui soient signalés,

▸ juger que, dans ces conditions, leur responsabilité ne saurait être engagés à raison du contenu des liens commerciaux litigieux, des mots clés et des options de ciblage qui y sont associés et ce, sur quelque fondement que ce soit,

▸ en tout état de cause, juger qu'elles ne commettent aucune faute ni aucune négligence, au sens des articles 1382 et 1383 du code civil, en s'abstenant de procéder à un contrôle préalable garantissant la licéité et la pertinence des mots clés choisis par ses souscripteurs et du contenu de leurs liens Adwords, et que, dans ces conditions, leur responsabilité ne saurait être engagée à raison du contenu des liens commerciaux litigieux, des mots clés et des options de ciblage qui y sont associés sur le fondement du droit commun de la responsabilité civile,

▸ à titre subsidiaire,

* constater qu'un certain nombre de liens commerciaux litigieux renvoient vers des sites dont l'activité se situe en dehors du cercle des spécialités des marques en cause (www.bilans.net) ou vers des sites de revente de produits authentiquement revêtus de ces marques (www.eluxury.com, Ebay) habilités à invoquer l'article L 713-4 du code de la propriété intellectuelle,

* juger que l'affichage aléatoire d'expressions fréquentes comportant les termes LV, Vuitton ou Louis Vuitton dans l'outil de mots clés du système Adwords, ne saurait être assimilé à un usage desdites expressions à titre de marque, et pour indiquer l'origine spécifique ou la qualité de produits et services au sens de l'article 5 de la directive du 21 décembre 1988 et des articles L 713-1 et suivants du code de la propriété intellectuelle,

* juger que l'affichage de ces expressions dans l'outil de mots clés ne saurait générer un quelconque risque de confusion, au sens de l'article L 713-3 du code de la propriété intellectuelle, dès lors qu'aucune origine commerciale ne leur est rattachée à ce stade,

* juger qu'elles ne sont pas les auteurs ni les co-auteurs des prétendus faits de contrefaçon résultant de la création des liens Adwords litigieux, le choix des mots clés, ainsi que le contenu des annonces et des sites querellés étant sous la maîtrise exclusive de leurs exploitants,

* juger qu'elles ne sont pas les auteurs ni les coauteurs des actes de concurrence déloyale et ni des actes de publicité trompeuse allégués par la société intimée,

▶ à titre très subsidiaire, * constater que la société intimée est irrecevable à former une demande d'expertise pour la première fois devant la cour,

* juger qu'il n'existe aucun lien de causalité entre les faits qui leur sont reprochés, notamment à travers son outil de mots clés, dont l'usage est facultatif, et le préjudice allégué du fait des liens Adwords litigieux,

* juger que le préjudice subi par la société Louis Vuitton Malletier sera limité à un montant symbolique,

▶ en tout état de cause, débouter la société Louis Vuitton Malletier de l'ensemble de ses demandes, la condamner à leur verser la somme de 60 000 € au titre des dispositions de l'article 700 du npc ainsi qu'aux dépens de première instance et d'appel ;

Vu les ultimes conclusions, en date du 26 mai 2006, par lesquelles la société Louis Vuitton Malletier, poursuivant la confirmation du jugement déféré, demande à la cour de le compléter en :

▶ faisant interdiction aux sociétés Google France et Google Inc de faire usage, sur l'ensemble de leurs sites accessibles depuis la France, des termes LV, Vuitton et Louis Vuitton, dont elle est propriétaire, ou d'une imitation de ceux-ci, de quelque manière que ce soit en relation avec leurs services publicitaires, en particulier dans le générateur de mots clés du système Adwords, et ce, sous astreinte de 8000 € par jour de retard et par marque, passé un délai d'un mois à compter de la signification de l'arrêt à intervenir,

▶ jugeant que Google a engagé sa responsabilité civile en utilisant les marques de renommée LV, Vuitton et Louis Vuitton pour permettre l'apparition d'annonces concernant des produits ou services dont elle ne serait pas à l'origine.

