

Merci de votre attention.

Des questions ?

Pour vous défendre,
faites plutôt confiance
à un **spécialiste** !

Haas
Société d'avocats



Pour vous défendre,
faites plutôt confiance
à un **spécialiste** !

Haas

Société d'avocats





Point sur le contrat de référencement

I. Le référenceur et le droit

Les méta tags

Texte caché

Les sites satellites

Prospective

II. Les risques juridiques des pratiques Black Hat SEO

[Définitions]

Quels risques juridiques font courir les pratiques Black Hat SEO à un référenceur ou un webmaster?

Suppression de contenu non autorisé en matière de
informations faussées.
que dite **Black Hat SEO** est une technique de
ement naturel considérée comme discutable, non
voire punissable.

Source : meders.internet.gouv.fr

[Définitions]

Quels risques juridiques font courir les pratiques
Black Hat SEO à un référenceur ou un webmaster?



Définitions



Le **référenceur** est chargé d'améliorer la visibilité et l'audience d'un site internet. Sa mission consiste à positionner un site web dans les premiers résultats des moteurs de recherche (Google, Bing, Yahoo...) sur des requêtes précises.

Source : metiers.internet.gouv.fr

Le **webmestre** est responsable d'un site internet ou intranet. Selon la taille de l'organisation et du site web qu'il doit gérer, ses missions seront très différentes. Il peut notamment être amené à exercer des fonctions d'amélioration de référencement du site dont il est responsable

Source : metiers.internet.gouv.fr

Un **bon référencement** représente un **grand enjeu** : la première place dans les résultats des moteurs de recherche, et plus particulièrement ceux de Google, est la quête de tout référenceur. La bataille pour avoir le numéro un dans le Pagerank fait donc rage.

Si les moteurs de recherche stipulent que la visibilité s'acquiert par l'optimisation des pages et de ses contenus, certains professionnels du référencement cherchent des raccourcis espérant tromper les robots en donnant des informations faussées.

La pratique dite **Black Hat SEO** est une technique de référencement naturel considérée comme discutable, non éthique voire punissable.

Point sur le contrat de référencement

Nature du contrat de référencement

Le contrat de référencement n'est ni un contrat de vente ni un contrat de prestation de service.

Une obligation de moyens pour le référencement

L'obligation de référencement est une obligation de moyens et non une obligation de résultat.

Caractères distinctifs du référencement

Le référencement est un contrat à durée déterminée ou indéterminée.

Le référencement est un contrat de droit commun

Le référencement est régi par les dispositions générales du droit commun.

[I. Le référencement et le droit]

et du lien hypertexte (même si le référencier n'est, en principe, pas responsable du contenu du site cible).

Une précaution nécessaire pour le référencier serait alors de s'assurer que son client dispose bien des droits (notamment de propriété intellectuelle) contenus sur son site Web. En cas d'échec, le référencier devra apporter la preuve qu'il était pas au courant que son client n'était pas titulaire des droits de propriété intellectuelle légitimes.

I. Le référencier et le droit

Point sur le contrat de référencement

Nature du contrat de référencement

Le contrat de référencement Internet est souvent qualifié de **contrat d'entreprise** ou de **mandat** au sens des articles 1984 et s. du Code civil.

Une obligation de moyen pour le référencieur

La Cour d'Appel de Lyon a considéré, à défaut de précision contractuelle, que l'obligation de **référencement** constituait une obligation de **moyen**, consistant pour le prestataire à effectuer une simple demande de référencement du site Internet. Dès lors que le site est accessible avec l'adresse exacte et par l'utilisation de certains mots clés, cette obligation est remplie. (CA LYON, 3e Ch Civ, 29 juin 2006, SARL GARAGE ZUBIETA c/ SARL CORTIX).

Garanties à insérer par le référencieur dans son contrat

Au silence de la Loi et du Juge, et eu égard à l'incertitude juridique qui en résulte, le prestataire de référencement doit répondre par des **stipulations contractuelles claires et détaillées** visant à assurer sa protection légitime tant vis-à-vis de ses clients que vis-à-vis des tiers. Il est ainsi plus prudent pour le référencieur d'exiger certaines garanties de la part de son client, le référencé, notamment une garantie **quant à la licéité du contenu du site et du lien hypertexte** (même si le référencieur n'est, en principe, pas responsable du contenu du site cible).

Quid des clauses limitatives de responsabilité dans le contrat de référencement ?

A titre d'exemple, le référencieur peut stipuler dans le contrat qu'il ne pourra supporter aucune responsabilité en cas de sanctions (blockage) ou en cas de refus de recherches à la suite de la prestation de référencement.
Cependant, ces clauses ne passent pas par un cas de force majeure ou de force de cause de la part du référencé ou de la cible, une obligation essentielle du contrat. Une analogie de raison s'applique à l'usage de logiciels de référencement en cas de panne de serveur ou de panne de matériel informatique.
Par ailleurs, même le refus de la réalisation d'un référencement est essentiellement lié à la bonne compréhension de l'entreprise, le référencieur pour lequel le refus de sa force d'offre en justice sur ordre de son client par des documents de son client qui s'inscrivent dans le cadre de ses obligations des différents fondements juridiques dans le R.
Une précision importante pour le référencieur serait d'être sûr de savoir que son client dispose bien des droits nécessaires de propriété intellectuelle sur son site Web. En cas contraire, le référencieur devra à son tour appeler la preuve qu'il n'est pas responsable que son client n'est pas titulaire des droits de propriété intellectuelle en ligne.

Nature du contrat de référencement

Le contrat de référencement Internet est souvent qualifié de **contrat d'entreprise** ou **de mandat** au sens des articles 1984 et s. du Code civil.

