

Cour d'appel de Versailles, 24 mai 2007, 04/12514

Synthèse

Juridiction : Cour d'appel de Versailles

Numéro affaire : 04/12514

Décision précédente : Tribunal de grande instance de Nanterre, 02 mars 2006

Président : Madame Sylvie MANDEL

Lien Judilibre : <https://www.courdecassation.fr/decision/6253c9c9c9db3db21cbdd89437>

Chronologie de l'affaire

Tribunal de grande instance de Nanterre

02 mars 2006

Cour d'appel de Versailles

24 mai 2007

Texte

COUR D'APPEL
DE
VERSAILLES

Code nac : 39H

12ème chambre section 1

SM

ARRET No

CONTRADICTOIRE

DU 24 MAI 2007

R.G. No 06 / 03009

AFFAIRE :

S.A.R.L. GOOGLE FRANCE

C /

S.A.S. DES HOTELS MERIDIEN

Décision déferée à la cour : Jugement rendu le 02 Mars 2006 par le Tribunal de Grande Instance de NANTERRE

No Chambre : 1

No RG : 04 / 12514

Expéditions exécutoires

Expéditions

Copies

délivrées le :

à :

SCP FIEVET-LAFON

SCP BOMMART-

MINAULTREPUBLIQUE FRANCAISE

AU NOM DU PEUPLE FRANCAIS

LE VINGT QUATRE MAI DEUX MILLE SEPT,

La cour d'appel de VERSAILLES, a rendu l'arrêt suivant dans l'affaire entre :

S.A.R.L. GOOGLE FRANCE,

dont le siège est : 38 avenue de l'Opéra-75002 PARIS, agissant poursuites et diligences en la personne de ses représentants légaux domiciliés en cette qualité audit siège.

Concluant par la SCP FIEVET-LAFON, avoués-No du dossier 260442

Plaidant par Me Alexandra NERI, avocat au barreau de PARIS

APPELANTE

S.A.S. DES HOTELS MERIDIEN,

dont le siège est : 10 rue Vercingétorix-75014 PARIS, agissant poursuites et diligences en la personne de ses représentants légaux domiciliés en cette qualité audit siège.

Concluant par la SCP BOMMART-MINAULT, avoués-No du dossier 00033159

Plaidant par Me Cyril FABRE, avocat au barreau de PARIS

INTIMEE

Composition de la cour :

En application des dispositions de l'article 786 du nouveau code de procédure civile, l'affaire a été débattue à l'audience publique du 15 Mars 2007 les avocats des parties ne s'y étant pas opposés, devant Madame Sylvie MANDEL, président chargé du rapport, et Monsieur André CHAPELLE, conseiller.

Ces magistrats ont rendu compte des plaidoiries dans le délibéré de la cour, composée de :

Madame Sylvie MANDEL, président,
Monsieur André CHAPELLE, conseiller,
Madame Marie-José VALANTIN, conseiller,

Greffier, lors des débats : Madame Sabine MAREVILLE,

La société des Hôtels Meridien immatriculée au registre du commerce le 28 novembre 1956 exerce depuis le 24 novembre 1972 ses activités sous la dénomination sociale " société des hôtels Méridien " et le nom commercial " Le MERIDIEN ". Cette société qui gère une chaîne d'hôtels notoirement connue et propriétaire notamment des marques suivantes :

-marque française semi-figurative Le MERIDIEN déposée le 9 février 2000 et enregistrée sous le no 00 3006394 pour désigner des produits et services en classes 3,8,16,18,19,21,24,35,37,38,39,41 et 42,

-marque verbale MERIDIEN déposée initialement le 15 décembre 1970 par la société Compagnie Nationale Air France, enregistrée sous le no 1613199 pour désigner des produits et services en classes 16 et 42, cédée à la société des Hôtels Méridien par acte du 31 janvier 1991, régulièrement publiée au registre national des marques et renouvelée dans le dernier état le 18 août 2000.

De son côté, la société GOOGLE France est une filiale de la société américaine GOOGLE INC. Elle exploite le moteur de recherche GOOGLE et assure la promotion d'un service de référencement publicitaire payant, intitulé AdWords permettant à des éditeurs de sites Internet de voir s'afficher sur les pages de résultats du moteur de recherche " google " un lien hypertexte qui renvoie les internautes vers leur site, dès lors que ces derniers, après avoir entré un mot-clé préalablement réservé par l'éditeur, décident de cliquer sur le lien commercial qui apparaît à droite de l'écran. Le fait générateur du paiement par l'éditeur / annonceur est le clic effectué par les internautes.

