

14 janvier 2026
Cour d'appel de Paris
RG n° 23/05375

Pôle 5 - Chambre 4

Texte de la décision

Entête

2.

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

AU NOM DU PEUPLE FRANÇAIS

COUR D'APPEL DE PARIS

Pôle 5 - Chambre 4

ARRÊT DU 14 JANVIER 2026

(n° 3 , 45 pages)

Numéro d'inscription au répertoire général : N° RG 23/05375 - N° Portalis 35L7-V-B7H-CHKL6

Décision déferée à la Cour : Jugement du 23 Janvier 2023-Tribunal de commerce de Paris RG n° 2020022531

APPELANTE & INTIMÉE À TITRE INCIDENT

La société AOWOA, société par action simplifiée, agissant poursuites et diligences par ses représentants légaux en exercice domiciliés en cette qualité audit siège

Immatriculée au RSC de [Localité 12] sous le numéro : 790 412 498

[Adresse 7]

[Localité 3]

Représentée par Me Matthieu BOCCON GIBOD de la SELARL LX PARIS-VERSAILLES-REIMS, avocat au barreau de Paris, toque : C2477

Assistée de Me Hedy Saoudy Société d'Avocats FIDAL, avocat au barreau de Marseille

INTIMÉES & APPELANTES À TITRE INCIDENT

La Société GOOGLE IRELAND LIMITED, société de droit irlandais immatriculée en Irlande sous le N°368047, prise en la personne de ses représentants légaux domiciliés en cette qualité audit siège

[Adresse 8]

[Adresse 6]

La société GOOGLE FRANCE, SARL unipersonnel, prise en la personne de ses représentants légaux domiciliés en cette qualité audit siège

Immatriculée au RCS de [Localité 10] sous le numéro : 443 061 841

[Adresse 2]

[Localité 1]

Représentées par Me Benjamin MOISAN de la SELARL BAECHLIN MOISAN Associés, avocat au barreau de Paris, toque : L34

Assistées de Me Delphine Michot et Aude Dupuis , CLEARY GOTTLIEB STEEN &HAMILTON LLP, avocats au barreau de Paris, toque : J021

COMPOSITION DE LA COUR :

L'affaire a été débattue le 22 Octobre 2025, en audience publique, devant la cour composée de :

Mme Brigitte Brun-Lallemand, première présidente de chambre

M. Julien Richaud, conseiller

M. Olivier Douvreur, magistrat honoraire exerçant des fonctions juridictionnelles

qui en ont délibéré, un rapport a été présenté dans les conditions prévues par l'article 804 du code de procédure civile.

Greffière , lors des débats : Mme Elisabeth Verbeke

ARRÊT :

- contradictoire

- par mise à disposition de l'arrêt au greffe de la Cour, les parties en ayant été préalablement avisées dans les conditions prévues au deuxième alinéa de l'article 450 du code de procédure civile.

- signé par Mme Brigitte Brun-Lallemand, première présidente de chambre et par Mme Elisabeth Verbeke, greffière, présente lors de la mise à disposition.

Exposé du litige

*

* *

FAITS ET PROCÉDURE

Les parties et leurs activités

1. Les services de renseignements téléphoniques (ci-après, « les SRT »), qui permettent l'identification par un opérateur d'un numéro de téléphone à partir d'un nom ou d'une adresse, ont été ouverts à la concurrence sous la surveillance de l'Autorité de régulation des télécommunications (ci-après, « l'ART ») créée en 1996 et devenue en 2005 l'Autorité de régulation des communications électroniques, des Postes et de la distribution de presse (ci-après, « l'Arcep ») dont les

missions sont définies aux articles L 36-5 et suivants du code des postes et des communications électroniques. Conformément à l'article L 44 de ce code, cette autorité administrative indépendante :

- établit et gère le plan national de numérotation téléphonique qui garantit un accès égal et simple des utilisateurs aux différents réseaux et services de communications électroniques et l'équivalence des formats de numérotation ; - identifie la liste des numéros ou blocs de numéros pouvant être surtaxés et a la faculté de fixer les principes de tarification et les prix maximaux applicables à ces derniers ; - attribue, dans des conditions objectives, transparentes, non discriminatoires et de manière proportionnée, aux opérateurs qui le demandent, des ressources de numérotation et veille à leur bonne utilisation.

2. Pour mettre fin aux distorsions de concurrence induites par l'utilisation de formats de numéros différents et en particulier par l'exploitation du 12 par l'opérateur historique des télécommunications, l'ART a opté le 27 janvier 2005 pour l'attribution d'un numéro à six chiffres débutant par 118. L'encadrement des modalités de tarification de ces numéros a évolué, un plafond ayant été introduit le 1er août 2021, tant pour la charge d'établissement d'appel (3,00 euros par appel TTC) que pour la tarification à la durée (0,80 euros par minute TTC), en exécution de la décision n° 2018-0881 du 24 juillet 2018 de l'Arcep établissant le plan national de numérotation et ses règles de gestion.

3. La SAS Aowoa, créée en 2013, est spécialisée dans l'édition de services numériques et vocaux. Par décision du 20 juillet 2017, l'Arcep lui a attribué le numéro surtaxé 118 999 pour la fourniture de ses SRT sur le territoire national. Le 19 avril 2021, elle a abrogé ces dispositions. Le consommateur recourant aux services de la SAS Aowoa payait 2,99 euros à la connexion puis la même somme chaque minute, y compris après la mise en relation.

4. La SAS Aowoa a parallèlement réservé le nom de domaine renseignement-tel.fr qu'elle exploite pour promouvoir son activité.

5. La SAS Digital Solutions Prod, également opérateur de SRT, était partie en première instance mais ne l'est plus en appel.

6. Le groupe Google, dont les activités sont aujourd'hui concentrées sur la fourniture de services de recherche en ligne, l'offre de plateformes et de systèmes d'exploitation, la publicité en ligne et le matériel informatique, comprend notamment (ci-après, ensemble, « les sociétés Google ») :

- la société de droit irlandais Google Ireland Limited (ci-après, « la société Google Ireland ») qui est la principale filiale européenne de la société de droit californien Google LLC, qui propose aux internautes un service de moteur de recherche non payant (Google Search), ses recettes provenant majoritairement de la publicité qu'elle diffuse, en particulier via son programme Google Ads (dénommée AdWords jusqu'en août 2018). Ce service est exploité en Europe par la société Google Ireland ; - la SARL Google France, également filiale de la société Google LLC, qui exerce en France une activité principale déclarée de conseil en systèmes et logiciels informatique

7. Le service Google Search, entièrement automatisé et accessible via le nom de domaine google comportant des extensions propres à chaque déclinaison locale (google.fr en France), permet aux utilisateurs de chercher une information sur internet à partir d'une requête constituée d'un mot clé ou d'une série de mots clés. Les résultats obtenus sont issus d'un référencement généraliste dit naturel, quand ils sont déterminés par l'application d'algorithmes identifiant les sites internet les plus pertinents à partir de différents critères (popularité et autorité - fréquence de consultation ou de citation par d'autres sites -, qualité intrinsèque du contenu'), ou spécialisé lorsque la réponse est associée à un service Google dédié correspondant aux recherches (actualité, comparateurs de prix, cartographie et vidéos).

8. Le service Google Ads est un service de vente d'espace publicitaire offrant aux annonceurs, moyennant le paiement d'une rémunération indexée sur l'impact effectif de la campagne (nombre de clics), la possibilité d'afficher, notamment quand le référencement naturel les classe en mauvaise position, des publicités sur le site du moteur de recherche Google Search en fonction des termes de recherche choisis par les internautes. Les annonces s'affichent dans des bannières publicitaires comportant la mention « Annonce » situées au-dessus ou en-dessous des résultats dits naturels. Un système d'enchères détermine les annonces qui seront diffusées sur la base du coût par clic que l'annonceur est prêt à payer ainsi que leur ordre de diffusion en fonction notamment de leur pertinence et de leur qualité.

9. Lorsque les utilisateurs accèdent au moteur de recherche au moyen d'un smartphone, les annonceurs peuvent également, depuis 2010, intégrer à leurs annonces une « extension d'appel » afin de les rediriger directement, via une fonctionnalité Click-to-call, vers un appel téléphonique au lieu d'une page internet. Ces fonctionnalités d'annuaire et de mise en relation téléphonique des utilisateurs vers les coordonnées de professionnels ont été parallèlement développées, notamment sur le Google Search, à travers le Pack Local qui, à la différence de l'extension d'appel, est une fonctionnalité d'affichage non payante dont l'application, indépendante de toute sollicitation de la personne morale concernée, est essentiellement conditionnée par le caractère local de la recherche de l'internaute.

10. Pour pouvoir ouvrir un compte, chaque annonceur s'engage à respecter :

- les conditions générales de publicité Google Ads qui, susceptibles de modifications portées à la connaissance de l'annonceur sur son compte et dont l'acceptation conditionne la poursuite de l'utilisation du service, déterminent les termes applicables aux relations contractuelles liant la société Google Ireland et l'annonceur ;
- les règles Google Ads qui, accessibles depuis le compte de chaque annonceur, via un lien hypertexte inséré dans les conditions générales qu'elles intègrent ou sur la page du centre d'aide en ligne Google Ads, sont destinées à protéger les utilisateurs contre les contenus inappropriés et les risques créés par les annonceurs malveillants et définissent les critères fondant le refus de diffusion. La violation de ces règles, détectée par les services automatiques Google et portée à la connaissance de l'annonceur par un courriel et une alerte diffusée sur son compte, peut entraîner un refus d'annonce ainsi que la suspension temporaire ou définitive du compte de l'annonceur.

11. L'activité de moteur de recherche en ligne et celle de fourniture d'espaces publicitaires en ligne liée aux recherches sur internet sont interdépendantes, la réussite de la première conditionnant l'attractivité de la seconde, et inversement. Le moteur de recherche servant d'intermédiaire entre l'internaute et l'annonceur et la qualité du service qu'il offre dépendant tant de la pertinence des résultats par référencement que de l'utilité et de la valeur des annonces payantes affichées, le marché sur lequel opèrent les sociétés du groupe Google, naturellement incitées à s'assurer de la qualité

des sites qui réalisent des annonces, est biface, la définition et l'application des règles du moteur de recherche devant permettre aux différentes faces d'interagir en confiance.

Les relations entre les parties et les modifications des règles Google Ads

12. A compter du mois de décembre 2017, la SAS Aowoa a utilisé le service Google Ads à travers douze comptes. Entre le 15 décembre 2017 et le 26 janvier 2021, elle prétend avoir été destinataire de 47 refus d'annonces ou suspensions de comptes pour des motifs variés, pratiques dénoncées dans une lettre de mise en demeure de son conseil du 30 avril 2018.

13. Les sociétés Google expliquent que les sanctions notifiées aux opérateurs de SRT s'inscrivent dans une politique de surveillance générale destinée à prévenir leurs pratiques trompant la vigilance des internautes sur le caractère payant de leurs services mises en évidence par la presse et par une enquête de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (ci-après, « la DGCCRF ») menée en 2017 à la suite de nombreux signalements portant sur les numéros en 118 XYZ réalisés par des consommateurs déclarant avoir été facturés sans avoir eu conscience de recourir à des SRT. Le 24 janvier 2017, la Direction interministérielle du numérique et du système d'information et de communication (ci-après, « la DINSIC ») alertait directement le groupe Google sur le mécontentement grandissant visible sur ce sujet dans les forums en ligne.

14. Par décision 19-MC-01 du 31 janvier 2019, l'Autorité de la concurrence (ci-après, « l'ADLC »), saisie par la société Amadeus, un autre opérateur de SRT, de suspensions de certains de ses comptes Google AdWords courant 2018 qu'elle estimait constitutives d'un abus de position dominante et d'un abus de dépendance économique sur le marché de la publicité en ligne, a considéré que :

- les sociétés Google France et Google Ireland devaient être regardées comme détenant une position dominante sur le marché français de la publicité en ligne liée aux recherches ;

- faute d'avertissement préalable et de mention claire des manquements reprochés, alors même que les services commerciaux de ces sociétés étaient étroitement impliqués dans l'élaboration des campagnes publicitaires considérées comme non conformes à leur politique de contenus, les pratiques dénoncées étaient susceptibles de caractériser des ruptures brutales des relations commerciales et, des annonces identiques étant traitées différemment, d'être regardées comme discriminatoires ;

- ces pratiques étaient susceptibles d'avoir produit des effets anticoncurrentiels à raison de l'importance significative du service Google Ads dans la concurrence entre fournisseurs de services de renseignement et de l'impact effectif et important des mesures de suspension sur le volume d'appels, le chiffre d'affaires et la rentabilité de la société Amadeus.

15. L'ADLC a en conséquence prononcé des mesures conservatoires visant en particulier à la clarification des règles

Google Ads applicables aux SRT par voie électronique, à la mise en place d'une procédure de suspension de comptes des annonceurs prévoyant un avertissement formel et un préavis suffisant et à la formation des personnels commerciaux portant sur le contenu des règles Google Ads clarifiées.

16. Cette décision était confirmée pour l'essentiel par arrêt du 4 avril 2019 de la cour d'appel de Paris qui ne l'a réformée qu'au titre de cette dernière injonction.

17. Par décision 20-D-14 du 26 octobre 2020, l'ADLC a rejeté au fond la plainte de la société Amadeus au motif que les faits allégués avaient déjà été traités, qualifiés et sanctionnés dans le cadre de la décision 19-D-26 du 19 décembre 2019 et que les injonctions imposées à l'entreprise Google dans cette décision encadrent les pratiques dénoncées.

18. Aux termes de cette dernière, l'ADLC, saisie par la société Gibmedia, qui exerce une activité d'édition de sites sur internet et d'applications mobiles, ainsi que de mise à disposition des éditeurs de sites de solutions de paiement sur internet, dans le cadre d'une activité d'agrégation de solutions fournies notamment par les principaux opérateurs de communications électroniques français, a sanctionné l'entreprise Google pour avoir abusé de sa position dominante sur le marché de la publicité en ligne liée aux recherches, en violation de l'article L 420-2 du code de commerce et de l'article 102 du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (ci-après, « le TFUE »).

19. Après avoir retenu que l'entreprise Google détenait, sur le marché français de la publicité en ligne liée aux recherches, une position dominante présentant, à bien des égards, des caractéristiques « extraordinaires », elle précisait que ce niveau de dominance faisait peser sur elle une responsabilité particulière en matière de respect des règles de concurrence, notamment dans la mise en 'uvre des règles qu'elle édicte et qui, de fait, influencent les modèles économiques des annonceurs et régulent les interactions entre internautes et annonceurs, dont la position est particulièrement contrainte. Elle ajoutait que ces règles, dont le principe n'est pas critiquable, devaient être définies et appliquées de manière objective, transparente et non-discriminatoire compte tenu tant de leur impact sur l'activité des annonceurs et des sites et produits qu'ils promeuvent, que de leurs effets plus généraux sur les internautes et l'ensemble de l'écosystème.

20. L'ADLC observait que l'appréciation de la portée précise des règles Google Ads se heurtait à leur manque de clarté et à l'absence, parfois, de distinction nette entre elles, alors qu'elles étaient nombreuses. Elle notait que leur manque d'objectivité et de transparence rendait très difficile l'anticipation par les opérateurs de la conformité de leurs annonces, produits et services et laissait la vérification de leur respect et la possibilité de les modifier à la discrétion entière de l'entreprise Google, pouvoir qu'elle a utilisé de manière discrétionnaire, aléatoire et inéquitable en établissant des différences de traitement entre des opérateurs similaires et en adoptant, à l'égard des mêmes annonceurs, des revirements de position renforçant l'opacité des règles, ses équipes commerciales proposant à des clients dont les comptes avaient été suspendus des accompagnements personnalisés pour développer leurs sites.

21. Relevant que les règles Google Ads et l'application qui en avait été faite outrepassaient ce qui devrait être un usage proportionné à l'objectif légitime de protection du consommateur,

l'ADLC concluait que cette situation produisait des effets directs sur le marché de la publicité en ligne liée aux recherches

et avait pour effet, au moins potentiel, de perturber le fonctionnement de la concurrence sur les marchés aval sur lesquels les annonceurs opèrent.

22. Aussi, l'ADLC a infligé à l'entreprise Google une amende de 150 millions d'euros et lui a enjoint, pour une durée de cinq ans, de clarifier les règles Google Ads et les procédures de suspension afin d'éviter que celles-ci ne revêtent un caractère brutal et injustifié, et de mettre en place de mesures de prévention, de détection et de traitement des violations aux règles Google Ads.

23. Par arrêt du 7 avril 2022, la cour d'appel de Paris a en particulier :

- réformé l'article 1er de cette décision en ce qu'il a dit établi que la SARL Google France avait enfreint les dispositions des articles L 420-2 du code de commerce et 102 du TFUE ;
- réformé l'article 2 de la même décision en ce qu'il a prononcé des sanctions solidaires incluant cette société ;
- statuant à nouveau, mis hors de cause la SARL Google France au titre de l'infraction visée à l'article 1 de la décision ;
- infligé aux sociétés Google LLC et Google Ireland une sanction solidaire de 150 millions d'euros au titre des pratiques visées à l'article 1er, dont la société Alphabet Inc sera également solidairement tenue au paiement dans la limite de 72 millions d'euros ;
- réformé l'article 3 de la décision n° 19-D-26 en supprimant les injonctions relatives à la détection et au traitement des violations des règles protectrices des internautes prévues aux paragraphes 580 à 585 de cette décision ;
- complété, pour le surplus, cet article 3 en disant que les « Règles protectrices des internautes » sur lesquelles portent les injonctions qui y sont prévues devaient être interprétées comme comprenant les règles Google Ads qui comportent, dans leur intitulé ou leur contenu, une référence à des comportements trompeurs, non fiables, aux promotions indignes de confiance, aux pratiques commerciales inacceptables, aux facturations douteuses, aux omissions d'informations pertinentes, à la vente d'articles gratuits et aux informations manquantes ;
- rejeté les autres moyens de réformation.

24. Entretemps, le 11 septembre 2019, le groupe Google a notifié aux annonceurs, sur le journal des modifications du centre d'aide Google, qu'il modifiait ses conditions générales pour ne plus autoriser les annonces pour les SRT à compter du mois de décembre 2019, préavis prorogé de trois mois. Sur interrogation de l'Association française du renseignement téléphonique (ci-après, « l'AFRT ») dont est membre la SAS Aowoa, la société Google Ireland précisait que l'interdiction concernait les annonces pour les SRT exploitant un numéro en 118 XYZ mais ne s'appliquait pas aux annonces pour les services d'annuaires en ligne et modifiait sur ce point sa notification le 10 octobre 2019. Le 10 décembre 2019, la société Google LLC annonçait individuellement à la SAS Aowoa l'entrée en vigueur de ces modifications en mars 2020, information doublée d'une lettre officielle des conseils de la société Google Ireland du 16 décembre 2019.

25. Pour autant, par courriels des 2 et 6 janvier et 7 février 2020, la société Google Ireland proposait à la SAS Aowoa un accompagnement pour améliorer les performances de ses campagnes et maximiser leur portée.

26. Finalement exclue du service Google Ads dès l'entrée en vigueur de la nouvelle règle le 30 mars 2020 à minuit, la SAS Aowoa a, avec trois autres opérateurs de SRT, saisi en référé le tribunal de commerce de Paris qui, par ordonnance du 30 avril 2020, a ordonné sous astreinte aux sociétés Google Ireland et Google France, le rétablissement de la publication et de la diffusion des annonces en lien avec le SRT fourni par les demanderesse. Exécutée le 12 mai 2020, cette décision était intégralement infirmée par arrêt de la cour d'appel de Paris du 15 janvier 2021 objet d'un pourvoi rejeté par la chambre commerciale de la Cour de cassation le 19 octobre 2022.

27. Aussi, par courriel de son conseil du 1er mars 2021, la société Google Ireland a informé la SAS Aowoa que ses annonces pour ses SRT seraient refusées à compter du 3 mars 2021 faute d'être conformes à la règle Google Ads « Services de renseignements téléphoniques, de transfert et d'enregistrement des appels ». Le 19 avril 2021, la SAS Aowoa restituait son numéro 118 999 à l'Arcep.

L'introduction de l'instance et les prétentions des parties

28. S'appuyant sur la décision 19-D-26 du 19 décembre 2019 de l'ADLC et estimant que les refus et suspensions répétés de ses annonces et de ses comptes Google Ads de décembre 2017 au 31 mars 2020 puis du 12 mai 2020 au 31 mars 2021 caractérisaient un abus d'exploitation et que les mesures d'éviction des SRT en septembre et décembre 2019 appliquées le 31 mars 2020 puis le 3 mars 2021 constituaient un abus d'éviction, la SAS Aowoa, initialement codemanderesse avec deux autres opérateurs de SRT, a, par acte d'huissier signifié le 2 juin 2020, assigné la SARL Google France et la société Google Ireland devant le tribunal de commerce de Paris sur le fondement des articles L 420-2 et L 481-1 et suivants du code de commerce en sollicitant le maintien de la publication et de la diffusion de ses annonces pour ses SRT et l'indemnisation de ses préjudices.

29. Par jugement du 23 janvier 2023, le tribunal de commerce de Paris a statué en ces termes :

Déboute la Société de droit irlandais Google Irland Limited et SARL Google France de leur demande de mise hors de cause de la SARL Google France ;

Dit la demande reconventionnelle de la Société de droit irlandais Google Irland Limited et SARL Google France recevable ;

Condamne in solidum la Société de droit irlandais Google Irland Limited et SARL Google France à payer à la SASU Digital Solutions Prod et la SAS Aowoa les sommes de :

- 83.000 euros pour la SASU Digital Solutions Prod ;

- 48.000 euros pour la SAS Aowoa ;

Condamne in solidum la Société de droit irlandais à Google Irland Limited et SARL Google France payer à la SASU Digital Solutions Prod et la SAS Aowoa chacune la somme de 35.000 euros en réparation de leur préjudice d'image et de désorganisation ;

Condamne la SASU Digital Solutions Prod à payer à la Société de droit irlandais Google Irland Limited la somme de 1.067.180,42 euros au titre de factures Google Ads impayées ;

Ordonne la compensation entre les créances et dettes réciproques ;

Dit n'y avoir lieu à application de l'article 700 du code de procédure civile ;

Déboute les parties de leurs demandes autres, plus amples ou contraires ;

Condamne in solidum la Société de droit irlandais Google Irland Limited et SARL Google France aux dépens ['].]