Une obligation de moyen pour le référenceur

La Cour d'Appel de Lyon a considéré, à défaut de précision contractuelle, que l'obligation de référencement constituait une obligation de moyen, consistant pour le prestataire à effectuer une simple demande de référencement du site Internet. Dès lors que le site est accessible avec l'adresse exacte et par l'utilisation de certains mots clés, cette obligation est remplie.

(CA LYON, 3e Ch Civ, 29 juin 2006, SARL GARAGE ZUBIETA c/ SARL CORTIX).

Garanties à insérer par le référenceur dans son contrat

Au silence de la Loi et du Juge, et eu égard à l'incertitude juridique qui en résulte, le prestataire de référencement doit répondre par des **stipulations contractuelles claires et détaillées** visant à assurer sa protection légitime tant vis-à-vis de ses clients que vis-à-vis des tiers.

Il est ainsi plus prudent pour le référenceur d'exiger certaines garanties de la part de son client, le référencé, notamment une garantie **quant à la licéité du contenu du site et du lien hypertexte** (même si le référenceur n'est, en principe, pas responsable du contenu du site cible).

Quid des clauses limitatives de responsabilité dans le contrat de référencement ?

A titre d'exemple, le référenceur peut stipuler dans le contrat qu'il ne pourra supporter aucune responsabilité en cas de sanction (blacklistage) prise par les moteurs de recherches à la suite de la prestation de référencement.

Cependant, ces clauses ne pourront pas jouer en cas de faute lourde ou de faute dolosive de la part du référenceur touchant à une obligation essentielle du contrat.

Un exemple de faute lourde : l'utilisation de technique de référencement reconnues de manière notoire comme étant du spamdexing.

Par ailleurs, dans la mesure où la nécessité d'un bon référencement est étroitement liée à la bonne compétitivité de l'entreprise, le référenceur peut courir le risque de se faire attirer en justice aux côtés de son client par des concurrents de son client qui s'estimeraient lésés.

Nous examinerons les différents fondements juridiques dans le II.

Une précaution nécessaire pour le référenceur serait alors de s'assurer que son client dispose bien des droits (notamment de propriété intellectuelle) contenus sur son site Web.

Le cas échéant, le référenceur devra alors apporter la preuve qu'il n'était pas au courant que son client n'était pas titulaire des droits de propriété intellectuelle litigieux.

Les méta tags



Texte caché



Les sites satellites

CA Douai, 5 octobre 2011, Saveur Bière contre Céline S., Sélection Bière



Prospective

• sous le prisme des pratiques commerciales trompeuses

Quelle que soit la méthode de référencement choisie, le jurisprudence impose aux éditeurs de sites référencés les principes suivants:
- Il est interdit de recourir à des codes informatiques, à des robots, à des logiciels, à des programmes, à des scripts ou à des outils automatisés de référencement de pages web afin d'obtenir un classement artificiellement élevé dans les moteurs de recherche.
- Dans de nombreuses jurisprudences, les tribunaux condamnent sous astreinte les éditeurs de sites référencés à la modification des codes et métatags des pages composant leur site Internet et au référencement de ceux-ci des moteurs de recherches ainsi qu'au versement d'indemnités dommage et intérêts.

Les sites Internet référencés en France, sont à engager leur responsabilité devant le juge de droit commun. Ils sont donc soumis à l'application de l'article 1382 du Code de Commerce et de l'article 1383 du Code de Commerce.
Par ailleurs, les pratiques commerciales trompeuses sont interdites, à titre complémentaire, par le Règlement de l'Union Européenne n° 2006/2004 et l'article 1383 du Code de Commerce. La pratique de référencement de sites Internet qui vise à obtenir un classement artificiellement élevé dans les moteurs de recherche est considérée comme trompeuse et constitue une violation de l'article 1382 du Code de Commerce et de l'article 1383 du Code de Commerce.

II. Les risques juridiques des pratiques Black Hat SEO

est chargé d'améliorer la visibilité d'un site internet, il est possible de positionner un site sur les premiers résultats des moteurs de recherche (Google, Bing, Yahoo) grâce à des pratiques précises.
Source : metesinternet.gov.fr

Le grand enjeu : la visibilité d'un site internet. Les moteurs de recherche, comme Google, Bing, Yahoo, sont à la tête de tout ce qui se fait en ligne. Ils ont donc une influence énorme sur la visibilité d'un site internet. Les propriétaires de sites internet cherchent donc à optimiser leur site pour être mieux référencés par ces moteurs de recherche.

Le webmaster est responsable d'un site internet ou intranet. Selon la taille de l'organisation et du site web qu'il doit gérer, ses missions seront très différentes. Il peut notamment être amené à exercer des fonctions d'amélioration de référencement du site dont il est responsable.
Source : metesinternet.gov.fr

Quelque soit la méthode de référencement choisie, la jurisprudence impose aux éditeurs de sites référencés les principes suivants :

Ni les métatags contenus dans les codes informatiques, ni les mots clés retenus auprès des annuaires ne doivent être susceptibles de porter atteinte aux droits d'autrui.

Dans de nombreuses jurisprudences, les tribunaux condamnent sous astreinte (en référé ou au fond) les auteurs de tels faits litigieux à la modification des codes et métatags des pages composant leur site Internet et au déréférencement de celui-ci des moteurs de recherches ainsi qu'au versement d'importants dommages et intérêts.

Les sites Internet référencés ne doivent, sauf à engager leur responsabilité civile, reprendre de quelque manière que ce soit (notamment à titre de métatags) le nom patronymique d'une personne, la dénomination sociale ou le nom commercial d'une société concurrente, un nom de domaine identique ou similaire à celui d'un tiers, ou encore une marque de commerce déposée.