La société des Hôtels Méridien faisant grief à la société Google France d'avoir commercialisé dans le cadre du programme AdWords des mots-clés reproduisant de manière servile, quasi-servile ou encore imitante ses marques et d'avoir permis l'affichage sur le site [www. google. fr](http://www.google.fr) de liens hypertextes publicitaires à destination de sites Internet proposant des services et des produits identiques à ceux protégés par ses marques en classe 42, l'a fait assigner devant le tribunal de grande instance de Nanterre, par acte du 1er octobre 2004, en contrefaçon sur le fondement de l'article L 713-2 a du CPI, subsidiairement sur le fondement de l'article L 713-3 b du même code, plus subsidiairement en concurrence déloyale et parasitisme. Elle sollicitait outre des mesures d'interdiction et de publication, une indemnité provisionnelle de 500 000 euros à valoir sur son préjudice à déterminer à dire d'expert ainsi qu'une indemnité sur le fondement de l'article 700 du NCPC. Par ses dernières conclusions, la société des Hôtels Méridien s'est également prévalu

des dispositions de l'article L 713-5 du CPI et du fait que les actes de la société GOOGLE étaient subsidiairement également constitutifs de publicité trompeuse.

Par ordonnance en date du 16 novembre 2004, le président de ce tribunal, statuant en la forme des référés a, à la demande de la société des Hôtels Méridien, enjoint à la société Google France de supprimer de son outil de suggestion de mots-clés de son programme AdWords les mots ou expressions suivantes : " MERIDIEN au singulier ou au pluriel, avec ou sans accent ; LE MERIDIEN accolés ou séparés, au singulier ou au pluriel, avec ou sans accent ; les mêmes, combinés avec " hôtel " ou avec " resort " au singulier ou au pluriel, avec ou sans accent. L'ordonnance faisait également interdiction à la société Google France d'afficher des liens hypertextes publicitaires portant sur les produits et services désignés par lesdites marques.

Par jugement en date du 2 mars 2006 auquel il convient de se référer pour un plus ample exposé des faits, de la procédure et des moyens antérieurs des parties, le tribunal après avoir écarté l'ensemble des incidents de procédure relatifs à des copies d'écran et aux constats d'huissier produits par la société des Hôtels Méridien a :

-dit que la société Google France avait commis des actes de contrefaçon au sens des articles L 713-2 a et L 713-3 b du code de la propriété intellectuelle,

-lui a ordonné de supprimer de son générateur de mots-clés, accessible sur son site Internet [www. google. fr](http://www.google.fr) toute référence aux marques " MERIDIEN " et " Le MERIDIEN " de manière identique ou similaire, sous astreinte journalière de 5 000 euros passé un délai de 8 jours suivant la signification du jugement,

-lui a fait interdiction d'afficher sur son site internet [www. google. fr](http://www.google.fr) tout lien hypertexte publicitaire à destination de sites annonceurs exerçant une activité identique ou similaire à l'activité couverte par les services désignés dans la classe 42 par les marques considérées, sous les mêmes conditions d'astreinte,

-condamné la société Google France à payer à la société des Hôtels Méridien la somme de 150 000 euros à titre de dommages et intérêts pour contrefaçon, outre la somme de 5 000 euros sur le fondement de l'article 700 du NCPC.

-ordonné des mesures de publication.

Le jugement était assorti de l'exécution provisoire.

Appelante, la société GOOGLE FRANCE demande à la cour dans le dernier état de ses écritures (conclusions du 5 mars 2007) de réformer le jugement et :

-d'annuler les constats en date des 10 juin 2004, 1er juillet 2004, 1er décembre 2004 et 21 janvier 2005 en ce qu'ils concernent des constatations relatives aux résultats générés par le générateur de mots-clés,

-de dire que les agents assermentés qui ont dressé les procès-verbaux de constats APP en date du

19 octobre 2005 et des 19,21,24,26 et 28 juillet 2006 ont agi en dehors de leurs compétences matérielles et en conséquence, d'annuler les pièces de procédure établies par ces agents,

-à titre principal, de constater qu'elle est étrangère aux faits incriminés et de la mettre hors de cause,

-à titre subsidiaire, de dire qu'elle n'a pas commis d'actes de contrefaçon des marques MERIDIEN et Le MERIDIEN au sens des articles L 713-2 et L 713-3 du CPI par reproduction, usage ou imitation, ni porté atteinte à ces marques au sens de l'article L 713-5 du CPI ; de dire qu'elle n'a pas commis d'actes constitutifs de parasitisme économique ou de publicité trompeuse et ne s'est rendue coupable d'aucune faute ou négligence,

-à titre très subsidiaire, de dire que les dommages et intérêts pouvant être alloués à la société des Hôtels Méridien ne peuvent être que symboliques et de rejeter toute demande de publication,

