

TRIBUNAL
DE GRANDE
INSTANCE
DE PARIS



3ème chambre 3ème
section

N° RG :
06/00884

N° MINUTE : M

Assignation du :
10 Janvier 2006

JUGEMENT
rendu le 12 Décembre 2007

DEMANDERESSE

**SYNDICAT FRANCAIS DE LA LITERIE, représenté par son
Président, M. Michel BENOIST,**
6, Avenue du Coq
75009 PARIS

représentée par Me Cyril FABRE, avocat au barreau de PARIS,
vestiaire K.37

DÉFENDERESSE

**S.A.R.L. GOOGLE FRANCE, représentée par son gérant, M.
Nikesch ARORA**
54-56 avenue Hoche
75008 PARIS

représentée par Me Alexandra NERI, avocat au barreau de PARIS,
vestiaire J.25

COMPOSITION DU TRIBUNAL

Elisabeth BELFORT, Vice-Président, *signataire de la décision*
Agnès THAUNAT, Vice-Président
Michèle PICARD, Vice-Président,

assistée de Marie-Aline PIGNOLET, Greffier, *signataire de la décision*

DEBATS

A l'audience du 05 Novembre 2007
tenue en audience publique

JUGEMENT

Prononcé par remise de la décision au greffe
Contradictoire
en premier ressort

12/12/07
100884
16

A S

I- RAPPEL DES FAITS ET DE LA PROCÉDURE :

Le Syndicat Français de la Literie représente les fabricants dont l'activité industrielle et commerciale se rattache à la literie, auprès des pouvoirs publics et de toutes les autorités administratives et instances concernées en France et à l'étranger dans l'intérêt de la profession.

Il exerce également sa mission de représentation auprès des tribunaux à l'occasion de toutes instances judiciaires concernant la profession et intente toutes actions nécessaires à cette fin. Il exploite un site internet accessible aux adresses "belle-literie.com" et "belle-literie.fr" dont les noms de domaine ont été enregistrés les 13 et 17 novembre 2003. Il est titulaire de la marque collective semi-figurative "BELLE LITERIE CHAMBRE SYNDICALE DE LA LITERIE" déposée le 27 décembre 1972 régulièrement renouvelée, dont la dernière fois le 24 avril 2000, et enregistrée sous le n° 1 216 772 pour désigner les produits et services des classes 20 et 24.

En vertu du règlement de la marque collective, le Syndicat Français de la Literie est chargé de la défense de cette marque.

Dans le courant du mois de mai 2005, le Syndicat Français de la Literie s'est aperçu que la saisie de la requête de recherche "belle literie" sur le moteur de recherche GOOGLE faisait apparaître des liens commerciaux avec des sites de sociétés non autorisées à utiliser la marque collective.

Plusieurs constats d'huissier étaient effectués sur le site de la société GOOGLE les 23 et 29 juin 2005 et le 1^{er} août 2005.

Estimant être victime d'actes illicites de la part de la société GOOGLE, le Syndicat Français de la Literie a fait assigner cette dernière par acte d'huissier délivré le 10 janvier 2006. Dans ses dernières conclusions signifiées le 11 septembre 2007, le Syndicat Français de la Literie demande au tribunal à titre liminaire de dire que le constat d'huissier dressé le 1^{er} août 2005 est valable, de dire que l'ensemble des impressions d'écran de la recherche du mot clé "belle literie" est valable, de constater qu'il est bien fondé à agir et de constater le caractère distinctif et notoire de la marque n° 1 216 772, à titre principal de dire qu'il est recevable à agir, de constater que la société GOOGLE a suggéré à ses annonceurs de réserver le mot clé "belle literie", de constater que la société GOOGLE a commercialisé sa marque et son nom de domaine dans le cadre de son programme ADWORDS, de constater qu'elle a ainsi permis l'affichage de liens publicitaires avec des sociétés concurrentes, de constater que la société GOOGLE en permettant cet affichage a commis des actes de publicité mensongère, en conséquence de dire qu'elle s'est rendue coupable d'actes de contrefaçon de sa marque, d'actes d'usurpation de ses noms de domaine, d'actes de publicité mensongère, à titre subsidiaire de dire que sa demande de mise hors de cause est dilatoire, en conséquence de la condamner à lui verser la somme de 30.000 euros en application des dispositions de l'article 123 du nouveau Code de procédure civile, à titre infiniment subsidiaire de dire qu'elle s'est rendue coupable d'actes de concurrence déloyale et de parasitisme commercial, à titre très infiniment subsidiaire de dire qu'elle a commis une faute au sens des articles 1382 et 1383 du Code civil, en tout état de cause la condamner

