

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
TGI Paris, 3e ch. 4e sect., 14 janv. 2016, n° 14/07872 : www.legalis.net	- Tecnokar Trailers SRL (sté de droit italien, filiale de la sté Tecnokar) Dénomination sociale (Italie) Nomcommercial « Tecnokar Trailers » Marque de l'Union européenne <i>Tecnokar</i> (8 juin 2011) Marque italienne <i>Tecnokar</i> (10 juin 2011) Exploitation des signes « Tecnokar » (2006) , « Supertop », « Supertop F1 » (2005) et des logos « Tecnokar trailers », « Supertop » et « Supertop F1 » et « Tecnokar » Editrice du site www.tecnokar.it - Tecnokar SRL (sté de droit italien - intervenant volontaire)	- Remec (distributeur exclusif France et Monaco de 2009 à 2014) Marque semi-figurative <i>Tecnokar Trailers</i> (21 nov. 2011) Marque <i>Supertop F1</i> Marque <i>Super top K9</i> Marque <i>Super top K10</i> Marque <i>Remec</i> <tecnokar.fr> (2009) <club-tecnokar.fr> - Legras Industrie (intervenant forcé à la demande de la sté Remec (nouveau distributeur exclusif de Tecnokar depuis février 2014)	- Tecnokar a cédé sa branche véhicules industriels à Tecnokar Trailers en 2006, Remec était le distributeur de la sté Tecnokar Trailers de 2009 à 2014, année où elle a été remplacée par la sté Legras. La sté Remec a continué à utiliser les marques après l'expiration du contrat de licence. Suite à l'assignation du 27 mai 2014 devant le TGI de Paris, la sté Remec a assigné la sté Legras en référé devant le TGI de Lille au motif qu'elle utilisait la marque <i>Remec</i> . Le Juge des référés a ordonné à la sté Legras de retirer la marque <i>Remec</i> des véhicules offerts à la vente. La sté Remec a assigné la sté Legras au fond devant le TGI de Lille le 29 sept. 2014, puis en intervention forcée devant le TGI de Paris le 3 oct. 2014. Le juge de la mise en état du TGI de Lille s'est dessaisi le 30 mars 2015 au profit du TGI de Paris - TGI Paris, Juge de la mise en état (JME - 27 nov. 20014) : interdiction à la sté Remec d'utiliser la marque <i>Remec</i> sur le territoire de l'Union Européenne pour les produits ou services visés par la marque de l'UE <i>Tecnokar</i> , sous astreinte provisoire de 200 € par jour pendant 100 jours - Exception d'incompétence du TGI de Paris au profit du Tribunal de Spoleto (Italie) pour statuer sur la contrefaçon de la marque française <i>Remec</i> et pour statuer sur les demandes de la sté Remec relatives à la violation du contrat de distribution exclusive : non, car le choix a été fait par le demandeur à l'exception d'assigner en France en invoquant la violation du contrat • Liquidation de l'astreinte prononcée par le JME : oui, pour une période de 83 jours, astreinte ramenée à 150 € par jour, soit un total de 12 450 € • Dépôt frauduleux de la marque <i>Tecnokar Trailers</i> et revendication des droits : oui, au profit de la sté Tecnokar Trailers • Enregistrement frauduleux de <tecnokar.fr> et transfert : oui • Dépôt frauduleux de la marque <i>Supertop F1</i> et revendication des droits : oui, au profit de la sté Tecnokar Trailers • Contrefaçon du logo « Supertop F1 Tecnokar » : oui, car logo original, « révélant un choix arbitraire et l'empreinte de la personnalité de son auteur » • Nullité des marques <i>Super top K9</i> et <i>Super top K10</i> : oui, car dépôt frauduleux • Contrefaçon de la marque de l'Union Européenne <i>Tecnokar</i> : oui, au titre de l'usage après la rupture des relations contractuelles par Remec sur les sites www.tecnokar.fr et www.club-tenokar.fr et dans la signature des mèls • Contrefaçon des marques <i>Tecnokar Trailers</i> et <i>Supertop F1</i> déposées frauduleusement par la sté Remec et transférées à la sté Tecnokar Tailers : oui • Usurpation du nom commercial « Tecnokar Trailers » : oui, car risque de confusion • Demande de désignation d'un expert pour évaluer le préjudice ; non, évaluation forfaitaire • D&I : 60 000 € pour le préjudice commercial, 3 000 € pour le dépôt frauduleux de la marque <i>Tecnokar Trailers</i> , 2 000 € pour l'enregistrement frauduleux de <tecnokar.fr>, 2 000 € pour l'usurpation de nom commercial, 6 000 € pour le dépôt frauduleux des marques <i>Supertop F1</i> et <i>Supertop K10</i> , 3 000 € pour la contrefaçon de la marque <i>Supertop F1</i> transférée à la sté Tecnokar Trailers (préjudice moral) • Interdiction d'usage : oui • Exécution provisoire : oui, sauf dur l'annulation des marques • Publication : non