30. Par déclaration reçue au greffe le 20 mars 2023, la SAS Aowoa a interjeté appel de ce jugement.

31. Aux termes de ses dernières conclusions notifiées par la voie électronique le 30 septembre 2025, la SAS Aowoa demande à la cour, au visa des articles 1240 du code civil et L 420-2 et L 481-1 et suivants du code de commerce :

- vu les articles 15,16 et 915-2 (ancien article 910-4) du code de procédure civile, de :

o à titre principal, rejeter les prétentions nouvelles des sociétés Google Ireland et Google France et d'accepter les conclusions n°6 de la SAS Aowoa ainsi que ses conclusions n° 8 et les rapports du 23 septembre 2025 ;

o à titre subsidiaire, si par l'extraordinaire la cour venait à suivre l'argumentaire des sociétés Google Ireland et Google France tendant au rejet de ses conclusions n° 6, de rejeter également les conclusions des sociétés Google Ireland et Google France signifiées le 20 septembre 2025 ;

- de déclarer l'appel de la SAS Aowoa recevable et bien-fondé ;

- de confirmer le jugement du tribunal de commerce de Paris en ce qu'il :

o déboute les sociétés Google Ireland et Google France de leur demande de mise hors de cause de la SARL Google France ;

o condamne in solidum les sociétés Google Ireland et Google France aux dépens ;

o rappelle que l'exécution provisoire est de droit ;

- d'infirmen le jugement du tribunal de commerce de Paris en ce qu'il :

o condamne in solidum les sociétés Google Ireland et Google France à payer à la SAS Aowoa la somme de 48 000 euros ;

o condamne les sociétés Google Ireland et Google France à payer à la SAS Aowoa la somme de 35 000 euros en réparation de son préjudice d'image et de désorganisation ;

o dit n'y avoir lieu à application de l'article 700 du code de procédure civile ;

o déboute la SAS Aowoa de ses autres demandes ;

- statuant à nouveau, de :

o juger que les suspensions répétées des annonces et comptes Google Ads, depuis le début de l'exécution du contrat de publicité de la SAS Aowoa jusqu'au 31 mars 2020 au titre de la première période de suspensions, puis du 12 mai 2020 jusqu'au 3 mars 2021 au titre de la seconde période de suspensions, notifiées par simple voie d'annonce en ligne par les sociétés Google Ireland et Google France et appliquées pendant la durée d'exécution du contrat de publicité à l'encontre de la SAS Aowoa, dans des conditions subjectives, opaques et discriminatoires, s'analysent en un abus d'exploitation et

sont constitutives d'un abus de position dominante, ayant fait subir un préjudice du fait d'une interruption d'activité et de la perte de marge qui en a résulté ;

o juger que les mesures d'évictions des services de renseignements téléphoniques du service Google Ads formulées par simple voie d'annonce en ligne de septembre 2019 puis décembre 2019 intitulées « Nouveau règlement sur les services de renseignements téléphoniques, de transfert et d'enregistrement des appels (mars 2020) », par les sociétés Google Ireland et Google France, et appliquées le 31 mars 2020 et une seconde fois de manière définitive le 3 mars 2021 à l'encontre de la SAS Aowoa, sont des mesures d'évictions fautives et s'analysent en une pratique anticoncurrentielle constitutive d'un abus de position dominante des sociétés Google Ireland et Google France ayant causé directement un préjudice du fait de l'interruption d'activité, de la perte de marge brute et de la perte de chance qui en a résulté ;

- en conséquence, de :

o à titre principal, en se basant sur l'évaluation du rapport d'expertise de Tera du 22 septembre 2025, condamner les sociétés Google Ireland et Google France au paiement de la somme de 10 246 000 euros à la SAS Aowoa, à titre de dommages et intérêts pour les préjudices subis consécutifs aux suspensions fautives par abus de position dominante de ses annonces et comptes Google Ads entre décembre 2017 et avril 2021 ;

o à titre subsidiaire, en se basant sur le rapport d'expertise Aeque Principaliter (AP) du 22 septembre 2025, condamner la société Google Ireland et la SARL Google France au paiement de la somme de 5 591 900 euros à la SAS Aowoa, à titre de dommages et intérêts pour les préjudices subis consécutifs aux suspensions fautives par abus de position dominante de ses annonces et comptes Google Ads entre décembre 2017 et avril 2021 (soit 1 064 700 euros) et pour le préjudice de perte de chance consécutif à l'abus de position dominante d'exploitation et d'éviction commis par les sociétés Google Ireland et Google France (soit 4 527 200 euros) ;

- en tout état de cause, de :

o pour le préjudice d'image et de désorganisation de la SAS Aowoa, condamner les sociétés Google Ireland et Google France au paiement de la somme de 40 000 euros à la SAS Aowoa, à titre de dommages et intérêts pour son préjudice d'image et de désorganisation subis consécutifs à l'abus de position dominante d'exploitation et d'éviction commis par les sociétés Google Ireland et Google France ;

o débouter les sociétés Google Ireland et Google France de l'ensemble de leurs demandes ;

o débouter les sociétés Google Ireland et Google France de leur appel incident ;

o prononcer l'irrecevabilité de la demande de mise hors de cause de la SARL Google France ;

o condamner in solidum les sociétés Google Ireland et Google France au paiement de la somme de 150 000 euros à la SAS Aowoa au titre de l'article 700 du code de procédure civile ainsi qu'aux entiers dépens dont distraction au profit de la Selarl LX [Localité 10]-Versailles-Reims.

32. En réponse, dans leurs dernières conclusions notifiées par la voie électronique le 30 septembre 2025, les sociétés Google Ireland et Google France demandent à la cour :

- vu l'article 910-4 du code de procédure civile, de juger irrecevables les prétentions de la SAS Aowoa au-delà du montant de ses prétentions fixées dans ses premières conclusions du 19 juin 2023 ;

- vu les articles 15 et 16 du code de procédure civile, de rejeter des débats les conclusions de la SAS Aowoa n°6 signifiées le 23 septembre 2025 et les rapports d'expertise produits en pièces n° 93 et 94 ;

- vu les articles L 420-2 du code de commerce et 1240 du code civil, d'infirmier le jugement du tribunal de commerce de Paris du 23 janvier 2023 en ce qu'il :

o déboute les sociétés Google Ireland et Google France de leur demande de mise hors de cause de la SARL Google France ;

o condamne in solidum les sociétés Google Ireland et Google France à payer à la SAS Aowoa les sommes de 48 000 euros et de 35 000 euros en réparation de son préjudice d'image et de désorganisation ;

o dit n'y avoir lieu à application de l'article 700 du code de procédure civile ;

o condamne in solidum les sociétés Google Ireland et Google France aux dépens ;

o déboute les sociétés Google Ireland et Google France de leurs autres demandes ;

- statuant à nouveau, de mettre hors de cause la SARL Google France ;

- de débouter la SAS Aowoa de l'intégralité de ses demandes ;

- de condamner la SAS Aowoa à verser à chacune des sociétés Google Ireland et Google France la somme de 50 000 euros en application de l'article 700 du code de procédure civile ;

- condamner la SAS Aowoa aux entiers dépens.

33. Conformément à l'article 455 du code de procédure civile, la cour renvoie à la décision entreprise et aux conclusions visées pour un exposé détaillé du litige et des moyens des parties.

34. L'ordonnance de clôture a été rendue le 1er octobre 2025. Les parties ayant régulièrement constitué avocat, l'arrêt sera contradictoire en application de l'article 467 du code de procédure civile.

Motivation

MOTIVATION

I - Sur la recevabilité des conclusions et des pièces

Moyens des parties

35. Les sociétés Google Ireland et Google France soutiennent que, conformément au principe de concentration des prétentions posé par l'article 910-4 du code de procédure civile dans sa version en vigueur entre le 1er janvier 2020 et le 1er septembre 2024 et éclairé par l'arrêt de la 2ème chambre civile de la Cour de cassation du 11 septembre 2025 (n° 22-20.458), sauf pour répliquer aux conclusions et pièces adverses ou faire juger les questions nées, postérieurement aux premières conclusions, de l'intervention d'un tiers ou de la survenance ou de la révélation d'un fait, lorsqu'une prétention présentée dans les premières conclusions est reprise dans les dernières avec une majoration de son montant, elle n'est recevable qu'à concurrence du montant fixé dans les premières conclusions. Observant que l'augmentation du quantum des demandes opérés dans les conclusions n° 6 de la SAS Aowoa ne sont pas justifiées par la survenance ou la révélation d'un fait nouveau et ne résulte pas d'une actualisation du préjudice mais d'une nouvelle évaluation de son montant, elles concluent à l'irrecevabilité des prétentions pour la partie excédant les sommes visées dans les premières conclusions du 19 juin 2023.

36. Elles exposent par ailleurs au visa des articles 15 et 16 du code de procédure civile que, alors que le jugement entrepris a été prononcé le 2 février 2023, le conseiller de la mise en état a, par bulletin du 9 mai 2025, fixé la date de l'audience de plaidoiries au 22 octobre 2025 et celle de la clôture au 9 juillet 2025 et que cette dernière a dû être reportée à deux reprises au 10 et 24 septembre 2025, la SAS Aowoa ayant conclu d'abord le 1er juillet 2025 puis le 8 septembre 2025. Elles ajoutent que, bien qu'elles aient répondu le 20 septembre 2025 de manière limitée, sans ajouter à leur argumentation relative au préjudice, la SAS Aowoa a notifié le 23 septembre 2025 à 17 heures 37 ses écritures n° 6 comprenant 70 pages de nouveaux développements et un doublement du quantum de ses demandes s'appuyant sur deux nouveaux rapports de partie communiqués en pièces 93 et 94. Elles précisent que, si le conseiller de la mise en état a reporté la clôture au 29 septembre 2025, elles n'avaient pas le temps, dans ce délai et moins d'un mois avant l'audience de plaidoiries, de répliquer.

37. En réponse, la SAS Aowoa explique que ses conclusions n° 6 ont été notifiées et ses pièces communiquées avant la clôture et ne peuvent de ce fait être déclarées irrecevables à raison de leur prétendue tardiveté. Elle ajoute que les intimées ont également conclu le samedi 20 septembre 2025 pour une clôture prévue le 24 septembre 2025 alors qu'elles savaient qu'elle venait de changer de conseil. Elle soutient en outre qu'une partie n'est pas fondée à se prévaloir de la tardiveté des conclusions adverses dès lors qu'elle n'a pas usé de la faculté de solliciter le report ou la révocation de la clôture (1ère Civ., 22 juillet 1986, Bull. civ. I, n° 220 ; 1ère Civ., 6 novembre 1990, D. 1990, IR, 277), une cour d'appel qui ne rejette pas des conclusions prétendues tardives ne pouvant être critiquée lorsque la partie a manqué de diligence en s'abstenant de solliciter la révocation de l'ordonnance de clôture (Com., 10 février 1976, n°74-12638 ; 1ère Civ., 29 janvier 1985, n° 74-12638). Elle précise avoir sollicité le report de la clôture dans le message accompagnant ses dernières écritures pour préserver le principe de la contradiction.

38. Elle expose par ailleurs que l'augmentation du quantum de ses prétentions indemnitaires traduit leur actualisation, le préjudice, qui doit être évalué au jour où le juge statue, n'étant pas définitif lors de la notification de ses premières écritures. Subsidiairement, elle conclut au rejet des écritures des sociétés Google Ireland et Google France du 20 septembre 2025.

Réponse de la cour

39. En application des articles 15, 16 et 135 du code de procédure civile, les parties doivent se faire connaître mutuellement en temps utile les moyens de fait sur lesquels elles fondent leurs prétentions, les éléments de preuve

qu'elles produisent et les moyens de droit qu'elles invoquent, afin que chacune soit à même d'organiser sa défense, le juge devant, en toutes circonstances, faire observer et observer lui-même le principe de la contradiction et pouvant écarter du débat les pièces qui n'ont pas été communiquées en temps utile.

40. Dans ce cadre, les dispositions des articles 907 et 802 du code de procédure civile (dans leurs versions issues du décret n° 2019-1333 du 11 décembre 2019 applicable au jour de la déclaration d'appel) prescrivant l'irrecevabilité des conclusions et pièces déposées postérieurement à l'ordonnance de clôture n'épuisent pas les vérifications à opérer pour s'assurer du respect du principe de la contradiction : le seul fait que les écritures et les pièces sont produites et communiquées avant l'ordonnance de clôture ne constitue pas une immunité procédurale et n'éteint pas l'obligation du juge de s'assurer, en toutes circonstances, que le contradictoire est pleinement préservé (en ce sens, imposant un contrôle du temps utile dont dispose une partie pour examiner les dernières pièces et conclusions notifiées la veille de l'ordonnance de clôture, 3ème Civ., 8 mars 2018, n° 17-11.411 ; Ch. Mixte, 3 février 2006, n° 04-30.592 ; Com., 17 novembre 2015, n° 14-15.720).

41. Après que la SAS Aowoa a conclu à trois reprises entre le 19 juin 2023 et le 18 novembre 2024 en augmentant les quanta de ses prétentions initiales et en abandonnant sa demande de rétablissement qui était l'objet de la seule fin de non-recevoir opposée par les intimées propre à l'instance d'appel dans leurs écritures en réponse du 19 septembre 2023, le conseiller de la mise en état, sur demandes de la SAS Aowoa des 10 février et 18 mars 2025, a fixé par bulletin du 9 mai 2025 l'audience de plaidoiries au 22 octobre 2025 et la date prévisible de la clôture au 7 juillet 2025. Cette dernière était cependant reportée au 10 puis au 24 septembre 2025, la SAS Aowoa ayant notifié ses conclusions 4 et 5 les 1er juillet et 8 septembre 2025 en réponse aux conclusions des intimées des 28 mai et 31 juillet 2025. Le 19 septembre 2025, les intimées répliquaient sans développer de prétentions ou de moyens nouveaux et en produisant quatre pièces nouvelles 11 bis, 14, 39 et 66 correspondant aux versions applicables des règles Google Ads pour répondre aux contestations de la SAS Aowoa sur leurs dates.

42. La procédure était alors en l'état, les intimées, qui ne formaient ni fin de non-recevoir propre à l'instance d'appel ni demande reconventionnelle, ayant eu la parole en dernier en limitant leurs dernières écritures à une réplique aux ultimes arguments de la SAS Aowoa sans soumettre au débat de moyens nouveaux, les dernières pièces communiquées n'appelant pour leur part aucune réponse spécifique. De fait, la SAS Aowoa n'y a consacré aucun développement dans ses écritures litigieuses.

43. Or, celles-ci, notifiées le 23 septembre 2023 à 17 heures 37 la veille de la clôture annoncée après deux reports motivés par la tardiveté des précédentes conclusions de la SAS Aowoa, comportent 54 pages supplémentaires et trois pièces nouvelles 93 à 95 comprenant, outre un article de presse n'impliquant en soi pas une réplique, deux rapports de partie du 22 septembre 2025. Ceux-ci fondent un doublement du montant de sa demande principale motivé, non par une actualisation du préjudice qui n'a pas évolué dans le temps, mais par un changement radical de sa méthode d'évaluation et d'élaboration du scénario contrefactuel.

44. Ainsi que le soulignaient justement les intimées dans leur courrier du 23 septembre 2025, un troisième report de la clôture n'était pas envisageable pour deux raisons qui privent de pertinence, en droit comme en fait, le moyen opposé par la SAS Aowoa tiré de l'absence de demande de report ou de révocation de l'ordonnance de clôture. D'une part, le délai courant jusqu'au jour de l'audience, prévue moins d'un mois plus tard, était insuffisant pour répondre au regard de l'ampleur des modifications apportées. D'autre part, ainsi que l'admet la SAS Aowoa (page 51 de ses écritures n° 8),

l'affaire revêt une importance particulière en ce qu'elle pose des questions de principe par ailleurs pendantes dans plusieurs dossiers examinés par le tribunal des activités économiques de Paris : la nécessité de maintenir la date d'audience à l'issue d'une mise en état de deux ans était impérieuse, chaque partie ayant de surcroît droit à ce que sa cause soit entendue dans un délai raisonnable inhérent au droit au procès équitable garanti par l'article 6§1 de la Convention de sauvegarde des droits de l'Homme et des libertés fondamentales. De ce fait, le report accordé pour le 1^{er} octobre 2025 par bulletin du 24 septembre 2025 n'a permis aux intimées que de conclure à l'irrecevabilité des conclusions n° 6 adverses et aux nouvelles pièces qui les accompagnaient.

45. Dès lors, les sociétés Google n'ont pas bénéficié d'un temps utile pour préparer leur défense et répondre aux conclusions n° 6 de la SAS Aowoa et à ses pièces 93 et 94.

46. La cour observe par ailleurs, que la SAS Aowoa a notifié le 30 septembre 2015 à 15 heures 38, alors que les intimées avaient pris des écritures le matin pour répondre exclusivement au moyen tiré de l'actualisation du préjudice justifiant l'augmentation du quantum des demandes, des écritures n° 8 comportant quatre pages de développements nouveaux sans lien avec le débat noué depuis le 23 septembre 2025 sur la recevabilité de écritures n° 6. Relatifs au marché des SRT et à l'éventuelle « nocivité » de ces derniers qui était en débat depuis le 30 juillet 2025, ils s'appuient sur deux nouvelles pièces 96 et 97 communiquées le jour-même. Les intimées n'ont bénéficié du temps nécessaire ni pour y répondre ni pour conclure à leur irrecevabilité avant la clôture prévue le lendemain. Aussi, ces pièces et conclusions seront également déclarées irrecevables en application des articles 15, 16 et 135 du code de procédure civile.

47. En revanche, rien ne justifie d'appliquer une telle sanction aux conclusions du 19 septembre 2025 (et non du 20 septembre) des sociétés Google qui, en leur qualité d'intimé ne formant aucune fin de non-recevoir ou demande reconventionnelle, pouvaient légitimement avoir la parole en dernier : notifiées à la faveur d'un report de la clôture ordonné précisément pour permettre leur dépôt, elles ne comportent ni moyen ni prétention nouveau et se réduisent à une réplique aux dernières écritures de la SAS Aowoa qui n'y a d'ailleurs pas apporté de réponse dans ses écritures n° 6 dont les développements n'ont pas été suscités par l'argumentation adverse mais par un changement de conseil.

48. En conséquence, les écritures n° 6 de la SAS Aowoa, ainsi que ses conclusions n° 7 et 8 sauf en ce qu'elles répondent à l'irrecevabilité opposée par les sociétés Google, ainsi que ses pièces 93, 94, 96 et 97 seront déclarées irrecevables et la cour statuera au fond sur les écritures n° 5 de la SAS Aowoa notifiées le 8 septembre 2025 et les conclusions des sociétés Google du 19 septembre 2025 ainsi que sur les pièces communiquées à leurs dates, outre la pièce 95 de la SAS Aowoa dont l'irrecevabilité n'est pas sollicitée et n'est pas commandée par sa nature.

49. Si le dispositif des écritures des intimées est demeuré constant, hors irrecevabilité des écritures n° 6 de la SAS Aowoa et de ses pièces 93 et 94, et ne mérite pas d'être repris, celui des conclusions n° 5 de l'appelante est distinct en sa partie finale récapitulant ses prétentions. Celles-ci sont les suivantes :

'Le gain manqué au titre des refus d'annonces fautives par abus de position dominante tout au long de la relation contractuelle avec Google,

- Condamner les sociétés Google Irland Limited et Google France au paiement de la somme de 1 015 600 euros à la

Société Aowoa, à titre de dommages et intérêts pour les préjudices subis consécutifs aux suspensions fautives par abus de position dominante de ses annonces et comptes Google Ads entre décembre 2017 et avril 2021,

La perte de chance pour le préjudice de perte de chance de réaliser des bénéfices futurs de la Société Aowoa du fait de l'éviction définitive du service Google Ads au 3 mars 2021,

- Condamner les sociétés Google Irland Limited et Google France au paiement de la somme de 4 189 300 euros à la Société Aowoa, à titre de dommages et intérêts pour le préjudice de perte de chance consécutif à l'abus de position dominante d'exploitation et d'éviction commis par les Sociétés Google Irland Limited et Google France,

En tout état de cause,

Pour le préjudice d'image et de désorganisation de la société AOWOA,

- Condamner les sociétés Google Irland Limited et Google France au paiement de la somme de 40.000 euros à la Société Aowoa, à titre de dommages et intérêts pour son préjudice d'image et de désorganisation subis consécutifs à l'abus de position dominante d'exploitation et d'éviction commis par les sociétés Google Irland Limited et Google France,

- Débouter les sociétés Google Irland Limited et Google France de l'ensemble de leurs demandes, fins et conclusions,

- Débouter les Sociétés Google Irland Limited et Google France de leur appel incident,

- Prononcer l'irrecevabilité de la demande de mise hors de cause de la société Google France des sociétés Google Irland Limited et Google France,

Y ajoutant,

- Condamner in solidum les sociétés Google Irland Limited et Google France au paiement de la somme de 80.000 euros à la Société AOWOA au titre de l'article 700 du code de procédure civile ainsi qu'aux entiers dépens dont distraction au profit de la Selarl LX [Localité 10]-Versailles-Reims.'

II - Sur l'abus de position dominante

1°) Sur le fait générateur et l'imputabilité des pratiques

Moyens des parties

50. La SAS Aowoa expose que la SARL Google France n'a pas repris sa demande de mise hors de cause dans le dispositif de ses dernières écritures et qu'elle a ainsi abandonné ce moyen de défense, ce qu'a constaté le jugement entrepris. Elle en déduit son irrecevabilité sur le fondement de l'article 564 du code de procédure civile, et, à défaut, son mal-fondé.

51. Elle observe au fond que les sociétés Google Ireland et Google France ont été, sur saisine de la société Gibmedia qui édite des sites web et fournit des services d'annuaires et de renseignements téléphoniques, de prévisions

météorologiques et d'informations juridiques et financières, définitivement sanctionnées par l'ADLC pour « avoir abusé de [leur] position dominante sur le marché de la publicité en ligne liée aux recherches » en violation de l'article L 420-2 du code de commerce et de l'article 102 du TFUE, les règles Google Ads ayant été jugées « inéquitables et discriminatoires ». Elle ajoute que cette décision 19-D-06 du 19 décembre 2019, confirmée par arrêt de la cour d'appel de Paris du 7 avril 2022, concerne son secteur d'activité (les services d'annuaires et de renseignements téléphoniques) et porte sur les règles qui lui ont été opposées durant leurs relations commerciales et qui ont justifié les mesures conservatoires prescrites par la décision 19-MC-01 du 31 janvier 2019. Elle précise ainsi que son action est une action consécutive à la décision 19-D-26, à l'instar de celles objet des jugements du tribunal de commerce des 10 février 2021 et 23 avril 2024 ayant condamné les sociétés Google Ireland et Google France à indemniser les victimes de pratiques identiques.

52. Elle explique que la position dominante des sociétés Google Ireland et Google France sur le marché de la publicité en ligne liée aux recherches est établie par la décision 19-D-26 comme par les jugements du tribunal de commerce qui a caractérisé le 10 février 2021 les effets anticoncurrentiels de ses pratiques sur le marché aval des services d'annuaire en ligne et de renseignements téléphoniques, services qui ne doivent pas être distingués et se situent sur un marché unique sur lequel les sociétés Google Ireland et Google France sont ses concurrentes directes par le biais du service Google My Business qui opère une mise en relation des consommateurs et des professionnels et est substituable à son offre pour le consommateur final. Elle indique que ces effets anticoncurrentiels doivent être pris en compte tant pour reconnaître l'abus d'exploitation durant l'exécution des contrats que pour caractériser son éviction à compter du 30 mars 2020.

53. Elle estime que les 47 refus d'annonces et suspensions de comptes qui lui ont été notifiés entre le 15 décembre 2017 et le 31 mars 2020 puis du 12 mai 2020 au 3 mars 2021 caractérisent une exploitation abusive de leur position dominante par les sociétés Google Ireland et Google France ainsi que l'établissent la décision 19-D-26, que la cour doit appliquer, et à sa suite le jugement du tribunal de commerce de Paris du 10 février 2021. Elle précise que ces refus et suspensions ont été fondés sur les mêmes règles automatiquement mises en 'uvre que celles examinées par l'ADLC, les motifs avancés étant imprécis, abstraits et confus (« vente d'articles gratuits », « numéro de téléphone non accepté », « destination non fonctionnelle », « contournement des systèmes ») alors que la société Google Ireland s'engage à envoyer à l'annonceur concerné, sauf « violation grave », « un avertissement contenant la nature de la violation de la règle et toute mesure corrective [à prendre pour s'y] conformer ». Elle constate que la société Google Ireland a reconnu le manque de clarté de ses règles puisqu'elle les a modifiées en mars 2019 et en juillet 2020. Elle ajoute que le rôle de régulateur que cette dernière prétend jouer ne lui incombe pas et que, si l'ADLC lui reconnaît la possibilité, sans qu'elle commette les pratiques anticoncurrentielles sanctionnées, d'écarter des annonces ou des acteurs qui se rendraient coupables de pratiques commerciales trompeuses, rien ne démontre qu'elle en ait commis. Elle en veut pour preuve que la société Google Ireland lui a au contraire proposé un accompagnement personnalisé pour développer leurs relations les 2 et 6 janvier et 7 février 2020.

