

**TRIBUNAL DE COMMERCE DE PARIS – 15<sup>ÈME</sup> CHAMBRE, 31 JANVIER 2011, BOTTIN  
CARTOGRAPHES C/ GOOGLE FRANCE, GOOGLE INC.**

**MOTS CLEFS : cartographie multimédia – applications web - google maps – abus position dominante – prix prédateurs – marchés connexes – publicité ciblée**

*Dans cet arrêt, où les sociétés Google France et Google Inc. sont condamnées pour abus de position dominante, le tribunal va mettre en œuvre un raisonnement intéressant en deux points. D'une part en ce qu'il considère que le fait de se trouver en position dominante sur le marché des moteurs de recherches entraîne une position similaire sur des marchés connexes, tels que ceux de la publicité et de la cartographie en ligne. Et d'autre part, en ce qu'il défend le consommateur – paradoxalement - en condamnant une société lui proposant des services gratuits.*

**FAITS :** La société Bottin Cartographes est spécialisée dans le secteur de la cartographie multimédia et plus particulièrement dans le domaine de la création d'applications web de plans d'accès et de cartes permettant la localisation d'adresses et l'édition d'itinéraires en ligne (en somme, un service de cartographie intégrant une carte sur un site internet). Elle reproche à Google, via « google maps API », de proposer gratuitement un service de cartographie en ligne similaire au sien – payant en l'occurrence -, éliminant ainsi la concurrence afin notamment de s'arroger tous les revenus publicitaires liés.

**PROCEDURE :** La société Bottin Cartographes a, par exploit, en date du 24 juillet 2009, assigné les sociétés Google France et Google Inc., devant le Tribunal de Commerce de Paris, afin que soit constaté un abus de position dominante des sociétés mises en cause, sur le marché pertinent de « la cartographie en ligne permettant la géolocalisation de points de vente sur les sites web des entreprises ».

**PROBLEME DE DROIT :** Est ce que le fait de proposer gratuitement ce service peut être considéré comme une pratique de prix prédateurs constituant un abus de position dominante ?

**SOLUTION :** Le tribunal a considéré, aux termes de l'article L 420-2 du code de commerce et de la jurisprudence constante de la Cour de Cassation, et après avoir constaté la position dominante des sociétés Google sur le marché pertinent défini, que celles-ci se sont livrées à un abus en pratiquant des prix prédateurs dans le but d'évincer leurs concurrents effectifs du marché, afin d'obtenir à terme, une quasi-exclusivité sur les revenus publicitaires liés. Il a considéré dans son analyse du marché, que la position dominante des sociétés Google sur les moteurs de recherche, les place également dans une position dominante sur les marchés connexes de la publicité et de la cartographie en ligne.

Le juge a notamment condamné Google France et Google Inc. (solidaires) au paiement de 500000€ de dommages et intérêts.

**SOURCES :** - LEGALIS, « Google Maps condamné pour abus de position dominante », legalis.net, mis en ligne le 3 février 2012 : [http://www.legalis.net/spip.php?page=breves-article&id\\_article=3328](http://www.legalis.net/spip.php?page=breves-article&id_article=3328)  
- LEXINTER, « Abus de position dominante », lexinter.net : <http://lexinter.net/JF/abuspositiondominante.htm>



**NOTE :**

« De l'utilité de voir plus loin que le bout de son nez », telle pourrait être la morale à tirer de cet arrêt. Car si à première vue, la condamnation d'une société proposant des services gratuits aux consommateurs peut paraître absurde, il n'en est rien avec un peu plus de recul. Alors que l'analyse de l'e-économie confine parfois à des résultats ésotériques, la décision qui est issue de ce jugement semble être dictée par le bon sens.

D'une position dominante constatée (I), le tribunal va analyser une stratégie économique complexe (II), constituant un abus.

***La position dominante et les marchés connexes.***

Après avoir reconnu de manière incontestable que Google exerçait une écrasante domination sur le marché des moteurs de recherches, les juges ont estimé, s'agissant de la cartographie comme de la publicité en ligne, qu'il existait un « lien de connexité » évident entre ceux-ci et le marché principal. Leur raisonnement tient à la transposition au secteur de la cartographie en ligne, d'un avis de la concurrence en date du 14 décembre 2010 qui affirmait que Google tirait sa domination dans le secteur de la publicité en ligne de sa position sur le marché des moteurs de recherche. En effet, dans un raisonnement similaire, on peut considérer que « la position dominante de Google Maps est directement liée à la domination de Google sur le marché des moteurs de recherche ». Un raisonnement envisageable, mais qui demanderait sans doute une plus ample démonstration.

