

L'arrêt "Saveur Bière" : une jurisprudence importante en termes de SEO et de netlinking ?

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Domaine :	Recherche	Référencement
Niveau :	Pour tous	Avancé

Dans le cadre du procès opposant les sites web Saveur Bière et Sélection Bière, le premier a notamment été condamné à supprimer des sites satellites pointant vers son site principal dans le but avéré d'améliorer son référencement sur les moteurs de recherche. Une première en termes de jurisprudence autour du SEO qui pourrait bien jouer un rôle important à l'avenir dans les stratégies de référencement naturel...

L'arrêt Saveur Bière rendu par la Cour d'appel de Douai (<http://actu.abondance.com/2011/11/saveur-biere.html>) a synthétisé quelques règles juridiques concernant le référencement. Les Lecteurs de la Lettre Mensuelle d'Abondance n'auront pas été surpris par sa teneur tant ces principes sont ici rappelés depuis des années. Mais cet arrêt a le mérite d'être désormais une base juridique qui s'ajoute à la doctrine et qui a donc la force de la chose jugée.

Les faits

En synthèse, une société alsacienne, Sélection Bière, vend par Internet de la bière et des objets en rapport avec la bière depuis 2006, sous le nom de domaine <http://www.selection-biere.com/>.

Un concurrent, la société Saveur Bière, fait exactement la même chose depuis 2007 sous le nom de domaine <http://www.selectionbiere.com/>.

Etrangement, l'avocat de la société alsacienne a décidé d'attaquer Saveur Bière devant le Tribunal de commerce pour concurrence déloyale car « *le nom de domaine selectionbiere.com redirigeait les internautes vers le site saveur-biere.com et non pas sur son site selection-biere.com* ». Même si cela est étonnant, l'occasion de ce procès a permis de mettre en lumière d'autres pratiques qui, elles, ont un rapport avec le droit.

Dans le cadre du procès (http://www.legalis.net/spip.php?page=jurisprudence-decision&id_article=3256), les Alsaciens ont demandé le transfert du nom de domaine et la condamnation à des dommages et intérêts pour concurrence déloyale. Même si la plupart des arguments nous semblent très étranges pour être pertinents (par exemple, il est soutenu qu'il y a concurrence déloyale parce qu'il y a usage d'un nom de domaine similaire puisque selectionbiere.com et selection-biere.com ne se distinguent que par l'existence d'un tiret dans le second), un huissier est venu apporter de nombreux éléments intéressants pour les professionnels du référencement :

- « *lorsque l'on saisit différents mots clefs identiques ou similaires à "selection biere" dans les différents moteurs de recherche (Google, Yahoo, Voila, MSN, AOL, Altavista, Excite, Alltheweb, Lycos) ce sont les sites selectionbiere.com et saveur-biere, ou les sites qui leur sont liés qui apparaissent ; qu'en effet les sites misterbiere.com, in2beers.com, mister-biere.com, esprit-biere.com, couleur-biere.com, couleursbieres.com, monsieurbiere.com appartiennent tous à [Saveur Bière] ; que ces sites n'offrent aucun service, sinon de proposer une suite de liens renvoyant sur le site principal de la société Saveur Biere* » ;

- « *en multipliant la réservation de noms de domaine comportant à de nombreuses reprises le terme biere favorisant la création de liens orientant vers leur nom de domaine* » ;

- « *l'ensemble de ces techniques sont destinées à tromper les moteurs de recherche sur la qualité d'une page ou d'un site afin d'obtenir par un mot-clef donné, un bon classement dans les résultats de moteurs ; et que le site saveur-biere.com est positionné en tête de liste des pages de résultat du moteur de recherche Google* ».

Au-delà de la concurrence déloyale, il semblerait que la société Saveur Bière ait également dénigré illégalement les produits de son concurrent alsacien. Dans la mesure où seuls les aspects propres au référencement nous intéressent ici, cette thématique ne sera pas abordée.

Le nom de domaine

Voilà bien 10 ans que nous n'avions vu d'avocat demandant la restitution d'un nom de domaine parce qu'il est proche de celui dont son client est propriétaire. En effet, l'argument « *selectionbiere.com et selection-biere.com ne se distinguent que par l'existence d'un tiret dans le second, il faut donc que mon client récupère le nom de domaine du concurrent* » est assez cocasse... Evidemment, la Cour d'appel a rappelé la règle « premier arrivé, premier servi ».

Nous profitons de cet arrêt pour rappeler que cette règle ne vaut qu'en cas de conflit entre noms de domaine. En revanche, une marque exploitée (déposée à l'INPI pour la France ou l'OHMI pour l'Europe) permet généralement de « récupérer » un nom de domaine d'un concurrent indélicat en cas de violation de cette marque et ce, de manière assez rapide et peu onéreuse.

