

## Le spamdexing : approche juridique du problème

[Retour au sommaire de la lettre](#)

*Le spamdexing (fraude aux moteurs de recherche) connaît aujourd'hui une définition technique de plus en plus précise mais peut comprendre de nombreuses pratiques. D'un point de vue juridique, le spamdexing semble bien encadré par les principaux concernés, les moteurs de recherche eux-mêmes qui, dans leurs Conditions Générales d'Utilisation et dans leur quotidien, combattent ce comportement. Que risque-t-on à tenter de spammer les index des moteurs ? Si le droit français laisse de grandes possibilités civiles voire pénales de punir ces pratiques, les juges ont parfois des difficultés à sanctionner le spamdexing, la question restant toujours la même : où se situe la frontière entre "optimisation légale" et "spamdexing illicite" ?...*

La lecture attentive du témoignage de Frédéric Peters, créateur du site PetitesAnnonces.be, dans la lettre R&R de septembre dernier, nous a démontré que le spamdexing est une réalité concrète. Toutefois, si le droit belge semble prévoir certaines sanctions à ce type de comportement (nous ne jugerons cependant pas le droit belge ici), le droit français traite cette pratique de manière similaire, mais pourtant différente.

En bon juriste, il convient avant tout de définir la notion de spamdexing pour déterminer le caractère illicite et/ou les responsabilités induites par ce comportement.

### La définition du spamdexing

Olivier Andrieu (Abondance.com) nous donne une définition précise du spamdexing : « *Tentative de spam spécifiquement orientée vers les moteurs de recherche. Exemple : tenter de positionner dans les premières positions des résultats d'un moteur des pages non pertinentes par rapport au mot clé choisi.* » En d'autres termes, il s'agit de référencement abusif.

Pour les rédacteurs parfois anonymes de Wikipédia en français (<http://fr.wikipedia.org/wiki/Spamdexing>), le spamdexing est « *un ensemble de techniques consistant à tromper les moteurs de recherche sur la qualité d'une page ou d'un site afin d'obtenir, pour un mot-clé donné, un bon classement dans les résultats des moteurs (de préférence dans les tous premiers résultats, car les utilisateurs vont rarement au-delà de la première page qui, pour les principaux moteurs, ne comprend par défaut que dix adresses)* ».

Le spamdexing est donc un référencement abusif, dans le sens où il relève d'un comportement volontaire d'aller au-delà de l'optimisation pour entrer en zone grise, considérée comme « abusive ». Quelle est alors la différence entre optimisation et spamdexing ? Cette question est celle que devrait se poser, en pratique, un juge confronté à une telle situation. De la réponse à cette question découlera naturellement le régime juridique et la responsabilité des acteurs.

### Les méthodes de spamdexing et les différences avec l'optimisation

Une page est supposée de bonne qualité (« populaire ») si un grand nombre de liens externes eux-mêmes populaires pointent vers elle (*netlinking*) et pertinente, en réponse à une requête donnée, si elle contient les mots présents dans la requête (la place des mots dans la page ayant également une importance certaine) en coordination avec les critères de tri des moteurs.

Une optimisation du référencement impose donc de prendre en compte ces deux grands principes. Mais le spamdexing prend également en compte ces principes, de manière moins honnête. A ce titre, le FAQ d'Abondance (<http://docs.abondance.com/question45.html>) donne le ton : « *Le terme générique de spamdexing regroupe toutes les tentatives de webmasters "véreux" pour faire apparaître leur site ou leurs pages web en bonne position sur les outils de recherche (annuaire ou moteur) en essayant de tromper les algorithmes de pertinence de ces outils.* »

Le concept de **tromperie** des algorithmes semble donc au cœur de la distinction du spamdexing et de l'optimisation (il convient au demeurant de souligner que le code pénal, qui condamne les tromperies, ne vise que les personnes physiques...).

Les méthodes utilisées pour le spamdexing permettent d'illustrer et de souligner les importantes différences avec l'optimisation :

- Truffer une page de listes de mots-clefs (pour attirer les utilisateurs de moteurs qui font une recherche sur ces mots). Ces mots sont parfois relégués en bas de page, écrits en minuscule, de même couleur que le fond de page pour les techniques les plus frustrées.
- Créer des dizaines de sites qui pointent les uns vers les autres (*link farms* ou pépinières de liens) pour améliorer leur classement dans les moteurs qui jugent la qualité d'une page en fonction du nombre (et de la qualité) de liens pointant vers elle.