▶ ordonnant une mesure d'expertise,

▶ tenant compte, dans l'hypothèse où la cour ne prononcerait pas cette mesure d'expertise, de la persistance des faits incriminés et en condamnant in solidum les sociétés Google France et Google Inc à lui verser la somme de 200 000 € au titre des faits de contrefaçon de ses trois marques et celle de 200 000 € au titre des fautes résultant de l'atteinte à sa dénomination sociale, et des noms de domaine www.louisvuitton.com et www.vuitton.com ainsi que des actes de publicité déloyale,

▶ disant que la mesure de publication prononcée par les premiers juges devra être complétée pour tenir compte du présent arrêt,

▶ condamnant les sociétés Google France et Google Inc à lui verser la somme de 60 000 € au titre des dispositions de l'article 700 du npc ainsi qu'aux entiers dépens ;

DISCUSSION

Considérant que, pour un exposé complet des faits et de la procédure, il est expressément renvoyé au jugement déféré et aux écritures des parties ; qu'il suffit de rappeler que :

▶ la société Louis Vuitton Malletier est titulaire notamment des marques suivantes :

* Louis Vuitton, n°1 627 892 déposée le 16 novembre 1990, auprès de l'Inpi, renouvelée selon un avis publié au Bopi n°00/50, vol II, désignant l'ensemble des produits et services des classes 1 à 42,

* L et V, n° 1 540 178, déposée le 7 juillet 1989, auprès de l'Inpi, renouvelée le 1er avril 1999, désignant l'ensemble des produits et services des classes 1 à 41,

* Vuitton, n°1 515 212, déposée le 18 février 2000, auprès de l'Ohmi, désignant l'ensemble des produits et services des classes 14, 18, 25 et 38,

▶ la société Louis Vuitton Malletier ayant eu connaissance que dans le cadre de la diversification des activités de la société Google Inc et de sa filiale la société Google France, qui selon elle, proposent à des annonceurs des encarts publicitaires pour des sites internet déterminés échappant à toute logique de classification par degré de pertinence à laquelle est fondé à s'attendre l'internaute lorsqu'il utilise le moteur de recherche Google pour trouver le ou les sites qu'il désire, a fait constater que, lors de l'utilisation du moteur de recherche Google (google.com ou google.fr) la saisie des dénominations Louis Vuitton et LV en tant que critère de recherche permettait de faire apparaître en tête de liste des résultats de la recherche, et en partie droite, sous l'appellation liens commerciaux des annonces

publicitaires pointant vers des sites proposant pour certains à la vente, des produits dont il est établi qu'ils sont contrefaisants,

► c'est dans ces circonstances que la société Louis Vuitton Malletier a introduit à l'encontre des sociétés Google France et Google Inc la présente instance en contrefaçon de ses marques, concurrence déloyale par usurpation de dénomination sociale, atteinte à l'enseigne et au nom de domaine www.vuitton.com et publicité déloyale ;

Sur la procédure :

Considérant que, en premier lieu, 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 de 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 sauraient 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 ;

Or, considérant que, 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 déféré mérite, sur ce point, confirmation ;

Sur l'application du statut de responsabilité aménagée des prestataires de stockage :

Considérant que les sociétés Google France et Google Inc 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, modifiée 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 internet français de la directive 2000/31/CE du 8 juin 2000 ; que, à cet effet, elles font valoir qu'elles exerceraient une simple activité de prestataire de stockage d'informations 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 ;

Mais considérant qu'il résulte de l'examen des prestations effectuées par les sociétés Google France et Google Inc telles qu'elles ont été précisément caractérisées par le tribunal, la cour y faisant expressément références, 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 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 ;

Que, force est de constater, 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 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 réalisé par les sociétés appelantes qui, au mois de juillet 2004, annonçaient qu'au premier semestre 2004, 98% du chiffre d'affaires a été généré par les annonceurs publicitaires. Le pourcentage était de 97% sur l'ensemble de 2003 ; qu'il convient de relever, également, que dans un article paru dans le quotidien Les Echos du 25 juillet 2005, il était fait référence aux impressionnantes performances financières de Google qui s'appuient sur ce modèle de publicité en ligne ;

Qu'il s'ensuit que les sociétés Google France et Google Inc ne sauraient bénéficier des dispositions de l'article 43-8 précité, dès lors que leur activité dans le domaine publicitaire ne relève pas de celles offertes par les intermédiaires techniques, fournisseurs d'accès, hébergeurs de sites ou prestataires de stockage visés par ces dispositions ;

Qu'il convient, en conséquence, de confirmer sur ce point le jugement déféré ;

Sur la contrefaçon des marques dont la société Louis Vuitton Malletier est titulaire :

Considérant que les sociétés Google France et Google Inc soutiennent que l'usage qu'elles font des termes Louis Vuitton, Vuitton et LV ne serait pas effectué à titre de marque dès lors que ces expressions seraient déconnectées de tout contexte dans la mesure où elles ne seraient associées à aucun produit ou service ;