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			<ul style="list-style-type: none"> - Demande reconventionnelle de la sté Remec : • Procédure abusive : non - Demandes de la sté Remec à l'encontre de la sté Legras • Contrefaçon de la marque <i>Remec</i> par la sté Legras : oui, au titre de l'usage de la marque dans une revue et sur des véhicules • D&I : 3000 € • D&I : 3000 € pour dépôt frauduleux de la marque <i>Tecnokar Trailers</i> • Transfert du nom de domaine <tecnokar.fr> • D&I 2000 € • D&I : 6000 €
TGI Paris, ord. réf., 19 janv. 2016, n°15/60472 : www.darts-ip.com	- S.A.S. Gunnebo France Marque <i>Fichet</i> (9 avr. 1987) <fichet-pointfort.fr>	- M.G.H. (gérant de la sté Batcom) <serrurerie-serrurier-fichet.com> - S.A.R.L. Batcom Site www.serrurerie-blindage.com Site www.serrurier-paris-1er.com et sites avec cette adresse déclinant les 20 arrondissements de Paris	<ul style="list-style-type: none"> - Sté Gunnebo France spécialisée dans la fourniture d'équipements de mobiliers et de systèmes de sécurité, notamment des serrures, serrures électroniques et portes de sécurité, marque <i>Fichet</i> exploitée depuis longtemps et possède une certaine notoriété - La sté Batcom propose des services de réparations de serrures et portes blindées sur les différents sites dont les noms de domaine sont détenus par M. G.H. - La marque <i>Fichet</i> est utilisée sur le site www.serrurerie-serrurier-fichet.com, qui contient un lien vers le site www.serrurerie-blindage.com, un autre lien vers le site officiel www.fichet-pointfort.fr et différentes mentions « serrurier Fichet Paris » déclinées avec les numéros d'arrondissement et les départements d'île de France - Utilisation de la marque <i>Fichet</i> sur le site www.serrurerie-blindage.com - 3 mars 2015, mise en demeure de cesser l'usage de la marque <i>Fichet</i>, suivie de modifications du site www.serrurerie-serrurier-fichet.com mais pas du site www.serrurerie-blindage.com - 4 juin 2015, nouvelle mise en demeure, suivie de la suppression du site www.serrurerie-serrurier-fichet.com, mise en ligne sur la page d'accueil de la mention « site fermé », mais pas de radiation ni de transfert de <serrurerie-serrurier-fichet.com>, le site www.serrurerie-blindage.com n'est pas modifié - Découverte du site www.serrurier-paris-1er.com et de ses déclinaisons par arrondissements, suivie d'une nouvelle mise en demeure le 14 août 2015 et d'une assignation en référé • Désactivation de <serrurerie-serrurier-fichet.com> et su site : déjà intervenue, puisque le site est fermé, le juge des référés ne peut pas radier un nom de domaine, car ce n'est pas une mesure conservatoire • Vraisemblance de la contrefaçon de la marque <i>Fichet</i> par M. G.H. : oui, par incorporation dans <serrurerie-serrurier-fichet.com>, confusion dans l'esprit du consommateur qui peut penser que ce site est affilié à la société Gunnebo France » qui est le titulaire de la marque <i>Fichet</i> • Vraisemblance de la contrefaçon de la marque <i>Fichet</i> par la sté Batcom au titre de l'usage de la marque <i>Fichet</i> sur ses sites : non, à défaut d'usage à titre de marque, pour désigner l'origine des produits, usage « à titre de simple référence nécessaire pour indiquer que les serruriers contactés par le biais de ce site sont capables de réparer les serrures de différentes marques dont la marque <i>Fichet</i> citée parmi d'autres. La société Gunnebo France ne peut

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			interdire aux réparateurs d'informer leur clientèle de ce qu'ils peuvent réparer les portes ou serrures de différentes marques et d'ailleurs, elle fournit ces réparateurs par le biais de centrales d'achat des éléments permettant ces réparations » <ul style="list-style-type: none"> • Provision sur D&I pour contrefaçon par M.G.H. : oui, 2 000 €