Par ailleurs, les juridictions condamnent aussi bien souvent, à titre complémentaire, sur le fondement de la **concurrence déloyale** (1382 et 1383 du Code civil) quand la preuve est apportée que ces agissements ont créé un **risque de confusion** entre les sites Internet et parfois un **détournement de clientèle**.

Une décision inédite, rendue récemment, ne se base plus sur les traditionnels méta tags mais sur la pratique des **pages satellites**, pourtant très répandue, afin de la qualifier de concurrence déloyale (CA Douai, 5 octobre 2011, Saveur Bière).

Texte caché

TGI Paris, Ordonnance de référé,
22 mai 2006, Jean Yves F. /
Philippe C.

Faits

Le **nom d'un médecin réputé** était utilisé par un autre médecin à son insu dans une **longue liste de mots clés** inséré dans un bloc de texte caché enregistré en caractère minuscule de couleur grise sur fond gris et donc totalement invisible pour les visiteurs.

Décision

Le TGI de Paris constate **l'existence d'un trouble manifestement illicite** résultant de la référence dans le contenu du site au nom du médecin réputé

Textes applicables

Articles 1382 et 1383
du Code civil

Sanction

- Injonction de supprimer toute référence litigieuse au médecin concurrent dans le code source de sa page internet sous astreinte de 150€ par jour de retard

- Publication, aux frais du médecin condamné de publier, sur la première page de son site la décision de l'ordonnance du TGI.

Faits

Le nom d'un médecin réputé était utilisé par un autre médecin à son insu dans une longue liste de mots clés inséré dans un bloc de texte caché enregistré en caractère minuscule de couleur grise sur fond gris et donc totalement invisible pour les visiteurs.

Décision

Le TGI de Paris constate **l'existence d'un trouble manifestement illicite** résultant de la référence dans le contenu du site au nom du médecin réputé

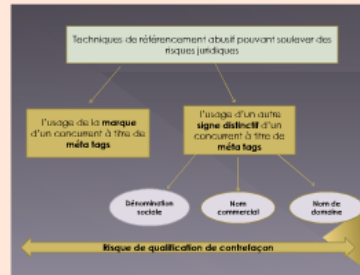
Textes applicables

Articles 1382 et 1383
du Code civil

Sanction

- Injonction de **supprimer toute référence litigieuse au médecin concurrent dans le code source** de sa page Internet sous **astreinte de 150€ par jour de retard**
- **Publication, aux frais du médecin condamné de publier, sur la première page de son site la décision de l'ordonnance du TGI.**

Les méta tags



Spamdexing de nom commercial

TGI de Paris, 29 octobre 2002, E. O. / Sarl X

Faits

Décision

Textes applicables

- Article L. 713-9 du Code de la propriété intellectuelle
- Article 1382 et 1383 du Code civil

Sanction

Reprise de la page de référencement et des meta tags d'une autre société

CA Paris, 4ème chambre, section A, 12 janv. 2005, Kaligona c./ Dreamnax

Faits

Décision

Textes applicables

- Loi n° 88-1008 du 16 Nov. 88, Art. 1 (Protection de la base de données)

Sanction

Spamdexing de marque

La base de données de l'annuaire de la ville de Paris

La base de données de l'annuaire de la ville de Paris

La base de données de l'annuaire de la ville de Paris

Cette d...
technic...
Dès lor...
tous au...

Faits

La demanderesse, Cellnet S., qui exerce son activité de téléphonie mobile, a constaté que la défenderesse, Cellnet S., a copié et utilisé ses données de référencement et de meta tags sans son autorisation.

Décision

Le Tribunal a constaté que la défenderesse a copié et utilisé les données de référencement et de meta tags de la demanderesse sans son autorisation.

Textes applicables

Les articles 1382 et 1383 du Code civil.

Sanction

Le Tribunal a condamné la défenderesse à verser à la demanderesse des dommages et intérêts.

Textes applicables

Les articles 1382 et 1383 du Code civil.

Décision

Le Tribunal a constaté que la défenderesse a copié et utilisé les données de référencement et de meta tags de la demanderesse sans son autorisation.

Sanction

Le Tribunal a condamné la défenderesse à verser à la demanderesse des dommages et intérêts.

existence d'un trouble...
tant de la référence...
nom du médecin

Techniques de référencement abusif pouvant soulever des risques juridiques

l'usage de la **marque**
d'un concurrent à titre de
méta tags

l'usage d'un autre
signe distinctif d'un
concurrent à titre de
méta tags

Dénomination
sociale

Nom
commercial

Nom de
domaine

Risque de qualification de contrefaçon

Spamdexing de nom commercial

**TGI de Paris, 29 octobre
2002, E. O. / Sarl X**

Faits

Un fabricant et réparateur d'orgues de barbarie propriétaire de la marque « orgues Odin » a vu un de ses concurrents (la société LE LUDION), sur ce marché très étroit des orgues de barbarie, utiliser le nom de « Odin » à titre de méta tags pour son propre site Internet conduisant automatiquement l'internaute qui tapait ce mot clé dans le moteur de recherches sur le site du concurrent.

Décision

Le TGI précise que « l'utilisation par la société Le Ludion du terme "Odin" comme mot-clé sur les pages de son site Internet www.ludion.com, sans l'autorisation de M. Odin, constitue une contrefaçon de la marque "Orgues Odin", au détriment de celui-ci et une atteinte au nom commercial ».

« L'usage de ce nom par un concurrent sans autorisation et dans des circonstances telles qu'elles détournent la clientèle potentielle vers celui-ci en profitant de la notoriété de cette enseigne porte incontestablement préjudice au fonds dont M. O est propriétaire et dont le nom constitue un des éléments ».

