

Communiqué de presse – 26 mars 2010

**L'UNIFAB ACCUEILLE AVEC INTERET LA DECISION DE LA COUR DE JUSTICE
DE L'UNION EUROPEENNE CONCERNANT L'UTILISATION DE MARQUES
COMME MOTS-CLES COMMERCIAUX SUR INTERNET**

L'Union des Fabricants salue la décision rendue par la Cour de justice de l'Union européenne, le 23 mars dernier, relative au litige opposant notamment les sociétés Louis Vuitton Malletier à Google sur l'utilisation de marques comme mots-clés commerciaux dans le programme « Adwords ».

L'arrêt de la CJUE, qui fut saisie par questions préjudicielles à l'initiative de la Cour de cassation, est important à plusieurs égards :

- Il admet en premier lieu la **responsabilité d'un annonceur en ligne** qui reprend une marque de manière identique sans l'autorisation de son titulaire,
- Il retient comme possible **la responsabilité d'un prestataire de service de référencement payant**, ici Google, s'il a manqué à sa neutralité,
- Enfin la Cour précise que, si un prestataire d'un service de référencement sur Internet ne peut être considéré comme l'utilisateur d'une marque comme mot-clé, en revanche, dans la mesure où il a permis à son client d'en faire un tel usage, **son rôle et sa responsabilité doivent être examinés sous l'angle d'autres règles de droit national.**

Cette décision permet de clarifier la réglementation applicable en matière de publicité en ligne et de responsabilité des prestataires de services de référencement. Elle renforce la protection des titulaires des droits de propriété intellectuelle contre les comportements illicites sur Internet ainsi que des consommateurs qui peuvent être induits en erreur sur l'origine des produits ou services proposés en ligne.

Pour l'Unifab, cette jurisprudence ouvre la voie à une coopération plus saine entre les acteurs du e-commerce et les titulaires de droits, ainsi qu'à une meilleure qualité d'information fournie aux consommateurs. Elle constitue, à n'en pas douter, une étape déterminante dans la construction d'une économie numérique fiable et durable.