54. Elle expose que le jugement n'a pas motivé le rejet de sa demande au titre de l'abus d'éviction commis du 31 mars 2020 au 12 mai 2020 puis à compter du 3 mars 2021. Elle reconnaît que la décision 19-D-26 ne concerne pas ces pratiques mais soutient qu'elle peut être mobilisée pour apprécier les refus de vente et les conditions de vente discriminatoires qu'elle impute aux intimées sur le fondement de l'article L 420-2 du code de commerce, les discriminations de second rang, qui constituent des pratiques portant atteinte à la concurrence entre les clients (marché aval) de l'entreprise dominante, étant sanctionnées. Elle précise que l'abus d'éviction découle du fait que la règle fondant la fermeture de ses comptes :

- est imprécise et opaque en ce que la modification unilatérale majeure de son contrat lui a été annoncée en septembre

2019, non par son cocontractant, mais par la société Google LLC et que la mesure d'exclusion ne concerne pas les « annonces pour les services de renseignements en ligne », renommés en décembre 2019 « services d'annuaires en ligne », alors que ceux-ci sont comparables aux SRT et ne peuvent être traités de manière différenciée ;

- a pour objet sinon pour effet, alors que l'activité des SRT est licite et régulée par l'Arcep, d'éliminer toute une profession concurrente directe de la société Google Ireland qui fournit elle-même un service de mise en contact téléphonique Google My Business. Elle soutient que celui-ci, peu important sa gratuité puisqu'il renforce la position privilégiée de Google Search et a de ce fait une valeur économique, permet à un annonceur d'afficher son numéro de téléphone et aux consommateurs finaux d'être mis en relation téléphonique avec lui, les services étant ainsi substituables et interchangeables pour le consommateur final. Elle ajoute que l'absence de concurrence directe n'est quoi qu'il en soit pas un motif de rejet de ses prétentions puisque l'abus de position dominante sur le marché amont a un effet anticoncurrentiel sur le marché aval, l'intérêt de la société Google Ireland à évincer les SRT étant renforcé depuis le lancement de son service payant Annonces Local Services permettant aux entreprises de mettre en avant leurs renseignements téléphoniques selon leur zone géographique ;

- crée une différence infondée entre services d'annuaires en ligne et de renseignements téléphoniques qui, placés dans une situation identique, sont substituables pour le consommateur en ce qu'ils reposent sur l'utilisation combinée du réseau téléphonique et d'internet, offrent des services payants de renseignements téléphoniques et lui permettent d'obtenir un renseignement sur un numéro de téléphone, l'ADLC ayant consacré cette unité dans ses décisions 19-D-26 et 19-MC-01 et l'entreprise Google l'ayant reconnue dans ses observations devant cette dernière. Elle relève que la gratuité du service d'annuaire, qui n'est pas systématique, est sans incidence ;

- a pour effet de restreindre la concurrence sur le marché des services d'annuaires et de renseignements téléphoniques qui sont totalement dépendants économiquement du service Google Ads, l'éviction des seconds, privés de toute alternative, parallèle au maintien des premiers créant une distorsion de concurrence et caractérisant une discrimination d'autant plus évidente que d'autres opérateurs de SRT ont continué à promouvoir leurs activités via le service Google Ads postérieurement à son éviction et que la société Google Ireland a développé un partenariat avec [Localité 9], acteur historique des renseignements téléphoniques ;

- est dépourvue de justification objective, la protection du consommateur, déjà assurée par la régulation de l'Arcep, ne fondant pas un traitement différencié et aléatoire des acteurs placés dans des situations comparables ainsi que l'ont souligné l'ADLC et le jugement du tribunal de commerce du 10 février 2021 ;

- ne repose sur aucun comportement fautif qui lui serait imputable, aucune plainte n'ayant été déposée à son encontre, les dénonciations anonymes sur des forums hébergés par des sites condamnés en justice n'étant pas probantes, et des sociétés fournissant des services d'annuaires ayant fait l'objet de suspensions de comptes. Elle conteste toute pratique commerciale trompeuse en soulignant l'affichage clair de ses tarifs sur ses annonces et la diffusion, dont la DGCCRF a reconnu la suffisance, d'un message gratuit d'information tarifaire les énonçant en début de chaque appel en offrant au consommateur la possibilité de raccrocher sans frais.

55. En réponse, les sociétés Google Ireland et Google France concluent à la mise hors de cause de la seconde au motif qu'elle n'exploite pas le service Google Ads, qui est fourni en Europe par la première ainsi que le précisent les conditions générales Google Ads et le confirment les factures émises et les courriers échangés, et n'a pas été en relation contractuelle avec la SAS Aowoa. Elles ajoutent que la SARL Google France, qui n'est pas mandataire de la société Google Ireland, n'a pas les moyens juridiques et techniques pour intervenir sur les comptes Google Ads. Elles observent enfin que l'arrêt du 7 avril 2022 réformant partiellement la décision 19-D-26 a, à l'instar de l'arrêt du 15 janvier 2021 objet d'un pourvoi rejeté le 19 octobre 2022 infirmant l'ordonnance de référé du 30 avril 2020, mis hors de cause la SARL Google France faute de preuve de son implication dans la relation nouée entre la SAS Aowoa et la société Google Ireland.

56. Sur le fond, les sociétés Google Ireland et Google France exposent que la SAS Aowoa fonde ses allégations relatives à l'abus d'exploitation exclusivement sur la décision 19-D-26 et sur la décision du tribunal de commerce de Paris rendue à la demande de l'opérateur de SRT Oxone, alors qu'elles ne sont pas directement transposables à sa situation et qu'elle n'explique pas en quoi l'abus serait caractérisé à son égard. Elles précisent ainsi que :

- la décision 19-D-26 sanctionne l'entreprise Google pour des pratiques mises en 'uvre entre le 24 juillet 2012 et le 30 octobre 2018 à l'égard de la société Gibmedia, qui n'a jamais exploité de SRT, et d'autres sites concurrents qui ne sont pas des opérateurs de SRT. Elles notent que, si la société Amadeus, concernée par la décision 19-MC-01, est un opérateur de SRT, l'unique faute qui leur a été reprochée réside en un comportement incohérent tiré de la fourniture d'un accompagnement personnalisé antérieur à la suspension de son compte par ailleurs tardive au regard de l'alerte des pouvoirs publics sur le caractère néfaste des SRT. Elles en déduisent que, dans cette logique, les opérateurs de SRT, tels la SAS Aowoa, n'ont pas été victimes du manque de clarté des règles Google Ads ni de leur instabilité mais en ont bénéficié ainsi que l'a jugé le tribunal de commerce le 3 juillet 2025 dans une affaire similaire. Elles ajoutent que la SAS Aowoa n'a pas profité d'un accompagnement personnalisé comparable à celui dont a joui la société Amadeus, les courriels qui lui ont été envoyés étant des messages standards ;

- le jugement du 10 février 2021 se rapporte à des faits distincts et repose sur des éléments propres à la société Oxone tandis que celui du 3 juillet 2025, qui concerne un opérateur de SRT, a écarté tout abus d'exploitation au motif que la société Google Ireland a agi sous la pression des pouvoirs publics et des consommateurs et que la violation manifeste de certaines règles Google Ads commandait les refus et les suspensions d'annonces notifiés.

57. Elles exposent par ailleurs que la SAS Aowoa ne prouve pas les 47 refus et suspensions d'annonces qu'elle allègue, sa pièce 92 visant 30 courriels l'informant de refus d'annonces ponctuels et 4 messages lui notifiant une suspension de l'un de ses comptes. Elles expliquent à ce titre que :

- sur les 20 courriels de refus d'annonces antérieurs au 30 mars 2020, 4 ont été écrits en portugais à raison d'une erreur de paramétrage de ses comptes par la SAS Aowoa, tous visant systématiquement la règle Google Ads enfreinte. Elles précisent que le motif « Destination non fonctionnelle » fondant 12 refus d'annonces est clair en ce qu'il vise les redirections vers des pages indisponibles (sites en construction ou en cours de maintenance) et que celui intitulé « Numéro de téléphone non validé », qui correspond également à une règle technique que l'ADLC n'a pas critiquée, est explicité en termes aisément compréhensibles. Elles ajoutent que les quelques refus justifiés par le non-respect des règles Google Ads « Vente d'articles gratuits », « Informations manquantes », « Contenu trompeur » ou « Comportement non fiable » étaient motivés par le fait que ces annonces avaient pour objectif d'induire en erreur les utilisateurs sur la nature du service proposé (SRT) et son caractère payant, en jouant sur le texte de l'annonce, les mots clés et l'intitulé du site de destination (par exemple en proposant d'obtenir le numéro d'une pharmacie de garde alors que cette information n'était pas accessible à un opérateur de SRT ou en laissant croire à l'internaute qu'il obtenait le numéro d'un service client alors qu'il utilisait celui, surtaxé, de la SAS Aowoa). Elles indiquent en outre que tout annonceur peut contester une suspension de compte ou un refus d'annonce, notamment via un lien présent dans le courriel de notification intitulé « Demander un nouvel examen » (pour les refus d'annonces) ou « Déposer une réclamation » (pour les suspensions de comptes) ;

- les 4 courriels de suspension de comptes antérieurs au 30 mars 2020 visent le motif « Contournement des systèmes » qui renvoie aux pratiques destinées à contourner les outils de contrôle automatique des annonces Google Ads et est défini dans la section « Utilisation abusive du réseau publicitaire » des règles Google Ads l'illustrant par des exemples ;

- le 7 mars 2019, en exécution des injonctions de l'ADLC, ont été ajoutés au sein de la règle « Vente d'articles gratuits » les critères de conformité d'une annonce pour les SRT à travers un « outil de dépannage » dédié comportant plusieurs

exemples (mots clés, textes ou pages faisant référence à des entreprises non affiliées ou à des services gouvernementaux), les règles Google Ads applicables aux SRT étant dès cette date nécessairement objectives et transparentes ;

- à partir du 30 mars 2020, les annonces de la SAS Aowoa, réactivées entre le 12 mai 2020 et 3 mars 2021 pour les seuls besoins de l'exécution de l'ordonnance de référé du 30 avril 2020 avant son infirmation, ont été refusées sur le fondement de la nouvelle règle Google Ads interdisant la publicité pour les SRT qui n'a pas été critiquée par l'ADLC alors qu'elle a été édictée pendant la période d'injonction. Elles ajoutent que les « quelques emails de refus d'annonces relatifs à cette période ont été envoyés entre le 10 et le 18 décembre 2020, ['] sont manifestement le résultat d'une erreur technique et ne démontrent pas l'existence d'une suspension significative du service Google Ads ».

58. Les sociétés Google Ireland et Google France exposent que l'abus d'éviction allégué n'est pas caractérisé, la règle sur les SRT, annoncée dès le 19 septembre 2019 et entrée en vigueur le 30 mars 2020 à minuit, ayant été soumise à l'ADLC qui, à l'instar des juridictions saisies de contestation la concernant, les décisions Oxone et Even Medi étant isolées, ne l'a pas critiquée et n'a jamais envisagé que la définition ou la mise en 'uvre d'une règle Google Ads puisse constituer un abus d'éviction.

59. Elles soutiennent ainsi que la société Google Ireland n'est pas active sur le même marché que la SAS Aowoa qui fournit un SRT payant. Elles précisent que l'ADLC a défini le marché pertinent, non dans sa décision 19-D-26, mais dans sa décision 19-MC-01 du 31 janvier 2019 comme le marché français de la « fourniture de services payants de renseignements par voie électronique » (§97 et suivants), marché qu'elle n'a pas étendu aux annuaires en ligne et aux solutions gratuites. Elles en déduisent que la condition préalable à la caractérisation d'une pratique d'éviction n'est pas remplie puisque la société Google Ireland n'est pas présente sur ce marché, ni le service Google My Business (devenu Google Business Profile), ou le Service Fiche d'Etablissement, qui appartiennent au marché des moteurs de recherche, ni l'extension Click-to-call proposée au sein du service Google Ads, qui relève du marché de la publicité en ligne liée aux recherches, ne constituant un service payant de renseignements par voie électronique. Elles indiquent à cet égard que :

- les Fiches d'établissement correspondent à un résultat par référencement naturel du moteur Google Search regroupant des informations publiques sur le professionnel dont le nom est l'objet d'une requête de l'utilisateur, service gratuit ne nécessitant aucune intervention du professionnel concerné, tandis que le service Google Business Profile est un outil gratuit à la disposition des entreprises leur permettant de créer une Fiche d'Etablissement ou d'en revendiquer une pour intervenir sur son contenu qu'elles peuvent agrémenter (photographies, offres, évènements, réponse aux avis). Elles soulignent avoir créé ces services en 2005 et ne pas les monétiser, à l'instar de la fonction gratuite Click-to-call affichée dans la Fiche d'établissement, revendiquée ou non, qui permet à l'utilisateur d'un smartphone d'appeler le professionnel dont le numéro apparaît et qui est une fonctionnalité basique utilisée par une majorité de sites internet. Elles indiquent que ces services font partie des activités du service de recherche généraliste du groupe Google sur le marché des moteurs de recherche défini comme le marché pertinent par la Commission européenne ;

- Google Ads n'est pas un service de renseignements par voie électronique : permettant aux professionnels d'afficher des annonces pour leur site au-dessus ou au-dessous des résultats gratuits du moteur de recherche, il relève du marché de la publicité en ligne liée aux recherches défini comme tel par les autorités de concurrence. L'inclusion de l'extension d'appel Click-to-call est payante pour l'annonceur, le prix étant calculé de manière similaire à celui de la publication de l'annonce en fonction des clics des internautes, et fait partie du service publicitaire lui-même à l'instar des Annonces Local Services ;

- les caractéristiques des SRT, soumis à une réglementation spécifique et à la régulation de l'Arcep, excluent toute relation de concurrence avec le service Google My Business, ne serait-ce qu'en ce que les premiers sont payants, et

particulièrement chers avant le plafonnement imposé par l'Arcep, et le second gratuit, raison pour laquelle l'ADLC a expressément restreint le marché des renseignements par voie électronique aux solutions payantes. Elles ajoutent que le service Google My Business n'est pas un service téléphonique, n'implique pas l'intervention d'un téléconseiller et offre un accès à des informations ne se limitant pas aux seules coordonnées téléphoniques que les opérateurs de SRT peuvent exclusivement révéler. Elles précisent que ces deux services visent des clientèles distinctes, les SRT s'adressant aux personnes utilisant peu internet, ce qui explique le déclin du marché depuis 2005.

60. Les sociétés Google Ireland et Google France exposent que les trois conditions cumulatives du refus de vente (refus portant sur un produit ou service objectivement nécessaire, non objectivement justifié et susceptible de conduire à l'élimination d'une concurrence effective sur le marché aval au détriment du consommateur) ne sont pas réunies. Elles soutiennent ainsi que :

- Google Ads, dont le groupe Google peut définir librement les conditions d'accès, y compris en mettant en 'uvre des exigences plus strictes que celles fixées par les pouvoirs publics, n'est pas une infrastructure essentielle, des alternatives, telles Bing Ads ou les différents canaux publicitaires en ligne ou non, existant, ce que l'ADLC et les juridictions nationales ont systématiquement reconnu ;

- la nouvelle règle sur les SRT est objectivement justifiée en ce qu'elle répond aux préoccupations de l'ADLC et est destinée à protéger les consommateurs et non à favoriser ses services ou ses partenaires, l'interdiction ayant au contraire réduit ses recettes publicitaires et ses relations avec la société [Localité 9] ne portant pas sur son SRT ;

- la SAS Aowoa ne prouve pas que l'interdiction de la publicité pour les SRT sur Google Ads est susceptible de conduire à l'élimination d'une concurrence effective sur le marché aval au détriment des consommateurs, les principaux acteurs ([Localité 9], Pages Jaunes et 118 218 Le Numéro) n'utilisant pas ce service.

61. Elles expliquent qu'aucun comportement abusif imputable à la société Google Ireland n'est caractérisé car la nouvelle règle est simple et a été clairement notifiée aux utilisateurs du service Google Ads le 10 décembre 2019 avant son entrée en vigueur en mars 2020, peu important que le courriel ait été envoyé par la société Google LLC, ce qu'elles contestent, avant d'être notifiée personnellement à la SAS Aowoa par lettre officielle du 16 décembre 2019. Elles prétendent que cette règle n'est pas discriminatoire, les services d'annuaires en ligne, successeurs des Pages jaunes et blanches, étant dans une situation différente puisqu'ils permettent de chercher gratuitement des coordonnées sur internet. Elles en déduisent que les SRT et les services d'annuaires en ligne, non règlementés, ne sont pas substituables du point de vue de l'offre ou de la demande et n'ont d'ailleurs jamais été critiqués par les consommateurs à raison de leur caractère trompeur. Elles soulignent également l'absence de discrimination dans sa mise en 'uvre, les preuves produites concernant la société Oxone, dont les annonces ont été diffusées en exécution du jugement du 10 février 2021, des publications pour des numéros à 10 chiffres ne relevant pas des SRT, des annonces ne révélant pas qu'elles concernent un SRT ou une annonce de la société [Localité 9] relative à son annuaire inversé gratuit. Elles précisent que le fait que des annonces échappent ponctuellement à sa surveillance automatisée à raison des stratagèmes employés par les opérateurs ne caractérise pas une discrimination.

62. Elles exposent enfin que la SAS Aowoa ne démontre pas que les abus d'exploitation ou d'éviction qu'elle allègue aient eu un objet ou un effet anticoncurrentiel, les premiers ne pouvant en soi restreindre sensiblement la concurrence sur le marché des SRT et les seconds n'étant pas crédibles, le service gratuit Google Business Profile existant depuis 2005 sans modification notable depuis 2014 et le service Google Ads étant payant et de ce fait affecté péjorativement par l'interdiction nouvelle. Elles ajoutent que le déclin du secteur des SRT est exclusivement lié à l'évolution technologique

qui a rendu obsolète un service payant permettant d'obtenir des informations désormais gratuites et aisément accessibles. Elles insistent sur le fait que l'exclusion des annuaires en ligne ne caractérise aucune distorsion de concurrence puisqu'ils ne relèvent pas du marché pertinent.

Réponse de la cour

a) Sur la mise hors de cause de la SARL Google France

63. Conformément aux articles 12 et 16 du code de procédure civile, le juge tranche le litige conformément aux règles de droit qui lui sont applicables et doit donner ou restituer dans le respect du principe de la contradiction leur exacte qualification aux faits et actes litigieux sans s'arrêter à la dénomination que les parties en auraient proposée.

64. La « mise hors de cause » ne renvoie à aucun moyen de défense de qualification univoque en ce qu'elle vise un résultat à atteindre sans révéler la nature des moyens qui la sous-tendent et qui peuvent toucher au droit d'agir, et caractériser une fin de non-recevoir, ou aux conditions de succès des prétentions, et être alors qualifiés de moyen de défense au fond. La détermination de sa nature dépend ainsi de celles des arguments développés à son soutien.

65. A ce titre, la SARL Google France prétend qu'elle n'exploite pas le service Google Ads, qu'elle n'est pas partie au contrat liant la SAS Aowoa à la société Google Ireland et qu'elle n'est pas impliquée dans leurs relations commerciales. Ce faisant, elle oppose l'impossibilité matérielle de lui imputer une faute personnelle et conteste, non sa qualité à défendre, quoiqu'elle conclue à l'irrecevabilité des demandes en corps de ses écritures, mais la réunion des conditions constitutives de sa responsabilité civile, moyen de défense au fond qui sera examiné lors de l'appréciation du bien-fondé des demandes de la SAS Aowoa.

66. Aussi, la mise hors de cause ne s'analysant pas en une prétention visée par l'article 564 du code de procédure civile mais en un moyen de défense au fond, au sens de l'article 563 de ce code, soutenant le rejet sollicité en première instance comme en appel, la fin de non-recevoir opposée par la SAS Aowoa tirée de son abandon devant le tribunal de commerce, est inopérante. Elle sera en conséquence rejetée.

b) Sur le cadre juridique du litige et les termes du débat

67. La SAS Aowoa fonde ses demandes indemnitaires sur les articles L 481-1 et suivants du code de commerce dont les sociétés Google Ireland et Google France ne contestent pas l'application.

68. Conformément au premier de ces textes, toute personne physique ou morale formant une entreprise ou un

organisme mentionné à l'article L 464-2 est responsable du dommage qu'elle a causé du fait de la commission d'une pratique anticoncurrentielle définie aux articles L 420-1, L 420-2, L 420-2-1, L 420-2-2 et L 420-5 ainsi qu'aux articles 101 et 102 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne.

69. Et, en application de l'article L 481-2 du code de commerce, une pratique anticoncurrentielle mentionnée à l'article L 481-1 est présumée établie de manière irréfragable à l'égard de la personne physique ou morale désignée au même article dès lors que son existence et son imputation à cette personne ont été constatées par une décision, qui ne peut plus faire l'objet d'une voie de recours ordinaire pour la partie relative à ce constat, prononcée par l'Autorité de la concurrence ou par la juridiction de recours.

70. Créés par l'ordonnance n° 2017-303 du 9 mars 2017, ces textes sont la transposition en droit interne de la directive 2014/104/UE du 26 novembre 2014. La transposition étant tardive, le délai pour ce faire ayant expiré le 27 décembre 2016 (article 21), la date à laquelle les mesures nationales de transposition entrent effectivement en vigueur dans l'Etat membre concerné ne constitue pas le critère pertinent (CJCE, 4 juillet 2006, Adeneler, C-212/04 ; §113 à 116 et 121), à la différence de l'article 22 de la directive fixant son champ d'application *ratione temporis*. A cet égard, l'article 9§1 de la directive, qui institue la présomption irréfragable relative à l'existence d'une infraction au droit de la concurrence reprise à l'article L 481-2 du code de commerce et porte ainsi sur un des éléments constitutifs de la responsabilité civile, est une règle de fond revêtant une nature substantielle (au sens de CJUE, Volvo AB et DAF Trucks NV c. RM du 22 juin 2022, C-267/20, et Cogeco Communications Inc. du 28 mars 2019, C-637/17). La concernant, la situation en cause est acquise dès lors que la décision concernée est devenue définitive (Repsol Comercial de Productos Petroliefros SA du 20 avril 2023, C-25/21). Aussi, la décision 19-D-26 étant devenue définitive avant le 27 décembre 2016, elle est applicable *ratione temporis* au litige.