Mais considérant, en premier lieu, qu'il convient de relever que les articles L 713-2 et L 713-3 du code de la propriété intellectuelle, dont la société Louis Vuitton Malletier demande l'application, ne retiennent pas exclusivement, comme acte matériel constitutif de la contrefaçon, la mention de la marque sur un produit ou un service, celle-ci pouvant résulter d'une reproduction ou de l'imitation de la marque de quelque manière que ce soit ou encore du simple usage, que, au demeurant, l'article 5-3 de la directive n°89/104 du 21 décembre 1988, rapprochant les législations des Etats membres sur les marques, dispose qu'il peut notamment être interdit (...) d'utiliser le signe dans les papiers d'affaires et la publicité ;

Or, considérant qu'il est établi, par l'ensemble des procès verbaux qui ont été dressés et qui, régulièrement versés aux débats, sont relatés, en détail, par le tribunal, relation à laquelle la cour fait expressément référence, que l'outil de suggestion de mots clés, mis en œuvre par les sociétés appelantes, fait usage ; reproduit et imite les termes Louis Vuitton, Vuitton et LV ;

Qu'ainsi il est, notamment, mentionné au constat dressé, le 18 juin 2003, par l'Agence pour la Protection des Programmes que, en cas d'inscription dans l'outil de suggestion de mots clés :

- ▀ des lettres LV, apparaît la suggestion de lv inspired handbags,
- ▀ des termes Vuitton ou Louis Vuitton, apparaissent successivement les suggestions

suivantes : fake louis vuitton handbags, replica louis vuitton handbags et louis vuitton replica bags ;

Que, en outre, il est, également justifié par les constatations effectuées par l'Agence pour la Protection des Programmes que, en opérant une recherche à partir de la marque Louis Vuitton apparaît un écran composé de la manière suivante : en face de la liste des résultats de la recherche (partie gauche et centrale), en tête de laquelle apparaît le site officiel de la société Louis Vuitton Malletier à l'adresse www.vuitton.com figurent dans la colonne de droite intitulée liens commerciaux plusieurs sites commercialisant ouvertement des contrefaçons, tels que www.designerimpressions.com annonçant dans sa publicité même Fine Replica handbags ; Inspired by LV, Gucci, Dior, Prada ou encore www.designs.ito.com annonçant comme titre de la publicité Louis Vuitton Replica ;

Que la reproduction et l'usage ainsi opérés, par l'intermédiaire de l'outil de suggestion, créé à l'initiative des sociétés Google France et Google Inc et mis à la disposition des internautes candidats à la rédaction d'annonces publicitaires, sont, comme le relève avec pertinence la société intimée, en relation directe avec les produits visés par les marques dont elle est titulaire ; que, en tout état de cause, ces marques sont, ainsi qu'il en est justifié par les pièces produites à la procédure, des marques de renommée, circonstance, au demeurant, non sérieusement contestée ;

Considérant que l'usage des marques Louis Vuitton, Vuitton et LV par les sociétés Google France et Google Inc, dans les conditions précédemment relevées, concernant des produits ou services qui ne procèdent pas de l'activité de la société Louis Vuitton Malletier, constitue un acte fautif, d'une part, en raison de leur reproduction ou, dans certains cas, de leur imitation entraînant un risque de confusion pour le consommateur d'attention moyenne, respectivement au sens des articles L 713-2 et L 713-3 du code de la propriété intellectuelle, et, d'autre part, en causant un préjudice direct au propriétaire de ces marques qui, au surplus, génère, du fait de leur renommée, un profit injustifié aux sociétés Google France et Google Inc ;

Considérant, en deuxième lieu, que, pour s'exonérer de toute responsabilité, les sociétés appelantes prétendent que les mots clés qu'elles suggèrent par l'intermédiaire de l'outil générateur mot clé, en reproduisant les trois marques en cause, auraient une vocation purement informative et seraient générés automatiquement sur des critères statistiques ;

Mais considérant que l'outil mis en place par les sociétés Google France et Google Inc a pour finalité de proposer des publicités pour des produits autres que ceux offerts à la vente par la société Louis Vuitton Malletier et que la participation des sociétés appelantes n'est pas, contrairement à leur argumentation, purement passive puisque, ainsi que le démontre avec pertinence le tribunal, lors de la rédaction de toute annonce, en particulier par le recours au système Adwords, ces sociétés accompagnant la démarche du candidat annonceur selon un processus comprenant plusieurs étapes ; qu'ainsi, à l'étape 2 du processus, intitulée Créez des groupes d'annonces, elles proposent l'utilisation du générateur de mots clés de nature à améliorer la rédaction de l'annonce en ces termes "Utilisez notre générateur de mots clés pour vous aider à choisir les mots les plus pertinents" ;

