

Tribunal de grande instance de Paris 17ème chambre, Presse-civile Jugement du 14 novembre 2011

Olivier M. / Prisma Presse, Google

responsabilité - moteur de recherche - mots clés - suggestion – actif

FAITS ET PROCÉDURE

Vu l'assignation que, par actes en date des 26 et 27 juin 2008, Olivier M. a fait délivrer aux sociétés Prisma Presse, éditrice du site internet accessible à l'adresse www.gala.fr, et Google France, par laquelle il est demandé au tribunal :

- à la suite de la mise en ligne, constatée le 19 mars 2008, sur le site internet susvisé, d'un article et de photographies que le requérant estime attentatoires au respect dû à sa vie privée et au droit qu'il détient sur sa propre image, ainsi que du renvoi à cet article, depuis le moteur de recherches de la société Google, par un lien commercial (service AdWords),
- au visa des articles 9 et 1382 du Code civil,
- la condamnation solidaire des sociétés assignées au paiement des sommes de 60 000 € à titre de dommages et intérêts, de 300 € au titre des frais d'un rapport [Celog](#) et de 8000 € sur le fondement des dispositions de l'article 700 du Code de procédure civile,
- des publications judiciaires sous astreinte sur les sites internet accessibles aux adresses www.gala.fr et www.google.fr ;

Vu le jugement de ce tribunal en date du 9 décembre 2009, ordonnant un sursis à statuer jusqu'aux décisions de la Cour de justice des communautés européennes saisie à la suite d'un renvoi préjudiciel de la Cour de cassation, par trois arrêts du 18 mai 2008 ;

Vu l'assignation délivrée à la requête d'Olivier M., à la société Google Ireland LTD le 3 novembre 2009, et tendant aux mêmes fins que celle délivrée à la société Google France, procédure enregistrée sous le numéro 09/16875 et jointe à la présente procédure le 13 octobre 2010 ;

Vu les conclusions signifiées le 17 avril 2009 par la SNC Prisma Presse faisant valoir l'absence de caractère fautif du lien hypertexte renvoyant à l'article litigieux et, s'agissant de celui-ci, l'absence de démonstration d'un préjudice, pour conclure au débouté des demandes et à la condamnation du demandeur à lui verser une somme de 2000 € ;

Vu les dernières conclusions des sociétés Google France et Google Ireland LTD déposées le 16 février 2011 par lesquelles il est demandé au tribunal :

- de dire la demande irrecevable en ce qu'elle est dirigée contre la société Google France qui n'administre pas le service Adwords,
- de constater que, selon l'arrêt rendu par la Cour de justice de l'Union Européenne, l'activité de la société Google Ireland dans le cadre de l'exploitation de ce service, est une activité de stockage au sens de l'article 6-I-2 de la loi du 21 juillet 2004 sur la confiance dans l'économie numérique et, qu'en conséquence, aucune responsabilité ne

peut être recherchée à son égard dès lors qu'elle a retiré, dès que la demande lui en a été faite, les contenus litigieux,

- subsidiairement que soit constaté que le demandeur ne rapporte la preuve d'aucun préjudice, en conséquence, le condamner, d'une part, à leur verser la somme de 10 000 € sur le fondement de l'article 700 du Code de procédure civile, d'autre part, au paiement d'une amende civile au titre de la procédure abusive engagée à son encontre ;

Vu les dernières conclusions du demandeur, signifiées le 15 décembre 2010 par lesquelles il maintient l'intégralité de ses demandes à l'encontre des trois défenderesses et plus spécialement s'agissant des sociétés Google, il conteste l'interprétation que ces sociétés donnent de l'arrêt rendu par la Cour de justice de l'Union Européenne (CJUE) le 23 mars 2010, estimant qu'elles ne peuvent bénéficier en l'occurrence, du régime dérogatoire qu'elles revendiquent ;

DISCUSSION

Attendu qu'Olivier M. fonde sa demande sur le fait que, ainsi que cela a été constaté par le Celog (Centre d'expertises des logiciels), lorsqu'a été effectuée une recherche sur le moteur de recherche Google en écrivant ses nom et prénom, la première occurrence apparaissant à droite de l'écran sous l'intitulé : « liens commerciaux », était « News-Olivier M. Les chagrins d'amour les plus célèbres : le cas Olivier M. » suivi du nom du site www.gala.fr, et qu'en cliquant sur ce message, portant atteinte à sa vie privée, l'internaute était directement dirigé sur un article, illustré de deux clichés photographiques, publié sur le site gala.fr qu'il considère comme portant atteinte à sa vie privée et à son droit à l'image ; qu'il estime également que l'utilisation de son nom comme mot clé dans cette occurrence, était fautive ;

