

TRIBUNAL
DE GRANDE
INSTANCE
DE PARIS



3ème chambre
2ème section

JUGEMENT
rendu le 04 Février 2005

N° RG :
04/05745

N° MINUTE : 3

Assignation du :
06 Août 2003

DEMANDEUR

S.A. LOUIS VUITTON MALLETIER
2 Rue du Pont Neuf
75034 PARIS CEDEX 01

représenté par Me Patrice DE CANDE, avocat au barreau de PARIS, avocat
postulant, vestiaire L.280

DÉFENDERESSES

Société GOOGLE INC
2400 Bayshore Parkway Mountain View
94043 CALIFORNIE
ETATS-UNIS

représentée par Me Alexandra NERI, avocat au barreau de PARIS, avocat
postulant, vestiaire J025

Société GOOGLE INC
2400 Bayshore Parkway Mountain View
CALIFORNIE 94043 (USA)

représentée par Me Alexandra NERI, avocat au barreau de PARIS, avocat
postulant, vestiaire J025

S.A.R.L. GOOGLE FRANCE
54/56 Avenue Hoche
75008 PARIS

représentée par Me Alexandra NERI, avocat au barreau de PARIS, avocat
postulant, vestiaire J025

Expéditions
exécutoires
délivrées le :

02 02 05

Page 1

COMPOSITION DU TRIBUNAL

M. GIRARDET, Vice-Président
Mme DARBOIS, Vice-Présidente
Mme RENARD, Vice-Présidente

assisté de Caroline LARCHE, Greffier

DEBATS

A l'audience du 02 Décembre 2004
tenue publiquement

JUGEMENT

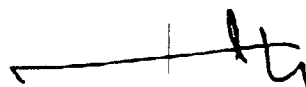
Prononcé en audience publique
Contradictoire
en premier ressort

La Société Louis VUITTON MALLETTIER est titulaire des marques françaises " Louis Vuitton " n°1.627.892 déposée dans la totalité des classes, " LV " n°1.540.178 déposée pour l'ensemble des classes 1 à 41, et de la marque communautaire n°1.515.212 " VUITTON " déposée dans les classes 14, 18, 25 et 38.

Elle commercialise sous ses marques divers produits de maroquinerie.

Elle eut connaissance de la diversification des activités de la Société GOOGLE INC et de sa filiale GOOGLE FRANCE, qui proposaient à des annonceurs des encarts publicitaires pour des sites Internet déterminés échappant, selon elle, à toute logique de classification par degré de pertinence à laquelle pourtant s'attend l'internaute lorsqu'il utilise le moteur de recherche " Google " pour trouver le ou les sites qu'il désire.

Ces annonces apparaissent en partie droite de l'écran, sous l'intitulé " *lien commercial* ".



Page 2

Les Sociétés GOOGLE proposent deux services :

- l'un, dénommé " *Publicité Premium Sponsorship* " selon lequel " *chaque fois que les mots-clés ou l'expression achetés (à Google) figurent dans les termes de la recherche d'un utilisateur Google, la partie supérieure de la première page des résultats de recherche Google présente deux liens (maximum) associés au texte de (l')annonce* " ;

- l'autre dénommé " *ADWORDS* ", est destiné à placer ou " *positionner* " les annonces en fonction d'une formule qui associe la somme que l'annonceur est disposé à verser à GOOGLE pour chaque clic effectué par un internaute sur son site, et le " *taux de clics* ", c'est-à-dire le nombre de clics effectués par les internautes sur l'annonce considérée.

Or, la Société Louis VUITTON MALLETIER - ci-après Louis VUITTON - a pu constater et faire constater que, lors de l'utilisation du moteur de recherche GOOGLE (Google.com ou Google.fr), la saisie des dénominations " LOUIS VUITTON " ou " 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 n'est pas contesté qu'ils sont contrefaisants.

Le juge, statuant en la forme des référés, saisi par la Société Louis VUITTON d'une demande d'interdiction des faits précités, a, par ordonnance du 27 février 2004, considéré que la demande d'interdiction était devenue sans objet, les Sociétés GOOGLE ayant mis en place, au niveau du serveur, un blocage pour les utilisateurs disposant d'une adresse IP française.