-de lui donner acte de ce qu'elle fait désormais figurer sur l'interface de son générateur de mots-clés un message très clair précisant que les mots-clés ne sont pas conseillés ainsi que des liens hypertextes renvoyant directement sur les registres officiels de marques et de sociétés, afin de leur permettre (aux utilisateurs de l'outil) de vérifier l'étendue de leurs droits et ceux des tiers,

-d'annuler le jugement en ce qu'il a édicté une interdiction de portée générale visant des liens AdWords qui ne sont pas dans la cause et de dire qu'aucune mesure d'interdiction ne saurait avoir pour effet de prohiber

l'affichage de nouveaux liens AdWords a priori licites et qu'il appartiendra à la société intimée de signaler le cas échéant l'existence de nouveaux liens litigieux,

-de condamner la société des Hôtels Méridien à lui régler la somme de 60 000 euros au titre de l'article 700 du NCPC.

La société des Hôtels Méridien intimée et appelante incidente poursuit la confirmation du jugement tout en demandant à la cour de dire que :

-les impressions d'écran versées aux débats et les procès-verbaux de constats établis par l'APP, par Maîtres A... et C... sont valables et recevables,

-son action est recevable,

-l'affichage par la société Google France de liens hypertextes publicitaires à destination de sites Internet édités par des tiers constitue une atteinte, au sens de l'article L 713-5 du CPI aux marques notoires MERIDIEN et Le MERIDIEN,

-à titre subsidiaire, de dire que la société Google France a commis des actes de contrefaçon de ces deux marques au sens des articles L 713-2 a) et L 713-3 b) du CPI,

-à titre infiniment subsidiaire, de dire que la société Google France a commis des actes de

parasitisme commercial au préjudice de la société des Hôtels Méridien,

-à titre très infiniment subsidiaire, de dire que la société Google France a commis des fautes et des manquements à son obligation de prudence et de vigilance au préjudice de la société des Hôtels Méridien,

-à titre très très infiniment subsidiaire, de dire que la société Google France a commis des actes de publicité trompeuse sur le fondement de l'article L 121-1 du code de la consommation,

-ordonner à la société Google France de supprimer de son générateur de mots-clés accessible sur son site Internet [www. google. fr](http://www.google.fr) tout mot ou expression reproduisant de manière servile, quasi servile ou imitant les marques MERIDIEN ou Le MERIDIEN et ce sous astreinte de 5 000 euros par jour de retard, passé un délai de 8 jours à compter de la signification de l'arrêt à intervenir,

-de prononcer diverses mesures d'interdiction sous astreinte et de publication dans 5 journaux ainsi que sur la première page du site Internet de l'appelante accessible à l'adresse [www. google. fr](http://www.google.fr),

-de condamner la société Google France à lui verser la somme de 500 000 euros à titre provisionnel et pour le surplus d'ordonner une expertise,

-de condamner la société Google France au paiement des frais de constats d'huissier et de l'agence pour la protection des programmes, de la somme de 60 000 euros au titre de l'article 700 du NCPC ainsi qu'aux dépens.

L'ordonnance de clôture a été rendue le 6 mars 2007 et les parties entendues en leurs plaidoiries à l'audience du 15 mars 2007.

Les 4 et 13 avril 2007, chacune des parties a fait parvenir à la cour une note en délibéré.

SUR CE, LA COUR,

I. Sur les notes en délibéré :

Considérant que la cour n'ayant pas invité les parties à lui fournir des explications de droit ou de fait sur un quelconque point, les notes communiquées les 4 et 13 avril 2007 seront écartées en application des dispositions de l'article 445 du nouveau code de procédure civile ;

II. Sur les captures d'écran et les constats établis par les huissiers et par les agents de l'Agence pour la protection des programmes :

Considérant que la société Google fait valoir que de simples captures d'écran ne peuvent revêtir un caractère probant qu'à la condition d'être effectuées par un huissier, celui-ci devant impérativement identifier l'adresse IP du terminal de consultation, constater l'absence de connexion à un serveur

" proxy " et effacer les mémoires cache ; qu'elle expose que tel n'étant pas le cas en l'espèce, les impressions d'écran communiquées ne peuvent qu'être écartées des débats ;

Considérant que la société Google France expose également que les constatations effectuées par Maîtres A... et C... relatives à des résultats déclenchés par les huissiers eux-mêmes, à partir de l'outil de mots-clés de Google, outrepassent les pouvoirs qui leur sont conférés par l'ordonnance du 2 novembre 1945 et qu'en conséquence les constats en date du 10 juin 2004, 1er juillet 2004, 1er décembre 2004, 21 janvier 2005 et 25 juillet 2005 sont nuls ;