Textes applicables

- Article L 713-3 b du Code de la propriété intellectuelle
- Articles 1382 et 1383 du Code civil

Sanction

- 8000 € de dommages et intérêts (toutes causes de préjudice confondues)
- Interdiction à la société Le Ludion de faire usage du signe Odin sous quelque forme que ce soit et en particulier comme balise méta (avec une astreinte de 600€ par jour de retard) +
- Publication de la décision dans 2 journaux au choix du demandeur.

Faits

Un fabricant et réparateur d'orgues de barbarie propriétaire de la marque « orgues Odin » a vu un de ses concurrents (la société LE LUDION), sur ce marché très étroit des orgues de barbarie, utiliser le nom de « Odin » à titre de méta tags pour son propre site Internet conduisant automatiquement l'internaute qui tapait ce mot clé dans le moteur de recherches sur le site du concurrent.

Décision

Le TGI précise que « l'utilisation par la société Le Ludion du terme "Odin" comme mot-clé sur les pages de son site Internet www.leludion.com, sans l'autorisation de M. Odin, constitue une **contrefaçon de la marque "Orgues Odin"**, au détriment de celui-ci et une **atteinte au nom commercial** ».

« L'usage de ce nom par un concurrent sans autorisation et dans des circonstances telles qu'elles **détournent la clientèle potentielle vers celui ci en profitant de la notoriété de cette enseigne porte incontestablement préjudice au fonds dont M. O est propriétaire et dont le nom constitue un des éléments** ».

Textes applicables

- Article L 713-3 b du Code de la propriété intellectuelle
- Articles 1382 et 1383 du Code civil

Sanction

- 8000 € de dommages et intérêts (toutes causes de préjudice confondues)
- Interdiction à la société Le Ludion de faire usage du signe Odin sous quelque forme que ce soit et en particulier comme balise méta (avec une astreinte de 600€ par jour de retard) +
- Publication de la décision dans 2 journaux au choix du demandeur.

Sanction

- 8000 € de dommages et intérêts (coutes causes de préjudice confondues)
- Intention à la société Le Luchon de faire usage du signe Odin sous quelque forme que ce soit et en particulier comme balise maila (avec une astreinte de 600€ par jour de retard)
- Publication de la décision dans 2 journaux au choix du demandeur.

Spamdexing de marque

TGI Paris, 9 juillet 2002, SA Finaxa, SA AXA c/ SA Online, SARL Mescal y Tequila, SA Free

Faits

Les faits sont relatés dans l'arrêt de la Cour d'appel de Paris en date du 10 mai 2002. Ils sont résumés dans le résumé de la décision de la Cour de cassation en date du 10 mai 2002.

Décision

La Cour de cassation a rejeté le pourvoi de la SA Online, SARL Mescal y Tequila, SA Free. Elle a confirmé la décision de la Cour d'appel de Paris en date du 10 mai 2002.

Textes applicables

- Article L 715-5 DP Emplacement nominatif
- Article 1143 et 1148 du Code civil

Sanction

8000 € de dommages et intérêts (coutes causes de préjudice confondues)

Limites à la protection de la marque "spamdexée"

TGI Paris, 3e ch., 3e sect., 29 oct. 2010, Sté Free c/ Sté

Faits

Les faits sont relatés dans l'arrêt de la Cour d'appel de Paris en date du 29 octobre 2010. Ils sont résumés dans le résumé de la décision de la Cour de cassation en date du 29 octobre 2010.

Décision

La Cour de cassation a rejeté le pourvoi de la Sté Free. Elle a confirmé la décision de la Cour d'appel de Paris en date du 29 octobre 2010.

Textes applicables

- Les articles L 715-2 et L 715-3 du Code de la propriété intellectuelle sont inapplicables en l'espèce.

Aucune sanction

TGI Paris, 26 janvier 2012, Webangels / Laurent I

Faits

Les faits sont relatés dans l'arrêt de la Cour d'appel de Paris en date du 26 janvier 2012. Ils sont résumés dans le résumé de la décision de la Cour de cassation en date du 26 janvier 2012.

Décision

La Cour de cassation a rejeté le pourvoi de Webangels. Elle a confirmé la décision de la Cour d'appel de Paris en date du 26 janvier 2012.

Textes applicables

- Article L 715-2 du Code de la propriété intellectuelle
- Article L 715-3 du Code de la propriété intellectuelle

Sanction

Aucune sanction

Il est à noter que la Cour de cassation a également rejeté le pourvoi de Laurent I. Elle a confirmé la décision de la Cour d'appel de Paris en date du 26 janvier 2012.

TGI Paris, 9 juillet 2002, SA Finaxa, SA AXA c/ SA Online, SARL Mescal y Tequila, SA Free

Faits

La société Finaxa est titulaire de la **marque « AXA »**.
La société M et T édite un site qui apparaît sous l'adresse « axa.croisières-libertines.com », l'internaute accède à un **site dénommé « AXA »**, site X gratuit pour adultes qui présente les activités du club des amateurs de X amateur.
Le **terme « AXA »** est alors utilisé par Monsieur C., gérant de la société M et T, à titre **de balise méta pour référencer son site**.
La société Finaxa se prévaut alors d'une **contrefaçon de sa marque "AXA"** par la société M et T.

Décision

Le tribunal considère que l'emploi de la marque Axa ou AXA pour désigner des activités à caractère pornographique **porte un préjudice** à cette dernière car son association à **ce type d'activité la dévalorise**. Par ailleurs, ce choix d'un signe renommé permet **d'attirer les internautes et d'augmenter l'audience du site incriminé et constitue donc une exploitation injustifiée**.