### **La violation de codes de conduite**

Le métier de référenceur est apparu quasiment concomitamment à la recherche sur Internet. Devant de nombreux comportements illicites ou sujets à interprétation, l'association IPEA avait réussi en son temps à rédiger et à imposer auprès de plusieurs prestataires une charte de conduite (prévue par la Directive « commerce électronique » de 2000 pour tout ou partie du commerce en ligne, dont le référencement), intitulée "Charte de qualité et de déontologie sur le référencement de sites web" (<http://docs.abondance.com/charte.html>) et depuis reprise et mise à jour par le site Abondance pour sa zone "Partenaires" (<http://partenaires.abondance.com/charte.html>).

Le but de cette charte est de faire en sorte que les outils de recherche et les référenceurs travaillent ensemble pour bâtir de meilleurs outils de recherche et, par là même, fournissent de meilleures réponses aux visiteurs des annuaires et moteurs.

Plusieurs principes sont énoncés dans cette charte. Parmi ceux-ci, un principe (dès 2000) de ne pas pratiquer de spamdexing :

*« Les signataires acceptent de ne pas réaliser d'action de spamdexing (fraude sur les O-R). Une annexe (voir ci-après) décrit de façon précise ce qui est considéré comme du spamdexing et ce qui n'en est pas dans le domaine du référencement de site web. ».*

A l'instar de la Netiquette, ces chartes n'ont aucune force de loi. Les juristes appellent ce type de document des composants de la « *soft law* ». D'un point de vue juridique, cela induit que toute personne qui viole cette charte n'est... pas sanctionnable à ce titre. Au pire, si l'entité défaillante est membre d'une association signataire de la charte, sa sanction pourra se concrétiser en une expulsion de la dite association. La seule sanction véritable de la violation de la charte pourrait être la médiatisation de la violation de ce texte et de l'expulsion de la société de l'association...

### **La violation des Conditions des moteurs de recherche**

Compte tenu du faussement des résultats de liens naturels induit par le spamdexing, les fournisseurs de moteurs de recherche ne peuvent que combattre cette pratique. Concrètement, le sérieux de ces sociétés peut être potentiellement remis en cause de ce fait.

Ainsi, Yahoo ! France précise clairement sur son site :

*« Pages considérées comme mauvaises :*

*Quelques exemples (liste non exhaustive) de pages que Yahoo! ne veut pas dans son index :*

- Pages qui nuisent à la pertinence ou à la diversité des résultats de recherche.
- Pages ne servant qu'à diriger l'internaute vers une autre page.
- Pages au contenu substantiellement identique à celui d'autres pages existantes.
- Sites possédant de nombreuses URL virtuelles.
- Pages générées automatiquement en grand nombre et de peu d'intérêt.
- Pages usant d'astuces pour artificiellement augmenter leur classement.
- Utilisation de texte invisible pour l'internaute.
- Pages ne présentant pas le même contenu à notre robot qu'aux internautes.
- Pages pointant les unes vers les autres dans de grandes proportions.
- Pages utilisant de façon abusive le nom d'un concurrent.
- Différents sites offrant le même contenu.
- Pages utilisant de trop nombreux pop-ups.

Yahoo! se réserve le droit, à sa seule discrétion, de prendre toutes les mesures qui lui sembleraient appropriées pour conserver la qualité de son index. »

(source : Yahoo ! - <http://eur.help.yahoo.com/help/fr/ysearch/basics/basics-18.html>)

De manière plus synthétique et suggérée, Google apporte des « conseils » pour le bon référencement et conseille vivement d'éviter toute pratique de spamdexing. (source : Google - <http://www.google.fr/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35769>). Les Conditions Générales de Google (étrangement en anglais d'ailleurs) ne précisent pas clairement que le spamdexing est interdit, mais comprennent des termes si larges que toute pratique illicite peut être légalement stoppée et interdite par Google.

Dans ces cadres (explicites ou implicites), la sanction première est le déréférencement (ou la désindexation) de la part du fournisseur de moteur de recherche.

D'un point de vue juridique, si le « spamdexeur » est utilisateur d'un moteur de recherche, cette désindexation est interprétée comme une rupture (*breach*) du contrat entraînant sanction (eu égard à la majorité des rédactions des Conditions Générales des différents moteurs de recherche, c'est la seule sanction possible puisqu'il s'agit, d'après la jurisprudence française, d'une clause pénale).

Si le « spamdexeur » n'est pas utilisateur du moteur de recherche (ce qui semble plutôt compliqué à démontrer...), il est possible d'interpréter la sanction du moteur de recherche comme un engagement unilatéral (par exemple, engagement d'indexer les sites) avec possibilité unilatérale (parallélisme des formes) de retirer ses pages de l'index. Devant un juge, la combinaison des deux interprétations pourrait être également efficace.

D'un point de vue pratique, si la désindexation, voire le blacklisting par un moteur de recherche du site est juridiquement possible, l'on peut penser qu'ils ne soient que peu craints.