Considérant que la société appelante fait enfin valoir que les constatations effectuées par l'APP en date du 19 octobre 2005, et des 19, 21, 24, 26 et 28 juillet 2006 sont nulles au motif que l'agent a outrepassé sa compétence matérielle en se prêtant à des constatations destinées exclusivement à tenter d'établir la preuve de faits clairement présentés par la société des Hôtels Méridien comme relevant du Livre VII du CPI ; qu'elle ajoute qu'il ne rentre pas dans l'objet de l'APP de procéder à des constats visant à établir des atteintes supposées au droit des marques ;

Considérant que si l'ordonnance de référé du 16 décembre 2004 n'a pas, au principal l'autorité de chose jugée et ne s'impose donc pas à la cour en ce qu'elle a retenu certaines pages d'écran, il demeure que les pages d'écran litigieuses ayant été soumises à la contradiction de la société Les Hôtels Méridien qui a été mise en mesure de faire valoir ses observations, ne peuvent être écartées des débats ; qu'elles valent, ainsi que l'ont retenu les premiers juges, à titre de renseignements et que la cour déterminera au vu des autres pièces communiquées si les enseignements fournis par ces pages d'écran se trouvent corroborés ;

Considérant sur les constats établis par Maîtres A... et C... que si en vertu de l'article 1er de l'ordonnance du 2 novembre 1945, les huissiers ne peuvent procéder qu'à des constatations matérielles et doivent s'abstenir de procéder à des interrogatoires, l'examen des constats critiqués révèlent que Maître C... (pièces 5, 46, 47 et 64) après avoir décrit l'environnement et effectué des vérifications sur l'ordinateur (date, mémoire cache et historique vides, connexion par un serveur proxy déconnectée, cookies supprimés) a exactement relaté toutes les opérations qu'elle effectuait à partir d'une liste de mots-clés remise par le cabinet DEGRET mandataire de la société les Hôtels Méridien et a imprimé toutes les pages d'écran visionnées sans se livrer à la moindre interprétation des faits constatés ; que les manoeuvres exécutées par l'huissier répondent aux contraintes techniques de l'outil Internet et s'inscrivent dans la limite des pouvoirs conférés aux huissiers ; que de plus il convient de relever que les opérations exécutées par Maître LAVAL LIAUD, à l'occasion de l'établissement de ces quatre constats, sont en tous points identiques à celles mises en oeuvre lors de l'établissement des constats effectués également par cet huissier les 10 février et 21 mars 2005 sur lesquels la société Google France n'émet aucune critique ; qu'aucune cause de nullité n'étant établie, ces constats ne seront pas écartés des débats ;

Considérant en revanche qu'il ne résulte pas de la lecture du constat établi par Maître A... le 10 juin 2004 (pièce 4) qu'il ait effectué ses constatations à partir d'une liste de mots-clés remise par la société des Hôtels Méridien ou son mandataire et non de sa propre initiative ; que par ailleurs, Maître A... ne précise avoir vérifié ni que l'historique sur le disque dur était vide, ni l'absence de connexion à un serveur " proxy " ; que ce procès-verbal sera en conséquence écarté des débats ;

Considérant s'agissant des constatations effectuées par les agents de l'APP qu'elles ne sauraient être écartées au motif que ces agents auraient outrepassé leur compétence matérielle dès lors que les actes de contrefaçon de marque pouvant se prouver par tous moyens, rien n'interdit au propriétaire d'une marque de faire dresser un constat par un agent de l'APP, agent assermenté ; que le recours à un tel agent se justifie d'autant plus que les faits incriminés résultent de la mise en oeuvre d'un logiciel ; qu'aucune cause de nullité des constats dressés les 19 octobre 2005 et 19,21,24,26 et 28 juillet 2006 n'étant établie, ils ne seront pas écartés des débats ;

III. Sur la recevabilité de l'action introduite à l'encontre de la société Google France :

Considérant que la société appelante fait valoir qu'elle doit être mise hors de cause aux motifs que tous les sites Google dans le monde, quelles qu'en soient les extensions nationales, sont la propriété exclusive de la société américaine Google Inc ; que cette dernière est l'éditeur du site www.google.fr ; que toutes les informations disponibles sur les interfaces de souscription au service AdWords sont éditées par la société Google Inc, titulaire des sites ; que depuis 2004, la commercialisation du service AdWords est assurée par la société de droit irlandais Google Ireland ; que Google France n'a pas le pouvoir de prendre d'engagement au nom de la société Google Inc ou de la société Google Ireland et qu'enfin le contenu des sites de Google Inc y compris www.google.fr relève exclusivement de cette dernière, Google France se contentant d'être un point de contact pour les clients français souhaitant avoir des conseils sur l'utilisation des services publicitaires AdWords ou pour les tiers français souhaitant faire une réclamation ;