Sur la qualification de l'activité des sociétés Google dans le service Adwords

Attendu que le service payant Adwords proposé par Google, permet à un opérateur économique, ayant sélectionné un ou plusieurs mots clés de faire apparaître, lorsque la requête de l'internaute correspond aux mots clés sélectionnés, un lien promotionnel vers son site, accompagné d'un message, apparaissant dans une rubrique intitulée « liens commerciaux » qui est affichée, en principe, soit en partie droite de l'écran soit dans sa partie supérieure, au dessus des résultats dits "naturels", la rémunération de ce service étant due par l'annonceur pour chaque clic réalisé sur ce lien ; que l'ordre d'affichage de ces liens commerciaux est déterminé par Google en fonction du prix maximal par clic, du nombre de clics antérieurs, ainsi que de la qualité de l'annonce telle qu'évaluée par Google ;

Attendu que dans son arrêt rendu le 23 mars 2010 la Cour de justice de l'Union Européenne, saisie de trois questions préjudicielles posées par la Cour de cassation, s'est penchée sur la responsabilité du service de référencement au regard des dispositions de l'article 14 de la directive 2000/31 qui prévoit une limitation de responsabilité d'un « service de l'information consistant à stocker des informations fournies par un destinataire du service » n'effectuant qu'un simple « hébergement » ; que la Cour a considéré dans le point 113 de cet arrêt qu'il découlait du « quarante-deuxième considérant de la directive 2000/31, que les dérogations en matière de responsabilités prévues par cette directive ne couvrent que les cas où l'activité du prestataire est neutre, en ce que son comportement est "purements technique, automatique et passif", impliquant que ledit prestataire "n'a pas la connaissance ou de contrôle des informations transmises ou stockées" » ;

Attendu qu'il convient, en premier lieu, de relever que les arrêts de la Cour de justice de l'Union Européenne saisie par la voie d'une question préjudicielle, n'ont qu'une autorité relative de la chose jugée mais que les juges nationaux doivent, dans un souci de sécurité juridique, tenter de se conformer aux décisions de cette juridiction dont la charge est, selon l'article 19 du Traité de l'Union, d'assurer « le respect du droit dans l'interprétation et l'application des traités » ;

Attendu qu'en l'espèce, les parties divergent sur le sens qu'il convient de donner à cet arrêt du 23 mars 2010 ; que les sociétés Google estiment qu'il « est désormais établi en droit que lorsque Google, au travers de son service AdWords, assure le stockage de contenus à la demande de tiers, afin que ce contenu soit ultérieurement diffusé au public, il bénéficie de la qualité d'hébergeur », tandis qu'Olivier M. soutient « qu'il est parfaitement faux d'affirmer, comme le fait la société Google dans ses écritures, qu'aux termes de cet arrêt elle bénéficierait du régime aménagé de responsabilité des hébergeurs » ;

Attendu qu'après avoir relevé les conditions, posées par l'article 14 de la directive précitée, pour qu'un prestataire de service de la société de l'information puisse bénéficier du régime de limitation de responsabilité qu'il prévoit, à la lumière, notamment, du « quarante-deuxième considérant de la directive 2000/31 ayant précisé que les dérogations en matière de responsabilité prévues par cette directive ne couvrent que les cas où l'activité du prestataire de services (...) revêt un caractère "purement technique, automatique et passif", impliquant que ledit prestataire "n'a pas la connaissance ni le contrôle des informations transmises ou stockées" », la Cour a souligné que « la seule circonstance que le service de référencement soit payant, que Google fixe les modalités de rémunération, ou encore qu'elle donne des renseignements d'ordre général à ses clients, ne saurait avoir pour effet de priver Google des dérogations en matière de responsabilité prévues par la directive 2000/31 » ; qu'elle a également relevé que « la concordance entre le mot sélectionné et le terme de recherche introduit par un internaute ne suffit pas en soi pour considérer que Google a une connaissance ou un contrôle des données introduites dans son système par les annonceurs et mises en mémoire sur son serveur » ; que la Cour a en revanche jugé pertinent « le rôle joué par Google dans la rédaction du message commercial accompagnant le lien promotionnel ou dans l'établissement ou la sélection des mots clés » jugeant enfin que « c'est eu égard aux considérations qui précèdent qu'il appartient à la juridiction nationale, qui est la mieux à même de connaître les modalités concrètes de la fourniture de service dans les affaires au principal, d'apprécier si le rôle ainsi exercé par Google correspond à celui décrit au point 114 du présent arrêt » ;