à lui verser la somme de 300.000 euros à titre de dommages et intérêts en réparation du préjudice subi, de lui interdire de faire usage de la marque précitée à titre de mot clé sous astreinte, d'ordonner la publication du jugement, de lui ordonner de consigner la somme de 30.000 euros HT entre les mains de Monsieur le Bâtonnier en qualité de séquestre sous astreinte, de dire que le séquestre attribuera cette somme sur présentation des bulletins de commande des insertions des publications du jugement, d'ordonner à titre complémentaire à la société GOOGLE de publier le jugement sur la première page de son site internet sous astreinte, de dire que cette publication sera de six mois, d'ordonner l'exécution provisoire de la décision et de la condamner au paiement de la somme de 30.000 euros en application de l'article 700 du nouveau Code de procédure civile.

La société GOOGLE a signifié ses dernières conclusions le 15 octobre 2007. Elle demande au tribunal de constater qu'elle est étrangère aux faits de l'espèce et de dire que cette demande de mise hors de cause n'est ni tardive ni dilatoire, à titre subsidiaire de dire que les copies d'écrans ne peuvent être retenues comme preuves, de dire que le constat du 1^{er} août 2005 est nul et que l'agent a dépassé ses pouvoirs, de dire qu'il a violé le principe de loyauté, et en conséquence d'annuler ce constat, de dire que le Syndicat Français de la Literie ne peut revendiquer de droits sur les termes "belle literie" alors qu'il est propriétaire de la marque "BELLE LITERIE CHAMBRE SYNDICALE NATIONALE DE LA LITERIE", que la société GOOGLE n'a pas employé cette marque au sens de l'article L.713-5 du Code de la propriété intellectuelle, de dire que les termes "belle literie" ne constituent pas une marque notoire, de constater qu'il n'est pas allégué la reprise de l'élément graphique de la marque et en conséquence de débouter le demandeur de ses demandes fondées sur l'article L.713-5 du Code de la propriété intellectuelle, de dire que le Syndicat Français de la Literie ne peut revendiquer de droits sur les termes "belle literie" à titre de marque, que ces termes ne sont pas distinctifs pour désigner les produits visés, que l'usage par les annonceurs de ces termes ne constitue pas une acte de contrefaçon de la marque litigieuse, en tout état de cause de constater que la société GOOGLE n'a commis aucun acte de contrefaçon et qu'elle n'a pas proposé l'utilisation des termes "belle literie" aux annonceurs, de constater qu'elle a mis en oeuvre des mesures de blocage des termes "belle literie" et que les liens commerciaux sont générés par le terme "literie" sélectionné en requête large par les annonceurs, de constater qu'elle n'a personnellement jamais fait usage de la marque, de constater que les conditions d'apparition des liens litigieux excluent tout risque de confusion, en conséquence de dire qu'elle n'a pas commis d'acte de contrefaçon, de constater qu'elle n'est pas en situation de concurrence avec le demandeur, qu'elle n'a commis aucune usurpation de noms de domaine, de constater qu'elle est un espace d'information et non de vente de produits ou de services que l'usage de ciblage permis par le système ADWORDS n'entraîne pas de détournement de la clientèle du syndicat, de dire qu'elle n'a commis personnellement aucun acte de concurrence déloyale, en conséquence de le débouter de ses demandes fondées sur la concurrence déloyale et parasitaire et plus généralement sur les articles 1382 et 1383 du Code civil, de constater qu'elle a pris toutes les précautions nécessaires pour ne porter atteinte aux droits privatifs des tiers, de constater qu'elle a remis rapidement en place les mesures de blocage nécessaires dès quelle a eu connaissance de