Il précise par ailleurs que l'exploitation de la dénomination Axa ou AXA pour désigner un site et une activité à caractère pornographique **porte atteinte à la marque renommée Axa** dont la société Finaxa est titulaire et constitue une **usurpation de la dénomination sociale** de la société Axa et que M. C. est **responsable de ces agissements fautifs** en application des articles L 713-5 du code de la propriété intellectuelle et de l'article 1382 du Code civil

Textes applicables

- Articles L 713-5 CPI (marque renommée)
- Articles 1382 et 1383 du Code civil

Sanction

- **7600€ de dommages et intérêts**
- **Interdiction d'utiliser le terme AXA** à titre de méta tags ou mots clés sous astreinte de 300€ par jour.

Faits

La société Finaxa est titulaire de la **marque « AXA »**.

La société M et T édite un site qui apparait sous l'adresse « axa.croisières-libertines.com », l'internaute accède à un **site dénommé « AX.A »**, site X gratuit pour adultes qui présente les activités du club des amateurs de X amateur.

Le **terme « AX.A »** est alors utilisé par Monsieur C., gérant de la société M et T, à titre **de balise méta pour référencer son site**.

La société Finaxa se prévaut alors d'une **contrefaçon de sa marque "AXA"** par la société M et T.

Décision

Le tribunal considère que l'emploi de la marque Axa ou AX.A pour désigner des activités à caractère pornographique **porte un préjudice** à cette dernière car son association à **ce type d'activité la dévalorise**. Par ailleurs, ce choix d'un signe renommé permet **d'attirer les internautes et d'augmenter l'audience du site incriminé et constitue donc une exploitation injustifiée**.

Il précise par ailleurs que l'exploitation de la dénomination Axa ou AX.A pour désigner un site et une activité à caractère pornographique **porte atteinte à la marque renommée** Axa dont la société Finaxa est titulaire et constitue une **usurpation de la dénomination sociale** de la société Axa et que M. C. est **responsable de ces agissements fautifs** en application des articles L 713-5 du code de la propriété intellectuelle et de l'article 1382 du Code civil

Textes applicables

- Articles L 713-5 CPI (marque renommée)
- Articles 1382 et 1383 du Code civil

Sanction

- 7600€ de dommages et intérêts
- Interdiction d'utiliser le terme AXA à titre de méta tags ou mots clés sous astreinte de 300€ par jour.

TGI Paris, 26 janvier 2012, Webangelis / Laurent I

Faits

La société WEBANGELIS est titulaire de la marque « cokincokine » et du nom de domaine www.cokincokine.com.

M. Laurent I, titulaire des noms de domaine www.cokincokine.fr et www.conkincokines.com, sites ayant le même objet que celui de Webangelis utilise les termes cokin cokine (avec cette orthographe particulière) à titre de balises méta dans le code source de son site Internet www.hotmessenger.net.

Grâce à ces balises, ce site apparaît dans les 1ers résultats du moteur de recherche lorsque que l'internaute effectue une recherche avec les mots clés « cokincokine » ou « cokin cokine ».

Le demandeur argue d'un risque de confusion pour l'internaute qui traitait en un partenariat entre les deux sites (qui plus est dans la mesure où la société Webangelis a effectué d'importants investissements publicitaires).

Décision

Le TGI précise que " la visualisation concomitante de la requête cokincokine et du résultat hotmessenger.com dans le référencement naturel crée un risque d'association entre les deux sites qui porte atteinte à la fonction d'identification d'origine de la marque".

Il y a donc lieu de retenir que l'utilisation des mots « cokin cokine » dans le code source du site Internet du défendeur constitue un acte de contrefaçon de la marque de la demanderesse.

Par ailleurs, l'exploitation des noms de domaines www.cokincokine.fr et www.conkincokines.com et l'inclusion des mots clés cokin et cokine dans la balise méta du site www.hotmessenger.net constituent une contrefaçon de la marque cokincokine et une atteinte au nom de domaine www.cokincokine.com constitutive de concurrence déloyale.

Textes applicables

- Article L 713-2 du Code de la propriété intellectuelle
- Articles 1382 et 1383 du Code civil (pour la concurrence déloyale)

Sanction

- 1500 € de dommages et intérêts pour l'atteinte au nom de domaine;
- 7000€ de dommages et intérêts au titre de la contrefaçon;
- Injonction de cesser ces agissements sous astreinte de 300€ par jour de retard;
- Injonction de transférer à Webangelis les deux noms de domaine www.cokincokine et www.conkincokines.com, dans le délai d'un mois.

Point sur la protection du nom de domaine

Le nom de domaine n'est pas couvert par un droit privatif et ne bénéficie d'aucune protection juridique spécifique.

Pour une atteinte au nom de domaine, on ne peut agir que sur le fondement de l'article 1382 du Code civil et ainsi démontrer une faute et un préjudice (CA Douai, 5 octobre 2011, "Saveur Bière").

Faits

La société WEBANGELIS est **titulaire de la marque « cokincokine »** et du nom de domaine www.cokincokine.com.

M. Laurent I. (titulaire des noms de domaine www.cokincokine.fr et www.conkinscokines.com, sites ayant le même objet que celui de Webangelis) utilise **les termes cokin cokine** (avec cette orthographe particulière) **à titre de balises méta** dans le code source de son site Internet www.hotmessenger.net.

Grâce à ces balises, ce site apparaît dans les 1ers résultats du moteur de recherche lorsque que l'internaute effectue une recherche avec les mots clés « cokincokine » ou « cokin cokine ».

Le demandeur **argue d'un risque de confusion pour l'internaute qui croirait en un partenariat entre les deux sites** (qui plus est dans la mesure où la société Webangelis a effectué d'importants investissements publicitaires).