Considérant ceci exposé que la société Google France rapporte la preuve par la production des conditions générales des services de publicité et par les lettres mises aux débats que c'est la société Google Ireland qui est responsable depuis 2004 de la commercialisation du service AdWords ; que les annonceurs contractent avec cette société laquelle reçoit leurs paiements ; que c'est la société Google Inc qui a seule le pouvoir de mettre en oeuvre les blocages de mots-clés au niveau des serveurs de Google sur la liste de blocage universel ainsi que cela résulte de l'attestation de Madame D...Karen en date du 6 décembre 2005 ;

Mais considérant qu'il résulte de l'accord conclu entre Google Inc et Google France le 16 mai 2002 que cette dernière société, qui a été immatriculée au registre du commerce et des sociétés le 14 août 2002 et qui a pour activité la fourniture de services électroniques et / ou informatiques permettant la recherche et la récupération d'informations, a pour obligation d'assurer sur le territoire français le " marketing " et la présentation des produits et services Internet de Google Inc dont notamment le service " google sponsored links program " (termes qui visent manifestement le service permettant d'afficher des liens hypertextes publicitaires) d'assister Google Inc dans l'analyse de marché et l'analyse stratégique, en ce compris l'analyse des clients potentiels auxquels les services Internet pourraient être vendus ; qu'en rémunération de ses services et notamment au titre des ordres passés par les clients grâce à son assistance, Google France reçoit un pourcentage des recettes générées en France (article 4) et donc manifestement des recettes générées par le service AdWords ; que si Google France n'est pas autorisée à accepter des commandes pour le compte de Google Inc ou Google Ireland et si les annonceurs contractent avec Google Ireland, il demeure que Google France doit assurer sur le territoire français la promotion et la démonstration des produits et des services offerts par Google dont le

service Adwords ;

Considérant par ailleurs que dans les articles de presse parus sur Internet et versés aux débats par l'intimée, le directeur général de Google France présente cette société comme l'entité responsable en France des deux principales sources de revenus : AdSense et AdWords et comme étant notamment en charge " de multiplier les initiatives pour promouvoir ce mode original de publicité en ligne, qui repose sur un système d'enchères de mots-

clés et d'annonces mis en avant sur les pages de résultat du moteur de recherche " ; que la promotion d'un service impliquant sa mise en oeuvre, c'est donc à bon droit que la société des Hôtels Méridien a mis en cause la société Google France ;

IV. Sur la contrefaçon :

Considérant que la responsabilité de la société Google France ne pouvant, pour les motifs exposés ci-dessus, être recherchée que dans le cadre d'opérations de promotion et de marketing, il convient de rechercher si, dans le cadre de ces activités, elle a fait un usage préjudiciable ou injustifié des marques MERIDIEN au sens de l'article L 713-5 du CPI voire si elle a commis des actes de contrefaçon au sens des articles L 713-2 a) ou L 713-3 b) du CPI textes invoqués à titre subsidiaire par la société des Hôtels Méridien ;

Considérant que l'affichage et la diffusion des liens hypertextes publicitaires litigieux à destination de sites Internet de concurrents de la société intimée, suite à la recherche effectuée par un internaute avec le moteur de recherche [www. google. fr](http://www.google.fr), ne pouvant intervenir qu'après qu'un annonceur ait choisi des mots-clés et souscrit un contract avec la société Google Ireland, la responsabilité de la société Google France ne saurait être recherchée de ce chef dès lors que ce n'est pas elle qui distribue ce service de régie publicitaire auprès des annonceurs mais la société Google Ireland ; que la société Google France n'a pas davantage la responsabilité de la gestion du service AdWords ;

Considérant en revanche que dans le cadre des ses activités de promotion et de marketing, la société Google France met en oeuvre le service de présentation du système AdWords et en particulier l'outil dénommé générateur de mots-clés ;

Considérant que la société Google France soutient que le fait de mettre à la disposition des souscripteurs actuels ou potentiels un générateur de mots-clés pouvant inclure certaines marques n'est pas répréhensible dès lors que ce générateur fonctionne de manière indépendante, son utilisation n'ayant pas de corrélation nécessaire avec le choix des mots-clés de l'annonceur ; qu'il n'est pas un outil jouant un rôle actif d'incitation au choix des marques déposées et qu'il ne peut être en soi à l'origine d'un usage en tant que marque pour des produits et services identifiés ;

Considérant que la société intimée lui oppose qu'en suggérant aux clients annonceurs, concurrents de la société des Hôtels Méridien de réserver des mots-clés correspondant à ses marques notoires afin de déclencher des liens hypertextes publicitaires à destination des sites Internet desdits clients annonceurs alors qu'elle dispose de la parfaite maîtrise des mots-clés, la

société Google France lui a porté préjudice ;