TGI Paris, 3 ^e ch. 4 ^e sect., 28 janv. 2016, n°14/18166 : www.darts-ip.com	- S.A.S.U. Domosystem (venant aux droits de la sté Domosystem France) Marque <i>MUROSEC</i> (2 nov. 1979)a	- S.A.R.L. Flacassier Muro'sec Nom commercial : Flacassier Muro'sec <flacassiermurosec.com>	- Sté Domosystem spécialisée depuis 1970 dans le traitement de l'humidité de l'habitat et propose une solution brevetée commercialisée sous la marque <i>MUROSEC</i> - Sté Flacassier Muro'sec traite l'humidité dans l'habitat, le signe contesté est associé sur le site à un élément figuratif et l'activité de la sté Flacassier Muro'sec est limitée au Limousin - 9 oct. 2013, mise en demeure de cesser l'exploitation de « Muro'sec », suivie le 5 déc. 2013, de la réponse de la sté Flacassier Muro'sec annonçant qu'elle engage les démarches nécessaires, réponse suivie de l'envoi d'une lettre d'engagement à signer pour formaliser la modification de la dénomination sociale et la radiation de <flacassiermurosec.com>. La sté Flacassier Muro'sec n'a jamais répondu <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de la marque <i>MUROSEC</i> par l'usage à titre de dénomination sociale, de nom commercial, de marque et de nom de domaine : oui, par imitation • Interdiction d'usage : oui, sous astreinte provisoire de 100 € par jour de retard • Modification de la dénomination sociale de la sté Flacassier Muro'sec : oui, sous astreinte provisoire de 100 € par jour de retard • Radiation de <flacassiermurosec.com> : oui, sous astreinte provisoire de 100 € par jour de retard • D&I : 4 000 € • Publication : non • Exécution provisoire : oui
TGI Paris, 3 ^e ch. 3 ^e sect., 29 janv. 2016, n° 14/06691 : www.legalis.net	- M. O.S. (gérant de la sté Un Amour de Tapis) Marque <i>Un Amour de Tapis</i> (16 mai 2007, cl. 27) Marque semi-figurative en couleurs <i>Un amour de tapis.com</i> , à chaque envie son tapis (2014, cl. 27, 39, 42) Marque semi-figurative en noir et blanc <i>Un amour de tapis.com</i> , à chaque envie son tapis (2014, cl. 27,39, 42)	- WW E-Services France <westwing.fr> Site à l'adresse https://www.westwing.fr/un-amour-de-tapis-choisissez-votreclassique/	- Sté Un Amour de Tapis est spécialisée dans la vente de tapis sur Internet - Sté WW E-services exploite le site www.westwing.fr pour des ventes privées dédiées à la décoration et à l'art de vivre - Du 4 au 7 mai 2013, organisation sur www.westwing.fr d'une vente privée de tapis de marque <i>Un Amour de Tapis</i> en accord entre la sté WW E-Services et la sté Un Amour de Tapis - Nouvelle vente organisée sans autorisation par la sté WW E-Services du 11 au 15 décembre 2013 de 74 tapis sous le signe « Un Amour de Tapis » en utilisant l'adresse https://www.westwing.fr/un-amour-de-tapis-choisissez-votreclassique/ , mention de la marque dans le code source et achat du mot clé « Un amour de tapis » sur le moteur de recherche Bing - Demandes reconventionnelles : <ul style="list-style-type: none"> • Nullité de la marque verbale <i>Un Amour de Tapis</i> : non, adjonction du terme « amour » au terme « tapis » est inhabituelle et arbitraire, « association inhabituelle » • Nullité des deux marques semi-figuratives, qui intègrent le dessin d'un tapis volant : non, caractère distinctif de chaque marque prise dans son ensemble - Demandes principales :

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
	<p>- S.A.R.L. Un Amour de Tapis (2008) Dénomination sociale et nom commercial « Un Amour de Tapis-Tapis pas cher » <unamourdetaapis.com> (16 juin 2003) Site www.unamourdetaapis.com Licenciée de la marque <i>Un Amour de Tapis</i> de 2008 (depuis le 24 fév. 2014)</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de la marque verbale <i>Un Amour Tapis</i> de 2007 au titre de 'usage dans l'adresse https://www.westwing.fr/un-amour-de-tapis-choisissez-votreclassique et de 'usage de « Un amour de tapis sur la page accessible à partir de cette adresse : oui, par reproduction, usage à titre de marque « pour signaler à l'internaute, d'une part la nature et l'objet de la vente (de tapis de la marque Un Amour de Tapis) et d'autre part, l'origine des tapis qu'elle propose à la vente, en mentionnant à nouveau la marque sous chaque photographie des tapis qu'elle propose à la vente » • Contrefaçon de la marque verbale <i>Un Amour Tapis</i> de 2007 au titre de l'usage dans le code source : non, car « le signe n'est pas utilisé dans le code source pour désigner des produits ou services et n'est par