Toutefois, la Société VUITTON a, par constats des 3, 9 et 13 février 2004, fait constater la persistance, selon elle, des faits aboutissant, à partir de l'utilisation des mots clés tels que " Louis Vuitton ", à la promotion de produits tels que des babouches imitant sa marque, dite monogramme.

Par acte des 6 et 20 août 2003, elle a fait assigner au fond les Sociétés GOOGLE 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.

Au terme de ses écritures, elle sollicite outre les mesures d'interdiction et de publication d'usage, la condamnation des défenderesses à lui verser les sommes de 150.000 euros en réparation des actes de contrefaçon et de 150.000 euros en réparation des autres actes incriminés ; le tout avec exécution provisoire.

Les Sociétés GOOGLE opposent en substance que la Société VUITTON est irrecevable à agir à l'encontre de faits commis à partir



du site google.com et de tous autres sites étrangers dans la mesure où ceux-ci sont réservés à un public étranger.

Au fond, la contrefaçon alléguée n'est pas caractérisée selon elles car les mots-clés, invisibles, sont des outils techniques, préalables au référencement des sites et ne désignent pas un produit ou service et, en tous cas, les Sociétés GOOGLE ne sont ni les auteurs, ni les co-auteurs des faits de reproduction, seuls les exploitants des sites litigieux étant responsables du choix des mots-clés, comme du contenu des liens commerciaux et du choix des sites vers lesquels il renvoient.

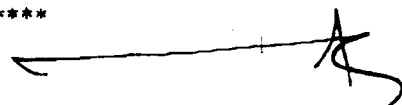
Elles ajoutent qu'en raison de la souscription automatisée à ses programmes, GOOGLE ne peut connaître a priori l'activité des sites qu'elle référence et qu'elle ne tire pas profit de la commercialisation des marques prétendument contrefaites mais tire uniquement profit des performances de son moteur de recherche.

A titre subsidiaire, elles font valoir que les services exploités par leurs soins ne recourent pas ceux visés au dépôt des marques de la demanderesse et qu'au surplus aucun risque de confusion ne peut advenir dans la mesure où, par leur affichage différencié sur l'écran, les liens commerciaux ne peuvent être à l'origine d'une méprise de l'internaute.

Quant aux actes de concurrence déloyale ou de parasitisme qui leur sont reprochés, elles font valoir qu'elles ne sont que des intermédiaires techniques de référencement dont la responsabilité n'est pas engagée dès lors qu'elles ont agi promptement pour désactiver l'accès aux informations litigieuses, une fois saisies des réclamations de la Société VUITTON.

Par ailleurs, les défenderesses contestent avoir commis quelque acte de concurrence déloyale que ce soit et soutiennent qu'elle n'exercent pas une activité de régie publicitaire car leurs prestations sont techniques et se limitent à offrir des positionnements privilégiés, activés par des mots-clés librement choisis par les sites qui y souscrivent. Ainsi le service ADWORDS, à l'inverse des services de support et de régie publicitaire, est mis en oeuvre de façon entièrement automatisée qui n'implique aucun démarchage préalable ni aucun conseil aux souscripteurs.

Subsidiairement, elles soutiennent que les éléments constitutifs d'une publicité trompeuse ne sont pas réunis puisque GOOGLE n'a jamais allégué sur son site que les liens commerciaux affichés par son moteur de recherche correspondaient à des sites agréés par la Société VUITTON.



DECISION

I. Sur la recevabilité des demandes concernant des faits commis à partir du site Google.com et de tous autres sites étrangers

Attendu que les Sociétés GOOGLE ne paraissent pas, au terme de leurs écritures, contester la compétence de ce Tribunal mais soutiennent qu'aucun acte de contrefaçon sur le territoire français n'est susceptible d'être caractérisé à l'encontre de GOOGLE Inc ;

Attendu qu'il est constant que les sites GOOGLE litigieux sont accessibles en France, comme c'est le cas de GOOGLE Inc ;

Attendu que ce que la Société VUITTON incrimine à l'encontre des défenderesses, ce ne sont pas des actes de commercialisation des produits contrefaisants perpétrés sur le réseau, mais 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 ;

Attendu, en d'autres termes, que ce sont ces publicités sur les différents sites qui sont ici incriminées ;

