Yahoo v. Facebook : un combat de titans

Par Genia Cishahayo Mis en ligne le dimanche 18 mars 2012

Genia Cishahayo est étudiante dans le cadre du cours DRT 6929O.

La semaine dernière, Yahoo intenta une poursuite contre Facebook. Dans sa requête de 19 pages, déposée devant la juridiction fédérale de San José, la multinationale américaine allègue que le géant des réseaux sociaux aurait violé 10 de ses brevets. Yahoo base son action sur le *Title 35 of the United States Code* afin de réclamer des redevances concernant des brevets, pour la plupart relatifs à la publicité en ligne. Cette poursuite pourrait représenter de lourdes pertes pour le réseau Facebook qui, il y a à peine un mois, débutait officiellement le processus menant à son entrée en Bourse.

Il est dit dans la requête que sans les innovations constantes de Yahoo, des sites comme Facebook ne jouiraient pas des recettes publicitaires substantielles et des visites répétées de la part des utilisateurs dont ils bénéficient actuellement. La compagnie de communications et de médias clame qu une partie de ses brevets connus sous le nom de "*Yahoo ! Advertising Patents*", protègent des méthodes efficaces de publicité, de production d annonces ciblées, qui s adressent à l individualité des utilisateurs et dont l effet est d augmenter les revenus des opérateurs de sites Web, tout en permettant de garder un oeil sur des éléments potentiels de fraude au clic. Sachant que les revenus de Facebook sont principalement tirés de cette source de revenus, Yahoo cible cette dernière entreprise afin d obtenir compensation et de se voir attribuer sa part des profits générés par l entreprise grâce à l utilisation de sa technologie. Il est également question de quatre autres groupes de brevets : les "*Yahoo ! s Privacy Patents*" sur lesquels la politique de la vie privée de Facebook serait prétendument calquée ; les "*Yahoo ! s Customization Patents*" que la compagnie associe au "*news feed*" de son compétiteur ; les "*Yahoo ! s Social Networking Patents*" qui selon Yahoo sont à la base du modèle de réseautage de Facebook ainsi que les "*Yahoo ! s Messaging Patents*" pour son système permettant aux usagers d échanger des messages.

Qui plus est, Yahoo argumente en disant que les dommages causés par ces violations sont d une telle magnitude qu ils ne peuvent être adéquatement compensés par un simple paiement de redevances. Yahoo cherche compensation pour tous les efforts déployés et toutes les sommes investies dans le développement de ces innovations ainsi que la perte de parts de marché qu elle dit avoir subie par l utilisation gratuite que Facebook a fait de ses innovations, ce qui lui a fait perdre des opportunités.

Plusieurs questionnent le moment choisi par Yahoo pour passer à l offensive dans le dossier. D après les prévisions, grâce à son entrée en bourse, Facebook pourrait propulser sa valeur marchande à quelque 100 millions de dollars américains. Cette affaire n est pas sans rappeler la poursuite de Yahoo contre Google au moment de l entrée en bourse de cette dernière. Souvenons-nous que la même tactique avait été utilisée et que Yahoo avait gagné, à la suite d un règlement hors cour, une participation évaluée à 2,7 millions de dollars d actions de l entreprise Google. Il convient cependant de souligner ici que les bases de l action étaient tout à fait différentes du cas qui nous concerne ici.

Si Facebook décide de contester la validité des brevets qui font l objet du litige qui l oppose à Yahoo, cette dernière devra prouver la légitimité de chacun d eux, afin d obtenir gain de cause. Pour soulever cette défense, Facebook devra soulever un doute clair et convaincant ("*clear-and-convincing*" test) tel que défini dans le test de l’affaire i4i Limited Partnership c. Microsoft de la Cour Suprême américaine.

L article 101 du *Title 35 of the United States Code* établit que :

> « *Whoever invents or discovers any new and useful process, machine, manufacture, or composition of matter, or any new and useful improvement thereof, may obtain a patent therefore, subject to the conditions and requirements of this title* ».

La question est alors de savoir si les prétentions de Yahoo constituent réellement ce que l on nomme en *Common Law* américaine des "*patent-eligible subject matters*". La question fut étudiée par la Cour Suprême américaine dans l’affaire Bilski v. Kappos. Dans un jugement unanime, la Cour détermina que contrairement à l interprétation prévalente, il est faux de considérer que les méthodes commerciales sont exclues de la protection par brevet, car elles peuvent dans certains cas être qualifiées de procédés. Seulement, les implications concrètes de ce jugement ne sont pas si claires puisque la qualification se fait au cas par cas. Une lecture de la directive adressée aux agents d émission des brevets du Patent Office met en évidence la complexité de la détermination de ce caractère brevetable. Il est possible que Yahoo éprouve des difficultés à prouver le caractère légitime de certaines de ses demandes, car la ligne entre méthode commerciale et idée abstraite peut parfois être assez mince d après ce qu il ressort de la décision de la Cour suprême.

Les conséquences de la requête sur l entrée en Bourse de Facebook sont encore incertaines. D autre part, la réplique de Facebook se fait toujours attendre. Toutefois, cette affaire n en est qu une parmi d autres dans l océan des batailles juridiques concernant la propriété intellectuelle en lien avec les innovations technologiques, particulièrement au niveau de la téléphonie mobile. Entre les géants du secteur tels que Apple, Google, Microsoft et autres, les batailles font rage. Par ailleurs, cette poursuite pourrait ouvrir la porte à d autres litiges opposant Yahoo et ses compétiteurs utilisant les mêmes technologies.

Note : Le nouveau *Leahy-Smith America Invents Act* adopté en 2011 est un amendement au *Title 35 of the United States Code* sur lequel se base la poursuite de Yahoo mais ne s applique pas en l espèce.