Attendu, si l'on suit l'interprétation donnée par cet arrêt de l'article 14 de la directive 2000/31, que le juge national doit vérifier, ainsi que le précise ce point 114, « si le rôle exercé par ledit prestataire est neutre, en ce que son comportement est purement technique, automatique et passif, impliquant l'absence de connaissance ou de contrôle des données qu'il stocke » ;

Attendu à cet égard qu'il convient de relever que le service Adwords est présenté comme « le programme de publicité en ligne de Google », que ce service propose, moyennant rémunération, de faire apparaître un message publicitaire déterminé, dans un positionnement plus favorable que celui qui serait obtenu sans recourir à ce service, c'est-à-dire en principe sur la première page des résultats de la recherche lorsqu'un internaute inscrit comme objet de sa recherche, un des mots clés sélectionné comme pertinent ;

Attendu que la modification de l'ordre d'apparition des annonces caractérise déjà un rôle actif, qui ne saurait être assimilé à ce qui est décrit par le considérant 42 de la directive 2000/31, à savoir une activité qui « revêt un caractère purement technique, automatique et passif, qui implique que le prestataire de services de la société de l'information n'a pas la connaissance ni le contrôle des informations transmises ou stockées », que ce rôle est non négligeable compte tenu de l'importance pour un annonceur de figurer en page une des résultats plutôt qu'en page cent ;

Attendu de surcroît que la connaissance par le service Adwords des informations traitées, comme le rôle actif des sociétés Google dans le système Adwords, résultent des « conditions générales des services de publicité » produites par les sociétés Google (pièce nE3) ; que l'article 4.2 de ces conditions générales prévoit en effet que « dans le cadre du programme AdWords, Google peut exiger que le client lui indique ses messages publicitaires au moins 3 jours avant la date de début prévue », ce qui implique la connaissance par Google, avant le début de la diffusion du message publicitaire, de son contenu ; que l'article 4.3 stipule que « le positionnement des publicités [est] à la discrétion de Google », le terme de « discrétion » utilisé signifie que Google exerce, sur ce positionnement, un entier pouvoir ; que l'article 4.4 prévoit que « Google, peut, lors de la mise en ligne d'une campagne, adresser un courrier électronique au client l'informant qu'il dispose de 72 heures pour apporter d'éventuelles corrections ou modifications à ses mots clés », ce dont il se déduit que Google a connaissance du message publicitaire et a la possibilité de le contrôler ; que ce pouvoir de contrôle est d'ailleurs expressément prévu par l'article 4.5 de ces conditions générales qui prévoit la possibilité pour Google de « rejeter ou de retirer toutes publicités, messages publicitaires et/ou cible quelle qu'en soit la raison », stipulation qui établit l'existence du contrôle des messages que Google se réserve et donc de son rôle actif ; qu'en outre ces conditions générales prévoient dans leur article 4.6 que « Le client autorise Google à utiliser des programmes informatiques pour rechercher et analyser automatiquement les sites internet de l'annonceur afin d'évaluer la pertinence des publicités », ce qui là encore, démontre le rôle actif de Google dans cette activité d'annonceur puisqu'elle évalue la pertinence des publicités qu'elle publie ;

Attendu enfin que si la Cour de justice de l'Union Européenne a estimé, au point 116 de son arrêt, que la circonstance que Google « donne des renseignements d'ordre général à ses clients » ne saurait la priver des dérogations en matière de responsabilité prévues par la directive 2000/31, il en va différemment si, comme cela résulte de l'article 15 des « conditions générales » précitées, « les FAQs [cet acronyme désigne, selon la définition donnée par l'article 1 : la foire aux questions relative au programme (notamment, les FAQs relatives aux règles éditoriales...)] et les consignes de rédaction font partie intégrante du présent contrat et y sont incorporées par référence », ce qui confère à ces « règles éditoriales » et à ces « consignes de rédaction » non pas la qualité de « renseignements d'ordre général » mais un caractère contractuel, et donc contraignant, qui démontre le rôle actif de Google dans la rédaction des annonces, puisque l'annonceur est dans l'obligation de respecter ces « règles éditoriales » et « consignes de rédaction » de Google ;