### **La concurrence déloyale**

Dans un domaine « non-lucratif », le spamdexing est pollueur, mais peut être interprété comme hors du champ mercantile (quoique ce champ reste extrêmement limité sur Internet compte tenu des revenus générés par les publicités et liens sponsorisés). Mais, dès lors que le concept de rémunération entre en jeu, les règles de concurrence déloyale s'appliquent plus facilement.

Prenons l'exemple simple des métatags (balises meta) qui nous permettra d'extrapoler au spamdexing au sens le plus large.

Un arrêt de la cour de Paris du 13 mars 2002 fournit un bon exemple d'usage parasitaire de métatags puisqu'en l'occurrence la société SFOB obtint la condamnation d'une autre société qui, exerçant dans le même secteur d'activité, avait imaginé d'insérer dans les métatags de son site le mot « SFOB ». Les juges parisiens devaient relever que cette pratique était « à l'évidence fautive ».

Dans un genre plus politique, les concepteurs du site de Françoise de Panafieu avaient inséré parmi les mots clés figurant dans le code source des pages HTML : « Pamela Anderson ». « Pour rire » s'étaient-ils défendus devant le TGI de Paris... Pour respecter la parité droite-gauche, citons dans les balises d'un site pornographique hébergé par Geocities le nom de Bertrand Delanoë : le Tribunal de grande instance de Paris a condamné à payer au demandeur 120 000 F de dommages intérêts (TGI Paris, réf., 31 juill. 2000).

Ainsi, quelle que soit la technologie et l'avancées des techniques, les juges sont toujours capables de se fonder sur des textes bicentennaires pour condamner des pratiques de concurrence déloyale. En effet, l'article 1382 du code civil prévoit que « *Tout fait quelconque de l'homme, qui cause à autrui un dommage, oblige celui par la faute duquel il est arrivé à le réparer* ».

Si un juge (rappelons-le, un juriste qui s'y connaît peu en technique généralement) peut comprendre aisément le préjudice du spamdexing, c'est sur la notion de faute que les parties à un procès devront se battre. Et l'on revient à la difficile frontière entre optimisation légale et spamdexing illicite...

C'est certainement compte tenu de cette difficulté que peu de jurisprudence a été rendue sur le fondement de la concurrence déloyale. Mais des délits plus aisément caractérisables peuvent incriminer les pratiques de spamdexing.

### ***La publicité trompeuse***

Le plus souvent, le référencement abusif sert à promouvoir un site marchand. En cela, il constitue un moyen de publicité.

Or, le droit français (et tous les droits occidentaux de manière générale) regorge de dispositions de protection du consommateur, notamment eu égard à la publicité trompeuse.

Par exemple, lorsque l'on tape « expert-comptable » dans Google et que l'on obtient un site en premier ou dans les 3 premiers, il est envisageable de penser que le cabinet d'experts-comptables est réputé ou au moins bien positionné par Google parce que plusieurs autres sites le pointent estimant, eux, que le cabinet est bon.

En faussant les résultats des moteurs, le spamdexing trompe ainsi le public, consommateur de sites marchands.

Il en résulte que l'auteur du spamdexing s'expose à l'action des consommateurs, sur le fondement de la publicité trompeuse. La peine encourue est de 2 ans d'emprisonnement, et une amende de 37.500 euros.

### ***La violation de la propriété industrielle***

Pris dans sa pratique d'insertion de mots-cachés, le spamdexing peut rapidement induire une reproduction de marques d'autrui.

D'un point de vue juridique, la reproduction d'une marque d'autrui, sans son accord préalable, peut être sanctionnée civilement (dommages et intérêts) ou pénalement (3 ans d'emprisonnement et/ou 300 000 € d'amende)

Ce type de procédure est principalement ouvert aux titulaires de marques violées. D'un point de vue plus pratique, il est évident que si le titulaire de la marque démontre qu'au-delà de la contrefaçon de marque, le spamdexeur a eu un comportement illicite, le juge le prendra en compte (au moins psychologiquement) et sera probablement amené à sanctionner de manière plus forte le spamdexeur.

L'analyse de la réglementation et du droit applicable nous prouve donc que la théorie réprimande - ou peut réprimander - lourdement les pratiques de spamdexing. Un webmaster averti en vaut certainement deux...

**Alexandre Diehl**  
*Avocat à la Cour*  
[alexandrediehl@hotmail.com](mailto:alexandrediehl@hotmail.com)

**Réagissez à cet article sur le blog des abonnés d'Abondance :**  
<http://abonnes.abondance.com/blogpro/2007/10/octobre-2007-le-spamdexing-approche.html>