l'assignation du demandeur, de dire qu'elle n'a commis aucune faute et de débouter le demandeur de ses demandes fondées sur la faute, de dire que les demandes fondées sur la publicité mensongère sont mal fondées, en tout état de cause de dire que le Syndicat Français de la Literie ne démontre aucun préjudice, de le débouter de l'ensemble de ses demandes et de le condamner au paiement de la somme de 50.000 euros en application de l'article 700 du nouveau Code de procédure civile.

II- SUR CE :

* Sur la mise hors de cause de la société GOOGLE FRANCE :

La société GOOGLE FRANCE demande à être mise hors de cause, la seule société exploitant les sites publicitaires litigieux étant la société californienne GOOGLE INC. Elle verse notamment aux débats le contrat conclu entre elle et GOOGLE INC aux termes duquel c'est cette dernière qui aurait la charge et la gestion du moteur de recherche, un constat du 15 janvier 2007 qui établirait qu'elle n'est ni l'hébergeur, ni l'éditeur du site Internet "google.fr" et qu'elle n'est pas l'exploitante des services qui y sont associés et diverses décisions de justice l'ayant mise hors de cause.

Le tribunal note à titre liminaire que cette argumentation a été présentée pour la première fois dans des conclusions du 24 avril 2007, soit quinze mois après l'assignation et alors que la société GOOGLE avait déjà conclu à plusieurs reprises sur le fond du litige sans soulever cette difficulté.

Au vu des pièces produites il est acquis que la société GOOGLE INC est effectivement le titulaire du nom de domaine "google.fr" et que l'ensemble de l'activité "moteur de recherche" de la société GOOGLE est aux Etats Unis.

Il n'en demeure pas moins que la société GOOGLE FRANCE est présentée aux yeux du public français comme étant le gestionnaire des liens sponsorisés ainsi qu'il ressort de nombre d'interviews données par son gérant Monsieur Mats Carduner. De plus, une seule société GOOGLE est immatriculée en France, GOOGLE FRANCE. Cette dernière est présentée, sans qu'elle ne l'ait jamais contesté, dans de nombreuses décisions, dont une décision du Conseil de la Concurrence, comme étant le prestataire des services publicitaires de GOOGLE. Enfin, la facturation des services de publicité n'est pas opérée aux Etats Unis mais en Irlande, ce qui ne peut qu'ajouter à la confusion et enfin la société GOOGLE communique son adresse en France dans le cadre de son activité de service de publicité.

Il ressort de l'ensemble de ces éléments, ajoutés au fait que ni le consommateur, ni l'annonceur n'ira vérifier laquelle parmi les sociétés GOOGLE française, irlandaise ou américaine a la responsabilité de la gestion des liens sponsorisés apparaissant sur le site Internet GOOGLE FRANCE, l'organisation interne du groupe et les liens entre la société mère et ses filiales n'étant pas apparente ni explicitée sur les pages de gestion du système Adwords, que la société GOOGLE FRANCE apparaît et se comporte comme étant responsable de l'activité

publicitaire du site Internet portant le même nom, GOOGLE FRANCE.

Il convient en conséquence de rejeter la demande de mise hors de cause de la société GOOGLE FRANCE.

* Sur les copies d'écran et le constat APP :

La société GOOGLE fait valoir que les copies d'écran produites par la demanderesse n'ont pas de caractère probant car elles n'ont pas été effectuées par un huissier.

Le tribunal relève d'une part que les captures d'écran ne sont pas contestées dans leur teneur et qu'en l'espèce plusieurs constats ont été dressés qui corroborent les éléments qui y apparaissent de sorte que celles-ci demeurent recevables et qu'il convient de les retenir dans les débats.

La société GOOGLE soulève la nullité des constatations effectuées le 1^{er} août 2005 par l'agent assermenté de l'APP et subsidiairement leur absence de valeur probante.

