

Essentiel

Inopposabilité des conditions d'utilisation d'un site web

le 11 avril 2012

AFFAIRES | Commerce électronique

Le simple fait de se rendre sur un site web afin de le consulter ne saurait résulter en une relation de nature contractuelle avec l'éditeur du site.

- [Paris, 23 mars 2012, RG n° 10/11168](#)

« *All of Ryanair's lowest fares are available only on its own web site* », lit-on dans le *curriculum vitæ* plein d'humour que soumit en 2011 le président-directeur général de Ryanair à la Commission européenne – qui y écrivit aussi par exemple « *he was a boy genius* » et « *it is widely known that women find him irresistible* ». Dommage pour la biographie de l'intéressé, la cour d'appel de Paris vient de juger que l'on peut aussi acheter des billets pour ses avions sur d'autres sites que celui de sa société !

Ryanair a engagé une croisade contre plusieurs agences de voyages en ligne à l'étranger (pour l'inventaire des contentieux en Allemagne, Espagne, Irlande et aux Pays-Bas, V. C. Manara, *The Paris Court of first instance denies an airline company having an exclusive distribution model the right to prevent an online travel agency from selling its tickets*, 9 avr. 2010, e-Competitions, n° 32656, concurrences.com), et en France contre Opodo. La compagnie irlandaise considérait qu'il y avait à la fois violation de droits de propriété intellectuelle (1) et responsabilité contractuelle ou délictuelle de l'agence (2).

1. Afin de pouvoir proposer à ses clients des réservations sur Ryanair, Opodo se connectait régulièrement sur le site de cette dernière. S'agissait-il d'une extraction ou d'une réutilisation systématique de sa base de données ? La cour estime que Ryanair ne peut bénéficier du droit *sui generis* sur un système de billetterie dont l'analyse technique montre qu'il ne s'agit pas d'une base de données au sens du code de la propriété intellectuelle, et dont elle n'est par ailleurs pas convaincue qu'elle soit le résultat d'investissements substantiels.

Ryanair reprochait aussi à son adversaire l'usage de sa marque dans la vie des affaires. La cour estime – heureusement – qu'il est licite d'utiliser le signe d'une compagnie aérienne pour en proposer les billets, s'agissant d'une référence nécessaire qui n'est pas source de confusion. Elle observe aussi que le code de l'aviation civile (art. R. 322-4) prévoit que le consommateur doit être informé de l'identité du transporteur, sous peine de sanction pour le voyageur.

2. Ainsi habilitée à interopérer avec le site de Ryanair et d'en citer le nom sur son propre site, Opodo désorganise-t-elle l'activité de la demanderesse ? C'était l'opinion de cette dernière, qui estimait d'abord et à titre principal que l'agence violait les conditions contractuelles d'utilisation de son site. Elle avait spécifiquement édicté que l'utilisation de ce site ne peut être commerciale, et que l'utilisation d'un processus automatisé afin d'en extraire des données est proscrite.

La cour estime – et sa décision est importante pour tout le commerce électronique – « que le simple fait de se rendre sur un site internet afin de consulter celui-ci sans encore présenter une quelconque demande, telle qu'une commande ou une réservation, ne saurait engager l'internaute dans des liens contractuels avec la société propriétaire de ce site ». Elle ajoute « qu'en l'absence, à ce stade de la consultation, de toute demande de la part de l'internaute et de toute offre de la part du propriétaire du site, il n'existe aucune relation de nature contractuelle ». La visite d'un site web n'en rend pas les conditions d'utilisation opposables à l'internaute, juge donc la cour, qui suggère même que l'affichage des termes ne leur donnerait pas plus de force : il faut une action positive d'acceptation de l'internaute pour qu'il puisse être lié.

La cour ajoute qu'Opodo agit de toute façon qu'en tant qu'intermédiaire, et qu'elle ne saurait donc être personnellement tenue à supposer que ce puisse être le cas.

Restait un dernier argument pour Ryanair pour tenter de préserver, ainsi qu'elle l'entendait, l'entière maîtrise de la vente de ses billets : selon elle, l'activité d'Opodo désorganise ses services, ce qui justifierait qu'elle puisse lui interdire de proposer ces mêmes billets à la vente, afin de faire cesser son préjudice commercial. La cour estime qu'il n'y a ni faute – la prétention de Ryanair va à l'encontre du principe de liberté du commerce et de l'industrie – ni dommage – la

compagnie aérienne n'en apporte pas la preuve. L'agence de voyages est donc en droit de proposer à ses clients non seulement l'achat de billets Ryanair, mais aussi facturer des frais liés à cette opération ou proposer des services annexes. La compagnie aérienne ne peut donc crier... « au vol » !

par C. Manara

Dalloz actualité © Éditions Dalloz 2012