Considérant qu'en vertu de l'article L 713-5 du CPI, l'emploi d'une marque jouissant d'une renommée pour des produits ou services non similaires à ceux désignés dans l'enregistrement engage la responsabilité civile de son auteur s'il est de nature à porter préjudice au propriétaire de la marque ou si cet emploi constitue une exploitation injustifiée de cette dernière ;

Considérant que la protection accordée par ce texte aux marques jouissant d'une renommée s'applique que les produits ou services pour lesquels le signe ultérieur est utilisé, soient ou non identiques, similaires ou différents de ceux protégés par la marque antérieure et est indépendante de l'établissement d'un risque de confusion ; que par ailleurs ce texte accorde une protection au titulaire d'une marque jouissant d'une renommée que le signe incriminé soit identique ou similaire à cette marque dès lors que l'usage qui est fait de ce signe est susceptible de porter préjudice au propriétaire de la marque ou si cet emploi constitue une exploitation injustifiée de cette dernière ;

Considérant que la société Google France ne conteste pas la renommée des marques MERIDIEN et Le MERIDIEN en ce qu'elles désignent des services d'hôtellerie, que cette renommée est au demeurant établie par les constats versés aux débats, par les pages d'écran imprimées et communiquées et par les nombreuses décisions judiciaires intervenues ; que les marques invoquées étant des marques nationales, la reproduction ou l'usage qui en serait fait hors du territoire national ne peut être incriminé ;

Considérant qu'il résulte du constat dressé le 1er juillet 2004 que, parmi les mots-clés listés dans l'outil de suggestion de mots-clés, figurent sous l'intitulé " autres mots clés spécifiques " les termes " meridien " et " le meridien " au singulier ou au pluriel, séparés ou accolés, avec ou sans accent, seuls ou associés avec des termes tels que " hôtel " au singulier ou au pluriel, " www... com " ou une ville française (Nice par exemple) ; que ces termes sont identiques ou quasi-identiques aux marques de la société des Hôtels Méridien ;

que parmi les mots-clés spécifiques suggérés figurent également " lemeridian ", " la meridien " termes qui ne se différencient de la marque " le méridien " que par une seule lettre et qui sont phonétiquement très proches de telle sorte qu'ils constituent une imitation du signe " le méridien " ;

Considérant que l'outil de suggestions de mots-clés Adwords que la société Google France a pour vocation de promouvoir et de présenter aux annonceurs, insiste sur le fait qu'en ciblant des mots-clés en requête large, les annonceurs améliorent la pertinence de leur annonce et précise que cette utilisation en requête large est susceptible de provoquer la parution des annonces et de déclencher un plus grand nombre de clics de la part des internautes ; que cet outil suggère également aux annonceurs de remplacer des mots généraux par des mots spécifiques ou d'ajouter à la liste de mots-clés des mots-clés supplémentaires afin d'améliorer le ciblage ; que parmi ces mots-clés spécifiques ou supplémentaires suggérés figurent outre les termes visés ci-dessus, les mots " meridiens " " le meredien " " meridienhotels " " le meridienhotels " " meridian " " hotelmeridien " qui de par les fortes ressemblances tant phonétiques que visuelles qu'ils présentent avec les marques " MERIDIEN " ou " Le MERIDIEN " en constituent l'imitation ;

Que même si l'usage de cet outil de suggestions est facultatif, il convient de relever que dans la procédure d'inscription au système AdWords, parmi les astuces proposées pour choisir de bons mots-clés, l'accent est mis sur l'utilisation de l'outil de suggestion de mots-clés ;

Considérant que les annonceurs rémunérant le service Adworks en fonction du nombre de clics sur les liens commerciaux, Google France qui est directement intéressée aux recettes générées par la souscription au service AdWorks, a tout intérêt à faire en sorte de convaincre les annonceurs de réserver le maximum de mots-clés ;

Considérant que même si, comme le soutient la société Google France, l'affichage des listes de mots se fait de manière automatique et même si ces listes correspondent à des recherches faites par les utilisateurs du moteur de recherche et sont purement informatives, il demeure que le constat dressé le 1er juillet 2004 établit que la société Google France, dans le cadre de la promotion et de la présentation du système AdWords, propose aux souscripteurs potentiels ou effectifs des signes identiques ou similaires aux marques MERIDIEN et Le MERIDIEN ; qu'elle explique comment ces signes peuvent remplacer des termes généraux ou être ajoutés et combinés à d'autres mots-clés pour améliorer le ciblage de ces derniers et la pertinence des annonces ;