Le tribunal rappelle que la preuve dans les matières fondant les demandes peut être apportée par tous moyens et que le constat litigieux n'est pas un acte d'huissier. Dès lors il importe peu que la preuve de l'assermentation de l'agent de l'APP ne soit pas rapportée et ce d'autant plus que les constatations ont été effectuées selon les règles à suivre en la matière et que la société GOOGLE ne conteste pas ces constatations.

Il convient en conséquence de rejeter les demandes de la société GOOGLE sur ce point.

* Sur la qualification de marque de renommée :

La marque litigieuse est composée du dessin d'une femme endormie de profil, un bras glissé sous une imposante chevelure bouclée, ce dessin étant apposé dans un ovale et l'ovale étant lui-même incorporé dans un rectangle contrasté. Les mots "BELLE LITERIE" sont inscrits en caractères gras dans la partie supérieure de l'ovale et dans la partie inférieure est inscrite en petits caractères la mention "chambre syndicale nationale de la literie".

Le Syndicat Français de la Literie soutient que la marque semi-figurative n° 1 216 772 est une marque notoire et que la société GOOGLE y a porté atteinte en en reproduisant un de ses éléments essentiel, l'élément dénommatif "belle literie".

La société GOOGLE conteste le caractère notoire de la marque et fait valoir qu'en tout état de cause c'est la marque complète qui serait notoire et non les seuls termes "belle literie".

Aux termes des dispositions de l'article L. 713-5 du Code de la propriété intellectuelle "*L'emploi d'une marque jouissant d'une renommée pour des produits ou services non similaires à ceux désignés dans l'enregistrement engage la responsabilité civile de son auteur s'il est de nature à porter préjudice au propriétaire de la marque ou si cet emploi constitue une exploitation injustifiée de cette dernière. (...)*"

Pour déterminer si une marque est une marque de renommée il convient de prendre en compte tous les éléments pertinents dont la part de marché détenue par la marque, l'intensité, l'étendue géographique et la durée de son usage ainsi que l'importance des investissements réalisés par l'entreprise pour la promouvoir.

En premier lieu, il convient de souligner que parmi les critères précités définissant une marque de renommée, s'agissant en l'espèce d'une marque déposée, figure l'ancienneté de la marque. La marque "Belle Literie" existe depuis 1972, soit depuis plus de trente ans.

Le Syndicat Français de la Literie produit de nombreux extraits de revues et de journaux et deux études TNS SOFRES réalisées en 2001 et en 2004 dont il ressort qu'une personne sur deux connaît spontanément "la signature "Belle Literie" sans le logo et que 80% des français connaît le logo.

Il ressort également des pièces produites que l'investissement publicitaire consenti pour promouvoir la marque collective "Belle Literie" s'est élevé à 1.338 240 euros pour la période allant de 2002 à 2004, ce qui représente une somme considérable.

Le Syndicat Français de la Literie établit avoir toujours soutenu sa marque par des investissements publicitaires importants déjà en 1976 où elle apparaissait à la télévision et dans "69" grands quotidiens français" et en 1977 où elle faisait l'objet de plus de 250 spots publicitaires télévisés.

Le tribunal au vu de ces éléments constate que la marque semi-figurative "Belle Literie" est un marque de renommée.

Le tribunal relève que le sondage a porté sur la reconnaissance de la marque avec et sans l'élément figuratif. Il est indéniable que la marque a une plus grande notoriété lorsqu'elle est accompagnée du dessin. Cependant, une personne interrogée sur deux au cours du sondage reconnaît la marque "Belle Literie" sans le logo, ce qui démontre que l'élément verbal de la marque jouit également d'une notoriété certaine lorsqu'il est pris isolément.

Il en résulte que l'élément dénominatif "Belle Literie" de la marque complexe semi-figurative n° 1 216 772 est un élément distinctif de cette marque et qu'il bénéficie des dispositions de l'article L. 713-5 du Code de la propriété intellectuelle.

Compte tenu de l'application à l'espèce de ces dispositions il n'est pas nécessaire de déterminer s'il existe des faits de contrefaçon.