71. Bien qu'elle ne l'invoque pas explicitement, la SAS Aowoa s'appuie implicitement mais certainement sur cette présomption quand elle écrit que son « action indemnitaire prend appui sur ces décisions » qui consacrent l'abus de position dominante dont elle demande réparation (page 20 de ses écritures) et que « la Cour d'appel de Céans ne pourra que constater, en application des décisions précitées et de sa jurisprudence, que les refus d'annonces Google Ads de l'appelante sont constituti[fs] d'un abus de position dominante d'exploitation » (page 27 de ses écritures). Il en est de même quand elle ajoute, au titre de l'abus d'éviction, que « la Décision définitive n°19D26 Gibmedia de l'Autorité de la Concurrence du 19 Décembre 2019 n'a pas explicitement adopté de mesure d'exclusion, décidée dans les Règles Google Ads, ['] puisque la mesure d'exclusion est intervenue plus tard, soit le 30 Mars 2020 ['] mais que celle-ci], fondement de l'action en réparation de pratiques anticoncurrentielles d'AOWOA, peut cependant être mobilisée tant la mesure d'exclusion prise pour toute la profession des renseignements téléphoniques par GOOGLE est l'illustration flagrante de son abus de position dominante » (page 36 de ses écritures). Les sociétés Google Ireland et Google France ont à cet égard correctement appréhendé les termes du débat puisqu'elles observent que « ces allégations sont fondées exclusivement sur la décision Gibmedia de l'Autorité de la concurrence et sur la décision du Tribunal de commerce de Paris rendue à la demande de l'opérateur de renseignements téléphonique Oxone, alors qu'elles ne sont pas directement transposables à la situation d'Aowoa, et sans qu'Aowoa n'explique en quoi l'abus serait caractérisé à son égard » (page 27 de ses écritures).

72. Aussi, applicable au litige, la présomption irréfragable de faute tirée de l'autorité de la chose décidée par l'ADLC est l'objet d'une discussion contradictoire des parties au sens de l'article 16 du code de procédure civile.

73. Toutefois, la SAS Aowoa invoque deux décisions de l'ADLC dont la différence de nature implique un traitement distinct. En effet, si la décision 19-D-26, confirmée sur ce point par l'arrêt de la cour d'appel de Paris du 7 avril 2022, constate au sens de l'article L 481-2 du code de commerce une pratique anticoncurrentielle, la décision 19-MC-01 du 31 janvier 2019, également confirmée pour l'essentiel par arrêt de la cour d'appel du 4 avril 2019, ne porte que sur des mesures conservatoires au sens de l'article L 464-1 du code de commerce. Ne se prononçant par hypothèse pas au fond, elle ne constate aucune infraction mais des pratiques « susceptibles de caractériser une rupture brutale des relations commerciales dans des conditions qui ne sont ni objectives ni transparentes » (§148) ou « d'être discriminatoires et d'avoir eu, comme telles, des effets anticoncurrentiels » (§158 et 164). Elle ne peut de ce fait fonder, à la différence de la décision 19-D-26, l'application de la présomption prévue par l'article L 481-2 du code de commerce.

74. Pour autant, malgré leur absence de portée normative, les constatations de cette décision de mesures conservatoires peuvent être mobilisées par les parties et par la cour pour apprécier à titre d'éléments de fait éclairant les pratiques querellées et, le cas échéant, fonder une présomption de fait au sens de l'article 1382 du code civil. Cet éclairage est d'autant plus pertinent que l'ADLC, dans sa décision 20-D-14 du 26 octobre 2020, a finalement rejeté la saisine de la société Amadeus au motif qu'elle était devenue sans objet, « la décision n° 19-D-26 couvr[ant] les faits dénoncés par Amadeus dans sa saisine [et imposant] à Google un certain nombre d'injonctions qui reprennent, en les élargissant, l'économie des mesures conservatoires imposées à Google dans la décision n° 19-MC-01 » (§55). Les décisions 19-MC-01 et 20-D-14 sont ainsi de nature à éclairer, non seulement les pratiques imputées aux sociétés, mais également la portée matérielle de la décision 19-D-26 du 19 décembre 2019 et de l'arrêt de la cour d'appel de Paris du 7 avril 2022.

75. La mise en 'uvre de la présomption de l'article L 481-2 du code de commerce suppose la détermination préalable de la portée matérielle, temporelle et personnelle de la décision 19-D-26, sa dimension territoriale ne faisant pas débat.

c) Sur la preuve du fait générateur et la caractérisation des pratiques

- Sur la portée de la décision 19-D-26 du 10 décembre 2019

76. La société Gibmedia exerce une activité d'édition de sites internet et d'applications mobiles et une activité de mise à disposition des éditeurs de sites de solutions de paiement sur internet, dans le cadre d'une activité d'agrégation de solutions fournies notamment par les principaux opérateurs de communications électroniques français. A la date de la saisine de l'ADLC, elle éditait plusieurs sites fournissant de « l'information payante sans publicité » tels que des sites d'annuaires téléphoniques, de prévisions météorologiques, d'informations juridiques et financières sur les entreprises, d'envoi de SMS depuis un ordinateur, de calcul d'impôt, de résultats d'examens et de programmes télévisuels (§46 et 47). Bien qu'elle ne fournisse aucun SRT stricto sensu, l'ADLC précise que les services d'annuaires et de renseignements téléphoniques sont, comme « de nombreux autres secteurs » impliquant des sites offrant des informations et des services en lien avec celles-ci, concernés par sa saisine (§59). Aussi leur consacre-t-elle d'importants développements (§69 à 82) et précise-t-elle dans sa décision 20-D-14 que les faits dénoncés par la société Amadeus (suspensions de ses comptes et refus d'annonces entre le 10 et 29 janvier 2018 dans des conditions non transparentes, non objectives et discriminatoires), qui pour sa part exploite un SRT (118 001) dans les mêmes conditions que la SAS Aowoa, ont été traités, qualifiés et sanctionnés dans le cadre de la décision 19-D-26 (§58). L'ADLC ajoute pour souligner cette identité de situation, qui s'étend à la SAS Aowoa par le truchement de la société Amadeus, que les griefs des sociétés Amadeus et Gibmedia, explicités dans les mêmes termes, portaient sur l'infliction de sanctions motivées par la violation des règles Google Ads, dont celle relative à la « Vente d'articles gratuits », que les pratiques dénoncées par la société Amadeus

avaient été considérées dans la décision 19-D-26 comme constitutives d'un abus de position dominante et que sa situation avait été prise en compte dans cette décision (§59 à 64).

77. Et, contrairement à ce que soutiennent les sociétés Google, l'ADLC, dans sa décision 19-MC-01, ne relève pas exclusivement leur incohérence tirée de l'accompagnement d'un service dont la nocivité avait été dénoncée par les pouvoirs publics et de sa réaction tardive, mais souligne que l'absence d'objectivité et de transparence dans la mise en 'uvre des règles Google Ads ne permet pas d'exclure le caractère non discriminatoire de leur application, certains concurrents dans des situations identiques ayant été traités différemment (§160 et 161). De la même manière, l'ADLC, dans sa décision 19-D-26, comme la cour d'appel à sa suite dans son arrêt du 7 avril 2022, ne se contente pas de souligner la poursuite de la promotion de SRT décriés, mais constate que :

- « l'analyse factuelle du comportement de Google permet de constater que les annonceurs sont dans l'impossibilité de comprendre ce qui est attendu d'eux pour se conformer aux Règles et maintenir leurs annonces sur Google Ads » (§377). Elle ajoute que la règle sur la « Vente d'articles gratuits » n'était ni objective ni transparente tandis que celle relative aux « Promotions indignes de confiance » était opaque, que le corpus de règles était en outre très instable et ne faisait pas l'objet de notifications systématiques (§379 et suivants) ;

- les règles ont été appliquées de façon inéquitable, leur défaut d'objectivité et de transparence conférant à la société Google Ireland une marge d'appréciation discrétionnaire dans leur mise en 'uvre, exclusive de toute uniformité et générant des chevauchements, ce pouvoir étant accru par sa faculté de modification unilatérale sans alerte préalable (§403 et 418).

78. Elle en déduit que les règles de Google Ads présentent la caractéristique de n'être ni objectives et transparentes ni appliquées uniformément et ne correspondent pas à une prise en compte proportionnée des objectifs de protection du consommateur (§426), et que ces pratiques ont des effets nocifs tant sur le marché de la publicité en ligne liée aux recherches que sur les marchés connexes (§434 et suivants), dont les trois secteurs concernés par la saisine, mais également sur tous les marchés où interviennent les éditeurs de services numériques sur internet.

79. Aussi, tant la SAS Aowoa que le marché des SRT sur lequel elle opère sont couverts par la décision 19-D-26.

80. Par ailleurs, aux termes de l'article 1er de la décision 19-D-26 partiellement réformé par l'arrêt du 7 avril 2022, il est établi que les sociétés Alphabet Inc., Google LLC et Google Ireland Ltd « ont enfreint les dispositions des articles L 420-2 du code de commerce et 102 du TFUE, en définissant et en appliquant les Règles de la plateforme publicitaire Google Ads (anciennement Adwords) de manière non transparente, non objective et discriminatoire ». Ainsi que le précise le Tribunal de l'Union européenne dans son arrêt *Martinair Holland NV* du 16 décembre 2015 (T-67/11), c'est par le dispositif de ses décisions que la Commission indique la nature et l'étendue des infractions qu'elle sanctionne et que, en principe, s'agissant précisément de la portée et de la nature des infractions sanctionnées, c'est le dispositif, et non les motifs, qui importe. A ce raisonnement transposable à l'appréciation de la portée d'une décision de sanction d'une autorité nationale de concurrence, il ajoute que c'est uniquement dans le cas d'un manque de clarté des termes utilisés dans le dispositif qu'il convient de l'interpréter en ayant recours aux motifs de la décision (§32, analyse reprise dans la circulaire du 23 mars 2017 de présentation des dispositions de l'ordonnance n° 2017-303 du 9 mars 2017 et du décret d'application n° 2017-305 du 9 mars 2017). Cette appréciation vaut pour la décision rendue par la juridiction de recours conformément à l'article 455 du code de procédure civile.

81. Contre la lettre claire de l'article 1er du dispositif de la 19-D-26 qui s'applique à l'ensemble des règles Google Ads, les sociétés Google soutiennent que les règles purement techniques « Destination non fonctionnelle » et « Numéro de téléphone non valide » n'ont pas été critiquées par l'ADLC.

82. Il est exact que, dans la décision 19-D-26, seules les règles « Vente d'articles gratuits » et « Promotions indignes de confiance » ont été examinées dans le détail. Mais, outre le fait que l'objet de l'injonction, sensiblement élargi par l'arrêt du 7 avril 2022, révèle que les mesures de clarification porte sur les règles Google Ads qui ont pour objet de protéger les utilisateurs du moteur de recherche en ligne Google Search contre les annonces et les sites malveillants pour l'ensemble des contrats conclus avec les annonceurs sur le marché de la publicité en ligne liée aux recherches sur le marché français (article 2 et §566 et 586), signe supplémentaire que la décision porte sur des motifs de refus ou de suspensions débordant largement les deux cas spécifiquement étudiés à titre d'illustration, l'appréciation de l'ADLC est globale et systémique et porte sur l'intégralité des règles Google Ads prises dans leur structure générale et leur articulation. Elle précise ainsi que « l'appréciation de la portée précise de chaque Règle se heurte à leur grand nombre, à l'opacité de leur formulation et à l'absence, parfois, de distinction nette entre elles » et que les deux règles examinées ne sont mobilisées qu'à titre d'exemple à raison de leur dénonciation par la saisissante et de leur importance particulière pour les annonceurs (§378). Elle conclut que « l'établissement et la mise en 'uvre des Règles contractuelles Google Ads, applicables entre Google et les annonceurs sur le marché de la publicité en ligne, constituent des pratiques abusives qui violent les articles 102 TFUE et L 420-2 du code de commerce » (§513). Aussi, la généralité de l'article 1er du dispositif est confortée par les motifs de la décision.

83. Elle l'est également par la décision 20-D-14 du 26 octobre 2020 qui précise que les pratiques alléguées par la société Amadeus, qui dénonçait les motifs de refus et de suspensions « Vente d'articles gratuits » mais également « Déclaration trompeuses » et « Contournement des systèmes », qui ont fait l'objet d'une première évaluation au stade des mesures conservatoires dans la décision 19-MC-01, ont été considérées dans la décision 19-D-26 comme constitutives d'un abus de position dominante (§60).

84. Aussi, la présomption de l'article L 481-2 du code de commerce couvre également les motifs de refus et de suspensions allégués par la SAS Aowoa qui supporte cependant la charge, non de leur caractérisation au sens de l'article L 420-2 du même code, mais de la preuve de leur réalité.

85. Enfin, la décision 19-D-26 du 19 décembre 2019 porte sur la période courant du 24 juillet 2012 au 30 octobre 2018, date de la notification des griefs (§517 et 520). Aussi, les pratiques alléguées susceptibles d'avoir été commises entre le 15 décembre 2017 et le 30 octobre 2018 (17 suspensions ou refus selon la pièce 92 extraite de la pièce 62 de l'appelante), dans le cadre de l'action consécutive dite follow-on introduite, sont couvertes par la présomption. La SAS Aowoa doit en revanche caractériser, à la lumière des décisions de l'ADLC 19-D-26, qui demeurent pertinentes pour les règles non modifiées, 19-MC-01 et 20-D-14, la pratique au sens de l'article L 420-2 du code de commerce pour les faits postérieurs, ce volet de l'action présentant la particularité d'être un stand-alone.

- Sur la portée de la présomption de l'article L 481-2 du code de commerce

86. Il ressort de la pièce 92 de la SAS Aowoa, qui récapitule et compile les courriels et notifications que lui a adressés la

société Google Ireland, intégralement produits, que :

- le compte 240-335-7525 a fait l'objet de refus d'annonces pour « Destination non fonctionnelle » notifiés par courriels les 3 mars 2018, 13 juillet 2018 (deux notifications), 27 août 2018, 21 décembre 2018 (message en partie en portugais), 1er mars 2019 (message en partie en portugais), 9 octobre 2020, 22 octobre 2020 (deux notifications) et 13 et 26 janvier 2021 ;
- le compte 785-848-5243 a fait l'objet de refus d'annonces pour « Vente d'articles gratuits », « Numéro de téléphone non validé », « Numéro de téléphone non accepté », « Ciblage des produits pharmaceutiques délivrés sur ordonnance » et « Destination non fonctionnelle » les 3 et 17 mars 2018, 3 avril 2018, 2 mai 2018, 31 octobre 2018, 1er février 2019 (message en partie en portugais), 22 octobre 2019 (message en partie en portugais) et 20 janvier 2020 ;
- les comptes 300-898-7882, 417-708-8807, 683-707-8574 et 310-303-5931, ont fait l'objet de suspensions respectivement les 2 novembre 2019, 22 juin 2018, 4 avril 2018 et 6 mars 2018 pour le motif suivant : « Contournement des systèmes » ;
- le compte 166-469-7294 a fait l'objet de refus d'annonces portant sur un SRT les 10 (deux notifications), 11 (deux notifications), 12, 13, 16 et 18 décembre 2020 pour le motif suivant : « Services de renseignements téléphoniques, de transfert d'enregistrement et des appels ». Ce dernier a également fondé les refus d'annonces du compte 773-830-9400 les 4 novembre 2020, 10 décembre 2020 et 16 janvier 2021, le motif « Contournement des systèmes » ayant été opposé le 4 novembre 2020 ;
- la vue d'ensemble des comptes 785-848-5243, 773-830-9400, 300-898-7882 et 159-030-8509 mentionne des suspensions de compte ou des refus d'annonces dont les motifs ne sont que très partiellement précisés tandis que les dates et le nombre de ces notifications sont indéterminables, carence dirimante notamment à raison de la variation dans le temps des règles de preuve et du contenu des règles Google Ads applicables :
 - o le récapitulatif du compte 785-848-5243 mentionne 105 annonces refusées sur la période du 20 janvier 2018 au 7 avril 2020 et ne vise qu'une « annonce récente » et qu'un motif (« Services de renseignements téléphoniques ») qui correspond à une règle substantiellement modifiée en mars 2020, analyse applicable au compte 159-030-8509 objet de sanctions fondées sur le même motif sur des périodes dont le découpage n'est pas compréhensible et qui sont pour partie postérieures à l'introduction de la nouvelle règle ;
 - o la vue d'ensemble du compte 773-830-9400 vise 4 annonces refusées entre le 30 décembre 2019 et le 7 décembre 2020 pour le même motif sans qu'il soit de surcroît possible de distinguer ces résultats de la notification de même objet du 4 novembre 2020 déjà évoquée. Cette observation vaut pour la synthèse du compte 300-898-7882, qui porte sur la période du 14 mars 2019 au 1er avril 2021 comprenant la notification du 2 novembre 2019 déjà retenue, et celle des comptes 417-708-8807, qui couvre la notification de même objet du 22 juin 2018, et 683-707-8574, qui fait également doublon avec la notification du 4 avril 2018. Elle est également transposable au compte 310-303-5931 dont la vue d'ensemble englobe le refus d'annonce du 6 mars 2018 ;
- les vues d'ensemble sont en revanche suffisantes pour apprécier les suspensions non concernées par des notifications parallèles qui, par hypothèse, sont effectives dès le début de la période. Sont concernés les comptes 130-265-5762 (« Contournement des systèmes ») à compter du 25 décembre 2018, 682-252-7103 (« Pratiques inacceptables ») dès le 21 décembre 2017 et 889-390-9373 (« Pratiques inacceptables ») en décembre 2017.

87. Ainsi, la SAS Aowoa prouve 30 refus d'annonces et 7 suspensions de compte à raison, sur la période du 15 décembre 2017 au 30 octobre 2018, de 8 refus d'annonces pour « Destination non fonctionnelle », « Numéro de téléphone non validé », « Ciblage des produits pharmaceutiques délivrés sur ordonnance » et « Ventes d'articles gratuits » et de 5 suspensions de comptes « Contournement des systèmes » et « Pratiques inacceptables ». La variété des motifs opposés

concernant le compte 785-848-5243 confirment l'analyse de la portée générale de la décision 19-D-26 et l'impossibilité d'extraire les règles d'apparence technique de son champs matériel, des annonces pour un service identique de fourrière ou un même site (info-telephonique.fr) pouvant successivement générer un refus pour « Ventes d'articles gratuits », « Destination non fonctionnelle », « Ciblage de produits pharmaceutiques » (quoique le texte de l'annonce soit « Fourrière Rambert D'[Localité 5] ») ou « Numéro de téléphone non accepté » sans que le destinataire puisse comprendre, en dépit des messages comportant parfois une brève explication, l'objet des sanctions, leur articulation et leurs éventuels cumuls ou chevauchements.

88. Dès lors, les pratiques recensées sur la période du 15 décembre 2017 au 30 octobre 2018, identiques à celles sanctionnées par l'ADLC et la cour d'appel de Paris, caractérisent un abus de position dominante de la société Google Ireland (abus d'exploitation) au sens de l'article L 420-2 du code de commerce au préjudice de la SAS Aowoa par l'effet de la présomption irréfragable posée par l'article L 481-2 du même code.

89. En revanche, la cour d'appel de Paris a, dans son arrêt du 7 avril 2022, mis hors de cause la SARL Google France au motif qu'elle fournit des services marketing, de soutien aux ventes et de recherche et développement à d'autres entités du groupe Google installées hors de France, qu'elle n'a pas les droits pour gérer les produits et service Google en France et que les annonceurs utilisant le service Google Ads contractent avec la société Google Ireland qui émet les factures correspondantes et perçoit les paiements par virement électronique. Elle ajoutait que les échanges en français avec les équipes commerciales et techniques Google ne permettaient pas d'impliquer la SARL Google France. Aussi, il appartient à la SAS Aowoa, qui ne peut se prévaloir, au sens de l'arrêt de la CJUE Sumal SL c. Mercedes Benz du 6 octobre 2021 (C-882/119), d'une imputation des pratiques anticoncurrentielles à l'entreprise constituée des sociétés Google Ireland et Google France dont l'existence n'a pas été alléguée, de démontrer que ces faits lui sont personnellement imputables.

90. Or, la SAS Aowoa ne développe à ce titre aucun moyen et se contente d'opposer l'irrecevabilité de la demande de mise hors de cause au visa de l'article 564 du code de procédure civile, fin de non-recevoir déjà rejetée. Elle ne prouve pas que la SARL Google France ait participé aux faits imputables à la société Google Ireland et qu'elle ait été impliquée, directement ou non, dans ses relations avec cette dernière.

91. En conséquence, le jugement entrepris sera infirmé en ce qu'il a condamné la SARL Google France au titre des pratiques anticoncurrentielles commises entre le 15 décembre 2017 et le 30 octobre 2018.

92. La présomption de l'article L 481-2 du code de commerce ne s'appliquant pas aux faits postérieurs au 30 octobre 2018, il incombe à la SAS Aowoa de prouver à compter de cette date les pratiques qu'elle allègue mais également de les caractériser au sens de l'article L 420-2 du code de commerce.

- Sur la caractérisation des pratiques postérieures

93. Quoique l'ADLC ait retenu l'existence d'une pratique anticoncurrentielle au sens de l'article L 420-2 du code de commerce et de l'article 102 du TFUE et que l'article 351 du règlement UE 1/2003 du 16 décembre 2002 impose aux

autorités de concurrence des Etats membres ou aux juridictions nationales qui appliquent le droit national de la concurrence à une pratique abusive interdite par l'article 102 du TFUE d'appliquer également ce dernier, la SAS Aowoa n'invoque que les dispositions du droit interne, cadre juridique accepté par les intimées, la question de l'affectation du commerce entre Etats membres n'étant pas en débat.

94. En vertu de l'article L 420-1 du code de commerce, sont prohibées même par l'intermédiaire direct ou indirect d'une société du groupe implantée hors de France, lorsqu'elles ont pour objet ou peuvent avoir pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence sur un marché, les actions concertées, conventions, ententes expresses ou tacites ou coalitions, notamment lorsqu'elles tendent à :

1° Limiter l'accès au marché ou le libre exercice de la concurrence par d'autres entreprises ;

2° Faire obstacle à la fixation des prix par le libre jeu du marché en favorisant artificiellement leur hausse ou leur baisse ;

3° Limiter ou contrôler la production, les débouchés, les investissements ou le progrès technique ;

4° Répartir les marchés ou les sources d'approvisionnement.

95. Et, en application de l'alinéa 1 de l'article L 420-2 du même code, 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. Ces abus peuvent notamment consister en refus de vente, en ventes liées ou en conditions de vente discriminatoires ainsi que dans la rupture de relations commerciales établies, au seul motif que le partenaire refuse de se soumettre à des conditions commerciales injustifiées.

96. Hors critère de l'affectation du commerce entre Etats membres mobilisé pour fonder l'application du droit de l'Union, les conditions matérielles de caractérisation d'un abus de position dominante sont identiques en droit interne et en droit de l'Union. Aussi, ce dernier, tel qu'interprété par la CJUE, est pertinent pour éclairer le litige, non comme source normative mais comme source d'inspiration, ce que reconnaissent les parties qui citent des décisions de cette dernière au soutien de leur argumentation.

97. Ainsi que l'a précisé le Tribunal de l'Union (Volkswagen AG c. Commission, 6 juillet 2000, T-62/98, §230), « la définition adéquate du marché pertinent est une condition nécessaire et préalable au jugement porté sur un comportement prétendument anticoncurrentiel, puisque, avant d'établir l'existence d'un abus de position dominante, il faut établir l'existence d'une position dominante sur un marché donné, ce qui suppose que ce marché ait été préalablement délimité ».

98. La société Google Ireland, sur l'ensemble de la période des pratiques dénoncées, ne conteste pas être en position dominante sur le marché de la publicité en ligne liée aux recherches, le niveau très élevé de ses parts de marché et l'existence de fortes barrières à l'entrée étant amplement documentée dans la décision 19-D-26 (§309 et suivants qui évoquent à ce titre, par référence à la décision de la Commission du 24 mars 2004, Microsoft, C-3/37, une position dominante qui présente des aspects « extraordinaires » ou « exceptionnels »). Aussi, la cour n'examinera ni le marché pertinent du marché de la publicité en ligne liée aux recherches, ni la position dominante de la société Google Ireland sur celui-ci, qui est acquise.