Considérant qu'il importe peu que les termes utilisés ne soient pas rattachés à un service d'hôtellerie et ne servent qu'à promouvoir un service de régie publicitaire permettant aux annonceurs de faire apparaître leur offre aux internautes qui formulent une requête par l'intermédiaire du moteur de recherche Google ; que sur le fondement de l'article L.713-5 du CPI, la protection accordée à la marque de renommée s'applique que les produits ou services visés par cette marque soient identiques, similaires ou différents de ceux pour lesquels le terme critiqué est utilisé ;

Considérant en revanche que le fait de proposer à un annonceur d'utiliser le terme " meridian " ou " le meridien " ou " le meridian " voire une variante en association avec le nom d'une ville à l'étranger pour permettre à des internautes d'avoir accès par des liens hypertextes publicitaires à des sites Internet présentant des hôtels à l'étranger ne peut être incriminé, les marques invoquées ne bénéficiant d'une protection que sur le territoire français ;

Considérant que la société Google France qui connaissait nécessairement les marques de la société des Hôtels Méridien, présente sur l'Internet et qui avait la possibilité, comme elle l'a démontré, suite aux plaintes de la société intimée, de faire placer les termes " le meridien " ou " meridien " " méridien " " le méridien " et certaines variantes sur une liste de filtrage et de bloquer le déclenchement de liens commerciaux sur des requêtes formées par les internautes à partir de ces termes, a fait un usage promotionnel des termes reproduisant ou imitant les marques de renommée " MERIDIEN " et " Le MERIDIEN " dans le cadre de la présentation de l'outil de suggestion de mots-clés ; que contrairement à ce qu'elle soutient, le constat dressé le 1er juillet 2004 établit qu'à cette date ces termes étaient toujours utilisés dans l'outil de suggestion de mots-clés ; qu'un tel usage constitue une exploitation injustifiée des marques de renommée " MERIDIEN " et " Le MERIDIEN " ;

Considérant enfin que l'allégation de la société Google France selon laquelle aucun annonceur n'aurait utilisé l'outil de suggestion de mots-clés et sélectionné les termes " Méridien " et " Le Méridien " voire des variantes comme " le méridien hôtels " se trouve contredite par les constats d'huissiers dressés les 21 mars,6 et 25 juillet 2005 et par les constat de l'APP ; qu'en effet ces constats établissent qu'en cas d'inscription des mots-clés " hotels le méridien ", " le méridienhotel à nice " " le méridien hôtels ", des liens commerciaux apparaissent et qu'en cliquant sur ces liens, on accède à des pages présentant des hôtels situés en France qui ne sont pas des hôtels Méridien ;

Considérant en conséquence que la demande de la société Hôtels Méridien en ce qu'elle est fondée sur l'article L 713-5 du code de la propriété intellectuelle est bien fondée et que dans ces conditions il n'y a pas lieu d'examiner les demandes formées à titre subsidiaire ;

V. Sur le préjudice :

Considérant que la société des Hôtels Méridien sollicite la désignation d'un expert, le versement d'une indemnité provisionnelle de 500 000 euros et diverses mesures d'interdiction et de publication ;

Considérant qu'elle prétend notamment avoir subi un préjudice commercial considérable dans la mesure où les agissements de la société Google France auraient contribué à détourner sa clientèle et à lui causer une perte importante de chiffre d'affaires sur les ventes réalisées par l'intermédiaire de son site Internet ; qu'elle ajoute que ses investissements publicitaires ont été mis à mal ; qu'elle se prévaut par ailleurs d'un préjudice moral ;

Mais considérant qu'il a été ci-dessus démontré que le système AdWords était commercialisé auprès des annonceurs par la société Google Ireland et non par la société Google France dont la responsabilité ne se trouve engagée qu'au titre de la promotion de ce système ; que par ailleurs, la société Google France justifie que, suite aux plaintes formulées par la société des Hôtels Méridien, elle a fait inclure dans la liste de blocage universel un certain nombre de termes, d'abord en février 2005 puis, en septembre 2005, une liste encore plus importante de termes ce qui a eu pour effet d'empêcher l'affichage de liens commerciaux en réponse à une requête d'internaute qui utiliserait un de ces termes ;

Considérant que si on effectue une comparaison des taux de consultation en prenant comme critère un mois en particulier, les tableaux communiqués par la société des Hôtels Méridien n'établissent nullement une baisse de consultation des sites " lemeridien. com " et " lemeridien. fr " entre 2003 et 2005 mais bien au contraire une progression ; qu'à titre d'exemple en juin 2003 le nombre de visiteurs a été de 282 666 alors qu'il a été de 401 115 en juin 2004 puis de 518 561 en juin 2005 ; que la même constatation peut être faite pour les mois d'avril, décembre ;