Attendu en conséquence, compte tenu de la connaissance avérée par le responsable du service Adwords, du contenu des messages et mots clés, comme de la maîtrise éditoriale qui lui est contractuellement réservée, qu'il convient d'exclure à son égard la qualification d'hébergeur et le bénéfice de dérogations de responsabilité qui lui est réservé ;

Sur la demande de mise hors de cause de la société Google France

Attendu que la société Google France soutient que seul Google Ireland gère le programme Adwords et est seule en contact direct avec les clients, les assiste et facture le service, et qu'en conséquence elle ne peut être atraite dans un litige lié au fonctionnement de ce programme ;

Attendu cependant que ces affirmations sont contredites par le courrier qui a été adressé par Google France, à l'avocat du demandeur le 25 mars 2008, en réponse à sa réclamation ; que dans ce courrier il est indiqué que Google Ireland Ltd gère le programme Adwords, mais que celle-ci a demandé à Google France de répondre à la réclamation d'Olivier M., ce qui implique que Google France s'occupe effectivement de ce programme ; qu'en outre, l'auteur de cette lettre, écrivant au nom de Google France, indique les mesures prises en employant la première personne du pluriel ; que ce courrier démontre que Google France se comporte et apparaît comme responsable sur le territoire français de ce programme Adwords, ayant le pouvoir de supprimer des annonces, que le demandeur établit en outre que des publicités pour le programme Adwords mentionnent le nom de Google France ;

Que ces éléments sont corroborés par l'extrait Kbis de la société Google France qui révèle que, parmi ses activités figurent : « la fourniture de services et/ou conseils relatifs aux logiciels, au réseau internet, aux réseaux télématiques ou en ligne, notamment l'intermédiation en matière de vente de publicité en ligne, la promotion sous toutes ses formes de la publicité en ligne, la promotion directe de produits et services et la mise en œuvre de centres de traitement de l'information », ce qui correspond à l'activité pour laquelle elle apparaît en l'espèce, comme une des responsables ;

Que sa demande de mise hors de cause sera donc rejetée ;

Sur les atteintes alléguées

Attendu que le demandeur soutient que l'annonce « News-Olivier M. Les chagrins d'amour les plus célèbres : le cas Olivier M. » suivie du nom du site « www.gala.fr » obtenu en inscrivant ses nom et prénom sur le moteur de recherche de Google, comme l'article et les clichés photographiques mis en ligne sur ce site gala.fr auquel on accède en cliquant sur ce message, portent atteinte à sa vie privée, à son droit à l'image et à son droit au nom ;

- *Sur les atteintes au droit à la vie privée et à l'image*

Attendu que la société Prisma Presse soutient que le message publicitaire figurant sur les résultats du moteur de recherche est insuffisamment précis pour pouvoir constituer par lui-même une faute, que s'agissant de l'article et des clichés photographiques, elle conteste les atteintes alléguées faisant valoir qu'il s'agit de faits notoires et que les petites photographies publiées n'ont pas été réalisées pour les besoins de cet article ;

Attendu que l'article 9 du Code civil prévoit que toute personne, quelle que soit sa notoriété, a droit au respect de sa vie privée et est fondée à en obtenir la protection ; que de même, elle dispose, en principe, sur son image, attribut de sa personnalité, et sur l'utilisation qui en est faite d'un droit distinct, qui lui permet de s'opposer à sa diffusion sans son autorisation ;

Attendu que la vie sentimentale fait partie de la sphère protégée de la vie privée ; que tant le message de l'annonce « Olivier M. Les chagrins d'amour les plus célèbres : le cas Olivier M. », que l'article lui-même figurant sur le site gala.fr intitulé « Olivier M. : Je t'aime moi non plus » et introduit par « Voilà un homme qui ne sait pas ce qu'il veut ! » consacré à la

supposée fin de la relation sentimentale du demandeur avec Kilie M. ainsi qu'à « Des rumeurs de liaison [qui] commencent à courir sur Olivier et l'actrice Michelle R. ... », l'auteur de l'article brochant sur les sentiments du demandeur, sa jalousie, son désir de mariage ou de paternité, portent atteinte à sa vie privée ;