ailleurs pas accessible à l'internaute qui a consulté le moteur de recherche en saisissant la marque en cause » • Contrefaçon de la marque verbale <i>Un Amour Tapis</i> de 2007 au titre de l'achat du mot-clé « un amour de tapis » sur Bing et de l'usage de la marque dans le lien qui est référencé par Bing et donne accès au site www.westwing.fr : oui, l'achat est prouvé par les factures et le relevé de compte de la société Microsoft, la reprise de la marque « dans le résumé de la page internet pour proposer des produits et services identiques et similaires à ceux couverts par la marque invoquée, ou encore la reproduction du même signe dans le lien qui permet de rediriger les internautes sur le site concurrent, sont de nature à créer dans l'esprit de l'internaute qui effectue des recherches sur internet, un risque de confusion, le visiteur pouvant attribuer aux produits et services en cause, une origine commune » • Contrefaçon des marques semi-figuratives <i>Un Amour de Tapis.com</i>, à chaque envie son tapis, n°14/4073945 et n°14/4072733 : non, absence de reprise des éléments figuratifs non négligeables • Concurrence déloyale et parasitaire : non, la dénomination sociale et le nom commercial de la demanderesse sont « Un Amour de Tapis-Tapis pas cher » et non pas « Un Amour de Tapis », pas de preuve d'avoir acquis une réputation et une reconnaissance particulière du public sous le nom commercial, pas de preuve du risque de confusion • D&I pour contrefaçon de la marque <i>Un Amour de Tapis</i> n°07/3500756 : 8 000 € au profit de M. O.S. pour atteinte à la valeur patrimoniale de la marque
TGI Paris, « 3 ^e ch. 2 ^e sect., 29 janv. 2016, n°14/09589 : www.darts-ip.com	<p>- Sté Allocab Marque semi-figurative en couleurs <i>allocab.com</i> (19 avr. 2011, cl. 35, 39) <allocab.com> <allocab.fr> <allocab.net> <allocab.org></p>	<p>- Sté ANT 1 Transports (ci-après Sté ANT1) <allo-cab.com> (février 2014)</p>	<p>- Sté Allocab exploite une plateforme de réservations permettant à ses clients la mise en relation en temps réel avec un service de VTC ou de moto-taxi en vue de la commande et de la fourniture d'une prestation de transport</p> <p>- Sté ANT1 a une activité dans le domaine du transport public routier. A partir de 2014, s'étend au transport de personnes. Elle commercialise sur le site www.allo-cab.com un service de véhicules de tourisme avec chauffeur sous le nom « ALLO-CAB »</p> <p>- Suite à une mise en demeure et à une mise en demeure, la sté ANT1 affirme avoir fermé le site litigieux dès le 22 mai 2014</p> <ul style="list-style-type: none"> • Demande reconventionnelle en nullité de la marque semi-figurative <i>allocab.com</i> : non, « cab » qui signifie « taxi » en anglais n'est pas usuellement utilisé par les français pour désigner les services de taxis et la sté Allocab exerce une activité de service de VTC et non pas de taxi. Le fait que l'activité « service de taxi » soit visée dans le dépôt de la marque n'est pas susceptible d'entraîner la nullité partielle

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			<ul style="list-style-type: none"> • Procédure abusive : non - Demandes principales : <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de la marque semi-figurative <i>allocab.com</i> : oui, par imitation avec l'utilisation des signes « Allo-cab » et le nom de domaine <allo-cab.com> • D&I : 20 000 € au titre du préjudice moral • Interdiction d'usage : oui, sous astreinte de 150 € par infraction constatée pendant 4 mois • Transfert du nom de domaine <allo-cab.com> : oui, à titre gratuit • Publication : non • Exécution provisoire : oui
