

Google change radicalement sa régie publicitaire en Europe

Technologie

Posté par: Visiteur

Publié le : 04-08-2010 20:03:50

Le moteur de recherche américain Google a annoncé mercredi un changement radical de sa régie publicitaire en Europe pour ouvrir à davantage d'annonceurs les liens sponsorisés apparaissant après une recherche sur une marque déposée

Jusqu'ici, les titulaires de marques avaient la possibilité de demander à Google de ne pas afficher les liens de tout autre annonceur en cas de recherche sur internet mentionnant spécifiquement leurs marques. La nouvelle politique de Google, déjà en vigueur aux Etats-Unis et en Grande-Bretagne, sera mise en application le 14 septembre, a indiqué son porte-parole pour la publicité en Europe, Ben Novick, lors d'une conférence de presse.

"Ce sera bénéfique pour l'utilisateur" qui pourra voir s'afficher, s'il tape le nom d'une grande marque de voiture, non seulement le site du constructeur automobile comme auparavant, mais aussi des liens sponsorisés vers les sites de garages, de comparateurs ou de pièces détachées, a-t-il expliqué. Les internautes "verront plus d'annonces pertinentes quand ils auront effectué une recherche", a-t-il fait valoir. Le changement de politique aura pour effet de "rétrécir le champ de ce que les propriétaires d'une marque peuvent contrôler" dans les publicités affichées par Google, a pour sa part estimé le directeur des affaires juridiques pour l'Europe du sud et de l'est du groupe, Yoram Elkaim. Ce changement intervient après une décision en ce sens de la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) en mars. "Si une marque a été utilisée en tant que mot-clé, le titulaire de celle-ci ne peut pas invoquer le droit exclusif qu'il tire de sa marque contre Google", avaient estimé les juges européens. Il touche la régie publicitaire Adwords, dans laquelle les marques font des enchères sur des mots-clés, et paient Google en fonction du nombre de clics sur leurs liens sponsorisés, et les liens sponsorisés liés aux recherches à l'intérieur de sites internet (AdSense). Google, qui a retiré 97% de son chiffre d'affaires de la publicité en 2009, n'a pas donné d'informations sur les effets escomptés de ce changement sur ses revenus. Les sociétés concernées "ont commencé à être informées" mercredi, a indiqué M. Novick. En Grande-Bretagne et en Irlande, ce changement en 2008 "avait d'abord fait crier au loup, mais il n'a finalement pas donné naissance à beaucoup de litiges", a pour sa part avancé Bill Echikson, directeur de la communication de Google en Europe. En France, plusieurs procès ont été intentés contre Google pour atteinte aux marques, notamment par le maroquinier de luxe Louis Vuitton, qui l'accusait de faire de la publicité pour des sites vendant des contrefaçons de ses produits. Dans le cadre de cette procédure, la Cour de cassation française avait saisi la CJUE, puis cassé en juillet dernier une condamnation en appel de Google, ordonnant que l'affaire soit rejugée.

afp.com