Attendu que celles-ci sont visibles en France si bien que la Société VUITTON est fondée à en soumettre l'appréciation de la licéité au Tribunal de céans, peu important à cet égard qu'elles soient rédigées en langue française ou anglaise notamment, dès lors qu'elles sont diffusées en France ;

Attendu que les Sociétés GOOGLE FRANCE et GOOGLE Inc sont regroupées ci-après sous le terme "Gogle" ;

II. Sur les prestations proposées par GOOGLE

Attendu qu'il convient tout d'abord de décrire les prestations proposées par GOOGLE aux annonceurs, dans les termes figurant sur le site de GOOGLE FRANCE, et retranscrits dans le constat de l'agence de protection des programmes, en date du 18 juin 2003, pages d'accueil :

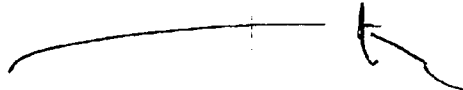
" Votre publicité avec Google

Principaux avantages de la publicité avec Google :

format original - votre publicité au format texte, clairement affichée en haut des pages de résultats de recherche Google.

Le ciblage à base de mots clés augmente la pertinence de votre publicité.

La clarté des publicités affichées sur les pages de résultats Google, dépourvues de tout artifice, peut générer des taux de clics de 5 à 10 fois supérieurs du standard du marché. "



Deux types de prestations sont alors proposés, l'une dénommée " *Publicité Premium Sponsorship* " et l'autre " *Adwords* " ;

1) *Publicité Premium Sponsorship*

Votre message publicitaire apparaît en haut des pages de résultat de recherche GOOGLE, lorsque des mots clés (ou expression) achetés figurent dans les termes de recherche des utilisateurs GOOGLE :

" *...Le programme de publicité Premium Sponsorship de Google vous permet d'acheter un espace publicitaire de première importance sur les pages de résultats du moteur de recherche WEB le plus efficace. ... Par un mot clé acheté, vous pouvez y associer plusieurs textes d'annonces. Vous augmentez ainsi les occasions ciblées d'être vus grâce à des taux de clics élevés... "*

Grâce à sa présentation dépourvue de tout artifice, la page des résultats GOOGLE permet de faire ressortir votre annonce avec la plus grande visibilité possible.... Résultats incontestables, GOOGLE transforme facilement les utilisateurs en clients.... "

2) *L'affichage en partie droite de l'écran, sous l'intitulé " Liens commerciaux " d'adresses de sites et courts messages promotionnels associés*

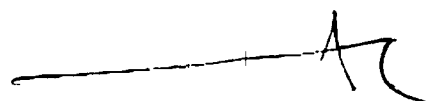
" *De nouveaux clients en moins de 15 minutes ? C'est possible avec Adwords!*

...Votre lien commercial renvoie directement sur votre site WEB. Vous composez vous-même votre annonce ; Choisissez les mots-clés correspondant à votre activité; vos liens commerciaux ne s'affichent que dans les résultats de recherche portant sur ces mêmes mots clés.

- Prix : définissez le coût par clic (CPC) et le taux de clics (CTR) déterminent le positionnement de votre lien commercial. Plus le taux de clics est élevé, plus le prix demandé pour rester en première position baisse. Si il est égal à celui de vos concurrents, vous ne paierez qu'un centime d'euros de plus qu'eux pour rester en tête. Si leur taux de clic est supérieur au vôtre, vous devez payer un peu plus cher pour conserver la première place.... "

Attendu qu'il suit que l'offre faite par GOOGLE sous l'appellation " *Publicité Premium Sponsorship* " consiste à proposer aux annonceurs, moyennant la vente des mots-clé, une partie de l'écran dans laquelle s'affiche l'adresse de leur site associée à un court message promotionnel de celui-ci ; que cette partie d'écran consacrée à la promotion du site est située au-dessus du premier résultat de la recherche faite par l'internaute :

Attendu qu'il est constant que ce système a finalement été abandonné par GOOGLE :



Attendu que, pour ce qui concerne l'offre faite sous la dénomination "Adwords", elle consiste pareillement à faire apparaître sur une autre partie de l'écran l'adresse des sites associée à un court message promotionnel et à classer ces sites, non pas selon un classement de pertinence, mais selon le coût que l'annonceur est prêt à verser à GOOGLE et l'importance des sollicitations dont le site est l'objet (taux de clics) ;