* Sur l'atteinte à la marque de renommée :

La société GOOGLE fait valoir que les termes "belle literie" sont utilisés dans leur sens courant de sorte qu'il n'existe pas d'usage illicite d'une marque.



Le tribunal relève que les mots belle et literie sont effectivement des mots du langage courant qu'il soient pris isolément ou qu'ils soient combinés.

Cependant, il résulte du procès verbal de constat APP du 1^{er} août 2005 que lorsque l'éventuel client du service Adwords introduit le mot literie pour décrire son activité, le générateur de mots clefs lui propose spontanément les termes "belle literie" et aucun autre qualificatif lié au mot literie, telles "de qualité", "confortable" etc...

De même il ressort des impressions d'écran des résultats de recherche menée dans l'outil de suggestion du service Adwords en date du 13 décembre 2005 que suite à la saisie du terme literie GOOGLE ne propose parmi une multitude de mots clefs aucun autre qualificatif que l'adjectif "belle" adjoint au mot literie.

Ces deux documents qui se confortent démontrent que l'usage des termes "belle literie" comme mot clef est bien un usage à titre de marque.

Cet usage est en l'espèce un usage injustifié de la marque puisqu'il permet à des sociétés non adhérentes du Syndicat demandeur de faire apparaître leur site à l'internaute cherchant des résultats sur la base d'une requête "belle literie".

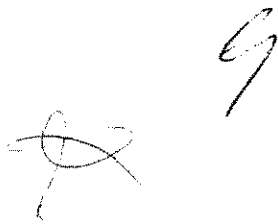
La société GOOGLE fait encore valoir que depuis le 19 janvier 2006 elle a bloqué la réservation des termes "belle literie" de sorte que cette marque n'apparaît plus dans l'outil de mots-clé et ne peut plus être réservée à ce titre. Cependant, les liens commerciaux continuent d'apparaître sur la page de résultat de l'internaute ayant saisi les mots "belle literie" lorsque l'annonceur choisit la fonction "requête large" du système Adwords et le mot- clé "literie". En effet, dans ce cas son lien commercial apparaîtra lors de toute requête incluant le mot "literie" seul ou en combinaison avec d'autres mots.

Le tribunal estime que le blocage par la société GOOGLE de l'utilisation de la marque à titre de mot-clé est insuffisant puisque la marque continue à être disponible dans le cadre de la "requête large". Or, la société GOOGLE dispose des moyens techniques permettant de bloquer non seulement la marque à titre de mot-clé comme elle le fait déjà, mais également l'association de cette marque avec des liens commerciaux apparaissant avec des mots- clé choisis en requête large.

Il en résulte que l'usage de la marque par GOOGLE dans le cadre de la requête large est également injustifié et constitutif d'une atteinte à cette marque pour le même motif que précédemment.

* Sur l'usurpation des noms de domaine :

Le Syndicat Français de la Literie soutient que l'usage des mots clefs "belle literie" par GOOGLE dans son programme Adwords constitue également une usurpation de ses noms de domaine "www.belle-literie.com" et "www.belle-literie.fr".



Le tribunal constate qu'en proposant le mot clé "belle literie" dans son programme Adwords et en faisant ensuite apparaître sur la page de recherche sous l'intitulé "liens commerciaux" des sites de concurrents ayant sélectionné ce mot clé, la société GOOGLE engendre un risque de confusion pour le consommateur d'attention moyenne entre les sites des liens commerciaux et le site ayant pour nom de domaine ce mot clé.

Il convient en conséquence de retenir à l'encontre de la société GOOGLE un acte de parasitisme, cette dernière tirant profit de la confusion entre le site du Syndicat et les sites de ses clients.

* Sur les actes de publicité mensongère :

Le Syndicat Français de la Literie fait valoir que les messages publicitaires diffusés sous la forme de liens hypertextes et apparaissant sur la même page que le résultat de recherche induisent les internautes en erreur en leur faisant croire que les sites des clients annonceurs ont un lien avec son site Internet.