99. Demeure la caractérisation de l'abus pour la période postérieure au 31 octobre 2018. A cet égard, l'article L 420-2 du code de commerce ne sanctionne pas la situation de domination elle-même mais son exploitation abusive, la liste figurant dans ce texte, introduites par l'adverbe « notamment », n'étant à ce titre pas limitative. La définition de l'abus est commune au droit interne et au droit de l'Union européenne : l'exploitation abusive d'une position dominante est une notion objective qui vise les comportements d'une entreprise en position dominante qui sont de nature à influencer la structure ou le fonctionnement d'un marché où, à la suite précisément de la présence de l'entreprise en question, le degré de concurrence est déjà affaibli, et qui ont pour effet actuel ou potentiel de faire obstacle, par le recours à des moyens différents de ceux qui gouvernent une compétition par les mérites, au maintien du degré de concurrence existant encore sur le marché ou au développement de cette concurrence (CJCE, Hoffmann-La [Localité 11] & Co. AG c. Commission, 13 février 1979, §91 ; ADLC, décision 22-D-06 du 22 février 2022, §441). Ainsi, la démonstration du caractère anticoncurrentiel de l'exploitation, qui peut avoir toute pratique pour support sans égard pour leur dimension intentionnelle ou frauduleuse, est une condition nécessaire de la prohibition de l'abus de position dominante, les effets anticoncurrentiels n'ayant pas à être réalisés concrètement et pouvant être seulement potentiels dès lors qu'ils sont sensibles.

100. La jurisprudence, nationale comme européenne, distingue les abus d'exploitation des abus d'exclusion, catégories poreuses et non limitatives ne recouvrant pas de manière exhaustive tous les comportements susceptibles de relever de la prohibition des abus de position dominante. Si une même pratique peut être constitutive de ces deux types d'abus (en ce sens, TUE, Duales System Deutschland GmbH c. Commission, 24 mai 2007, T-151/01, §119), le standard de preuve demeure identique. Il implique d'apprécier, en vérifiant le caractère à la fois nécessaire et proportionné du comportement pour remplir l'objectif poursuivi par l'entreprise dominante, si ses actes, destinés à défendre ses intérêts commerciaux menacés, ont été accomplis de manière raisonnable (CJCE, Kanal 5 et TV 4 AB c. STIM Upa, 11 décembre 2008, C-52/07, §26) et sur la base d'une justification objective (CJCE, Sot. [N] [E] [G] EE et autres c. GlaxoSmithKline A EVE Farmakeftikon Proionton, 16 septembre 2008, C-468/06, §34), et non seulement pour renforcer cette position dominante et en abuser (CJCE, United Brands Company et United Brands Continentaal BV c. Commission, 14 février 1978, C-27/26, §189).

101. Les abus d'exploitation renvoient, notamment, à l'hypothèse, spécifiquement visée par l'article 102a du TFUE, dans laquelle une entreprise en position dominante utilise les possibilités qui découlent de cette position pour obtenir des avantages de transaction qu'elle n'aurait pas obtenus en cas de concurrence praticable et suffisamment efficace (CJCE, arrêts United Brands, §249, et Kanal 5 et TV 4 AB, §27, déjà cités). Peuvent ainsi constituer des abus d'exploitation l'imposition de prix d'achat excessivement bas (CJCE, CICCE c. Commission, 28 mars 1985, C-298/83) ou d'autres conditions de transaction non équitables (CJCE, 5 octobre 1988, Alsatel c. SA Novasam, C-247/86 ; CJUE, Sabam c. Weareone.World BVBA et Wecandance NV, 25 novembre 2020, C-372/19).

102. La notion d'abus d'exclusion recouvre les comportements d'une entreprise en position dominante qui sont de nature à influencer la structure d'un marché où, à la suite précisément de la présence de l'entreprise en question, le degré de concurrence est déjà affaibli (CJCE, Hoffmann-La [Localité 11] déjà cité, §91, [4] du 3 juillet 1991, C-62-86, §69, et Kanal 5 et TV 4 AB déjà cité, §25). Sont ainsi visés les actes (accords d'exclusivité, rabais de fidélité, ventes liées ou groupées, prédation tarifaire, refus de vente ou compression de marges') destinés à empêcher un concurrent réputé aussi efficace de se développer ou d'entrer sur le marché sinon à l'en exclure.

103. En outre, le refus de fournir des produits (CJCE, 6 mars 1974, Commercial Solvents, affaires 6 et 7-73, §25), comme celui d'assurer des prestations de services (CJCE, 3 octobre 1985, Telemarketing, affaire 311/84, §26), peut constituer l'exploitation abusive d'une position dominante si le détenteur de cette position sur le marché des matières premières,

dans le but de les réserver à sa propre production des dérivés, en refuse la fourniture à un client, lui-même producteur de ces dérivés, au risque d'éliminer toute concurrence de la part de ce client. L'ADLC a ainsi précisé que le refus de vente opposé par une entreprise en position dominante ne constitue pas, en tant que tel, une pratique prohibée et qu'il n'en va différemment que dans la situation où celle-ci refuse de fournir à un concurrent un bien ou un service indispensable ou nécessaire à l'exercice de ses activités et à la condition que ce refus soit de nature à éliminer toute concurrence et qu'il ne puisse être objectivement justifié (décision n° 17-D-11 du 25 juillet 2017, §126).

104. Par ailleurs, la discrimination consiste à traiter différemment deux personnes placées dans une situation identique ou, inversement, à traiter identiquement deux personnes qui sont dans une situation différente. Au sens du droit des pratiques anticoncurrentielles, les pratiques discriminatoires peuvent être restrictives de concurrence lorsqu'elles ont pour objet ou pour effet d'évincer un concurrent du marché ou quand des clients de l'entreprise en position dominante se voient désavantagés dans la concurrence sur leur propre marché. La discrimination peut consister à renforcer de manière artificielle l'entreprise qui la met en 'uvre dans la compétition qu'elle livre sur le marché dominé ou sur un autre marché, ou porter atteinte au jeu concurrentiel sans que l'entreprise qui la met en 'uvre ne soit directement partie prenante sur le marché affecté (en ce sens, Autorité de la concurrence, décision n° 13-D-07 du 28 février 2013, §32 et suivants). La sanction de la discrimination suppose la démonstration préalable d'une affectation du marché, le comportement abusif devant produire des effets sur la position concurrentielle de l'entreprise dominante elle-même, sur le marché où elle opère et par rapport à ses éventuels concurrents (en ce sens, CJUE, MEO c. GDA, 19 avril 2018, n° C-525/16, §24 et 25).

105. Enfin, si l'abus sanctionné est par principe celui pratiqué par une entreprise dominante sur le marché dominé, un lien devant exister entre le comportement abusif et l'occupation d'une position dominante, les abus commis sur un autre marché sur lequel est également présente l'entreprise sont sanctionnables si ce dernier est uni au marché dominé par un lien de connexité et si la pratique n'a pu être mise en 'uvre sur le marché non dominé qu'à raison de la position dominante de l'entreprise sur l'autre marché, ce lien devant être si étroit qu'une entreprise se trouve dans une situation assimilable à celle résultant de la détention d'une position dominante sur l'ensemble des marchés en cause (en ce sens, Com., 17 mars 2009, n° 08-14.503 ; CJCE, Akzo Chemie BV déjà cité, §35 à 45).

106. Si la caractérisation d'un abus de position dominante ne suppose pas un examen isolé de la définition et des conditions d'application de chacune des règles, la logique d'une action en follow-on, action indemnitaire supposant la démonstration d'un préjudice en lien causal avec la pratique sanctionnée par l'ADLC ou retenue par la juridiction saisie, commande d'apprécier chacun des motifs de suspension de compte ou de refus d'annonce pour déterminer sa part éventuelle dans la détermination du préjudice allégué.

Sur l'abus d'exploitation

107. Ainsi que l'a relevé l'ADLC, la responsabilité de la société Google Ireland à l'égard de ses partenaires commerciaux revêt une importance particulière, son pouvoir de marché étant significativement accru par la conjonction de sa capacité d'attraction (fortes barrières à l'entrée, parts de marché très élevées et stables, croissance continue et soutenue du service Google Ads favorisée par l'attractivité du moteur de recherche Google Search auquel il est adossé) et du pouvoir régulateur que lui confère l'adoption et l'application de règles déterminant les conditions d'éligibilité et de comportements des annonceurs (décision 19-D-26, §326 à 330). Elle est ainsi tenue d'un double objectif : d'une part, les utilisateurs ne doivent pas être exposés à des sites susceptibles de porter atteinte à leurs intérêts et, d'autre part, la

concurrence au sein des marchés aval des annonceurs ne doit pas être perturbée (§342). Si l'objectif de protection de l'internaute est légitime et si la société Google Ireland est libre de définir des règles organisant l'accès à ses services et le maintien de ses relations contractuelles, elle doit édicter et appliquer celles-ci de manière objective, transparente et non-discriminatoire.

108. Sur la période postérieure au 30 octobre 2018, la SAS Aowoa justifie des refus d'annonces concernant ses comptes 240-335-7525 (« Destination non fonctionnelle » les 21 décembre 2018 et 1er mars 2019 - messages en partie en portugais -, 9 octobre 2020, 22 octobre 2020 - deux notifications - et 13 et 26 janvier 2021), 785-848-5243 (« Vente d'articles gratuits », « Numéro de téléphone non validé », « Numéro de téléphone non accepté », « Ciblage des produits pharmaceutiques délivrés sur ordonnance » ou « Destination non fonctionnelle » les 31 octobre 2018, 1er février 2019 et 22 octobre 2019 - messages en partie en portugais - et 20 janvier 2020), 166-469-7294 (« Services de renseignements téléphoniques, de transfert d'enregistrement et des appels » les 10 - deux notifications -, 11 - deux notifications -, 12, 13, 16 et 18 décembre 2020) et 773-830-9400 (même motif les 4 novembre 2020, 10 décembre 2020 et 16 janvier 2021). Elle démontre en outre une suspension des comptes 130-265-5762 le 25 décembre 2018 et 300-898-7882 le 2 novembre 2019 pour « Contournement des systèmes ».

109. Les règles Google Ads, examinées dans leur ensemble par l'ADLC dans sa décision 19-D-26 du 19 décembre 2019, n'ont pas été modifiées avant le mois de mars 2019. Concernant leur définition et leur mise en 'uvre avant cette date, la cour n'a pas une appréciation différente de celle portée par l'ADLC sur les pratiques antérieures au 30 octobre 2018 qui sont identiques, les parties n'apportant aucun élément propre à la remettre en cause.

110. Ainsi, les sociétés Google ne produisent pour éclairer les refus d'annonces et suspension de compte notifiées sur la période comprise entre le 30 octobre 2018 et le 7 mars 2019 que la section « Déclarations trompeuses » des règles Google Ads applicables en janvier 2018 (leurs pièces 11 et 11 bis) dont elles n'expliquent pas en quoi elles comprennent les motifs opposés, la décision de l'ADLC n'étant sur ce point, hors règle « Vente d'articles gratuits », d'aucun secours, à l'instar des règles produites par la SAS Aowoa qui ont été éditées en février 2020 (sa pièce 19).

111. Aucune notification n'accompagne la suspension du compte 130-265-5762 pour « Contournement des systèmes » à compter du 25 décembre 2018. Dans sa décision 19-D-26 (§116 et 123), l'ADLC précise que cette règle était contenue en mars 2019 dans la section relative à l' « utilisation abusive du réseau publicitaire ». Celle-ci correspond à la règle antérieure « Pratiques visant à contourner ou entraver les processus et systèmes de publicité de Google » qui ne comprenait que les exemples suivants : « Techniques de dissimulation (cloaking), utilisation de DNS dynamiques pour changer le contenu d'une page ou d'une annonce, manipulation du texte d'annonce ou du contenu d'un site dans le but d'éviter les vérifications automatiques effectuées par notre système, interdiction pour le robot d'exploration AdsBot d'accéder à un nombre si important de pages de destination qu'il n'est pas en mesure d'examiner correctement votre annonce, site ou compte ». Cette série d'illustrations non précisément définies ne permet pas à la SAS Aowoa d'identifier le motif exact de la sanction et, par conséquent, d'y remédier efficacement. La définition et l'application de la règle sont opaques et, malgré son caractère technique, non objectives.

112. Le message relatif au compte 240-335-7525 du 21 décembre 2018, partiellement rédigé en portugais, erreur qui ne peut s'expliquer par un mauvais paramétrage du compte qui a été l'objet de nombreuses autres notifications en français, est accompagné des explications suivantes :

Destination non fonctionnelle : Pour que les annonces soient pertinentes et utiles, et pour que les utilisateurs puissent facilement interagir avec elles, nous n'autorisons pas les annonces qui redirigent l'utilisateur vers des pages Web indisponibles. Par exemple, votre page de destination ne doit pas être en construction ou en cours de maintenance. Pour que votre annonce soit diffusée, assurez-vous d'avoir saisi les paramètres de destination appropriés et vérifiez si votre site fonctionne avec tous les navigateurs, partout dans le monde. Si vous utilisez des annonces ciblant l'interaction dans une application, assurez-vous d'avoir configuré votre URL de lien profond correctement et de ne pas avoir utilisé une URL de redirection tierce, car elles ne sont pas compatibles avec les annonces ciblant l'interaction dans une application.

['] Ainsi, votre page de destination ne doit pas afficher un code d'erreur commençant par 4 ou 5 (une erreur 404, par exemple). Pour que votre annonce soit diffusée, assurez-vous d'avoir saisi l'URL de destination correcte et vérifiez si votre site fonctionne avec tous les navigateurs, partout dans le monde.

113. Ainsi, la SAS Aowoa, qui ne peut comprendre les parties introductives et finales du message en langue portugaise, n'est pas en mesure d'appréhender précisément le motif technique qui lui est opposé et de procéder promptement à la mise en conformité nécessaire, la seule possibilité qui lui est offerte à ce titre, aucune réponse directe au courriel de notification n'étant admise, résidant dans la consultation du règlement en ligne qui livre des exemples pratiques auquel le motif peut être cumulativement rattaché et des méthodes de résolution présupposant la détermination préalable de la cause du refus. En ce sens, la définition et l'application de la règle sont opaques et, malgré son caractère technique, non objectives, la SAS Aowoa ne pouvant déterminer les conditions de publication et de maintien de ses annonces. Cette analyse vaut pour le message du 3 mars 2018 pour le compte 785-848-5243.

114. Le message du 1er février 2019 « Numéro de téléphone non accepté » relatif à ce dernier, également rédigé pour partie en langue portugaise, est accompagné de l'explication suivante :

Votre annonce a été refusée en raison du non-respect de notre règlement relatif aux numéros de téléphone. Le numéro de téléphone indiqué dans votre annonce est inexact, inaccessible ou ne permet pas aux clients de vous contacter. Veuillez modifier votre annonce et saisir le numéro de téléphone exact, actif et qui concerne l'entreprise dont vous faites la promotion. Si vous utilisez un numéro de transfert Google pour effectuer le suivi de vos appels, veuillez vous assurer que vous ne le saisissez pas comme numéro de téléphone professionnel.

115. A nouveau, le motif, qui ne peut être distingué de celui libellé « Numéro de téléphone non validé » par ailleurs opposé (message du 3 avril 2018 sur ce compte, couvert par la présomption de l'article L 481-2 du code de commerce), est imprécis, la raison de la non-acceptation n'étant pas explicitée, et son application est arbitraire, rien ne permettant d'en saisir les causes exactes et de ce fait de déterminer clairement les mesures correctives adéquates.

116. Sur ce même compte, des annonces ont été refusées le 31 octobre 2018 pour le motif « Vente d'articles gratuits », identique à celui opposé le 2 mai 2018. Ainsi que le relève l'ADLC dans sa décision 19-D-26 (§119 et 392 et suivants), cette règle modifiée en mars 2018, prohibe la pratique consistant à « facturer des produits ou services alors que l'offre principale est disponible gratuitement, ou à un prix réduit, auprès d'une source gouvernementale ou publique ». Accompagnée d'une liste non exhaustive d'exemples de services numériques concernés, elle a été extraite de la rubrique « Comportements non fiables », qui seule pouvait justifier une suspension immédiate du compte, pour être intégrée aux règles relatives aux « Contenus interdits » dans la section « autres activités soumises à restriction ». De ce fait, sa violation ne fondait des refus d'annonces que dans le respect de la procédure avec préavis qui n'a pas été mise en 'uvre.

117. La définition de cette règle est très imprécise et sa portée matérielle n'est pas clairement déterminable : la notion de « source publique » n'étant pas définie, tout service numérique payant est susceptible d'être interdit dès lors qu'il est disponible sans contrepartie financière ailleurs sur internet, la tâche confiée à l'annonceur étant d'autant plus insurmontable que la libre disponibilité peut varier dans le temps. Aussi, elle n'est ni transparente ni objective.

118. Son application apparaît en outre arbitraire, la société Google Ireland l'ayant mise en 'uvre pour un accès général à des renseignements téléphoniques (renseignements-clients.fr) tout en autorisant parallèlement des annonces de la SAS Aowoa ou de tiers de même nature, le refus s'inscrivant en réalité dans une logique d'interdiction des SRT avant la modification des règles intervenues en mars 2020.

119. L'opacité et le défaut d'objectivité de ces règles, visibles tant dans leur définition que dans leurs conditions d'application et favorisant les discriminations sanctionnées par l'ADLC, sont renforcés par leur difficile articulation, alors que leur nombre est très élevé, et par leur instabilité relevée par l'ADLC qui notait des modifications unilatérales non systématiquement précédées d'une annonce (§429). Ces caractéristiques confèrent à la société Google Ireland un pouvoir discrétionnaire, de ce fait disproportionné, pour les interpréter et les appliquer pour des raisons échappant à l'appréhension des annonceurs qui ne sont en mesure ni d'anticiper leur violation ou d'en comprendre les motifs ni d'adopter rapidement des mesures correctives utiles.

120. Ces pratiques ont des effets perturbateurs tant sur le marché de la publicité en ligne liée aux recherches, l'incertitude liée au contenu et à la mise en 'uvre des règles faussant le système d'enchères entre annonceurs et accroissant le risque d'exposition de l'internaute à des contenus malveillants, que sur les marchés connexes, tel celui des SRT. Sur ces derniers, l'égalité de traitement n'est pas garantie alors que les annonceurs, dont certains de faible notoriété dépendent presque exclusivement du service Google Ads et sont très fortement affectés par les refus d'annonces et suspensions de compte, la SAS Aowoa réalisant ainsi la quasi-totalité de son chiffre d'affaires grâce à ses relations avec la société Google Ireland : les constats opérés par l'ADLC dans sa décision 19-D-26 du 19 décembre 2019 sont intégralement transposables à la période courant du 31 octobre 2018 au 7 mars 2019.

121. Pour les règles litigieuses qui n'ont pas été modifiées (« Destination non fonctionnelle », « Numéro de téléphone non validé » et « Numéro de téléphone non accepté »), ces constats sont également valables jusqu'au 3 mars 2021 (hors période du 1er avril 2020 au 11 mai 2020 qui correspond à l'abus d'éviction allégué), leurs conditions d'application n'ayant elles-mêmes pas varié. Ces différents motifs étant distincts de la règle nouvelle sur les SRT introduites le 30 mars 2020, néanmoins opposée en décembre 2020 et janvier 2021, ils demeurent sanctionnables, malgré la licéité de cette dernière, à titre d'actes autonomes indépendants de l'exécution de l'ordonnance de référé du 30 avril 2020 finalement infirmée. L'abus d'exploitation est ainsi établi pour les refus d'annonces notifiés les 9 octobre 2020, 22 octobre 2020 (deux notifications) et 13 et 26 janvier 2021 pour le compte 240-335-7525 (« Destination non fonctionnelle »).

122. En revanche, le 7 mars 2019, la société Google Ireland a modifié les règles « Vente d'articles gratuits », motif ayant fondé les refus d'annonces du compte 785-848-5243 des 22 octobre 2019 et 20 janvier 2020, et « Contournement des systèmes », opposé au soutien d'un refus d'annonces du compte 773-830-9400 le 4 novembre 2020 et de la suspension du compte 300-898-7882 le 2 novembre 2019. Elles sont, depuis cette date, ainsi rédigées (§123 de la décision 19-D-26) :

- règle « Vente d'articles gratuits » :

Vous n'êtes pas autorisé à : Facturer des produits ou services alors que l'offre principale est disponible gratuitement, ou à prix réduit, auprès d'une source gouvernementale ou publique.

Exemples (liste non exhaustive) : Services de demande de passeports, permis de conduire ou assurances médicales, documents d'état civil (actes de mariage, de naissance, etc.), immatriculations de sociétés, résultats d'examens, calculateurs d'impôts, services payants de renseignements téléphoniques/de mise en relation téléphonique/d'enregistrement d'appels diffusant les coordonnées d'entreprises auxquelles ils ne sont pas affiliés (au sein d'annonces et/ou de mots clés) au lieu de leurs propres services de renseignements téléphoniques/de mise en relation.

Remarque : Vous pouvez regrouper une offre gratuite avec un produit ou un service que vous fournissez. Par exemple, un prestataire de services de télévision peut associer du contenu accessible au public à du contenu payant, ou encore une agence de voyages peut regrouper un service de demande de visa avec un forfait-vacances. Toutefois, le produit ou le service gratuit ne peuvent pas faire l'objet de l'offre principale. Pour déterminer si les annonces d'un service de renseignements téléphoniques payant sont conformes au règlement concernant la Vente d'articles gratuits, nous vérifions :

o si vos mots clés font référence à des entreprises non affiliées et/ou à des services gouvernementaux (par exemple, votre annonce peut être refusée si vous utilisez des mots clés comme "sécurité sociale", "caisse de retraite" ou des noms d'entreprises/marques) ;

o si le texte de votre annonce vous présente comme le centre d'appels d'un service gouvernemental et/ou d'une entreprise non affiliée au lieu d'un service de renseignements téléphoniques payant ;

o si votre page de destination est conçue de manière à imiter le site Web d'une entreprise non affiliée et/ou d'un service gouvernemental, afin de dissimuler la nature du service fourni (renseignements téléphoniques/mise en relation téléphonique).

Toutefois, si vous utilisez des mots clés tels que "service de renseignements téléphoniques", que votre annonce indique clairement la nature et le coût de votre service, et qu'elle respecte par ailleurs toutes les règles Google Ads, vous pouvez faire de la publicité pour votre service sur Google Ads.

Si nous constatons qu'une annonce ne respecte pas ce règlement, nous la refusons, et vous n'êtes pas autorisé à la diffuser. Vous recevrez un email vous informant que votre annonce a été refusée et indiquant la nature du cas de non-respect des règles. Si nous constatons que vous continuez à ne pas respecter le règlement, vous risquez de ne plus pouvoir diffuser d'annonces sur la page de destination/le compte associé.

La plupart des annonces sont examinées dans un délai d'un jour ouvré. Certaines nécessitent un examen plus complexe et peuvent donc demander davantage de temps. Si vous ne pouvez pas corriger ces cas de non-respect des règles ou si vous ne souhaitez pas le faire, veuillez supprimer votre annonce. Vous éviterez ainsi que votre compte soit suspendu à l'avenir en raison d'un trop grand nombre d'annonces refusées ;

- règle « Contournement des systèmes » :

Les pratiques suivantes ne sont pas autorisées : Pratiques visant à contourner ou entraver les processus et systèmes de publicité de Google.