Attendu que c'est ainsi que sont apparus parmi les "liens commerciaux" suggérés à l'internaute et même en tête de ceux-ci, l'adresse du site de la demanderesse, associée à la promotion de sites proposant à la vente des produits susceptibles de porter atteinte aux droits de propriété intellectuelle dont la Société VUITTON est investie ;

III. Sur la contrefaçon des marques

Attendu que la Société VUITTON soutient que, dans le cadre de son activité publicitaire, GOOGLE (Inc et Fr) reproduit à de très nombreuses reprises, ses marques et en tire une rémunération conséquente avec pour résultat direct la promotion de produits ouvertement contrefaisants ;

Attendu qu'elle souligne que, dans le processus de création d'une annonce en ligne, GOOGLE suggère à l'annonceur pour choisir les mots clés qui évoqueront le site et ses produits, d'avoir recours à un "générateur de mots-clés" ; que, par exemple, si le mot "imitation" est inscrit dans le générateur de mots-clés, apparaissent à l'écran les termes "imitation Louis Vuitton" ; que, lorsque le terme VUITTON est inscrit dans ce générateur, la réponse suivante apparaît :

*" Louis Vuitton replicas
Fake Louis Vuitton bags
Replica Louis Vuitton handbags
Imitation Louis Vuitton
Louis Vuitton copies... "*

Que, si les lettres "LV" (marque n°1.540.178) sont inscrites dans le générateur, la réponse suivante apparaît "LV inspired handbags",

Attendu, en effet, qu'il ressort du procès-verbal de constat dressé par Me SARAGOUSSI les 24 et 26 juillet 2003, (pages 2 et suivantes) que lorsque l'annonceur, sur le site de Google.fr aboutit aux pages intitulées "Publicité avec Google", il se voit alors proposer de créer le titre de son annonce, puis, après avoir créé celui-ci, d'utiliser des mots-clés que lui suggère, s'il le désire, le générateur de mots-clés ; qu'après avoir choisi les mots clés "LV", "Louis Vuitton" et "Vuitton", l'huissier a pu voir apparaître les suggestions suivantes reproduites sur l'écran par GOOGLE :

" replica Louis Vuitton ", " Louis Vuitton replicas ", " fake Louis Vuitton ", " Louis Vuitton replica handbags " ;

ll

Al

Que la reproduction des signes VUITTON avait déjà été constatée le 27 juin 2003 par un agent de l'APP qui avait relevé l'apparition des termes " *imitation Louis Vuitton* ", " *LV inspired handbags...* " ;

Attendu que si ces constatations valent pour le système " *Adwords* ", il n'est pas contesté que le système " *Publicité Premium Sponsorship* " qui proposait à l'annonceur d'acheter à GOOGLE des mots clés, procédait de même et était en mesure de suggérer à celui-ci des mots clés associés aux différents signes de VUITTON ;

Attendu qu'un annonceur peut donc, grâce à GOOGLE, établir en ligne un message de promotion de son site, construit à partir des dénominations que la demanderesse a déposées à titre de marque, sans qu'aucun contrôle ne soit opéré par GOOGLE sur les droits dont dispose un tel annonceur ;


Attendu surtout que GOOGLE pourra lui suggérer de saisir des mots clés qu'elle lui proposera d'associer à ces dénominations ; qu'ainsi GOOGLE fait apparaître sur son écran les termes " *Vuitton* ", " *Louis Vuitton* " ou " *LV* " en association avec les termes *copies*, *imitation*, *répliques*..... ;

Attendu que cette présentation est donc cette reprise des signes déposés à titre de marque et est, à ce stade, le fait de GOOGLE ;

Attendu qu'elle est faite, à l'adresse de l'annonceur, pour aider à attirer les internautes sur son site sur lequel sont proposés des articles de maroquinerie, produits visés au dépôt desdites marques ; que, d'ailleurs, l'association des termes " *copies*, *imitation...* " à " *Vuitton* ", proposée par GOOGLE signe que les dénominations litigieuses (" *Vuitton* ", " *LV* ") sont bien prises à titre de marques, puisqu'il s'agit de proposer des imitations ou copies des produits originaux qui les portent ; qu'il en est a fortiori ainsi des termes " *Louis Vuitton replica handbags* " suggérés à l'huissier par le générateur de mots clés ;