La société GOOGLE soutient que la présentation des liens commerciaux n'est pas trompeuse, qu'elle n'est pas l'auteur des contenus des liens Adwords qui est le fait exclusif des souscripteurs et que les articles L.121-1 et L.115-33 du Code de la consommation ne s'appliquent qu'au contenu proprement dit des annonces publicitaires.

Aux termes des dispositions de l'article L.115-33 du Code de la consommation les propriétaires de marques de commerce de fabrique ou de services peuvent s'opposer à ce que des textes publicitaires concernant nommément leur marque soient diffusés lorsque l'utilisation de cette marque vise à tromper le consommateur ou qu'elle est faite de mauvaise foi. L'article L.121-1 du même code interdit toute publicité comportant sous quelque forme que ce soit des allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur, lorsque celles-ci portent notamment sur la nature, l'origine, la composition ou les qualités substantielles des biens et services, objet de la publicité.

Le tribunal estime que l'intitulé "Liens commerciaux" est en lui même trompeur car il porte l'internaute à croire qu'il existe un lien de nature commerciale entre les sites résultant de la recherche sur le moteur naturel de GOOGLE et les sites regroupés sous cette bannière.

Les annonces sont également trompeuses car elles laissent croire par leur regroupement sous la bannière en cause par leur affichage suite à l'utilisation d'un signe distinctif privatif et par la reproduction de ce signe dans leur en-tête qu'il s'agit de la promotion pour des sites proposant des produits authentiques.

Ainsi, la société GOOGLE en ayant choisi le terme "liens commerciaux" pour regrouper les annonces publicitaires paraissant sur l'écran de résultats des recherches sur son moteur et en regroupant sous ce terme des annonceurs dont certains n'ont pas l'autorisation d'utiliser le mot clé permettant un tel affichage a commis des actes de publicité mensongère au sens des textes précités au préjudice du Syndicat Français de la Literie.

* Sur les mesures réparatrices :

Le Syndicat Français de la Literie sollicite outre les mesures d'interdiction d'usage qui seront prononcées le paiement de la somme de 300.000 euros à titre de dommages et intérêts en réparation des préjudices subis.

Le tribunal estime que le préjudice subi par le Syndicat Français de la Literie est constitué par l'avilissement de la marque. S'agissant d'une marque collective ayant pour objet d'identifier des produits certifiés de qualité, le consommateur d'attention moyenne aura l'impression que tous les sites commerciaux apparaissant sur l'écran après la saisie de la marque sont des adhérents du syndicat et dès lors habilités à utiliser le "label" que s'efforce justement de promouvoir le Syndicat Français de la Literie.

Compte tenu de ces éléments et du montant des investissements publicitaires mis en place par le Syndicat Français de la Literie, il convient de fixer son préjudice à la somme de 30.000 euros pour ce qui concerne l'atteinte à la marque et de 20.000 euros pour ce qui concerne les actes de parasitisme constitués par l'atteinte aux noms de domaine et la publicité mensongère.

Il convient d'ordonner la publication de cette décision dans les termes du dispositif de cette décision dans des revues mais non sur le site de GOOGLE, la publicité dans les journaux étant suffisante pour réparer l'entier dommage.

* Sur l'exécution provisoire :

L'exécution provisoire est compatible avec la nature de l'affaire et nécessaire pour faire cesser le trouble né de la contrefaçon.

Il convient en conséquence de l'ordonner.

* Sur l'article 700 :

Le Syndicat Français de la Literie sollicite le paiement de la somme de 30.000 euros au titre des dispositions de l'article 700 du nouveau Code de procédure civile.

Il serait inéquitable de laisser à sa charge les sommes exposées par lui et non comprises dans les dépens. Il lui sera en conséquence alloué la somme de 30.000 euros de ce chef.