Exemple : Techniques de dissimulation ou "cloaking" (afficher un contenu différent pour certains utilisateurs, y compris Google) ayant pour but ou résultat d'interférer avec les systèmes de vérification de Google, ou de masquer ou tenter de masquer le non-respect des règles Google Ads (par exemple, rediriger l'utilisateur vers un contenu non conforme au règlement, utilisation de DNS dynamiques pour changer le contenu d'une page ou d'une annonce, manipulation du

contenu du site, ou restriction d'accès à un nombre de pages de destination trop important pour que nous puissions examiner efficacement votre annonce, votre site ou votre compte).

Exemple spécifique : Un service de renseignements téléphoniques payant ajoute et supprime de manière répétée des mots clés associés à des entreprises non affiliées et/ou à des services gouvernementaux (ce qui constitue une violation du règlement concernant la Vente d'articles gratuits) après l'approbation d'une annonce ; un service de renseignements téléphoniques payant modifie sa page de destination pour remplacer un numéro non surtaxé associé à une annonce approuvée par un numéro surtaxé.

Remarque : Le cloaking n'inclut pas la personnalisation de contenu apportant une réelle valeur ajoutée à certains utilisateurs, comme des versions linguistiques différentes du même contenu, tant que l'offre reste sensiblement la même, que le contenu différent reste conforme aux règles AdWords de Google et que Google peut examiner une version du contenu.

Exemple : Violations répétées des règles sur l'ensemble de vos comptes, incluant la création de nouveaux domaines ou comptes pour publier des annonces semblables à des annonces refusées (en rapport avec la règle concernée ou avec toute autre règle Google Ads).

Nous prenons les cas de non-respect de cette règle très au sérieux et les considérons comme une grave infraction parce qu'ils posent un risque pour la sécurité de nos utilisateurs ou de leurs biens (par exemple du fait d'une activité criminelle et/ou d'annonces malveillantes).

Pour déterminer si un annonceur ou une page de destination viole cette règle, nous pouvons examiner plusieurs sources d'informations, notamment votre annonce, votre site, vos comptes et toute source tierce. Les comptes concernés peuvent être suspendus et ne plus être autorisés à diffuser des annonces via Google. Si vous pensez qu'il s'agit d'une erreur et que vous n'avez pas enfreint cette règle, veuillez nous envoyer une réclamation en nous présentant vos arguments. Nous ne réactivons les comptes que lorsque nous sommes convaincus du bien-fondé de votre demande. Veuillez donc à être honnête, et à prendre le temps de nous fournir des informations exhaustives et précises. En savoir plus sur les comptes suspendus.

123. Ces modifications ont été apportées alors que la société Google Ireland était tenue de mettre en 'uvre les injonctions de la décision 19-MC-01 du 31 janvier 2019, qui évoquait le motif « Contournement des systèmes » (§75 et suivants), et ont été examinées par l'ADLC dans sa décision 19-D-26 du 19 décembre 2019 (§120 et suivants), quoiqu'elles soient postérieures à la notification des griefs. Or, dans le cadre du suivi des mesures conservatoires ordonnées sur le fondement de l'article L 464-1 du code de commerce, l'Autorité n'a prononcé aucune sanction sur le fondement de l'article L 464-2 de ce code, signe que les changements rédactionnels adoptés étaient conformes à ses attentes.

124. De fait, la règle « Vente d'articles gratuits » a été complétée par une liste non-exhaustive d'exemples de comportements prohibés et par l'intégration d'un outil de dépannage dédié aux SRT payants qui comprend des illustrations de comportements interdits dans le cadre de la promotion de leurs activités. La règle « Contournement des systèmes » a été à son tour agrémentée d'exemples relatifs aux techniques de dissimulation (cloaking), avec un encadré spécifique concernant les SRT payants, et comprend un rappel sur les conséquences de sa violation.

125. Ces ajouts, qui précisent clairement la signification de ces règles et rendent aisée leur articulation avec les autres normes en prévenant tout risque de chevauchement, suffisent à éclairer l'annonceur, et en particulier les opérateurs de SRT, tels la SAS Aowoa, objet de développements spécifiques, sur la teneur des motifs de refus ou de suspensions et lui permettent non seulement d'anticiper les violations mais également de réagir utilement et rapidement aux notifications

de la société Google Ireland. L'envoi, à l'évidence automatique, les 2 et 6 janvier 2020 de courriels standardisés proposant à la SAS Aowoa un accompagnement pour améliorer les performances de ses annonces mais ne comportant aucune personnalisation analogue à celle visée dans la décision 19-MC-01, n'était pas de nature à entraver sa compréhension des règles modifiées et à l'induire en erreur sur leur portée (pièce 35 de l'appelante).

126. Aussi, la SAS Aowoa n'expliquant par ailleurs pas en quoi l'application de ces règles, dont la définition est objective et transparente, ne remplirait pas ces critères ou serait discriminatoire, aucun abus d'exploitation n'est caractérisé à compter du 7 mars 2019 concernant la définition et la mise en 'uvre des règles « Vente d'articles gratuits » et « Contournement des systèmes ».

127. Enfin, la société Google Ireland a introduit dans la nuit du 30 au 31 mars 2020 une nouvelle « Services de renseignements téléphoniques, de transfert d'enregistrement et des appels » interdisant la diffusion des annonces pour les services de renseignements téléphoniques, de transfert et d'enregistrement des appels en précisant à titre d'exemple que ces derniers consistent généralement à appeler un numéro de téléphone pour en obtenir un autre (ou pour obtenir des informations sur un établissement, comme son adresse) ou pour être mis en relation avec un autre service.

128. Les seules notifications comprenant ce motif de refus d'annonces ou de suspension de compte sont celles relatives au compte 166-469-7294 des 10 (deux notifications), 11 (deux notifications), 12, 13, 16 et 18 décembre 2020, et au compte 773-830-9400 les 10 décembre 2020 et 16 janvier 2021. Ces sanctions ont été prises entre le prononcé de l'ordonnance du 30 avril 2020 enjoignant sous astreinte aux sociétés Google Ireland et Google France de rétablir de la publication et de la diffusion des annonces en lien avec le SRT fourni par la SAS Aowoa. Exécutée le 12 mai 2020, cette décision était intégralement infirmée par arrêt de la cour d'appel de Paris du 15 janvier 2021 objet d'un pourvoi rejeté par la chambre commerciale de la Cour de cassation le 19 octobre 2022.

129. Or, ainsi qu'il sera dit infra, cette nouvelle règle, annoncée dès septembre 2019, est simple, claire, objective, transparente et non discriminatoire tant dans sa définition que dans son application. Aussi, aucun abus d'exploitation n'est imputable à la société Google Ireland postérieurement au 30 mars 2020 les concernant.

130. Dès lors, l'abus de position dominante par abus d'exploitation est caractérisé pour tous les refus d'annonces ou suspensions de compte notifiés entre le 15 décembre 2017 et le 3 mars 2021 à l'exception des règles « Vente d'articles gratuits » et « Contournement des systèmes », à compter du 7 mars 2019, et de la règle « Services de renseignements téléphoniques, de transfert et d'enregistrement des appels », à compter du 30 mars 2020 à minuit. La pratique anticoncurrentielle est de ce fait établie, soit par le jeu de la présomption de l'article L 481-2 du code de commerce jusqu'au 30 octobre 2018, soit par l'administration d'une preuve directe pour la période postérieure, pour 17 refus d'annonces (comptes 240-335-7525 et 785-848-5243) et 6 suspensions de comptes (comptes 417-708-8807, 683-707-8574 et 310-303-5931).

131. Ces pratiques anticoncurrentielles sont ainsi réparties :

- refus d'annonces (comptes 240-335-7525 et 785-848-5243) :

o 10 en 2018 pour un total de 148 annonces ;

o 2 en 2019 pour un total de 18 annonces ;

o 3 en 2020 pour un total de 63 annonces ;

o 2 en 2021 pour un total de 16 annonces ;

- suspensions de comptes (comptes 130-265-5762, 682-252-7103, 889-390-9373 et 417-708-8807, 683-707-8574 et 310-303-5931) : 2 en décembre 2017 et 4 en 2018.

132. L'abus d'exploitation n'est imputable qu'à la société Google Ireland, la SAS Aowoa n'apportant pas plus d'élément pour justifier une condamnation de la SARL Google France pour la période postérieure au 30 octobre 2018 qu'elle n'en a fourni pour la période antérieure, et les raisons déjà évoquées à ce titre étant pleinement transposables.

133. Aussi, le jugement sera infirmé en ce qu'il a condamné la SARL Google France au titre de l'abus d'exploitation.

Sur l'abus d'éviction

134. Le 11 septembre 2019, la société Google Ireland a informé les annonceurs, via une notification sur le journal des modifications du centre d'aide Google Ads, de sa décision de modifier, à compter de décembre 2019 et au niveau mondial, ses conditions générales en vue de ne plus autoriser les annonces pour les services de renseignements téléphoniques, de transfert et d'enregistrement d'appel en ces termes (pièce 16 des intimées) :

En décembre 2019, nous allons mettre à jour notre Règlement sur les autres activités soumises à restriction en vue de ne plus autoriser les annonces pour les services de renseignements téléphoniques, de transfert et d'enregistrement des appels. Ces services consistent généralement à appeler un numéro de téléphone pour en obtenir un autre (ou pour obtenir des informations sur un établissement, comme son adresse) ou pour être mis en relation avec un autre service. Ce règlement ne s'appliquera pas aux annonces pour les services de renseignements en ligne ou les logiciels d'enregistrement des appels.

135. Par courriel du 10 décembre 2019, la société Google LLC, indiquait à la SAS Aowoa, au nom de « l'équipe Google Ads », que cette nouvelle règle s'appliquerait à compter du mois de mars 2020 et ne concernerait pas les annonces pour les services d'annuaires en ligne ou les logiciels d'enregistrement des appels (pièce 27 de l'appelante). Cette annonce, dont il importe peu qu'elle n'émane pas de la société Google Ireland puisque le service sur lequel elle porte est clairement identifié et que son destinataire, par ailleurs informé par courrier officiel du 16 décembre 2019 (pièce 25 des intimées), ne peut nourrir le moindre doute sur ses conséquences concrètes à son endroit, a été effectuée à la suite d'échanges entre l'AFRT et le conseil du groupe Google portant sur l'incertitude générée par la phrase finale du message du 11 septembre 2019 (pièces 17 à 22 des intimées). La précision apportée est pour sa part dénuée de toute ambiguïté.

136. La nouvelle règle « Services de renseignements téléphoniques, de transfert d'enregistrement et des appels » introduite le 30 mars 2020 à minuit, objet d'une communication à l'ADLC le 17 septembre 2019 qui n'a suscité aucun retour de sa part (pièce 15 des intimées) et évoquée sans réserve dans la décision 19-D-26, est ainsi libellée :

La pratique suivante n'est pas autorisée :

Diffuser des annonces pour les services de renseignements téléphoniques, de transfert et d'enregistrement des appels

Exemples (non exhaustifs) : Services de renseignements téléphoniques, de transfert et d'enregistrement des appels. Ces services consistent généralement à appeler un numéro de téléphone pour en obtenir un autre (ou pour obtenir des informations sur un établissement, comme son adresse) ou pour être mis en relation avec un autre service.

137. Contrairement à ce que soutient la SAS Aowoa cette règle, précédée d'une annonce permettant aux opérateurs d'en saisir pleinement le sens et de s'adapter, est objective, claire et transparente, les critiques de l'AFRT, dont la SAS Aowoa est membre, ainsi que de cette dernière révélant leur parfaite compréhension de sa signification et de sa portée. Elle n'introduit en outre aucune discrimination entre les SRT, tous concernés par l'interdiction, et les services d'annuaires en ligne, qui y échappent.

138. En effet, ainsi que l'a rappelé l'ADLC dans sa décision 15-D-13 du 9 septembre 2015, la société Google Ireland est libre de définir la politique de contenus Google Ads et notamment de mettre en 'uvre des exigences plus strictes que celles fixées par les pouvoirs publics, en particulier dans le domaine de la protection des consommateurs, sous réserve que ses règles soient mises en 'uvre dans des conditions objectives, transparentes et non discriminatoires (§179, position également adoptée par la Cour de cassation dans son arrêt du 19 octobre 2022, §11). Cette liberté est à nouveau soulignée dans la décision 19-D-26 du 19 décembre 2019 qui reconnaît par ailleurs que les annonces malveillantes constituent une menace pour les internautes, qui risquent d'être exposés à certains risques ou désagréments, pour les annonceurs de bonne foi, dont l'investissement publicitaire est perturbé, et pour le groupe Google, qui doit garantir la qualité des services qu'il propose. L'ADLC ajoute à ce titre que l'adoption d'une politique guidée par l'objectif de protéger les intérêts des consommateurs est objectivement justifiée, ne présente pas un caractère anticoncurrentiel en soi et relève de l'exercice légitime de la liberté commerciale du groupe (§334 à 336).

139. Sur ce point, la société Google Ireland démontre que les SRT ont été l'objet d'une réelle inquiétude des pouvoirs publics en 2017 (ses pièces 6 et 10) que l'ADLC a soulignée pour relever l'attitude incohérente de la société Google Ireland (décision 19-D-26, §237 et suivants). Cette préoccupation a été relayée par des associations de consommateurs dénonçant entre 2016 et 2020 le caractère trompeur de nombreuses annonces portant sur ces services et évoquant la surprise des utilisateurs à la découverte de leurs factures (pièces 5 et 7 à 9 des intimées, la SAS Aowoa ayant exercé son droit de réponse sur ce dernier article de l'association UFC Que choisir). En outre, la société Google Ireland prouve que d'autres acteurs exploitant des numéros en 118 XYZ ont été sévèrement critiqués par des internautes mécontents du prix exorbitant qu'ils avaient dû régler sans s'y attendre (sa pièce 3). Aussi, des raisons impérieuses de protection des consommateurs fondaient une attention particulière de la société Google Ireland à l'endroit des SRT et une modification de ses règles jugées opaques et non transparentes par l'ADLC.

140. En outre, la règle nouvelle s'applique sans distinction à tous les opérateurs de SRT, tels la SAS Aowoa, seuls les services d'annuaires en ligne n'étant pas concernés. Or, les premiers, qui remplacent le 12 et sont soumis à une

réglementation dédiée dans le code des postes et des télécommunications électroniques et à la régulation de l'Arcep qui attribue les numéros en 118 XYZ qu'ils exploitent, offrent d'appeler un numéro surtaxé pour qu'un opérateur fournisse les coordonnées d'un particulier ou d'une entreprise puis, si le consommateur le souhaite, de le mettre en relation avec le titulaire du numéro de téléphone recherché. Les seconds en revanche, qui se sont substitués aux annuaires papier à la faveur de l'évolution technologique, permettent une recherche gratuite de coordonnées sur internet et non par téléphone. Le service fourni est ainsi différent pour le fournisseur, qui assure, dans un cas, la mise en relation par le truchement d'une personne (point sur lequel la SAS Aowoa insiste dans sa réponse à l'UFC Que choisir, pièce 9 des intimées : « les services de renseignement téléphoniques, outre le fait de faciliter l'accès à l'information ['], ont également toujours eu vocation d'apporter un peu d'humanité dans le monde froid de la recherche sur internet »), et, dans l'autre, la gestion d'un site internet : les infrastructures, le personnel et l'activité n'ont rien de commun. La distinction est également évidente pour le consommateur tant sous l'angle des modalités d'accès que sous celui, essentiel, du coût, les critiques des pouvoirs publics, des associations de consommateurs et des forums d'utilisateurs épargnant d'ailleurs systématiquement les services d'annuaire en ligne.

141. A ce titre, si, dans sa décision 19-D-26 du 19 décembre 2019, l'ADLC a regroupé les SRT et les services d'annuaire pour définir les « secteurs » concernés par la saisine de la société Gibmedia, secteurs entendus largement comme appartenant à la catégorie de sites offrant des informations et des services en lien avec celles-ci (§59 et 69 et suivantes), elle a clairement identifié un marché spécifique des SRT payants dans sa décision 19-MC-01 du 31 janvier 2019, non modifiée sur ce point par sa décision au fond 20-D-14, en précisant toutefois que les évolutions technologiques rendaient peu pertinente une différence entre les services opérant seulement par téléphone et ceux exploitant également un site internet (§97 et suivants). La distinction entre services payants et gratuits demeure pour sa part opérante.

142. Cette définition du marché confirme la différence de situation entre les annuaires en ligne gratuits et les SRT payants, différence qui fonde un traitement distinct et l'exclusion prévue par la règle nouvelle qui n'est de ce fait pas discriminatoire.

143. Par ailleurs, le marché se définit comme le lieu de rencontre de l'offre et de la demande de produits ou de services spécifiques considérés par les acheteurs ou les utilisateurs comme substituables entre eux, mais non substituables aux autres biens ou services offerts. Il est le périmètre à l'intérieur duquel s'exerce et s'apprécie la concurrence entre les entreprises. La Commission a précisé dans sa communication du 22 février 2024 (C/2024/1645) reprenant ses définitions antérieures que le marché des produits ou des services est celui qui comprend tous les produits ou services que le consommateur considère comme interchangeables ou substituables en raison de leurs caractéristiques, de leurs prix et de l'usage auquel ils sont destinés compte tenu des conditions de concurrence et de la structure de la demande et de l'offre sur le marché. Sont substituables, et se situent de ce fait sur un même marché, les produits et les services dont on peut raisonnablement penser que les demandeurs les regardent comme des moyens entre lesquels ils peuvent arbitrer pour satisfaire une même demande (Conseil de la concurrence, décision 05-D-13, 18 mars 2005, §44), la substituabilité, à défaut d'être parfaite, se satisfaisant d'un degré suffisant d'interchangeabilité et s'appréciant tant du point de vue de la demande que de celui, plus secondaire, de l'offre.

144. Or, la société Google Ireland n'est pas présente sur le marché des SRT. En effet, les Fiches d'établissement, service gratuit ne nécessitant aucune intervention du professionnel concerné, correspondent à un résultat par référencement naturel du moteur Google Search regroupant des informations publiques sur le professionnel dont le nom est l'objet d'une requête de l'utilisateur (pièce 41 des intimées). Elles sont directement générées par le service Google Search, au même titre que tout résultat d'une recherche par mots-clés, et sont étrangères aux SRT, aucune requête spécifique de

l'internaute n'étant nécessaire et aucune mise en relation n'étant opérée. Le service Google Business Profile (pièces 41 et 42 des intimées) est un outil non payant à la disposition des entreprises leur permettant de créer une Fiche d'Etablissement ou d'en revendiquer une pour intervenir sur son contenu qu'elles peuvent agrémenter (photographies, offres, évènements, réponse aux avis).

145. Si ces services sont associés à une fonctionnalité Click-to-call affichée dans la Fiche d'établissement, revendiquée ou non, qui permet à l'utilisateur d'un smartphone d'appeler le professionnel dont le numéro apparaît, celle-ci, gratuite, est présente sur de nombreux sites internet, tels seloger.com, pagesjaunes.fr ou timeout.fr ainsi que le soutiennent les intimées sans être contredites. Directement associés à Google Search et indépendants du service de publicité payant pour les annonceurs Google Ads qui est fourni sur le marché de la publicité en ligne liées aux recherches (décision 19-MC-01, §90 et suivants), ils relèvent du marché des services de recherche générale défini par la Commission européenne dans sa décision AT.39740 du 27 juin 2017. Celle-ci précise que la recherche générale constitue une activité économique, que la substituabilité du côté de la demande comme de l'offre est limitée entre les services de recherche générale et les autres services en ligne et que cette conclusion ne varie pas selon que les services de recherche générale s'effectuent sur des appareils statiques ou sur des appareils mobiles (§155 et suivants). Ce marché est distinct de celui des SRT et les offres ne sont substituables ni pour l'annonceur, ni pour l'internaute.

146. Ces services, distincts entre eux, ne sont pas comparables au service d'extension d'appel intégré à l'offre Google Ads : celui-ci permet à un annonceur d'ajouter des numéros de téléphone à ses annonces et un bouton d'appel pour accroître sa visibilité et le taux de clics. L'affichage des extensions d'appel dépend du résultat des enchères pour chaque annonce (pièce 45 des intimées). Cette option, payante, n'est pas un SRT : tandis que dans le second, l'internaute paye la prestation de l'annonceur pour obtenir une mise en relation, la première est financée par l'annonceur lui-même qui peut afficher, sous réserve de l'ajustement de ses enchères, un numéro de téléphone sans lien avec la recherche de l'internaute. Comme le service Annonces Local Services (lui-même différent du Pack Local qui est une fonctionnalité d'affichage gratuite) permettant aux entreprises de mettre en avant leurs renseignements téléphoniques selon leur zone géographique et, en bénéficiant d'un référencement préférentiel en cas de recherche locale effectuée par un internaute, d'augmenter leur visibilité, le service d'extension d'appel relève du marché de la publicité en ligne liée aux recherches sur lequel est fourni le service Google Ads.

147. Ainsi, la société Google Ireland n'est en situation de concurrence avec la SAS Aowoa sur aucun marché, peu important que ses services Google Ads et Google Search gagnent indirectement en attractivité grâce aux fonctionnalités et services qui leur sont associés. Les circonstances de l'espèce sont à cet égard différentes de celle objet de la décision de la Commission européenne AT.39740 du 27 juin 2017 qui sanctionne la société Google Inc. pour abus de position dominante sur les marchés des services de recherche générale et de comparaison de prix pour les services de recherche générale dans l'EEE en ce qu'elle a réservé, sur ses pages de résultats de recherche générale, un placement et un affichage plus favorables à son propre service de comparaison de prix par rapport aux services de comparaison de prix concurrents. Ce faisant, elle a sciemment détourné le trafic des services de comparaison de prix concurrents vers le sien. Or, la nouvelle règle SRT n'opère aucune réorientation du trafic et ne favorise directement aucun service Google concurrent.

148. En outre, la SAS Aowoa ne démontre pas que la nouvelle règle SRT a été mise en 'uvre de manière discriminatoire par la société Google Ireland car :

- le procès-verbal de constat du 3 février 2022 (sa pièce 60) porte sur des annonces de la société Oxone que la société Google Ireland a été contrainte de diffuser en exécution du jugement du tribunal de commerce de Paris du 10 février 2021 (sa pièce 55). Si une annonce d'une société Mot dièse est évoquée, aucune capture d'écran correspondant au numéro 118 010 qui lui est associé n'est produite. Aussi, il est impossible d'imputer une discrimination à la société Google Ireland, les algorithmes de détection ayant pu ne pas identifier de SRT ;

- ces observations valent pour les procès-verbaux de constat des 9 mars, 17 juin et 2 novembre 2022 et 4 juillet 2023 qui portent en outre pour partie sur des numéros à 10 chiffres (sa pièce 86). Et, si des annonces publiées par des opérateurs de SRT sont effectivement visibles, le texte même des annonces, qui n'évoque pas clairement un SRT, est particulièrement trompeur et est de nature à échapper à la vigilance du contrôle automatisé de la société Google Ireland, analyse valant pour les procès-verbaux de constat des 27 mars, 22 avril et 27 novembre 2024 (pièces 87 à 89 de l'appelante) ;

- la capture d'écran fournie en pièce 71, non datée et réalisée dans des conditions indéterminées, n'a aucune valeur probante à raison de la contestation des intimées, l'annuaire inversé [Localité 9] 118712 étant quoi qu'il en soit un service gratuit permettant à un utilisateur d'identifier l'auteur d'un appel téléphonique à partir de la base de données de la société [Localité 9] (pièces 56 des intimées et 64 de l'appelante).

149. Par ailleurs, la présence résiduelle d'annonces de SRT n'implique pas à elle seule, au regard du nombre de publications constamment mises en ligne et objet d'une surveillance automatisée faillible, l'existence d'une discrimination, et ce d'autant que la société Google Ireland prouve que des annonceurs, pour déjouer ses systèmes de détection, modifient en quelques jours les Url de leurs sites ainsi que leur apparence (sa pièce 50).