Attendu que les mots-clés proposés par GOOGLE sont bien visibles pour l'annonceur mais, une fois retenus par celui-ci, seront invisibles pour l'internaute ; qu'ils vont déclencher l'apparition à l'écran (partie droite) sous l'intitulé " *liens commerciaux* " des adresses de sites dénommés par exemple " *Louis Vuitton Murakami* " au même niveau que l'adresse et la présentation du site de la demanderesse (cf. pv de Me SARAGOUSSI en date du 22 juillet 2003) ;

Attendu que l'internaute ne pourra que se méprendre sur la nature des " *liens commerciaux* " que peut avoir cette société avec les sites mentionnés en regard de cette dernière ;



Attendu que GOOGLE a dès lors commis des actes de contrefaçon par imitation des marques de la demanderesse, au sens de l'article L. 713-3 du Code de la propriété intellectuelle ;

Attendu, en outre, que quand bien même c'est l'annonceur qui, *in fine*, choisira les mots clés et les termes de son annonce, il apparaît que GOOGLE a joué un rôle actif par la portée, le sens même, des mots qu'elle lui suggère pour mettre en avant et donc faciliter la consultation de sites dont elles ne contestent par ailleurs pas qu'ils contrefont les marques et les produits VUITTON ;

Attendu que GOOGLE fait cependant valoir qu'elle ne tirerait pas profit de la réservation des mots clés et qu'elle ne serait qu'un intermédiaire technique, prestataire de stockage, au sens de la directive 2000/31/CE, dans la mesure où elle stocke les titres, mots clés et hyperliens fournis par les utilisateurs du service de référencement "Adwords" ;

Attendu, sur le premier moyen, qu'il a été décrit ci-avant que, dans le système ADWORDS, bien que GOOGLE ne vende plus de mots clés, le subtile mode de rémunération de sa prestation combine cependant la part que l'annonceur est prêt à lui verser par clic, et la fréquence des clics au taux de clics ; que ces deux critères détermineront le positionnement de l'annonceur qui est ainsi fonction de la rémunération versée à GOOGLE ; que la fréquence des clics est aussi fonction des mots clés choisis ;

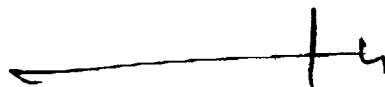
Attendu que GOOGLE a donc assis sa rémunération sur l'exploitation des mots clés contrefaisant les marques considérées ;

Attendu, sur le deuxième moyen, qu'il y a lieu de se référer au texte même du site de GOOGLE qui fait bien le départ des prestations proposées entre une activité de moteur de recherche qui n'est pas ici en cause, et une activité bien distincte, commerciale, de prestataire de services publicitaires qu'elle dénomme d'ailleurs elle-même activité publicitaire (cf. " *Votre publicité avec Google* ") ;

Attendu que les offres qu'elle formule dans le cadre de ces services, sortent à l'évidence du champ des prestations offertes par les intermédiaires techniques, fournisseurs d'accès, hébergeur de sites ou prestataires de stockage.

IV. Sur les actes de concurrence déloyale

Attendu que la reprise ci-dessus décrite du terme " VUITTON ", élément essentiel de la dénomination sociale " *Louis Vuitton Malletier* ", constitue en outre un acte de concurrence déloyale d'autant plus caractérisé que cette reprise a pour résultat de faire apparaître en tête de la liste



des " *liens commerciaux* " des sites qui ont précisément pour activité de promouvoir des produits qui imitent ceux commercialisés par la Société VUITTON (par exemple, liens commerciaux " *Louis Vuitton Murakami - Allhandbags.net;..* ", " *our one stop shop for top quality replicas Vuitton without paying the high prices* " (p.v. de Me SARAGOUSSI en date du 22 juillet 2003);