Décision

Le TGI précise que " la visualisation concomitante de la requête cokincokine et du résultat hotmessenger.com dans le référencement naturel crée un risque d'association entre les deux sites qui porte atteinte à la fonction d'identification d'origine de la marque".

Il y a donc lieu de retenir que l'utilisation des mots « cokin cokine » dans le code source du site Internet du défendeur constitue un acte de contrefaçon de la marque de la demanderesse.

Par ailleurs, l'exploitation des noms de domaines www.cokincokine.fr et www.conkincokines.com et l'inclusion des mots clés cokin et cokine dans la balise méta du site www.hotmessenger.net constituent une contrefaçon de la marque cokincokine et une atteinte au nom de domaine www.cokincokine.com constitutive de concurrence déloyale.

Textes applicables

- Article L 713-2 du Code de la propriété intellectuelle
- Articles 1382 et 1383 du Code civil (pour la concurrence déloyale)

Sanction

- 1500 € de dommages et intérêts pour l'atteinte au nom de domaine;
- 7000€ de dommages et intérêts au titre de la contrefaçon;
- Injonction de cesser ces agissements sous astreinte de 300€ par jour de retard;
- Injonction de transférer à Webangelis les deux noms de domaine [www.cokincokine](http://www.cokincokine.com) et www.cokinscokines.com, dans le délai d'un mois.

Point sur la protection du nom de domaine

Le nom de domaine n'est pas couvert par un droit privatif et ne bénéficie d'aucune protection juridique spécifique.

Pour une atteinte au nom de domaine, on ne peut agir que sur le fondement de l'article 1382 du Code civil et ainsi démontrer une faute et un préjudice (CA Douai, 5 octobre 2011, "Saveur Bière").

Limites à la protection de la marque "spamdexée"

TGI Paris, 3e ch., 3e sect., 29 oct. 2010, Sté Free c/ Sté

Faits

L'opérateur Free est titulaire des droits relatifs à la marque verbale Free, marque déposée.
La société Osmozis commercialise des bornes de communication sans fil utilisant une technologie Wifi.
Cette société a utilisé le signe « Free » à titre de méta tag pour son propre site Internet www.osmozis.com.
La demanderesse reproche à la défenderesse une reproduction, ou à tout le moins, une imitation du signe Free à titre de méta tag dans les codes sources du site osmozis.com.

Décision

Le tribunal précise que l'usage du terme Free à titre de méta tags ne constitue pas une contrefaçon de marque, même de renommée comme celle du fournisseur d'accès.

Il explique que « les méta tags sont des informations situées au sein d'un document et utilisées par les moteurs de recherche lors du référencement de la page web, ce sont donc des balises non affichées donc non visibles par les internautes, qui permettent d'avoir des informations, à aucun moment, elles ne peuvent remplir la fonction de marque qui doit être perceptible par le public à qui elle s'adresse pour garantir l'origine d'un produit, en conséquence, l'usage à titre de méta tag d'un signe ne peut constituer une contrefaçon de marque au sens des articles L. 713-2 et L. 713-3 Code de la propriété intellectuelle ».

Et ce raisonnement s'applique à tous types de marques, même notoires

Textes applicables

Les articles L 713-2 et L 713-3 du Code de la propriété intellectuelle sont inapplicables en l'espèce

Aucune sanction

Faits

L'opérateur Free est titulaire des droits relatifs à la marque verbale Free, marque déposée.

La société Osmozis commercialise des bornes de communication sans fil utilisant une technologie Wifi.

Cette société a utilisé le signe « Free » à titre de méta tag pour son propre site Internet www.osmozis.com.

La demanderesse reproche à la défenderesse une reproduction, ou à tout le moins, une imitation du signe Free à titre de méta tag dans les codes sources du site osmozis.com.

Décision


Le tribunal précise que l'usage du terme Free à titre de méta tags **ne constitue pas une contrefaçon de marque, même de renommée comme celle du fournisseur d'accès.**

Il explique que « les méta tags sont des informations situées au sein d'un document et utilisées par les moteurs de recherche lors du référencement de la page web, ce sont donc des **balises non affichées donc non visibles par les internautes**, qui permettent d'avoir des informations, à aucun moment, elles ne peuvent remplir la fonction de marque qui doit être perceptible par le public à qui elle s'adresse pour garantir l'origine d'un produit, **en conséquence, l'usage à titre de méta tag d'un signe ne peut constituer une contrefaçon de marque au sens des articles L. 713-2 et L. 713-3 Code de la propriété intellectuelle**».

Et ce raisonnement s'applique à tous types de marques, même notoires

Textes applicables

Les articles L 713-2 et L 713-3 du Code de la propriété intellectuelle sont inapplicables en l'espèce



**Aucune
sanction**

Reprise de la page de référencement et des meta tags d'une autre société

CA Paris, 4ème chambre, section A, 12 janv. 2005, Kaligona c./ Dreamnex

Faits

La société Dreamnex, exploitante du site internet «sexjavenue.com» articulait des griefs de contrefaçon, de concurrence déloyale et d'agissements parasitaires à l'encontre de l'entreprise concurrente, Kaligona, secondée en date, promouvant le site «kaligona.net» pour **des activités semblables** de présentation de contenus libertins et de vente d'articles dits de charme. En effet, la société Kaligona, **avait recopié, dans le même ordre, tous les méta tags** de sa concurrente Dreamnex, avec les mêmes fautes d'orthographe.