150. Enfin, quoiqu'objectivement important pour les SRT, le service Google Ads ne leur est pas pour autant indispensable, l'ADLC ayant d'ailleurs constaté dans sa décision 19-MC-01 que plusieurs opérateurs de SRT n'utilisaient pas, ou peu, le service Google Ads (§127) et dans sa décision 19-D-26 que, dans les trois secteurs étudiés, dont celui des SRT et annuaires téléphoniques, les modèles économiques des sites actifs sur une même activité étaient très variés et que l'importance de Google Ads pour chacun d'eux dépendait de leur niveau de notoriété (§92). De fait, un service ne devient pas essentiel pour la seule raison qu'une entreprise, qui disposait pourtant d'alternatives crédibles bien que moins avantageuses, telles Bing Ads ou les services de publicité en ligne proposée sur les réseaux sociaux ou d'autres moteurs de recherche, a fait le choix de l'utiliser exclusivement.

151. Dès lors, ni l'édiction ni l'application de la règle nouvelle sur les SRT ne caractérisent un abus d'éviction. Aussi, le jugement entrepris sera confirmé en ce qu'il a rejeté l'intégralité des demandes de la SAS Aowoa à ce titre, perte de chance comprise.

2°) Sur les mesures de réparation

Moyens des parties

152. Au soutien de ses prétentions, la SAS Aowoa expose que, SRT digital, elle ne disposait d'aucune alternative à Google

Ads en matière de publicité en ligne, 80 à 90 % du trafic de son site étant généré par les annonces commerciales dont il permet la diffusion, 99 % de son poste « frais et publicité » étant constitué par l'achat de mots clés sur ce service et le SRT représentant 96,42 % de son chiffre d'affaires en 2019. Elle souligne ainsi la parfaite corrélation entre ses dépenses Google Ads et son chiffre d'affaires. Elle détaille ainsi ses différents postes de préjudice :

- au titre du gain manqué causé par les refus et suspensions d'annonces, elle fixe le quantum de sa demande à 1 015 600 euros en s'appuyant sur son rapport de partie du 4 juillet 2024 qui retient une perte journalière de chiffre d'affaires de 111 825 euros auquel est appliqué son taux de marge sur coûts variables pendant sa « phase de croissance » de décembre 2017 à juillet 2018 (période de référence), son préjudice ne débutant qu'en août 2018 et sa perte étant totale entre le 31 mars et le 12 mai 2020. Elle précise à ce titre que la progression de son chiffre d'affaires est fortement corrélée à la tendance de recherches de numéros de téléphone via Google Search, son rapport retenant un coefficient de corrélation de 0,96 entre le chiffre d'affaires factuel et les « tendances Google » (Google Trends), et que cette corrélation sert de fondement à la détermination de son chiffre d'affaires contrefactuel. Elle ajoute que sa marge sur coûts variables, déterminée pendant la phase de croissance de son activité, doit être maintenue à 22,42 % sur toute la période pour neutraliser sa dégradation causée par les pratiques ;

- au titre de la perte de chance de réaliser des bénéfices consécutive à son éviction totale le 3 mars 2021 (4 189 300 euros), elle souligne l'absence de lien systématique entre déclin d'un marché et évolution de l'activité pratiquée en son sein et que son préjudice, déterminé par référence à la valeur du fonds qu'elle a perdu établie par la méthode d'actualisation des flux prévisionnels de trésorerie (Discounted Cash-Flow), équivaut à la marge contrefactuelle qu'elle aurait pu espérer réaliser si elle n'avait pas été évincée du service Google Ads. Elle indique que la méthode de son expert de partie est clairement détaillée et qu'il a tenu compte de l'évolution de la tendance des recherches « numéro de téléphone » à meilleure date, des évolutions réglementaires d'août 2021 concernant les services à valeur ajoutée et de l'évolution globale du marché.

153. Elle sollicite également un préjudice d'image et de désorganisation (20 000 euros pour chacun de ces postes) ainsi qu'une mesure de publication judiciaire à titre de réparation complémentaire.

154. En réponse, les sociétés Google Ireland et Google France expliquent que le principe des préjudices allégués n'est pas prouvé au motif que, rien ne permettant d'affirmer que les annonces de la SAS Aowoa auraient été diffusées si les règles Google Ads avaient été définies et mises en 'uvre de façon objective, transparente et non discriminatoire, cette hypothèse ne peut constituer un scénario contrefactuel, et ce d'autant moins que l'ADLC a reproché à la société Google Ireland d'avoir accompagné la société Amadeus et d'avoir tardé à suspendre ses comptes malgré la mise en garde des pouvoirs publics.

155. Subsidiatement, elles soulignent les variations des évaluations figurant dans les rapports successivement produits par la SAS Aowoa et contestent les montants réclamés en s'appuyant sur leur propre rapport de partie. Elles expliquent ainsi que :

- plutôt que de se fonder sur le nombre de jours d'interruption du service Google Ads, la SAS Aowoa estime un chiffre d'affaires contrefactuel lié à l'évolution des recherches Google fondées sur le mot clé « numéro de téléphone » car il connaît une forte croissance selon l'outil Google Trends, la tendance constatée s'inversant cependant s'il est écrit sans accent, indice de son caractère arbitraire. Elles qualifient ce choix d'artificiel en ce qu'il n'est pas représentatif des mots-

clés utilisés par la SAS Aowoa pour ses campagnes Google Ads et que l'adjonction ou la sélection d'autres mots-clés aboutit à des tendances très différentes, l'évolution d'un ou plusieurs mots clés sur Google Trends, quels qu'ils soient, ne reflétant ainsi pas l'évolution potentielle de l'activité de SRT de la SAS Aowoa. Elles dénie également toute pertinence à la référence au taux de pénétration de la 4G+ ou de la consommation de données mobiles, leur augmentation impliquant une réduction de l'activité des opérateurs de SRT dont les services sont inutiles aux utilisateurs de smartphone, sauf s'ils sont trompés. Elles indiquent que leur expert a retenu, sur la période de décembre 2017 à mars 2020, une marge sur coûts variables moyenne quotidienne de 6 600 euros par jour et 253 jours au maximum de suspension/ refus d'annonces, soit gain manqué maximal de 167 000 euros ;

- le préjudice lié aux refus d'annonce consécutifs à l'entrée en vigueur de la nouvelle règle (31 mars 2020 au 11 mai 2020 puis 3 mars 2021 au 30 avril 2021) est inexistant, celle-ci étant claire, objective et non discriminatoire ;

- le gain manqué pour la période du 12 mai 2020 au 28 février 2020 n'est pas prouvé, une injonction judiciaire leur imposant de diffuser les annonces de la SAS Aowoa et les quelques messages produits étant à l'évidence le fruit d'une erreur technique sans conséquence significative. Elles retiennent à défaut un quantum maximal de 45 000 euros ;

- la perte de chance de générer des bénéfices futurs repose sur des calculs et des hypothèses incohérents car la SAS Aowoa, qui n'a pas de portefeuille clients et s'est vu gratuitement attribuer un numéro par l'Arcep qui doit autoriser son transfert à un autre opérateur, n'a développé ou acquis aucun fonds de commerce susceptible de valorisation. Elles ajoutent que le secteur des SRT est en déclin depuis 15 ans et n'offre aucune perspective de développement tandis que la tarification des appels vers les numéros en 118 XYZ a été divisée par quatre le 1er août 2021 en application de la décision de l'Arcep du 24 juillet 2018, la baisse du prix n'impliquant pas une augmentation des appels. Elles en déduisent que l'activité de la SAS Aowoa aurait été structurellement déficitaire dès août 2021 ;

- les préjudices d'image et de désorganisation ne sont pas prouvés en leur principe et en leur mesure.

Réponse de la cour

156. En vertu des dispositions des articles 1240 et 1241 (anciennement 1382 et 1383) du code civil, tout fait quelconque de l'homme qui cause à autrui un dommage oblige celui par la faute duquel il est arrivé à le réparer, chacun étant responsable du dommage qu'il a causé non seulement par son fait, mais encore par sa négligence ou par son imprudence.

157. Dans ce cadre, la victime a droit à réparation intégrale des préjudices directement causés par la faute et dont elle souffre personnellement, l'indemnisation accordée l'étant sans perte ni profit, à la mesure du préjudice prouvé en son principe et sa mesure. Le juge, tenu de réparer intégralement tout préjudice dont il constate le principe (en ce sens, Com., 10 janvier 2018, n° 16-21.500, et 2ème Civ., 28 mars 2013, n° 12-14.655), apprécie souverainement, au jour de sa décision, son montant dont il justifie l'existence par la seule évaluation qu'il en fait sans être tenu d'en préciser les divers éléments (en ce sens, Ass. plén., 26 mars 1999, n° 95-20.640).

158. La preuve de l'existence et de l'étendue du préjudice certain et personnel ainsi que celle du lien de causalité qui l'unit à la faute, qui incombe à l'appelante, est libre et peut être apportée par tous moyens. Dans l'administration de cette preuve, y compris pour procéder à la quantification du préjudice qui peut révéler son existence même, les parties peuvent procéder à une analyse dite contrefactuelle impliquant la reconstitution de la situation hypothétique qui serait advenue en l'absence de pratiques. Ce raisonnement est admissible dès lors que sa cohérence et l'exactitude des

données sur lesquelles il est bâti ont pu être débattues contradictoirement (en ce sens, Com., 1er mars 2023, n° 23-18.356 et 20-20.416).

159. Dans son Guide pratique concernant la quantification du préjudice dans les actions en dommages et intérêts fondées sur des infractions à l'article 101 ou 102 du TFUE qui ne constitue pas une norme impérative s'imposant aux juridictions nationales mais un ensemble d'informations de nature économique et pratique destiné à faciliter la mise en 'uvre des règles et pratiques nationales dans le respect des principes d'effectivité et d'équivalence (§2, 6 et 7). La Commission y précise ainsi que la quantification du préjudice causé par des pratiques anticoncurrentielles suppose la détermination de la situation hypothétique qui serait advenue en leur absence, situation non observable directement et appréhendée à travers des estimations permettant de bâtir un scénario de référence, dit contrefactuel, avec lequel la situation réelle peut être comparée (§12). Une telle approche étant, par nature, soumise à d'importantes limites quant à son degré de certitude et de précision, les règles de droit nationales applicables ainsi que leur interprétation doivent en tenir compte pour ne pas rendre, conformément au principe d'effectivité, l'exercice du droit à réparation pratiquement impossible ni excessivement difficile (§17). Le choix entre les différentes méthodes et techniques (méthodes comparatives et modèles de simulation, analyse fondée sur les coûts, analyses financières et autres) dépend des données disponibles et des caractéristiques concrètes de la situation concernée (§29).

160. Dans ce cadre, un rapport de partie comporte, notamment lors de l'élaboration d'un scénario contrefactuel, des analyses factuelles et des projections économiques qui ne sont que l'explicitation par un professionnel du raisonnement et de la thèse de la partie qui le mandate et qu'elle développe dans ses écritures. Pour cette part, qui n'appelle par nature pas la production de preuve au sens strict, seule compte la force de conviction de l'exposé, sa cohérence interne et externe au regard de la fiabilité des données mobilisées, la robustesse des modèles mis en 'uvre, la reproductibilité de ses calculs ainsi que sa transparence qui permet leur vérification. Aussi, sur ces points qui ont le même statut que la motivation des conclusions d'une partie au sens de l'article 954 du code de procédure civile, le juge peut retenir les conclusions d'un rapport de partie librement discuté au sens de l'article 16 du code de procédure civile, le cas échéant en le confrontant à celui produit par la partie adverse et en tranchant alors entre deux analyses divergentes (en ce sens, pour cette dernière hypothèse, Com. 1er mars 2023, n° 20-18.356).

161. Ainsi que le précise désormais l'article L 481-3 du code de commerce qui synthétise le droit antérieur qu'il ne modifie pas, les préjudices résultant d'une pratique anticoncurrentielle résident dans :

- la perte subie dont la SAS Aowoa ne poursuit pas la réparation ;
- le gain manqué, invoqué par cette dernière ;
- la perte de chance, également sollicitée par la SAS Aowoa mais d'ores et déjà été rejetée ;
- le préjudice financier (ou préjudice de trésorerie), dont l'indemnisation est demandée. Il consiste dans les intérêts dits compensatoires qui, distincts des intérêts moratoires sanctionnant, sans preuve d'un dommage par le créancier, un retard de paiement d'une obligation de somme d'argent ou d'une condamnation à une indemnité au sens des articles 1231-6 et 1231-7 du code civil, sont destinés à réparer le préjudice additionnel né de la prolongation dans le temps d'un dommage économique et peuvent couvrir l'érosion monétaire et le dommage particulier né de l'impossibilité de disposer des fonds constituant son quantum pour se saisir d'une opportunité déterminée (en ce sens, Com., 26 mai 1961, n° 238, Com. 31 mars 2021, n° 19-15.735, et Com. 1er mars 2023, n° 20-18.536 et 20-20.416, CJCE, Mulder et autres, 27 janvier 2000, Mulder et autres du 27 janvier 2000, C-104/89 et C-37/90, §51, et CJCE, Marshall, 2 août 1993, C-271/91, §31 et 32). De constitution progressive, il naît dès les premiers effets dommageables des pratiques anticoncurrentielles et croît, par l'effet du cumul des sommes indisponibles, jusqu'à la décision de justice consacrant le droit à indemnisation (ici, la date

de prononcé de l'arrêt) qui marque le point de départ des intérêts moratoires au taux légal conformément à l'article 1231-7 du code civil, le préjudice ne consistant alors plus, à compter de cette date, qu'en un retard dans le paiement. Il doit de ce fait être calculé par application du taux idoine aux sommes cumulées, année après année, dont a été privée la victime de la pratique illicite à compter de la première manifestation de ses effets (en ce sens, Com., 1er mars 2023, n° 20-18.356 et 20-20.416, qui précise également que le cours des intérêts compensatoires s'achève à la date de la décision de justice consacrant l'existence du préjudice économique servant d'assiette au préjudice financier). Le taux d'intérêt utilisé pour quantifier le préjudice financier, qui réside dans la privation d'une somme d'argent qui aurait pu être mobilisée par la victime à des fins diverses, dépend de l'usage apprécié in concreto que cette dernière en aurait fait, la preuve de celui-là incombant à celle-ci en application de l'article 9 du code de procédure civile (en ce sens Com., 7 juin 2023, n° 22-10.545) ;

- le préjudice moral, dont une personne morale, quoiqu'elle soit une fiction juridique, peut souffrir (en ce sens, Com. 15 mai 2012, n° 11-10.278) sous réserve d'en expliciter la nature et d'en démontrer la consistance (e.g. atteinte à l'image, à la réputation ou au crédit susceptible d'affecter le rapport aux partenaires commerciaux et à la clientèle, désorganisation et déstabilisation internes, ou plus généralement, trouble commercial inquantifiable économiquement). La SAS Aowoa soutient qu'il réside dans l'atteinte à son image et sa désorganisation.

162. Il est établi que la société Google Ireland n'a pas commis d'abus d'éviction mais exclusivement un abus d'exploitation caractérisé pour tous les refus d'annonces ou suspensions de compte notifiés entre le 15 décembre 2017 et le 3 mars 2021 à l'exception des règles « Vente d'articles gratuits » et « Contournement des systèmes », à compter du 7 mars 2019, et de la règle « Services de renseignements téléphoniques, de transfert et d'enregistrement des appels », à compter du 30 mars 2020 à minuit. La pratique anticoncurrentielle est de ce fait établie, soit par le jeu de la présomption de l'article L 481-2 du code de commerce jusqu'au 30 octobre 2018, soit par l'administration d'une preuve directe pour la période postérieure, pour 17 refus d'annonces (comptes 240-335-7525 et 785-848-5243) et 3 suspensions de comptes (comptes 417-708-8807, 683-707-8574 et 310-303-5931).

Sur le gain manqué

163. La cour observe que l'article 17§1 de la directive 2014/104 offrant une faculté d'estimation du préjudice à la juridiction de jugement, à la lumière duquel doit être interprété le droit interne, est une disposition procédurale qui est applicable au litige. La SAS Aowoa, qui ne prétend pas que la quantification de ses préjudices est pratiquement impossible ou excessivement difficile sur la base des éléments de preuve disponibles, n'en sollicite pas le bénéfice. La seule persistance d'incertitudes, inhérentes au contentieux de la responsabilité et qui résultent de l'affrontement d'arguments et d'expertises dans le cadre du débat contradictoire, ne correspond quoi qu'il en soit pas au degré de complexité dans l'évaluation du préjudice requis pour permettre l'application de l'estimation judiciaire prévue à l'article 17§1 (CJUE, Traficos Manuel Ferrer SL du 16 février 2023, C-312/21, §52 et 53).

164. Pour chiffrer son gain manqué, la SAS Aowoa s'appuie sur ses rapports de partie, et en particulier celui dressé le 4 juillet 2024 (ci-après, « le rapport AP », sa pièce 82). Aux termes de ce dernier, qui postule une relation de concurrence entre la société Google Ireland et la SAS Aowoa et le caractère indispensable à l'activité de la seconde du service Google Ads de la première (§17 et 18), les hypothèses posées et les méthodes employées sont les suivantes :

- le chiffre d'affaires de la SAS Aowoa est fortement corrélé aux dépenses Google Ads, leurs évolutions étant parfaitement analogues entre le 15 décembre 2017 et le 3 mars 2021 et obéissant à une dynamique d'entraînement, le recours répété à Google Ads entraînant son algorithme et permettant à la SAS Aowoa d'affiner sa stratégie d'enchères et

de bénéficier d'un meilleur retour sur ses dépenses publicitaires (§56 à 60 et 63 à 69) ;

- le préjudice, chiffré au 30 avril 2021 pour tenir compte des effets d'inertie (§70), réside dans la différence entre la marge sur coûts variables qu'aurait réalisée la SAS Aowoa en l'absence de suspensions arbitraires de comptes et d'annonces entre le 15 décembre 2017 et le 3 mars 2021 et la marge sur coûts variables réellement dégagée sur cette période (§73). Le chiffre d'affaires contrefactuel est modélisé sur la base de l'évolution du nombre de recherches sur Google Search utilisant le mot clé « numéro de téléphone » selon l'outil Google Trends qui, corrélé au chiffre d'affaires de la SAS Aowoa, est plus représentatif du marché sur lequel elle opère que les données de l'Arcep relatives au nombre d'appels ou au chiffre d'affaires généré par les numéros à valeur ajoutée qui sont marquées par le déclin du recours aux supports technologiquement dépassés et masquent le développement du segment de marché lié aux recherches Google, en particulier depuis un smartphone (§76 à 83). Ainsi, malgré les pratiques subies durant cette période, le chiffre d'affaires contrefactuel est considéré égal à celui effectivement généré jusqu'à fin juillet 2018 (phase de croissance) auquel est appliqué, pour la période postérieure, le taux de variation mensuel des valeurs Google Trends « numéro de téléphone » entre les mois d'août 2018 et avril 2021 (phase de déclin) (§84) ;

- le taux de marge sur coûts variables est déterminé en considération du coefficient de corrélation linéaire entre le chiffre d'affaires et les différentes charges composant le compte de résultat de la SAS Aowoa de 2018 à 2021, le résultat étant conforme aux attestations de son expert-comptable, hors de charge de sous-traitance qui sont pour partie réintégrées dans le calcul. Ce taux se dégradant en phase de déclin, une seconde hypothèse fondée sur un taux de marge sur coûts variables égal à celui constaté en phase de croissance (22,42 %) est proposée (§85 et suivants).

165. Après modélisation, le différentiel de chiffre d'affaires s'établit ainsi (§97) :

166. Après détermination de la marge sur coûts variables contrefactuelle, le gain manqué avant capitalisation se décompose ainsi (§101) :

167. Ce rapport de partie est complété par un addendum du 27 juin 2025 (pièce 90 de l'appelante) répondant aux critiques adverses et soulignant que :

- le déclin du marché traditionnel des services à valeur ajoutée (SVA), qui n'empêche pas nécessairement la croissance de l'activité d'une entreprise spécifique dotée d'une stratégie efficace, s'est concentré sur la période 2005-2014, avant l'entrée sur le marché de la SAS Aowoa et des opérateurs de SRT qui ont émergé en 2015 sur un nouveau segment stimulé par la 4G et l'usage de l'internet mobile qui ont favorisé le développement des SRT 118 XYZ optimisés pour cet environnement, dynamisme visible durant la phase de croissance de l'activité de la SAS Aowoa et de ses concurrents directs (§10 à 22) ;
- l'usage de la tendance du mot-clé « numéro de téléphone » comme proxy, appliqué à des agrégats synthétisant les performances historiques de la SAS Aowoa, est pertinent, ce dernier étant corrélé à son chiffre d'affaires, à la différence des autres mots-clés proposés par les intimées (§23 à 29). Il ajoute que la surperformance de la SAS Aowoa, l'augmentation de son chiffre d'affaires étant plus rapide que celle de la tendance, est la résultante de son savoir-faire (§30 et 31) et que la comparaison de cette tendance à la pénétration de la 4G+ ou à la consommation de données mobiles qui sont corrélés au chiffre d'affaires de la SAS Aowoa confirment la robustesse du scénario contrefactuel proposé (§32 à 37).

168. Pour combattre cette analyse, les sociétés Google produisent à leur tour un rapport de partie du 7 mars 2025 (ci-après, « le rapport [P] », leur pièce 60) aux termes duquel :

- la SAS Aowoa n'a, depuis sa création, réalisé aucun investissement et n'a créé aucune clientèle, son activité dépendant presque exclusivement, selon ses déclarations, de ses campagnes Google Ads (§1.2). La trésorerie de cette dernière, utilisée pour verser des dividendes, n'ayant en outre généré aucun intérêt financier entre 2018 et 2021, son préjudice financier est inexistant (§1.3 et 2.4.1.1) ;
- le rapport AP ignore la modification des règles en mars 2020 et ne justifie pas la date d'avril 2021 pour chiffrer le préjudice. Il postule une croissance du chiffre d'affaires contrefactuel intégralement assise sur la tendance de consultation du mot-clé « numéro de téléphone » sur le moteur de recherche Google alors qu'il est sans lien démontré avec l'activité de la SAS Aowoa et les campagnes de publicité qu'elle a effectuées sur Google Ads, et que le choix d'autres mots clés ou la modification du libellé du mot clé aboutissent à des résultats totalement différents et confirment l'absence de préjudice subi. Une tendance de requêtes d'un mot-clé sur le moteur de recherche de Google, qui correspond au nombre de requêtes effectuées par les internautes avec ce dernier, n'est pas représentative des annonces affichées sur les pages de résultats, des clics des internautes sur ces annonces et du comportement de celui-ci sur la page de destination. Aussi ne peut-il refléter l'évolution d'une activité qui utilise Google Ads pour faire sa promotion (§1.2 et 3.1.2.3). Les conclusions du rapport AP sont d'autant plus irréalistes que l'évolution globale du marché des SRT, tirée des données de l'Arcep, révèle qu'il est en déclin et sans perspective de croissance, les opérateurs ayant été contraints d'augmenter leurs tarifs pour pallier la chute du nombre d'appels et l'Arcep ayant, en réaction, plafonné la tarification des numéros spéciaux à compter du 1er août 2021 (§2.3) ;
- la marge sur coûts variables du rapport AP est erronée et devrait intégrer notamment les coûts de publicité Google Ads et les commissions de publicité, les coûts liés au call center et aux SMS, les charges d'hébergement/IT/Informatique ainsi que des charges de sous-traitance (§3.4.5.1). Le nombre de jours d'interruption n'est pas justifié (§3.4.5.2).