Considérant que s'il est concevable que les internautes ne fassent pas la différence entre les liens hypertextes naturels et les liens hypertextes sponsorisés, en revanche un internaute ne va pas confondre un hôtel " méridien " avec un hôtel concurrent ;

Considérant cependant que les différents constats examinés ci-dessus établissent que la

promotion du système Adwords et les explications et exemples fournis par la société Google France ont amené des annonceurs à réserver des mots-clés identiques ou similaires aux marques " MERIDIEN " et " Le MERIDIEN " ; que ces réservations ont permis à des internautes effectuant des recherches à partir de ces mots-clés de se connecter sur des sites concurrents de ceux exploités par la société intimée et en conséquence d'acheter des nuitées dans des hôtels pratiquant des prix bradés, dégriffés voire dans des hôtels de même catégorie que les hôtels Meridien tels que les hôtels Accor ;

Que compte tenu de ces éléments et sans qu'il soit besoin de procéder à une mesure d'expertise, le préjudice subi par la société des hôtels Méridien sera exactement réparé par le versement d'une somme de 80 000 euros ;

Considérant que même si la société Google France justifie avoir apporté des modifications à l'interface de générateur de mots-clés en y incluant une alerte à l'adresse des utilisateurs, il convient pour prévenir toute nouvelle atteinte aux droits de la société des Hôtels Méridien sur les marques de renommée MERIDIEN et Le MERIDIEN et exclure toute nouvelle infraction d'ordonner à la société Google France de supprimer ou faire supprimer de son générateur de mots-clés accessible sur le site Internet www.google.fr les termes " meridien ", " meridian " " meredien " " le meridien " " le meridian " " lemeridien " " lemeredian " " la meridien " avec ou sans accent, au singulier ou au pluriel, accolés ou séparés, sous astreinte de 100 euros par infraction constatée passé un délai de 15 jours suivant la signification du présent arrêt ;

Considérant que la société Google France justifiant avoir mis en oeuvre des mesures pour bloquer l'apparition de liens commerciaux, les mesures de publication sollicitées ne sont pas justifiées ;

VI. Sur l'article 700 du NCPC :

Considérant que les constats ayant été diligentés dans le seul intérêt de la société des Hôtels Méridien, les frais en résultant resteront à sa charge ;

Considérant en revanche que l'équité commande d'allouer à la société intimée une somme complémentaire de 10 000 euros au titre de l'article 700 du NCPC ;

Que la société Google France qui succombe pour l'essentiel sera déboutée de sa demande de ce chef ;

PAR CES MOTIFS

LA COUR, statuant publiquement et contradictoirement :

-ECARTE les notes communiquées les 4 et 13 avril 2007,

-INFIRME le jugement entrepris sauf en ce qu'il a condamné la société Google France à payer à la société des Hôtels Méridien la somme de 5 000 euros (cinq mille euros) au titre de l'article 700 du NCPC,

STATUANT À NOUVEAU :

-DIT n'y avoir lieu d'écarter des débats les pièces copies d'écran et les constats d'huissier en date des 1er juillet 2004, 1er décembre 2004, 21 janvier et 25 juillet 2005 ainsi que les procès-verbaux de l'APP,

-ECARTE des débats le constat dressé par Maître A... le 10 juin 2004,

-DIT que la société Google France a engagé sa responsabilité sur le fondement de l'article L 713-5 du code de la propriété intellectuelle,

-LA CONDAMNE à payer à la société des Hôtels Méridien la somme de 80 000 euros (quatre-vingt mille euros),

-Ordonne à la société Google France de supprimer ou de faire supprimer de son générateur de mots-clés, accessible sur son site Internet [www. google. fr](http://www.google.fr) les termes " meridien ", " meridian ", " meredien ", " le meridien " " le meridian " " lemeridien " " lemeredian " " la meridien " avec ou sans accent, séparés ou accolés, au singulier ou au pluriel sous astreinte de 100 euros (cents euros) par infraction constatée passé un délai de 15 jours suivant la signification du présent arrêt,

-REJETTE toute autre demande des parties,

-CONDAMNE la société Google France à payer à la société des Hôtels Méridien une somme complémentaire de 10 000 euros (dix mille euros) au titre de l'article 700 du NCPC,

-CONDAMNE la même aux dépens de première instance et d'appel,

-ADMET la SCP BOMMART-MINAULT, avoués, au bénéfice de l'article 699 du NCPC.

-prononcé publiquement par mise à disposition de l'arrêt au greffe de la cour, les parties en ayant été avisées dans les conditions prévues au deuxième alinéa de l'article 450 du nouveau code de procédure civile.

-signé par Sylvie MANDEL, président et par Sabine MAREVILLE, greffier, auquel le magistrat signataire a rendu la minute.

LE GREFFIER, LE PRESIDENT,