Que l'on peut, aussi, relever que si le terme Vuitton est inscrit dans le générateur de mots clés, la réponse suivante apparaît :

Louis Vuitton replicas
Fake Louis Vuitton bags
Replica Louis Vuitton handbags
Imitation Louis Vuitton
Louis Vuitton inspired
Louis Vuitton replica bags
Louis Vuitton copies

Qu'est inopérant l'argument avancé par les sociétés appelantes selon lequel l'utilisation de l'outil générateur de mots clés est facultatif dès lors qu'il n'est pas contesté que celui-ci est effectivement utilisé par des internautes, de même que celui tiré de la circonstance selon

laquelle les sociétés Google France et Google Inc ne commercialisent pas personnellement les produits et services contrefaisants dans la mesure où il leur est imputé à faute, non pas des actes de commercialisation, mais des prestations publicitaires ;

Considérant, en troisième lieu, que les sociétés Google France et Google Inc font valoir que l'on ne saurait leur demander de connaître a priori les sites pour lesquels elles réalisent une prestation publicitaire et d'effectuer un contrôle préalable des annonces qu'elles publient ;

Mais considérant que les principes de loyauté et de libre concurrence, attaché à l'exercice de toutes activités commerciales, imposent à une entreprise intervenante sur le marché de s'assurer que son activité ne génère pas des actes illicites au préjudice de tout autre opérateur économique ;

Qu'il appartenait donc aux sociétés Google France et Google Inc de mettre en œuvre, préalablement à la mise sur le marché de leurs offres publicitaires, les moyens techniques pertinents pour éviter les dérives constatées, d'autant que la conception et le contenu de l'outil de suggestion de mots clés étaient fortement incitatifs pour la réalisation d'actes de contrefaçon ;

Que, contrairement aux allégations des sociétés intimées, il est établi qu'elles étaient à même de concevoir et de développer des moyens techniques de nature à éviter les actes illicites qui leur sont imputés ; qu'en effet, il résulte d'une part, d'un article paru dans le quotidien Washington Post, daté du 1er décembre 2003, que Google a décidé d'elle-même d'empêcher l'apparition de publicités générées par des mots clés relatifs à des produits pharmaceutiques pouvant avoir des effets de dépendance et notamment certains mots clés correspondant à des noms de produits et que, d'autre part, elle a accepté, à la demande des autorités chinoises, de blacklister certains termes, jugés non politiquement corrects, dans le but d'avoir accès au marché publicitaire de ce pays ;

Qu'il s'ensuit que les sociétés appelantes ne sauraient se retrancher derrière la technologie propre au fonctionnement de ses services de publicité, et qu'il lui appartenait, de mettre en œuvre, dès la mise en ligne de son service de publicité les moyens techniques appropriés afin d'empêcher, lorsque la recherche d'un internaute porte sur une marque déposée, de surcroît renommée, les annonces d'entreprises n'ayant aucun droit sur la marque en cause ;

Que, au regard d'une telle obligation, il convient de relever que non seulement les sociétés appelantes se sont abstenues de toute démarche technique préalable à la mise en ligne de leur service de publicité mais qu'elles ont également fait preuve d'une légèreté blâmable en laissant, nonobstant les mises en demeure adressées, les 6 février et 11 juin 2003, par la société Louis Vuitton Malletier, cette situation perdurer ;

Considérant qu'il résulte de l'ensemble de ces éléments que le jugement déféré mérite confirmation en ce que les premiers juges ont retenu que les sociétés appelantes ont commis des actes de contrefaçon des trois marques précitées dont la société Louis Vuitton Malletier est titulaire ;

Sur la concurrence déloyale :

Considérant que les sociétés Google France et Google Inc critiquent le jugement déféré en ce que, selon elles, le tribunal aurait qualifié d'actes de concurrence déloyale les faits qu'il a par ailleurs qualifiés de contrefaçon ;

