

Communiqué de Presse

16 septembre 2010

Pour l'Udecam, "Les marques ne sont pas des mots clés comme les autres"

La décision de Google n'est pas surprenante tant elle correspond à la vision monopolistique de cet acteur qui rappelons-le détient plus de 92% du marché des liens sponsorisés en France, marché estimé à près de 1 Milliard d'euros en 2009 (Enquête Cap Gemini - SRI-Udecam). Cette décision, rappelons-le, est étayée par la jurisprudence de la CJUE, qui permet à Google de devenir "légalement irresponsable". Google s'est donc clairement engouffré dans la brèche que cette juridiction européenne a ouverte, rendant ainsi possible depuis le 14 Septembre l'abandon par Google AdWords du contrôle "à la source" de marques tierces à titre de mots-clés alors que l'ensemble des législations nationales en Europe accordent un monopole aux titulaires de marque, encore renforcé lorsque ce sont des marques notoires. En tout état de cause, l'Udecam rappelle qu'internet n'est pas un espace de non-droit et que la responsabilité des acheteurs de mots-clés litigieux est toujours engagée juridiquement ainsi que l'obligation faite au moteur de suggestion de supprimer une annonce illicite et faire cesser tout préjudice en cas de signalement.

L'Udecam regrette cette décision unilatérale de Google car nous pensons que "les marques" ne sont pas des mots-clés comme les autres. Nous déplorons également la précipitation avec laquelle cette décision a été prise et le fait qu'elle ait été communiquée en pleine trêve estivale avec effet quasi-immédiat. Il aurait été plus responsable de travailler en collaboration avec l'ensemble des acteurs du marché avant d'entériner une telle décision. L'Udecam rappelle néanmoins à tous les annonceurs et clients que leurs agences-média sont à leur disposition pour les aider et accompagner sur ce sujet complexe.

En conclusion, l'Udecam souhaite que s'engage enfin une concertation avec l'ensemble des acteurs du marché et demande à Google de proposer des solutions permettant de poursuivre facilement la protection à priori des détenteurs de marque dans ce nouveau contexte.

L'Udecam se félicite d'ailleurs qu'un autre intervenant majeur des liens sponsorisés Bing "alliance Microsoft-Yahoo" ait choisi de continuer à protéger le droit des marques. C'est dans l'intérêt des consommateurs comme des annonceurs.

Dominique Delport
Président de l'Udecam

* **L'Udecam – Union des Entreprises de Conseil et Achat Media** - réunit : Aegis Medias (Carat et Vizeum), Havas Medias (MPG et Euromedia), Mediabrands (Initiative et Universal), Mediacom, Mediaedge:cia, Mindshare, OMD et Vivaki (Zenithoptimedia, Starcom)

Le Bureau de l'Udecam :

- Président : **Dominique Delport** , DG de Havas Medias
- Secrétaire Général : **Sébastien Danet**, Président de Zenithoptimedia
- Trésorier : **Bertrand Beaudichon**, Vice Pt de OMG

Contacts:

Dominique Delport

Président

01 46 93 34 72

Françoise Chambre

Déléguée Générale

01 73 00 21 09

contact@udecam.fr