Attendu qu'outre l'atteinte à la dénomination sociale de la demanderesse, GOOGLE a, ce faisant, également commis une atteinte à son enseigne dont le rayonnement n'est pas contesté et une atteinte à son nom de domaine " *www.vuitton.com* " sous lequel la Société VUITTON exploite un site où elle présente aux internautes nombre de ses produits ;

V. Sur l'application des articles L. 115-33 et L. 121-1 du Code de la consommation

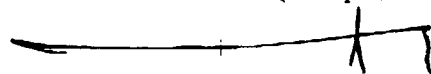
Attendu que l'article L. 115-33 du Code de la consommation précise que les titulaires de marques peuvent s'opposer à ce que des textes publicitaires concernant notamment leurs marques soient diffusés lorsque l'utilisation de ces marques vise à tromper le consommateur ou qu'elle est faite de mauvaise foi ;

Que l'article L. 121-1 du même code interdit " *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 sur la nature, l'origine, la composition et les qualités substantielles...des biens et services qui font l'objet de la publicité...* " ;

Attendu que VUITTON considère que le système dont GOOGLE tire profit par l'intermédiaire de son système payant ADWORDS, aboutit à permettre l'affichage sur une même ligne d'écran des sites présentant des produits authentiques Louis VUITTON *www.vuitton.com*, et de "sites plus ou moins contrefaisants" tels *www.designerimpression.com*, *www.manhattantrends.com* et que, les consommateurs risquant d'être trompés, GOOGLE s'est livrée à une activité publicitaire qui tombe sous le coup de la prohibition de l'article L.121-1 précité ;

Attendu que GOOGLE oppose que l'expression " *liens commerciaux* " n'est pas employée à titre publicitaire, qu'elle n'est pas trompeuse ; que lesdits liens ne constituent pas des textes publicitaires au sens de l'article L. 115-33 du Code de la consommation dès lors qu'ils ne font référence à aucun produit en particulier mais ont pour seul objectif le référencement des sites commerciaux concernés et, qu'en tout état de cause, GOOGLE n'en est pas l'auteur ;

Attendu, ceci étant rappelé, que, sur son site, GOOGLE présente elle-même son offre de service comme étant une offre de services publicitaires et ce, à plusieurs reprises, dans des termes sans équivoque, tels



que " la clarté des publicités affichées sur les pages de résultats Google... votre publicité au format texte clairement affichée en haut des pages de résultats de recherche Google...dépourvue de tout artifice, peut générer des taux de clics de cinq à dix fois supérieurs au standard du marché " ;

Attendu que, comme il a été dit plus haut, la mention " liens commerciaux " sous laquelle sont regroupés les sites litigieux, est trompeuse en elle-même parce 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 et qu'en l'espèce, le site de la demanderesse est en relation avec les sites litigieux ; que cette présentation joue sur le double sens en cette matière du terme " lien " ;

Attendu que les sites regroupés sous l'expression " liens commerciaux " sont présentés par de courts textes qui en révèlent le contenu dans une formulation ramassée ; leur caractère publicitaire est manifeste ;

Que GOOGLE, dans son offre de service, propose d'ailleurs à ses clients de rédiger leurs " annonces " ; que figurent ainsi, le plus souvent en langue anglaise, des messages tels que " LV quality specials every week. Wholesale " ou " Fine Replica Handbags & Accessoires inspired by LV... " ;


Attendu qu'il s'agit là d'une communication de nature commerciale réalisée à titre onéreux et destinée à promouvoir directement des produits offerts à la vente sur des sites qui ont une activité commerciale ;

Attendu que ces messages constituent en conséquence des textes de caractère publicitaire qui rentrent dans le champ de l'article L. 115-33 susvisé, comme d'ailleurs dans celui de l'article L. 121-1 ;

Attendu que, pour ce qui concerne la prétention de GOOGLE selon laquelle ces messages publicitaires ne sont pas de son fait, il y a lieu de relever que GOOGLE agit comme titulaire d'un support publicitaire qui propose aux annonceurs d'y faire figurer leurs annonces selon un placement payant, qu'elle contrôle ;

Attendu que si GOOGLE ne participe pas directement à la rédaction des messages publicitaires, c'est elle qui les fait apparaître sous sa rubrique " liens commerciaux " dont l'intitulé est particulièrement trompeur, et selon un classement qui est fonction, notamment, du prix que l'annonceur est prêt à lui verser ;