Mais considérant que, contrairement à une telle affirmation, les premiers juges ont, justement, retenu que le comportement de ces sociétés ne portait pas seulement atteinte aux marques dont la société Louis Vuitton Malletier est titulaire, mais également à la dénomination sociale Louis Vuitton Malletier, à l'enseigne Louis Vuitton et au nom de domaine www.vuitton.com, circonstances qui caractérisent, en raison des risques de confusion qu'elles engendrent pour le consommateur d'attention moyenne, des actes de concurrence déloyale ;

Qu'en effet, lorsqu'un terme, objet d'une marque et d'une dénomination sociale, est utilisé sans droit par un tiers, un tel comportement est constitutif, d'une part, de contrefaçon et, d'autre part, d'une faute distincte résultant de l'usurpation de la dénomination sociale ; qu'il en va de même lorsque ce terme est également utilisé comme signe distinctif à titre d'enseigne et de nom de domaine ;

Considérant que les sociétés appelantes ne sont pas fondées à soutenir que, en tout état de cause, elles ne sauraient être condamnées sur le fondement de la concurrence déloyale dès lors qu'elles ne sont pas en situation de concurrence avec la société Louis Vuitton Malletier ;

Qu'en effet, si ces sociétés ne commercialisent pas de sacs ou des produits de maroquinerie, il est établi qu'en faisant un usage illicite des signes distinctifs, précédemment rappelés, elles en ont tiré profit dans le cadre de leurs activités publicitaires au préjudice de la société intimée ;

Qu'il convient, en conséquence, de confirmer le jugement entrepris ;

Sur la publicité trompeuse :

Considérant, en droit, que, selon les dispositions de l'article L 115-33 du code de la consommation, les propriétaires de marques de commerce de fabrique ou de services peuvent s'opposer à ce que des textes publicitaires concernant nommément leur marque soient diffusés lorsque l'utilisation de cette marque vise à tromper le consommateur ou qu'elle est faite de mauvaise foi et que, aux termes de celles de l'article L 121-1 du même code, est interdite toute publicité comportant, sous quelque forme que ce soit, des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur, lorsque celles-ci portent notamment sur la nature, l'origine, la composition et les qualités substantielles (...) des biens et services qui font l'objet de la publicité ;

Considérant, en l'espèce, que les sociétés Google France et Google Inc critiquent le jugement déféré en ce qu'il a estimé qu'en diffusant des liens Adwords sous la bannière Liens Commerciaux, elles auraient, au sens des articles précités, commis des actes de publicité trompeuse ; qu'à cet effet, elles font valoir que l'utilisation de l'expression liens commerciaux ne serait pas trompeuse dès lors qu'elle aurait pour finalité d'informer l'internaute, en toute transparence, et que les liens indexés par le service Adwords seraient distincts des liens référencés par son moteur de recherche ;

Mais considérant que les premiers juges ont, par une motivation pertinente, justement retenu, après avoir relevé que dans l'offre de services publicitaires qu'il était mentionné après l'expression la clarté des publicités affichées sur les pages de résultats Google la précision "votre publicité au format texte clairement affichée en haut et page de résultats de recherche Google... dépourvue de tout artifice, peut générer des taux de clic de cinq à dix fois supérieurs au standard du marché" ; 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'une telle pratique est, en outre, manifestement contraire aux dispositions de l'article 20 de la loi du 21 juin 2004, relative à la confiance dans l'économie numérique, qui précise que toute publicité, sous quelque forme que ce soit, accessible par un service de communication au public en ligne, doit pouvoir être clairement identifiée comme telle. Elle doit rendre clairement identifiable la personne physique ou morale pour le compte de laquelle elle est réalisée ;

Que, par ailleurs, le tribunal a justement jugé que si les sociétés appelantes ne participent pas directement à la rédaction des messages publicitaires, il n'en demeure pas moins

qu'elles le font apparaître sous la rubrique liens commerciaux, dont l'intitulé est, pour les motifs précédemment retenus, particulièrement trompeur ;

Qu'il s'ensuit que la responsabilité des sociétés Google France et Google Inc dans la réalisation de la présentation trompeuse, au sens des textes précités, des publicités litigieuses et de leur diffusion est pleinement engagée, de sorte que le jugement déféré mérite confirmation ;

Sur les mesures réparatrices :

Considérant qu'il convient, pour mettre fin aux actes illicites commis par les sociétés Google France et Google Inc, de confirmer les mesures d'interdiction et de publication ordonnées par les premiers juges, suivant les modalités qu'ils ont fixées, sauf à faire mention, concernant cette dernière mesure, du présent arrêt et de préciser que l'interdiction vise l'usage des termes Louis Vuitton, Vuitton et LV ou de leur imitation, sur l'ensemble de leurs sites accessibles depuis la France ;