Que cet article est illustré de deux clichés photographiques représentant le demandeur, l'un sur un voilier, manifestement pris sans son autorisation lors d'un moment de loisir, l'autre en compagnie d'une jeune femme, qui aurait été pris lors d'une manifestation officielle, mais reproduit sans son autorisation, détourné de son contexte, et illustrant un écrit illicite ;

Que l'atteinte au droit à l'image est également caractérisée ;

- *Sur l'atteinte au droit au nom*

Attendu que le demandeur invoque le droit dont il dispose sur son nom et son prénom, pour contester aux sociétés défenderesses la possibilité de les utiliser comme mot clé servant de lien à une annonce commerciale pour un article illicite ;

Attendu que le droit dont dispose un individu sur son nom ne permet, en règle générale, que de s'opposer à une utilisation de ces éléments d'identification de la personne qui serait source de confusion ; qu'en conséquence, et en principe, si la simple utilisation d'un nom comme mot clé d'un moteur de recherche agissant de façon qualifiée de « naturelle » peut ne pas être considérée comme fautive, il en va différemment lorsque le nom d'un tiers est sciemment choisi et utilisé comme un mot clé pertinent, renvoyant à un article illicite ;

Que c'est donc la pertinence du nom du demandeur comme mot clé conduisant à un tel article qui sera considérée comme fautive ;

Que cette faute est imputable aux sociétés Prisma Presse, Google France et Google Ireland, lesquelles comme cela a été précédemment relevé, ont eu un rôle actif dans la réalisation de cette faute et ont eu connaissance de ce mot clé et du contenu du message publicitaire, dont la teneur était attentatoire à la vie privée, qui figurait sur la première page de résultats du moteur de recherche et permettait d'accéder directement à l'article illicite ;

Sur les demandes de réparation du préjudice

Attendu qu'il résulte des pièces justificatives versées aux débats par les sociétés défenderesses que l'annonce et l'article litigieux ont été retirés du site de Google et de celui de Gala quelques jours après la réclamation formulée par les conseils d'Olivier M. ; que compte tenu de cet élément le préjudice est modéré et sera justement réparé par l'allocation d'une somme de 1500 € à titre de dommages-intérêts, la mesure de réparation complémentaire consistant en une publication judiciaire n'apparaissant pas nécessaire compte tenu des circonstances de la cause ;

Attendu que l'équité commande également que soit accordé à Olivier M. le remboursement, à hauteur de 3000 €, des frais irrépétibles qu'il a dû engager et qui comprendront les frais exposés pour faire établir un constat du Celog ;

DECISION

Le tribunal, statuant publiquement par mise à disposition au greffe, contradictoirement et en premier ressort,

. Rejette la demande de mise hors de cause de la société Google France ;

. Rejette les prétentions des sociétés Google France et Google Ireland limited tendant à bénéficier des dispositions dérogatoires de responsabilité prévues par l'article 14 de la directive UE 2000/31 et l'article 6-I-2 de la loi du 21 juillet 2004 ;

. Constate le caractère fautif de la publication sur le site internet google.fr de l'annonce « Olivier M. Les chagrins d'amour les plus célèbres : le cas Olivier M. » accessible à partir du mot clé constitué des nom et prénom du demandeur ;

. Constate le caractère fautif de la publication sur le site internet gala.fr de l'article intitulé « Olivier M. : Je t'aime moi non plus » et des deux clichés photographiques illustrant cet article ;

. Condamne in solidum la SNC Prisma Presse, la société Google France et la société de droit irlandais Google Ireland Limited, à payer à Olivier M. les sommes de 1500 € à titre de dommages-intérêts et de 3000 € en application de l'article 700 du Code de procédure civile, en ce compris les frais de constat,

. Déboute les parties du surplus de leurs demandes,

. Condamne la SNC Prisma Presse, la société Google France et la société de droit irlandais Google Ireland Limited, aux dépens dont distraction au profit de maître Emmanuel Asmar, conformément aux dispositions de l'article 699 du Code de procédure civile.

Le tribunal : Mme Anne-Marie Sauteraud (vice présidente), Mme Marie Mongin (vice présidente), M. Alain Bourla (premier-juge)

Avocats : Me Emmanuel Asmar, SCP D'Antin-Brossollet, Me Marion Barbier