Le spamdexing

Même si le nom n'a jamais été évoqué pendant le procès, il s'agit bien là de spamdexing. Le site Abondance.com nous donne une définition précise du spamdexing : il s'agit de toute « *tentative de spam spécifiquement orientée vers les moteurs de recherche. Par 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. Une page est supposée « populaire » si un grand nombre de liens externes pointent vers elle (netlinking) et « pertinente », en réponse à une requête donnée, si elle contient les mots demandés dans la requête (la place des mots dans la page ayant également une importance certaine).

Dans le cas précis, la société désignée coupable avait multiplié la réservation de noms de domaine comportant à de nombreuses reprises le terme "bière" favorisant la création de liens orientant vers son nom de domaine, le plaçant de ce fait en tête des moteurs de recherche. Le but était évidemment d'améliorer le positionnement naturel dans les moteurs, notamment au travers de ces différents « sites satellites ».

Cette pratique peut être considérée comme illicite à plusieurs égards :

- Certains codes de conduite imposent une certaine éthique. Celui de l'association IPEA, repris par le site Abondance (<http://partenaires.abondance.com/charte.html>) a réussi à imposer la Charte de qualité et de déontologie sur le référencement de sites web. Plusieurs principes sont énoncés dans cette charte. Parmi ceux-ci, un principe (dès 2000) de ne pas pratiquer de spamdexing. A l'instar de la Netiquette, cette charte n'a aucune force de loi. D'un point de vue juridique, cela induit que toute personne qui viole cette charte n'est... pas sanctionnable à ce titre ;

- Les Conditions Générales de très nombreux moteurs interdisent évidemment le spamdexing. Certains, comme Google, apportent même des « conseils » pour le bon référencement et conseillent vivement d'éviter toute pratique de spamdexing. (source : Google - <http://www.google.fr/support/webmasters/bin/answer.py?answer=35769>). En cas de spamdexing, la sanction la plus forte est le déréférencement. Ensuite, il faut que le moteur de recherche intervienne au procès pour qu'il y ait des sanctions légales de la violation de ces Conditions Générales. Dans le cas présent, les moteurs de recherche ne se sont pas joints à la cause ;

- La publicité trompeuse aurait pu également être retenue. En effet, 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. A nouveau, cet argument ne semble pas avoir été développé pour ce qui concerne le spamdexing... ;

- La violation des marques d'autrui est un argument juridique permettant aussi de sanctionner le spamdexing. En l'occurrence, il semble que la généralité du terme (et très probablement l'absence de protection au titre des marques) ait interdit un tel argument ;

- Finalement, le dernier fondement juridique qui permet de dire que le spamdexing est illicite est le seul qui a été utilisé en l'occurrence : **la concurrence déloyale**. C'est précisément ce qu'a fait ici Saveur Bière. La concurrence déloyale est basée sur une conception latine de réparation de la faute quand il y a un préjudice direct. L'appréciation de la faute est laissée au juge : la justice devient donc humaine, car c'est un être humain qui doit déterminer quel comportement est fautif et lequel n'est pas.

En l'espèce, le juge a déterminé que le fait de multiplier la réservation de noms de domaine comportant à de nombreuses reprises le terme bière favorisant ainsi la création de liens orientant vers son nom de domaine, le plaçant de ce fait en tête des moteurs de recherche est une faute. L'appréciation de la faute par le juge peut, de manière générale, être faite par rapport à l'appréciation d'un comportement par l'ensemble d'un marché. Il est d'évidence que, si les professionnels du référencement considèrent que ce type de comportement consiste en du spamdexing, il est probable qu'un juge pense de même. D'où l'intérêt des articles de doctrine...

Ce jugement pourrait être rapproché de vieilles jurisprudences (confirmées dans le temps) qui sanctionnaient déjà le « détournement » de moteurs de recherche. En 1997 déjà, les concepteurs du site de Françoise de Panafieu s'étaient fait condamner (pour... concurrence déloyale) car ils avaient inséré parmi les mots clés figurant dans le code source des pages HTML : « Pamela Anderson ». 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, en 2000, à payer au demandeur 120 000 F de dommages et intérêts.

Ainsi, quelque soit la technologie utilisée et l'avancée 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 (c'est-à-dire un juriste qui connaît peu la 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...

Dans notre cas, la Cour d'appel a octroyé la somme de 10.000 euros à la société alsacienne et a condamné Saveur Bière à retirer les liens des sites satellites moyennant une astreinte de 150 euros par jour. Une bien faible condamnation qui ne risque pas de dissuader les plus motivés...

Alexandre Diehl

Avocat à la Cour, cabinet Lawint (<http://www.lawint.com/>)

Réagissez à cet article sur le blog des abonnés d'Abondance :
<http://blog-abonnes.abondance.com/2011/12/larret-saveur-biere-une-jurisprudence.html>