Ceci dit, Google serait dans une position dominante sur le marché pertinent défini par les juges, à savoir « la cartographie en ligne permettant la géolocalisation de points de vente sur les sites web des entreprises ».

Un marché sur lequel exerce la société Bottin Cartographes, avec des produits et services que le consommateur peut considérer comme manifestement substituables à ceux de Google, de part leurs similitudes. Voilà donc deux acteurs en concurrence sur un marché, l'un d'eux en position dominante.

Reste à savoir si, comme le prétend le demandeur, Google abuse de cette position.

***La position dominante et la stratégie des « prix prédateurs ».***

La pratique dite des « prix prédateurs » est notoirement considérée comme un abus de position dominante, dès lors que ceux-ci sont utilisés par une société en pareille situation, et qu'ils ont pour objectif d'éliminer la concurrence effective ou potentielle, ou d'obtenir des avantages injustifiés (Art. L 420-2 c. com.).

En l'espèce les juges ont raisonné de la sorte : Ils ont estimé que Google a volontairement pratiqué des prix prédateurs (gratuité du service), afin de progressivement écarter ses concurrents du marché et dès lors, de bénéficier de l'ensemble des revenus publicitaires générés par les supports de l'activité de cartographie en ligne, et éventuellement, à terme, rendre son service payant sans avoir à se soucier de la concurrence.

Une décision qui a pour but de préserver la concurrence sur le long terme et par voie de conséquence, le consommateur.

Il est alors intéressant de noter que Google a décidé en novembre 2011 de faire payer les sociétés utilisant google maps, dès lors que l'application en question, recevait plus de 25000 requêtes par jour. Comme l'automobiliste qui décide finalement d'attacher sa ceinture sous les yeux de l'agent qui vient de lui faire signe de s'arrêter... trop tard.

Simon Vuillard-Pernier

Master 2 Droit des médias et des télécommunications  
AIX-MARSEILLE UNIVERSITE, LID2MS-IREDIC 2011



**ARRET :**

Trib. Com., 15<sup>ème</sup> Ch., 31 janvier 2012,  
*Bottin Cartographe c/ Google France, Google Inc.*

[...]

**Sur la violation des dispositions de l'article 420-2 du code de commerce**

Attendu que l'article 420-2 alinéa 1 du code de commerce dispose que : « Est prohibée, dans les conditions prévues à l'article L 420-1, l'exploitation abusive par une entreprise ou un groupe d'entreprises d'une position dominante sur le marché intérieur ou une partie substantielle de celui-ci... » ;  
Attendu que la jurisprudence, tant interne que communautaire, considère qu'une entreprise est en situation de position dominante lorsqu'elle est susceptible de s'abstraire des conditions du marché et d'agir à peu près librement sans tenir compte du comportement et de la réaction de ses concurrents ;

Attendu que l'Autorité de la Concurrence a défini le marché pertinent comme "le lieu où se rencontrent l'offre et la demande pour un produit C...) spécifique" ;  
Attendu que les sociétés Google détiennent incontestablement en France un monopole de fait sur le marché des moteurs de recherche ;

[...]

Attendu que cette situation engendre une position également dominante sur les marchés connexes que sont ceux de la publicité et de la cartographie en ligne ;

Attendu en effet qu'il s'agisse de la publicité en ligne (liens sponsorisés) ou de la cartographie en ligne (type Google Maps "portail"), ces secteurs présentent un lien de connexité évident avec le marché des moteurs de recherche ;

Attendu que l'Autorité de la Concurrence a, dans un avis du 14 décembre 2010, considéré que Google occupait « une position

fortement dominante » sur le marché des publicités liées aux recherches sur internet ;

[...]

Attendu que ce principe est parfaitement transposable à la cartographie en ligne, en effet, la position dominante de Google Maps étant directement liée à la domination de Google sur le marché des moteurs de recherche ;

[...]

Attendu que dans le cadre du présent litige, le marché considéré est celui de la cartographie en ligne permettant la géolocalisation de points de vente sur les sites web des entreprises ;

[...]

