

Le Journal du Dimanche

Google et les règles de l'Alphabet

WEB Le géant américain s'est mué en conglomérat, Alphabet, un nom utilisé par BMW pour une de ses filiales. Décryptage avec M^e Alain Cléry, avocat spécialiste de la propriété industrielle



PASCAL ROSSIGNOL/REUTERS

INTERVIEW
JULIEN PERONNET

Google pouvait-il nommer son conglomérat « Alphabet » ?

En théorie, oui. On touche ici au droit des marques, qui s'apprécie en fonction des produits et des services proposés par les entreprises. Entre un géant du Web et un constructeur automobile, la coexistence est, a priori, possible. C'est comparable à « Mont-Blanc » : pour un même nom, il y a une marque qui produit des crèmes et une autre des stylos. Ce n'est pas le même domaine d'activité.

Même si Google s'est lancé dans la réalisation de voitures autonomes...

Il s'agit ici de concurrence pure sur un même marché, mais ce n'est pas de nature à arranger les choses entre les deux groupes. Cela pourrait devenir illicite si Google venait à utiliser aussi la marque Alphabet pour des produits ou des services dédiés à l'automobile.

Serait-ce suffisant pour voir la marque allemande lancer une procédure judiciaire ?

C'est une hypothèse, mais elle est peu probable en l'état. BMW, qui a précisé ne pas vouloir tenter un recours dans l'immédiat, va surveiller les conditions d'utilisa-

tion de la marque Alphabet par Google et voir si elles lui sont préjudiciables. Mais Google est assez avisé sur la propriété industrielle pour savoir quoi faire ou pas. **L'adresse « alphabet.com » déjà prise par la filiale de BMW, Google a créé « abc.xyz ». Réelle stratégie ou erreur de calcul ?**

Difficile à dire. Le nom de domaine n'étant pas disponible, Google a dû trouver une alternative. Il a pu tenter de racheter un nom déposé par BMW depuis 1995, et les négociations peuvent avoir échoué. Dans cette affaire, la marque allemande a les cartes en main. Et elle compte bien défendre ses droits.

En va-t-il de même sur Twitter, alors qu'un citoyen américain détient le compte @alphabet ?

Le principe est identique au nom de domaine. Le compte Twitter est apparemment la propriété d'un tiers, un certain Chris Andrikanich, qui se retrouve en position de force si Google veut tenter de le lui racheter. Il sera seul décisionnaire. Et on parle ici de plusieurs millions de dollars ! ●

Lejdd.fr L'alphabet de Google de A à Z