169. Le rapport [P] propose une évaluation alternative pour la période du 17 décembre 2017 au 30 mars 2020, date de l'introduction de la nouvelle règle excluant les annonces pour les SRT, qu'il détaille ainsi (§1.3 et 3.4.5) : sur la base des 253 jours (non justifiés) de refus d'annonces et d'un chiffre d'affaires journalier de 3 750 euros tirés des états financiers de la SAS Aowoa et des attestations de son expert-comptable ainsi que d'un taux de marge sur coûts variables de 17,6 % du chiffre d'affaires déterminé en considération de la nature et de l'évolution des charges supportées par la SAS Aowoa

sur les années 2018 à 2021, le gain manqué atteint une somme de maximale de 167 000 euros (marge sur coûts variables journalière x 253 jours actifs de refus d'annonces ou de suspension de comptes). Il précise que, faute d'information suffisante, il n'a pu procéder à une minoration nécessaire fondée sur le fait que le refus d'une annonce ou la suspension d'un compte n'équivaut pas à l'absence de diffusion de publicité. Il livre par ailleurs une évaluation du gain manqué sur les périodes postérieures en suivant la même méthode.

170. Les sociétés Google contestent le principe même du préjudice au motif que rien n'indique que, si les règles Google Ads avaient été définies et mises en 'uvre de manière objective, transparente et non discriminatoire, les annonces de la SAS Aowoa pour son SRT auraient été diffusées alors que les mises en garde des pouvoirs publics lui imposaient au contraire d'interdire les annonces, l'ADLC lui reprochant à cet égard d'avoir tardé à agir en alimentant par sa politique d'accompagnement personnalisé les causes dont elles réprimaient les effets. Elle en déduit que la situation contrefactuelle correspond, non à une hypothèse de diffusion des annonces, mais à une situation dans laquelle l'ensemble des annonces auraient été refusées.

171. Cependant, l'opacité des règles et leurs conditions d'application un temps erratiques et discriminatoires interdisent en soi toute supposition relative à l'impact effectif de règles valides et correctement appliquées, leur contenu n'ayant de surcroît rien de certain pour deux raisons. D'une part, ni les alertes des pouvoirs publics, qui signalaient des difficultés qu'ils estimaient en grande partie réglées (enquête de la DGCCRF en pièce 6 des intimées qui souligne la mise en conformité de l'intégralité des numéros de renseignement tout en rappelant la nécessité d'une surveillance maintenue), ni les décisions de l'ADLC, qui ne reprochaient pas aux sociétés Google une réaction tardive à raison de ces dernières mais une incohérence grave dans la mise en 'uvre de ses politiques commerciales et de sanction ainsi que l'édiction et l'application de règles non objectives, non transparentes et discriminatoires, n'imposaient une interdiction des annonces pour les SRT qui demeurent des activités licites. D'autre part, le positionnement de la société Google Ireland a lui-même évolué entre sa décision d'appliquer des motifs de refus ou de suspensions variés et celle, contrainte, de modifier le contenu de certaines règles avant d'opter, librement cette fois, pour une exclusion générale des annonces pour les SRT. Aussi, la seule hypothèse logique est qu'en l'absence de refus d'annonce ou de suspension de compte, l'activité de la SAS Aowoa se serait poursuivie normalement.

172. Par ailleurs, le rapport AP établit, en phase de croissance et de déclin, une corrélation forte entre le chiffre d'affaires de la SAS Aowoa, certes non propre à l'activité SRT mais néanmoins fortement liée à elle qui en représentait une part oscillant entre 80 et 99 %, et ses dépenses publicitaires Google Ads (§64 et 65). Il est ainsi certain que les abus d'exploitation caractérisés ont eu un impact direct sur l'activité de la SAS Aowoa.

173. En revanche, il est exact que le scénario contrefactuel du rapport AP est privé de portée par le manque de robustesse des hypothèses sur lesquelles il repose en ce que :

- le choix du mot-clé « numéro de téléphone » ainsi que l'utilisation des tendances Google Trends sont arbitraires et sans pertinence. Au regard du service de mise en relation en cause, il est évident que les termes « numéro de téléphone », dont le rapport [P] révèle qu'ils emportent de surcroît des résultats radicalement différents selon l'orthographe adoptée (présence ou non d'accent), difficulté que ne lève pas la seule généralisation des correcteurs automatiques dont l'efficacité est variable, ne sont jamais renseignés seuls dans le moteur de recherche mais toujours en association avec l'entité à joindre. La pièce 92 confirme ainsi que les campagnes de la SAS Aowoa portaient systématiquement sur des services déterminés (taxi, fourrière, pharmacie, service clientèle) et que les mots-clés qu'elle utilisait pour leur réalisation étaient différents. En outre, ainsi que le souligne le rapport [P], une tendance n'éclaire en rien le taux de conversion : elle n'est représentative ni des annonces affichées en réponse au mot-clé de la requête ni du comportement de l'internaute

tant à l'égard de celles-ci que sur la page de destination. Le recours au taux de pénétration de la 4G ou de la 4G+ ainsi qu'à la consommation de données mobiles, qui n'ont aucun lien direct clair avec l'activité de la SAS Aowoa qui est au contraire menacée par les facilités qu'offrent les moteurs de recherche généralistes sur internet, n'est pas de nature à conforter l'hypothèse du rapport AP. Enfin, contrairement à ce que soutient celui-ci, l'évolution du chiffre d'affaires de la SAS Aowoa n'est pas corrélée à celle des tendances du mot-clé « numéro de téléphone », l'écart constaté étant justifié par une « surperformance » de la SAS Aowoa que rien n'étaye ;

- le refus de prendre en considération les données de l'Acerp occulte l'évolution péjorative du marché sur lequel opère la SAS Aowoa et conduit à une nécessaire majoration de son gain manqué. Or, cette tendance à l'essoufflement rapide est utilement illustrée par le graphique suivant inséré dans le rapport [P] (page 15) qui révèle que la chute constante du nombre d'appels n'a été compensée que par une augmentation inverse de leur coût, tendance ayant conduit l'Arcep à plafonner les tarifs :

- le refus d'une annonce ou la suspension d'un compte n'implique pas nécessairement une inactivité corrélative de la SAS Aowoa qui dispose de nombreux comptes et a la possibilité, justement relevée par le tribunal, de soumettre une annonce modifiée.

174. Le gain manqué de la SAS Aowoa réside dans la perte de revenus directement causée par le refus de chaque annonce et la suspension de chacun de ses comptes. La valorisation individuelle d'une annonce ou d'un compte est néanmoins impossible, non seulement car les données manquent, notamment sur le nombre total des annonces publiées par la SAS Aowoa et leur corrélation avec son chiffre d'affaires, mais car cette dernière est libre de pallier tout refus en soumettant une nouvelle annonce et de surmonter une suspension en se reliant sur un autre compte actif parmi les nombreux qu'elle exploite, ce nombre n'étant pas limité par les règles Google Ads. Non appréciable directement, cette valeur peut être approchée indirectement à travers les perturbations objectivement générées par les pratiques dans l'activité de la SAS Aowoa. Dans cette logique, à défaut par ailleurs de pouvoir procéder à une comparaison avant/pendant/après puisque celle-ci a été immédiatement affectée par les pratiques anticoncurrentielles et au regard de l'importance du service Google Ads dans la réalisation de son chiffre d'affaires par la SAS Aowoa, la méthode proposée par le rapport [P], qui repose sur l'application de la marge sur coûts variables au nombre de jours d'interruption de service générée par les refus ou les suspensions et rejoint celle mobilisée dans les précédents rapports de la SAS Aowoa, est la plus cohérente et la plus robuste. Le seul critère pertinent pour caractériser une interruption est alors le nombre de notifications, qui peuvent englober plusieurs annonces regroupées dans une même campagne, à l'exclusion du nombre d'annonces interdites auquel les parties ne se réfèrent d'ailleurs pas.

175. Pour la détermination de ces jours d'interruption, le rapport AP n° 2 du 16 avril 2021 (pièce 73 de l'appelante) envisageait de retenir (§70 et suivants) :

- pour, les refus ponctuels ou massifs de publication d'annonces, une durée forfaitaire de trois jours actifs (ou ouvrés) sur la base d'un « seuil de tolérance jurisprudentiel » ;
- pour les suspensions de comptes de plusieurs semaines, les durées réelles fournies par l'outil de suivi Google Analytics ;
- pour les suspensions permanentes, le taux forfaitaire de trois jours actifs au motif que la SAS Aowoa s'était vraisemblablement rapidement détournée de ces comptes au profit de nouveaux ;

- pour toutes les suspensions de comptes, un délai supplémentaire de 9 jours impliqué par la durée moyenne de vérification et de validation par la société Google Ireland après suspension (3 jours) et par le temps nécessaire à la remise en état du compte (12 jours avec une performance réduite de moitié, soit 6 jours).

176. Ainsi que le relèvent le rapport [P] et le tribunal, le forfait de 3 jours pour les refus d'annonce n'est, à l'instar des majorations de délai pour les suspensions de compte, ni étayé ni justifié. Il n'est en outre pas cohérent avec la possibilité explicitement retenue de la SAS Aowoa d'utiliser d'autres comptes parmi les 12 qu'elle exploite pour compenser l'inactivité de l'un d'eux, dont la durée effective au regard des données Google Analytics importe de ce fait peu. Néanmoins, l'exercice de cette faculté est entravé par l'opacité des règles dont la définition et l'application caractérisent l'abus d'exploitation, la SAS Aowoa n'étant pas en mesure d'appréhender aisément les raisons précises des refus d'annonces et des suspensions de compte notifiés et de prendre rapidement les mesures correctives adéquates. Son délai de réaction est ainsi nécessairement allongé, et ce d'autant que la multiplicité des notifications et la variété de leurs motifs, ainsi que parfois leur caractère massif, sont de nature à la désorganiser et à complexifier sa tâche. De plus, une suspension de compte, bien que ses effets soient contenus par la multiplicité des comptes, est par nature plus handicapante qu'un simple refus d'annonce. Aussi, le rapport AP n° 2 notant sans être contredit que la prise en compte des dimanche et jours fériés avait peu d'impacts sur le nombre de jours actifs (§77), la cour n'opèrera à cet égard aucune distinction et retiendra 2 jours d'interruption pour chaque notification de refus d'annonce et 10 jours pour chaque suspension de compte, soit un total de 94 jours d'interruption à raison de 20 en décembre 2017, 60 en 2018, 4 en 2019, 6 en 2020 et 4 en 2021.

177. Aux termes de l'attestation de l'expert-comptable de la SAS Aowoa du 20 juillet 2022 (sa pièce 83), son chiffre d'affaires lié à l'activité SRT pour la période du 1er décembre 2017 au 31 mars 2020 est de 2 600 105 euros et sa marge sur coûts variables de 651 826 euros. Dans son attestation du 20 mai 2020 (pièce 50 de l'appelante), il fixait les chiffres d'affaires journaliers des mois de mars à mai 2019 aux sommes respectives de 3 028 euros, 2 842 euros et 2 743 euros. Ces documents sont repris ou complétés par d'autres figurant en annexe des différents rapports AP (annexes 5, 7 et 8 du rapport n° 1 en pièce 62, annexes 10, 13 et 14 du rapport n° 2 en pièce 73, annexe 9 du rapport n° 3 en pièce 82 et annexe 9 de l'addendum en pièce 90). Tous reposent sur les mêmes bases de calcul.

178. Les critiques du rapport [P] relatives à la détermination de la marge sur coûts variables sont fondées et ses retraitements, justifiés et détaillés, sont exacts au regard des états financiers produits en annexe du rapport AP. Ce dernier impute la dégradation de la marge sur coûts variables aux pratiques qui auraient généré une augmentation des dépenses publicitaires Google Ads. Cependant, le paiement de ce service étant calculé au clic, le refus d'une annonce n'implique pas un surcoût. Aussi, le lien opéré par le rapport AP, qui occulte l'évolution péjorative du marché et n'explique pas quelle spécificité de la stratégie de la SAS Aowoa lui permettrait d'échapper à cette tendance structurelle, n'est pas prouvé et rien ne justifie de conserver un taux de marge sur coûts variables égal à celui déterminé en phase de croissance, qui est également affectée par les pratiques quoique le rapport AP écarte tout préjudice sur cette période. Aussi, la marge sur coûts variables pertinentes doit être déterminée en considération des données financières et comptables effectives de chaque exercice.

179. Le rapport [P] (§3.4.5.1) établit que le taux de marge sur coûts variables de la SAS Aowoa était de 10 % en 2017 (pour un chiffre d'affaires de 10 152 euros), de 22,9 % en 2018 (pour un chiffre d'affaires de 1 157 003 euros), 16,5 % en 2019 (pour un chiffre d'affaires de 1 238 715 euros), de 2,4 % en 2020 (pour un chiffre d'affaires de 1 474 311 euros) et de 6,4 % en 2021 (pour un chiffre d'affaires de 367 223 euros). Ces données rapportées à la journée puis multipliées par le nombre de jours d'interruption correspondant, la perte de marge sur coûts variables de la SAS Aowoa atteint la somme de 48 101,08 euros à raison de 715 euros en 2017, 43 794 euros en 2018, 2 239,88 euros en 2019, 581,64 euros en 2020

et 770,56 euros en 2021.

180. En conséquence, le jugement entrepris sera infirmé de ce chef et la société Google Ireland sera condamnée à payer à la SAS Aowoa la somme de 48 101,08 euros.

Sur le préjudice financier

181. Pour justifier de l'existence et de la mesure de ce préjudice, le rapport AP du 4 juillet 2024 (§173 et suivants) et l'addendum (§67 et suivants) soulignent que « toute privation de trésorerie conséquence d'un préjudice économique doit être réparée », que la nature de l'activité de la SAS Aowoa requiert un « certain niveau » de réinvestissement dans son appareil productif (i.e. achat de publicités Google Ads) et qu'une dégradation de sa trésorerie influe sur son activité malgré la distribution de dividendes qui exclut l'application du taux de rentabilité des capitaux propres. L'addendum précise ainsi que la SAS Aowoa réinvestissait « une part importante » de sa trésorerie dans l'acquisition de mots-clés et d'espaces publicitaires, mécanisme vertueux au c'ur de sa croissance, appelé « effet flywheel » en marketing digital, selon lequel chaque euro investi génère du chiffre d'affaires à réinvestir pour partie, cycle dont la performance est accrue en cas d'optimisation, notamment de la stratégie d'enchères. L'expert de partie conclut ainsi que, « dans une approche prudente, ['] la perte de marge sur coûts variables a entraîné une privation de trésorerie ['] correspondant a minima au taux de placement financier du surcroît de trésorerie dans un placement financier peu risqué à un an », constat fondant l'application du taux légal.

182. Cependant, le préjudice financier sollicité s'analyse en une perte de chance, qui s'entend de la disparition actuelle et certaine d'une éventualité favorable et suppose établie la preuve du sérieux de la chance perdue, de réinvestir née de l'indisponibilité du capital que constitue la somme accordée au titre de la réparation du préjudice. Ce préjudice, contrairement à ce que soutient la SAS Aowoa qui lui confère un caractère automatique, ne s'infère pas nécessairement de la constatation d'un préjudice économique : si une perte de chance, même minime dès lors qu'elle est sérieuse (en ce sens 1ère Civ., 16 janvier 2013, n° 12-14.439 et 2ème Civ., 20 mai 2020, n° 18-25.440), doit être réparée, il incombe à la SAS Aowoa de prouver que la chance qu'elle évoque était certaine en son principe.

183. Or, ainsi que le souligne le rapport [P] (§5), les états financiers, les liasses fiscales et les procès-verbaux d'assemblée générale des 2 avril 2019 et 15 mars 2021 de la SAS Aowoa, dont la trésorerie oscillait entre 13 367 euros et 378 723 euros, révèlent que cette société, qui n'apporte aucune précision sur d'éventuels mécanismes intragroupes explicatifs sous-jacents, n'a réalisé aucun investissement depuis le lancement de son activité et n'a pas placé sa trésorerie, laquelle n'a généré aucun intérêt financier entre 2018 et 2021 et a en réalité été largement utilisée pour distribuer des dividendes sur les trois derniers exercices. Et, si la SAS Aowoa investissait massivement dans des dépenses publicitaires et si son chiffre d'affaires était corrélé à ces dernières, l'augmentation des premières, dont il n'est pas prouvé qu'elle soit causée par les pratiques, s'est faite à compter de 2019 au prix d'une dégradation significative de sa marge sur coûts variables. Enfin, le quantum de son préjudice économique, dont la constitution progressive sert d'assiette au calcul du préjudice financier, est modeste au regard du montant moyen de sa trésorerie entre 2018 et 2020 (216 380,66 euros, §2.4.1.1), seules années complètes d'exercice.

184. Ainsi, la SAS Aowoa, dont le raisonnement est purement hypothétique et sans lien avec sa pratique habituelle, ne

démontre pas l'existence de la perte de chance qu'elle allègue et le principe d'un préjudice financier.

185. En conséquence, le jugement entrepris sera infirmé en ce qu'il a fait droit à cette demande en intégrant dans le quantum de sa condamnation « l'hypothèse de capitalisation proposée » par la SAS Aowoa.

Sur le préjudice moral

186. La SAS Aowoa, qui admet que son activité était dépendante de l'exploitation du service Google Ads, n'a développé aucune clientèle et ne démontre ni avoir joui d'une notoriété quelconque ni avoir entretenu des relations avec des partenaires commerciaux distincts de la société Google Ireland. De ce fait, son image, soit la perception qu'en ont les tiers et qui forme l'idée qu'ils s'en font, n'a pu être altérée par les pratiques qui n'ont par ailleurs bénéficié d'aucune forme de publicité. Aussi, ce premier poste de préjudice est inexistant.

187. En revanche, il est certain que la répétition des refus d'annonces et les suspensions de compte pour des raisons opaques ont complexifié la tâche de la SAS Aowoa et entravé son activité normale en lui imposant un difficile travail d'anticipation et de correction l'ayant nécessairement désorganisée, peu important à cet égard la faible ampleur de sa masse salariale. Ce préjudice moral sera réparé par l'allocation d'une somme de 20 000 euros.

188. En conséquence, le jugement entrepris sera infirmé de ces chefs et la société Google Ireland sera condamnée à payer à la SAS Aowoa la somme de 20 000 euros en réparation intégrale de son préjudice moral.

Sur la publication

189. La publication judiciaire est une mesure de réparation complémentaire par équivalent : elle a une nature indemnitaire. En ce qu'elle est coûteuse, le juge a l'obligation de fixer le montant maximum des frais publication à la charge de la partie condamnée pour s'assurer que la réparation est intégrale et directement et exclusivement corrélée au préjudice effectivement subi (en ce sens, Com. 23 mars 2010, n° 09-13.673 : « attendu que le préjudice doit être réparé dans son intégralité, sans perte ni profit pour aucune des parties ; que les juges qui ordonnent la publication d'une décision de condamnation civile sont tenus d'en préciser le coût maximum »).

190. La cour observe que, bien qu'elle sollicite la publication de l'arrêt en corps de ses écritures (page 64) et l'infirmité du jugement sur ce point, la SAS Aowoa ne reprend pas cette demande dans leur dispositif qui délimite l'objet du litige au sens des articles 4 et 954 du code de procédure civile. Aussi, cette prétention ne saisit pas la cour et le jugement entrepris ne peut qu'être confirmé de ce chef.

191. Surabondamment, la SAS Aowoa, qui ne chiffre pas le montant de sa demande et ne détermine pas les modalités de la publication qu'elle sollicite, empêchant de ce fait tout débat contradictoire utile, ne motive pas sa prétention. Or, en l'absence de toute altération de son image auprès d'internautes ou de partenaires commerciaux et de poursuite de son activité de SRT, son numéro 118 999 ayant été restitué à l'Acerp le 19 avril 2021, rien ne justifie une publication de la décision, les préjudices de la SAS Aowoa étant intégralement réparés.

III - Sur les frais irrépétibles et les dépens

192. Le jugement entrepris sera confirmé en ses dispositions relatives aux dépens mais infirmé en celles fondées sur l'article 700 du code de procédure civile, aucune considération tirée de l'équité, évoquée par le jugement entrepris mais non explicitée, ne fondant l'absence de condamnation de la société Google Ireland qui a perdu son procès et a été condamnée aux dépens.

193. Succombant en son appel, la société Google Ireland, dont la demande au titre des frais irrépétibles sera rejetée, sera condamnée à supporter les entiers dépens d'appel, qui seront recouverts directement par la Selarl LX [Localité 10]- Versailles-Reims conformément à l'article 699 du code de procédure civile, ainsi qu'à payer à la SAS Aowoa la somme de 80 000 euros en application de l'article 700 du même code au titre des frais irrépétibles de première instance et d'appel.

194. En revanche, si la SAS Aowoa succombe en ses demandes contre la SARL Google France, constat qui fonde le rejet de sa demande au titre des frais irrépétibles à son encontre, l'équité commande de rejeter la prétention de cette dernière sur le fondement de l'article 700 du code de procédure civile, la complexité de l'organisation du groupe Google favorisant les erreurs dans l'identification des partenaires commerciaux réels et les situations économiques respectives des parties n'ayant rien de commun.

Dispositif

PAR CES MOTIFS

La cour, statuant par arrêt contradictoire mis à la disposition des parties au greffe,

Déclare irrecevables les écritures n° 6 de la SAS Aowoa, ainsi que ses conclusions n° 7 et 8 sauf en ce qu'elles répondent à l'irrecevabilité opposée par les sociétés Google France et Google Ireland, ainsi que ses pièces 93, 94, 96 et 97 ;

Rejette la demande de la SAS Aowoa au titre de l'irrecevabilité des conclusions des intimées notifiées par la voie électronique le 19 septembre 2025 ;

Rejette la fin de non-recevoir opposée par la SAS Aowoa à la demande de mise hors de cause de la SARL Google France ;

Confirme le jugement entrepris en toutes ses dispositions soumises à la cour, sauf en ce qu'il a :

- condamné in solidum la SARL Google France et la société Google Ireland à payer à la SAS Aowoa les sommes de 48 000 euros au titre de son préjudice économique, préjudice financier compris, et de 35 000 euros au titre de son préjudice d'image et de désorganisation ;

- dit n'y avoir lieu à l'application de l'article 700 du code de procédure civile ;

Statuant à nouveau des chefs infirmés,

Rejette l'intégralité des demandes de la SAS Aowoa à l'encontre de la SARL Google France ;

Condamne la société Google Ireland à payer à la SAS Aowoa les sommes de :

- 48 101,08 euros en réparation de son préjudice économique causé par l'abus d'exploitation imputable à la société Google Ireland ;

- 20 000 euros en réparation de son préjudice moral tiré de sa désorganisation ;

Rejette les demandes indemnitaires de la SAS Aowoa au titre de son préjudice financier et de l'atteinte à son image ;

Y ajoutant,

Rejette les demandes de la société Google Ireland et de la SARL Google France au titre des frais irrépétibles ;

Rejette la demande de la SAS Aowoa formée contre la SARL Google France au titre des frais irrépétibles ;

Condamne la société Google Ireland à supporter les entiers dépens de l'instance qui seront recouverts directement par la

Selarl LX [Localité 10]-Versailles-Reims conformément à l'article 699 du code de procédure civile ;

Condamne la société Google Ireland à payer à la SAS Aowoa la somme de 80 000 euros en application de l'article 700 du code de procédure civile au titre des frais irrépétibles de première instance et d'appel.

LA GREFFIÈRE LA PRÉSIDENTE