Attendu que la responsabilité de GOOGLE dans la réalisation de la présentation trompeuse de ces publicités et de leur diffusion



est pleinement engagée ;

VI. Sur les mesures réparatrices

Attendu qu'il sera fait droit, dans les termes du dispositif ci-après, aux mesures d'interdiction et de publication sollicitées ;

Attendu que, pour apprécier l'importance du préjudice subi par la demanderesse, il y a lieu de prendre en considération la notoriété non contestée des marques et signes VUITTON, et l'importance de son site Internet dont elle souligne qu'elle a investi des sommes élevées pour assurer une présentation soignée et recherchée de son image ; que, par ailleurs, il n'est pas plus contesté que "google.fr" est le moteur de recherche le plus utilisé par les internautes francophones et précède de peu "Google.com" ;

Attendu que si les "liens commerciaux" litigieux ont pu disparaître, ils ont été affichés par GOOGLE pendant, à tout le moins, plus de six mois ;

Attendu qu'il convient, en conséquence, de condamner les défenderesses à verser à la Société VUITTON les sommes de 100.000 euros en réparation des actes de contrefaçon de marque et 100.000 euros en réparation des actes de concurrence déloyale et publicité trompeuse, outre 8.000 euros sur le fondement de l'article 700 du nouveau Code de procédure civile ;

Attendu que l'exécution provisoire accompagnera la mesure d'interdiction et les condamnations financières précitées, à concurrence de 50 % de leur montant ;

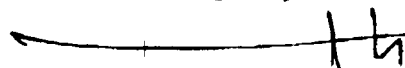
PAR CES MOTIFS

LE TRIBUNAL

Statuant en audience publique par jugement contradictoire et en premier ressort ;

Déclare la Société Louis VUITTON MALLETTIER 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, réplique, 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 de résultat du moteur de recherche, les Sociétés GOOGLE Inc et GOOGLE France 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 MALLETTIER, titulaire de ces dernières ;

Dit que, ce faisant, elles ont également porté atteinte à la dénomination sociale LOUIS VUITTON MALLETTIER, 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 MALLETTIER ;

Dit qu’en faisant apparaître sous sa rubrique “ *liens commerciaux* ” des messages publicitaires de sites qui, non seulement sont sans relation commerciale avec le site de la Société Louis VUITTON MALLETTIER, mais encore utilisent les signes VUITTON pour promouvoir des produits qui “ *s’inspirent* ” de ceux de la Société Louis VUITTON MALLETTIER, les Sociétés GOOGLE Inc et GOOGLE France 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 Inc et GOOGLE France de faire usage sur leurs sites des termes Louis VUITTON, VUITTON et du sigle LV dans “ le générateur de mots-clés ” du système ADWORDS, dans le cadre du service Publicité Premium Sponsorship, parmi les mots-clés, les meta tags ou sources des pages de leurs sites, et ce sous astreinte de HUIT MILLE EUROS (8.000 euros) par jour de retard passé un délai d’un mois à compter de la signification de la présente décision ;

Les **condamne** à verser à la Société Louis VUITTON MALLETTIER les sommes de CENT MILLE EUROS (100.000 euros) en réparation des actes de contrefaçon de marques, CENT MILLE EUROS (100.000 euros) en réparation des actes de concurrence déloyale et de publicités trompeuses et HUIT MILLE EUROS (8.000 euros) sur le fondement des dispositions de l’article 700 du nouveau Code de procédure civile.

Ordonne l’exécution provisoire de la mesure d’interdiction et des condamnations financières dans la limite de 50 % de leurs montants ;

Autorise la Société demanderesse à faire publier le présent dispositif aux frais des défenderesses dans la limite globale de QUINZE MILLE EUROS (15.000 euros), dans quatre revues de son choix et sur les sites

1.

— 

sur les sites " *www.Lejournaldunet.com* " pendant une durée ne dépassant pas trois semaines ;

Condamne les sociétés défenderesses aux dépens qui seront distraits au profit de la SELARL MARCHAIS de CANDE, avocats, conformément aux dispositions de l'article 699 du nouveau Code de procédure civile.

Fait et jugé à Paris le 04 février 2005

Le Greffier



Le Président

