L'Autorité poursuit l'instruction au fond d'une plainte déposée par Gibmedia dont le compte Adwords a été suspendu

Publié le 09 septembre 2015

L'Autorité de la concurrence ne prononce pas de mesure d'urgence à l'encontre de Google mais poursuit l'instruction au fond d'une plainte déposée par un annonceur dont le compte Adwords a été suspendu.

La plainte déposée par Gibmedia

La société Gibmedia, qui édite notamment des sites d'informations payantes sur la météo, les données d'entreprises et les renseignements téléphoniques, reproche à Google d'avoir, en janvier 2015, suspendu sans préavis le compte AdWords qu'elle utilisait pour diffuser les annonces de ses sites info-meteo.fr, pages-annuaire.net, annuaires-inverse.net et info-societe.com. Elle estime que la procédure suivie par Google et les motifs de la suspension ne seraient pas objectifs, transparents, et non discriminatoires. Parallèlement à sa saisine au fond, Gibmedia a sollicité le prononcé de mesures d'urgence.

Le marché de la publicité en ligne

AdWords, le service de publicité en ligne de Google, permet aux annonceurs, en fonction des mots clés entrés par les internautes, de faire apparaître leurs annonces à droite, au-dessus ou au-dessous des résultats de recherche naturelle. Compte tenu de la part de marché détenue par Google, le moteur de

recherche semble toujours dominer aujourd'hui le marché de la publicité en ligne liée aux recherches.

Pour Google, les sites concernés ne respectaient pas certaines conditions d'utilisation d'Adwords

Google soutient que la suspension est justifiée car Gibmedia n'a pas respecté trois règles AdWords : l'interdiction de facturer des frais pour des produits ou des services normalement gratuits, la transparence vis-à-vis des consommateurs en matière de facturation, et l'interdiction de l'usage de techniques de dissimulation.

En septembre 2014, Google a fait évoluer la formulation des règles de ses services Adwords. Alors que la formulation précédente facilitait la compréhension de ce qui était admis ou non par Google et donnait des indications sur ce que devait faire un annonceur pour s'y conformer, la nouvelle rédaction en vigueur est plus brève et beaucoup moins détaillée. En l'espèce, les règles Adwords transgressées sont désormais regroupées dans une catégorie unique intitulée « promotions indignes de confiance ». Il est notamment apparu que cette présentation rendait difficile la compréhension par l'entreprise des motifs exacts de la suspension.

Un référencement publicitaire qui doit être transparent et objectif

Comme l'Autorité de la concurrence l'a déjà précisé notamment dans sa décision Navx , Google peut déterminer librement les principes que doivent respecter les entreprises qu'elle référence dans son offre publicitaire, pour autant que :

-d'une part, les principes qu'elle retient ne soient pas en eux-mêmes anticoncurrentiels ;

-d'autre part, elle mette en œuvre ces principes en respectant un processus transparent, objectif et non discriminatoire.

Quelle que soit l'opinion de Google sur la compatibilité de certaines des caractéristiques des offres proposées par GibMedia avec l'éthique des services dont elle entend faire la promotion auprès de ses utilisateurs, il n'est pas exclu, à ce stade de l'instruction, que Google n'ait pas défini de façon suffisamment transparente, claire et objective les conditions d'utilisation d'Adwords, ainsi que le processus de suspension des comptes. Ces faits, s'ils étaient confirmés par l'instruction, seraient susceptibles de constituer une pratique anticoncurrentielle.

Les conditions d'octroi de mesures d'urgence ne sont pas réunies mais l'instruction au fond se poursuit

L'Autorité a donc décidé de poursuivre l'instruction au fond.

L'Autorité, en revanche, ne prononce pas de mesures conservatoires, aucune atteinte grave et immédiate aux intérêts des consommateurs, du secteur ou de l'entreprise plaignante n'étant caractérisée.

[1]*Voir décision 10-D-30 du 28 octobre 2010 et le communiqué de presse*

DÉCISION 15-D-13 DU 9 SEPTEMBRE 2015

relative à une demande de mesures conservatoires de la société Gibmedia.

Consulter le texte intégral

Contact(s)

Yannick Le Dorze
Adjoint à la directrice de la communication
01 55 04 02 14
Contacter par mail