PAR CES MOTIFS

LE TRIBUNAL,
Statuant en premier ressort, par jugement contradictoire remis au greffe,

Déboute la société GOOGLE FRANCE de sa demande de mise hors de cause,

Déboute la société GOOGLE FRANCE de ses demandes visant à écarter des débats les copies d'écran non réalisées par un huissier et produits par le Syndicat Français de la Literie,

Déboute la société GOOGLE FRANCE de sa demande de nullité du procès verbal de constat dressé le 1^{er} août 2005 par Ambroise SOREAU, agent de l'Agence pour la de Protection des Programmes,

Dit que la marque collective semi figurative n° 1 216 772 est une marque de renommée,

Dit que la société GOOGLE FRANCE a porté atteinte à la marque de renommée n° 1 216 772 en proposant à ses clients du service Adwords le mot clé "Belle literie" reprenant l'un des éléments distinctif de la marque et en permettant l'association de la marque avec le mot-clé "literie" sélectionné par ces clients en requête large, au préjudice du Syndicat Français de la Literie, titulaire de la marque,

Dit que la société GOOGLE FRANCE a usurpé les noms de domaine "www.belle-literie.com" et "www.belle-literie.fr" au préjudice de leur titulaire le Syndicat Français de la Literie en faisant usage des termes "belle literie" à titre de mot-clés dans son service Adwords,

Dit que la société GOOGLE FRANCE a commis des actes de publicité mensongère en faisant apparaître les messages publicitaires d'annonceurs n'ayant aucun lien avec le droit d'utiliser la marque sur la même page que le résultat de la recherche portant sur la marque,

Condamne la société GOOGLE FRANCE à payer au Syndicat Français de la Literie la somme de 30.000 euros à titre de dommages et intérêts en réparation du préjudice né de l'atteinte à la marque de renommée,

Condamne la société GOOGLE FRANCE à payer au Syndicat Français de la Literie la somme de 20.000 euros à titre de dommages et intérêts en réparation des préjudices nés des actes de parasitisme et de publicité mensongère,

Autorise le Syndicat Français de la Literie à faire publier le dispositif de la présente décision dans deux revues, journaux ou périodiques de son choix et aux frais de la défenderesse, sans que le coût total de ces insertions n'excède, à la charge de celle-ci, la somme de 4.500 euros HT par insertion,

Rejette le surplus des demandes,

Ordonne l'exécution provisoire du présent jugement,


Condamne la société GOOGLE FRANCE à payer au Syndicat Français de la Literie la somme de 30.000 euros sur le fondement des dispositions de l'article 700 du nouveau Code de procédure civile,



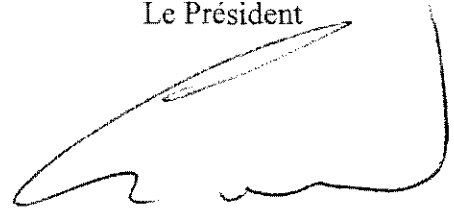

Condamne la société GOOGLE FRANCE aux dépens qui seront recouvrés conformément aux dispositions de l'article 699 du Nouveau Code de Procédure Civile.

Fait et jugé à Paris le 12 Décembre 2007

Le Greffier

A large, stylized handwritten signature in black ink, written over the text 'Le Greffier'.

Le Président

A large, stylized handwritten signature in black ink, written over the text 'Le Président'.A small, stylized handwritten mark or signature in black ink.A small, stylized handwritten mark or signature in black ink.

EXPÉDITION exécutoire dans l'affaire :

1er Demandeur : **SYNDICAT FRANCAIS DE LA LITERIE** et autres

contre 1er Défendeur : **S.A.R.L. GOOGLE FRANCE, représentée par son gérant, M. Nikesch ARORA** et autres

EN CONSÉQUENCE, LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE mande et ordonne :

A tous les huissiers de justice, sur ce requis, de mettre ladite décision à exécution,

Aux Procureurs Généraux et aux Procureurs de la République près les Tribunaux de Grande Instance d'y tenir la main,

A tous commandants et officiers de la force publique de prêter main-forte lorsqu'ils en seront requis.

En foi de quoi la présente a été signée et délivrée par nous Greffier en Chef soussigné au Greffe du Tribunal de Grande Instance de Paris

TRIBUNAL DE GRANDE INSTANCE DE PARIS
p/Le Greffier en Chef