Considérant que le tribunal a justement retenu, pour apprécier l'importance du préjudice subi par la société Louis Vuitton Malletier, la notoriété non contestée des marques et des signes Vuitton, l'importance que joue le site internet de cette société dans son dispositif tant de communication que de publicité et pour lequel elle a investi des sommes substantielles afin de présenter une image conforme aux produits de luxe qu'elle commercialise ;

Que, en outre, la société intimée qui déploie des moyens financiers particulièrement conséquents au service de sa politique de lutte contre la contrefaçon de ses produits, la voit mise, pour partie, en échec, par le comportement des sociétés appelantes qui ont, ainsi que précédemment retenu, joué un rôle particulièrement actif dans la divulgation de sites proposant la commercialisation de produits contrefaisants ceux diffusés sous les marques dont la société Louis Vuitton Malletier est titulaire ;

Considérant que les sociétés Google France et Google Inc tentent vainement de minimiser leurs responsabilités en soutenant qu'elles auraient déréférencé au fur et à mesure les sites litigieux divulgués sous la rubrique liens commerciaux, de sorte que ceux-ci ne seraient apparus que pour une période de temps limité ;

Mais considérant que la société Louis Vuitton Malletier justifie qu'elle a été dans l'obligation d'adresser de nombreuses mises en demeure, au demeurant restées sans réponse à l'exception d'un simple accusé de réception du 21 juin 2003, avant que les sociétés intimées ne mettent en œuvre, alors qu'elles étaient à même de concevoir, ainsi qu'il l'a été précédemment retenu, les procédés techniques appropriés pour mettre fin aux actes délictueux dont la société intimée était victime (lettres AR des 6 février, 11 juin, 9 octobre, 10 octobre 2003) ;

Considérant qu'il s'ensuit que la cour dispose d'éléments suffisants, sans qu'il y ait lieu à recourir à une mesure d'expertise, pour allouer à la société Louis Vuitton Malletier les indemnités suivantes :

- ▀ 150 000 € en réparation des faits de contrefaçon des marques n° 1 627 392, 1 540 178 et 1 515 212,
- ▀ 150 000 € en réparation du préjudice subi du fait de l'atteinte à la dénomination sociale Louis Vuitton Malletier, des noms de domaine www.vuitton.com et www.louisvuitton.com et des actes de publicité déloyale ;

Qu'il convient, en conséquence, s'agissant du montant des dommages-intérêts accordés à la société Louis Vuitton Malletier, d'infirmer le jugement déféré ;

Sur les autres demandes :

Considérant qu'il résulte du sens de l'arrêt que les sociétés Google France et Google Inc ne sauraient bénéficier des dispositions de l'article 700 du ncpc ; que, en revanche, l'équité

commande de les condamner, sur ce même fondement, à verser à la société Louis Vuitton Malletier une indemnité complémentaire de 60 000 € ;

DECISION

Par ces motifs :

. Confirme le jugement déferé, sauf en ce qui concerne le montant de dommages-intérêts,

Et statuant à nouveau,

. Condamne in solidum les sociétés Google France et Google Inc à payer à la société Louis Vuitton Malletier, à titre de dommages-intérêts, les indemnités suivantes :

▸ 150 000 € en réparation des faits de contrefaçon des marques n° 1 627 392, 1 540 178 et 1 515 212,

▸ 150 000 € en réparation du préjudice subi du fait de l'atteinte à la dénomination sociale Louis Vuitton Malletier, des noms de domaine www.vuitton.com et www.louisvuitton.com et des actes de publicité déloyale,

Et, le complétant et le précisant,

. Dit que les publications autorisées par le tribunal feront mention du présent arrêt,

. Dit que la mesure d'interdiction concerne l'ensemble des sites des sociétés Google France et Google Inc accessibles depuis la France,

. Condamne in solidum les sociétés Google France et Google Inc à verser à la société Louis Vuitton Malletier une indemnité complémentaire de 60 000 € au titre des dispositions de l'article 700 du ncpc,

. Rejette toutes autres demandes,

. Condamne in solidum les sociétés Google France et Google Inc aux dépens d'appel qui seront recouverts conformément aux dispositions de l'article 699 du ncpc.

La cour : M. Alain Carre Pierrat (président), Mmes Marie Gabrielle Magueur et Dominique Rosenthal Rolland (conseillers)

Avocats : Me Alexandra Neri, Me Patrice de Cande