Attendu que l'Autorité de la Concurrence considère comme substituables, et comme se trouvant sur un même marché, les produits ou services dont on peut raisonnablement penser que les demandeurs les regardent comme des moyens alternatifs entre lesquels ils peuvent arbitrer pour satisfaire une même demande, le critère déterminant de leur choix résidant dans le prix auquel chacun des offreurs propose la vente ;  
Attendu en l'espèce que les sociétés Bottin Cartographes et Google offrent, directement pour l'une et via Google Maps API pour l'autre, des produits et services manifestement substituables entre eux, l'analyse des caractéristiques propres des modules de cartographie en cause, leurs conditions techniques d'utilisation, leur commercialisation et leurs coûts d'usage, ne laissant aucun doute sur la similarité des produits proposés ;  
Attendu que les sociétés Google ne contestent d'ailleurs pas ces similitudes ;

Le tribunal dira que la société Bottin Cartographes a parfaitement justifié d'une part de la réalité des parts de marché détenues par les sociétés Google et d'autre part de la domination du marché considéré par



ces dernières.

Attendu qu'il convient maintenant d'analyser les autres critères de l'abus de position dominante ;

Attendu que le prix de vente (égal à zéro) du module de cartographie des sociétés Google ne permet pas de couvrir le coût de revient nécessairement exposé pour l'élaboration et la distribution des produits ;

Attendu en effet que les parties au présent litige sont dans l'obligation de s'acquitter, auprès de fournisseurs spécialisés, des droits d'utilisation des données géographiques (ou vues aériennes) nécessaires à leurs créations ;

Attendu que la société Google, de par sa couverture mondiale, doit agréger les données de plusieurs dizaines de prestataires ;

Attendu qu'à ce coût d'acquisition des données brutes, s'ajoutent les frais exposés pour les besoins du traitement desdites données ;

Attendu que la Cour de cassation retient que la pratique de prix anormalement bas caractérise à elle seule une exploitation abusive dès lors qu'elle est le fait d'une entreprise en position dominante sur son marché ;

Attendu que l'Autorité de la Concurrence considère que la preuve de la volonté d'éviction résulte de plein droit de la pratique, par une entreprise en position dominante, de prix de vente inférieurs aux coûts variables ;

Attendu qu'en l'espèce, le comportement des sociétés Google aboutit à l'éviction de tout concurrent (exemple Maporama) mais en outre s'inscrit à l'évidence dans le cadre d'une stratégie générale d'élimination ;

Attendu que la pratique de gratuité a manifestement vocation à optimiser à terme la commercialisation de publicités ciblées ;

Attendu en effet qu'une fois la concurrence évincée, rien n'empêchera l'application des conditions contractuelles prévues depuis l'origine et partant l'insertion de

publicités sur les cartes web obtenues gratuitement via Google Maps API.

Attendu que les annonceurs seront en effet définitivement acquis à Google laquelle détiendra seule les supports publicitaires que représentent les cartographies web ;

Attendu que cette méthodologie est d'ores et déjà mise en application puisque Google organise dès à présent le marché de la publicité sur les supports de cartographies web, qu'en effet une recherche sur le moteur Google aboutit à la présentation d'une carte Google Maps, que cette systématisation influence définitivement les entreprises clientes, ces dernières estimant à juste titre que le choix de l'API Google Maps gratuit favorisera leur référencement naturel sur le moteur de recherche Google ;

Le tribunal dira qu'outre leur position dominante sur le marché, les sociétés Google ont pratiqué des prix abusivement bas, ont exploité abusivement leur position et qu'elles n'ont pu le faire que parce qu'elles étaient en position dominante et qu'ainsi les 4 conditions de l'application de l'abus de position dominante sont donc remplies.

[...]

#### DÉCISION

Le tribunal, statuant publiquement par jugement contradictoire en premier ressort, [...]

. Condamne solidairement les sociétés Google France et Google Inc. pour abus de position dominante ;

. Condamne solidairement les sociétés Google France et Google Inc. à verser à la société Bottin Cartographes une somme de 500 000 € à titre de dommages intérêts en réparation des préjudices subis ;

. Ordonne la publication du présent jugement dans les quotidiens Wall Street Journal, Herald Tribune, Le Monde, Le Figaro, La Tribune et Les Echos sans que le coût de chacune des publications puisse dépasser la somme de 5000 € HT ; [...]