La demanderesse faisait état de ce que le second site, outre les ressemblances visuelles (formes, couleurs) avec le premier, dans la page d'accueil, **avait repris les mêmes méta tags et dans le même ordre, ainsi que les mêmes « pages de référencement »**, fruit du savoir-faire et de la créativité du promoteur du site initial, en sorte que le défendeur profitait du positionnement du demandeur auprès des moteurs de recherche qui classaient le site «sexjavenue.com» parmi les premiers de la spécialité.

Décision

La Cour d'appel précise que « **la reprise et l'utilisation sans nécessité par la société Kaligona de la page de référencement et des mots clés utilisés par la société Dreamnex, procèdent de la volonté délibérée de se placer dans le sillage de celle-ci et caractérisent un comportement déloyal** »

L'intérêt du détour par le parasitisme est ici de faire l'économie d'un débat sur la faute. Une simple reprise suffit.

Elle considère que le fait d'avoir repris à l'identique et sans nécessité la présentation et le contenu de cette page ainsi que les méta-tags du site constituent un acte de concurrence déloyale.

La Cour d'appel de Versailles **refuse d'admettre la protection par le droit d'auteur d'une page de référencement**. La Cour estime que ni sa présentation ni son contenu ne traduisaient « une démarche créative portant l'empreinte de la personnalité de son auteur », **condition de la protection**.

Ainsi, une page de référencement comportant des méta-tags n'est pas protégeable au titre du droit d'auteur, mais peut l'être au titre de la concurrence déloyale.

Textes applicables

Les articles 1382 et 1383 du Code civil au titre de la concurrence déloyale.

Sanction

20 000 € de dommages et intérêts pour agissements déloyaux et parasitisme.

Faits

La société Dreamnex, exploitante du site internet «sexyavenue.com » articulait des griefs de contrefaçon, de concurrence déloyale et d'agissements parasites à l'encontre de l'entreprise concurrente, Kaligona, seconde en date, promouvant le site « kaligona.net » pour **des activités semblables** de présentation de contenus libertins et de vente d'articles dits de charme.

En effet, la société Kaligona, **avait recopié, dans le même ordre, tous les méta tags** de sa concurrente Dreamnex , avec les mêmes fautes d'orthographe.

La demanderesse faisait état de ce que le second site, outre les ressemblances visuelles (formes, couleurs) avec le premier, dans la page d'accueil, **avait repris les mêmes méta tags et dans le même ordre, ainsi que les mêmes « pages de référencement »**, fruit du savoir-faire et de la créativité du promoteur du site initial, en sorte que le défendeur profitait du positionnement du demandeur auprès des moteurs de recherche qui classaient le site « sexyavenue.com » parmi les premiers de la spécialité.

Décision

La Cour d'appel précise que « la reprise et l'utilisation sans nécessité par la société Kaligona de la page de référencement et des mots clés utilisés par la société Dreamnex, procèdent de la volonté délibérée de se placer dans le sillage de celle-ci et caractérisent un comportement déloyal »

L'intérêt du détour par le parasitisme est ici de faire l'économie d'un débat sur la faute. Une simple reprise suffit.

Elle considère que le fait d'avoir repris à l'identique et sans nécessité la présentation et le contenu de cette page ainsi que les méta-tags du site constituent un acte de concurrence déloyale.

La Cour d'appel de Versailles refuse d'admettre la protection par le droit d'auteur d'une page de référencement. La Cour estime que ni sa présentation ni son contenu ne traduisaient « une démarche créative portant l'empreinte de la personnalité de son auteur », condition de la protection.

Ainsi, une page de référencement comportant des méta-tags n'est pas protégeable au titre du droit d'auteur, mais peut l'être au titre de la concurrence déloyale.

Textes applicables

Les articles 1382 et 1383 du Code civil au titre de la concurrence déloyale.

Sanction

20 000 € de dommages et intérêts pour agissements déloyaux et parasitisme.

Les sites satellites

CA Douai, 5 octobre 2011, Saveur Bière contre
Céline S., Sélection Bière

Cette décision est inédite en France dans la mesure où elle s'intéresse pour la première fois à la technique des pages satellites pourtant très répandue et admise par les moteurs de recherche. Dès lors, le fait de créer artificiellement des liens via des annuaires, des communiqués de presse ou par tous autres moyens « non naturels » constitue potentiellement un acte de concurrence déloyale.

Faits

La demanderesse, Céline S., qui exploitait un site de vente à distance de bière et d'ustensiles à l'adresse www.selection-biere.com, a constaté que son concurrent, Julien L., avait fait enregistrer le nom de domaine Selectionbiere.com, ainsi que de nombreux autres (Espritbiere.com, Caleur-biere.com, monsieurbiere.com, in2beers.com...). Tous les sites correspondants à ces noms de domaines ne proposaient pas de services mais contenaient seulement des liens vers le site principal « Saveur-biere.com ». Par ailleurs, ces sites satellites contenaient un grand nombre de mots-clés en rapport avec la bière, destinés à améliorer encore le référencement.

La demanderesse reproche à son concurrent d'avoir réservé un nom de domaine quasiment identique au sien et metait en cause également ses pratiques de référencement.

Décision

La Cour d'appel va sanctionner les pratiques de référencement en jugeant que la création de sites satellites est destinée à « tromper les moteurs de recherche sur la qualité d'une page ou d'un site afin d'obtenir par un mot-clé donné un bon classement dans les résultats de moteurs ».

Elle a retenu par conséquent qu'en multipliant la réservation de noms de domaine comportant à de nombreuses reprises le terme « bière » favorisant la création de liens orientant vers leur nom de domaine, le plaignant de ce fait en tête des moteurs de recherche, les défendeurs ont commis des actes de concurrence déloyale en privant le site appartenant à la demanderesse, qui exerce dans le même secteur d'activité, d'être normalement visité.

En effet, « la captation de clients potentiels par la redirection vers le site Internet.Saveurbiere.com par le biais de sites satellites dont c'est la seule finalité » a causé un préjudice commercial à la concurrente, Céline S.

Textes applicables

Les articles 1382 et 1383 du Code civil

Discussion sur la décision

Le verdict ne condamne pas le fait d'utiliser des sites satellites mais celui de se positionner, via cette pratique, sur les mots clés et le terrain d'activité d'un concurrent direct à l'aide de noms de domaine satellites, créant une situation de concurrence déloyale et donc un préjudice pour le concurrent exerçant dans le même secteur d'activités et le privant « d'être normalement visité ».

La motivation de cette condamnation étant lacunaire, on peut se demander si c'est la création de sites satellites qui est en elle-même constitutive de concurrence déloyale ou si il incombe à celui qui se prévaut d'un préjudice du fait de la concurrence déloyale d'apporter la preuve que ces sites satellites ont pour unique objet une optimisation du référencement naturel du site principal.

Il est nécessaire de relier cette décision avec les nombreux sites à vocation promotionnelle qui pourraient, eux aussi, être qualifiés par le juge de sites satellites, et peut être tomber sous le coup d'une condamnation pour concurrence déloyale.

Sanction

- Condamnation à supprimer les sites satellites, avec une astreinte de 150€ par jour de retard;
- 10 000€ de dommages et intérêts pour préjudice commercial et moral subis par Céline S. du fait des actes de concurrence déloyale.

Les sites satellites

CA Douai, 5 octobre 2011, Saveur Bière contre
Céline S., Sélection Bière

Cette décision est inédite en France dans la mesure où elle s'intéresse pour la première fois à la technique des pages satellites pourtant très répandue et admise par les moteurs de recherche. Dès lors, le fait de créer artificiellement des liens via des annuaires, des communiqués de presse ou par tous autres moyens « non naturels » constitue potentiellement un acte de concurrence déloyale.

Décision

La Cour d'appel va sanctionner les pratiques de référencement en jugeant que la création de sites satellites est destinée à « tromper les moteurs de recherche sur la qualité d'une page ou d'un site afin d'obtenir par un mot-clé donné un bon classement dans les résultats de moteurs ».

Elle a retenu par conséquent qu'« en multipliant la réservation de noms de domaine comportant à de nombreuses reprises le terme 'bière' favorisant la création de liens orientant vers leur nom de domaine, le plaignant de ce fait en tête des moteurs de recherche, les défendeurs ont commis des actes de concurrence

Faits

La demanderesse, Céline S., qui exploitait un site de vente à distance de bière et d'ustensiles à l'adresse www.selection-biere.com, a constaté que **son concurrent, Julien L., avait fait enregistrer le nom de domaine Selectionbiere.com, ainsi que de nombreux autres** (Espritbiere.com, Couleur-biere.com, monsieurbiere.com, in2beers.com ...). Tous les **sites correspondants à ces noms de domaines ne proposaient pas de services mais contenaient seulement des liens vers le site principal « Saveur-biere.com »**. Par ailleurs, ces sites satellites contenaient un grand nombre de mots-clés en rapport avec la bière, destinés à améliorer encore le référencement.

La demanderesse **reproche à son concurrent d'avoir réservé un nom de domaine quasiment identique au sien et mettait en cause également ses pratiques de référencement.**

Décision

La Cour d'appel va sanctionner les pratiques de référencement en jugeant que la création de sites satellites est destinée à «tromper les moteurs de recherche sur la qualité d'une page ou d'un site afin d'obtenir par un mot-clé donné un bon classement dans les résultats de moteurs».

Elle a retenu par conséquent qu'« en multipliant la réservation de noms de domaine comportant à de nombreuses reprises le terme 'bière' favorisant la création de liens orientant vers leur nom de domaine, le plaçant de ce fait en tête des moteurs de recherche, les défendeurs ont commis des actes de concurrence déloyale en privant le site appartenant à la demanderesse, qui exerce dans le même secteur d'activité, d'être normalement visité».

En effet, « la captation de clients potentiels par la redirection vers le site Internet Saveurbière.com par le biais de sites satellites dont c'est la seule finalité » a causé un préjudice commercial à la concurrente, Céline S.

Textes applicables

Les articles 1382 et 1383 du Code civil

Discussion sur la décision

Le verdict ne condamne pas le fait d'utiliser des sites satellites mais c
pratique, sur les mots clés et le terrain d'activité d'un concurrent dire

Sanction

- Condamnation à **supprimer les sites satellites**, avec une astreinte de 150€ par jour de retard;
- **10 000€ de dommages et intérêts pour préjudice commercial et moral** subis par Céline S. du fait des actes de concurrence déloyale.



Discussion sur la décision

Le verdict ne condamne pas le fait d'utiliser des sites satellites mais celui de se positionner, via cette pratique, sur les mots clés et le terrain d'activité d'un concurrent direct à l'aide de noms de domaine satellites, créant une situation de concurrence déloyale et donc un préjudice pour le concurrent exerçant dans le même secteur d'activités et le privant « d'être normalement visité ».

La motivation de cette condamnation étant lacunaire, on peut se demander si c'est la création de sites satellites qui est en elle-même constitutive de concurrence déloyale ou si il incombe à celui qui se prévaut d'un préjudice du fait de la concurrence déloyale d'apporter la preuve que ces sites satellites ont pour unique objet une optimisation du référencement naturel su site principal.

Il est nécessaire de relier cette décision avec les nombreux sites à vocation promotionnelle qui pourraient, eux aussi, être qualifiés par le juge de sites satellites, et peut être tomber sous le coup d'une condamnation pour concurrence déloyale.

Merci de votre attention.

Des questions ?