CA Paris, pôle 5, 2 ^{ème} ch., 29 janv. 2016, n°15/02883 : www.darts-ip.com	<p>– Sté Mobivia Groupe Dénomination sociale, enseigne et nom commercial « Carter-cash » Marque française <i>Cartercash</i> (2002) Marque communautaire <i>Carter-cash</i> (2002) <carter-cash.com>, <carter-cash.net>, <cartercash.fr>, <carter-cash.fr> - Sté Carter-Cash Licenciée des marques <i>Carter-cash</i> (Demandeurs en 1^{ère} instance) - Sté Carter-Cash International Intervenant volontaire venant aux droits de la sté Mobivia Groupe, qui lui a cédé ses marques et ses noms de domaine en</p>	<p>– Sté VO 3000 Marque semi-figurative <i>Car&cash.com A coup sûr ! Transformez votre voiture en cash !</i> (2011) <car-n-cash.fr> <car-n-cash.com> <car-plus-cash.com> <carpluscash.fr> <car-plus-cash.fr></p>	<p>- Activité concurrente sur le marché de la vente automobile - TGI : débouté sur la contrefaçon, l'atteinte à la dénomination sociale, au nom commercial, à l'enseigne ou aux noms de domaine, pas de parasitisme, action reconventionnelle en déchéance et en nullité de la marque <i>Carter-cash</i> rejetée - Appel : confirme le jugement - Demandes reconventionnelles : <ul style="list-style-type: none"> • Déchéance pour défaut d'usage sérieux : non, car l'argumentation exposée ne critique pas la décision de première instance qui est suffisamment motivée • Nullité pour défaut de distinctivité : non, association de deux termes qui, prise dans son ensemble, est distinctive - Demandes principales : <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de marque : non, à défaut de risque de confusion • Nullité de la marque semi-figurative <i>Car&cash.com A coup sûr ! Transformez votre voiture en cash !</i> pour atteinte aux droits antérieurs : on, à défaut de risque de confusion Interdiction <ul style="list-style-type: none"> • Parasitisme, à titre subsidiaire : non, à défaut de preuve </p>

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
	cours de procédure (2015)		
Cass. Com., 2 fév. 2016, n°14/20486: www.darts-ip.com	- Cuivre et bois instruments SARL <lesventsdu nord.fr> (31 déc. 2010) <lesventsdu nord.com>	- M.E.M., liquidateur judiciaire de la sté Les Vents du Nord - Les Vents du Nord, SARL (liquidation judiciaire) Enseigne et nom commercial « les Vents du nord » (Demandeur en 1 ^{re} instance)	- Activités concurrentes de vente et de restauration d'instruments de musique exercées dans la même ville - La sté Les Vents du Nord n'a pas renouvelé le nom de domaine <lesventsdu nord.fr> - La sté Cuivre et bois a enregistré ce nom de domaine dès le lendemain de sa retombée dans le domaine public, ainsi que <lesventsdu nord.com> - La sté Les Vents du Nord a été mise en liquidation judiciaire - CA Douai 13 fév. 2014 : concurrence déloyale - Cassation : rejet du pourvoi • Défaut de base légale : non, appréciation souveraine des faits par le juge du fond, la Cour d'appel, « qui a considéré que le rachat de ce nom de domaine, dès le lendemain du jour où il était tombé dans le domaine public, et du nom de domaine <lesventsdu nord.com> par la société Cuivre et Bois, laquelle exerce la même activité très spécialisée, dans un magasin situé dans la même ville, à 700 mètres de distance, qui n'était pas fortuit, était de nature à faire naître une confusion dans l'esprit du public entre les deux sociétés afin de capter la clientèle de la société Les Vents du Nord » a pu retenir la concurrence déloyale :
CA Toulouse, 2 ^e ch., 3 fév. 2016, n°14/02382: www.darts-ip.com	- M. J.R. (associé de la sté Promovelo) <dutouron.com> (2005) - Promovelo SARL <cvelo.com> <promovelo.fr>	- M. S.D., président directeur général de la sté Serge Dutouron - Serge Dutouron SA <sergedutouron.com> (2000) (Demandeur en 1 ^{re} instance)	- Activités concurrentes de ventes de vélos et d'accessoires de vélos - Le site ww.dutouron.com annonçait l'ouverture prochaine du site www.cvelo.com de la société Promovelo et utilisait le meta tag « Dutouron » « Serge Dutouron » - Requête « Dutouron » sur Google identifie dans le référencement naturel en deuxième position l'annonce « dutouron.com », le vélo sous toutes ses formes : vtt, route, loisirs. Le plus grand choix du net parmi plus de 10 000 références, la garantie des prix les plus bas par remboursement de la différence ». L'annonce du site www.sergedutouron.com est en première position. - Nom de domaine transféré à un tiers en cours de procédure - Référé 29 août 2006 : interdit à M.J.R d'utiliser un des mots composant la dénomination sociale de la sté Serge Dutouron, 2 000€ de provision - Référé 31 juill. 2007 : ordonne une expertise pour déterminer le préjudice subi - TGI Montauban 15 mai 2012 : condamne M.J.R pour parasitisme et la sté Promovelo pour concurrence déloyale, les condamne <i>in solidum</i> au paiement de 3 000€ de D&I à ce titre au paiement de 10 000€ de D&I au titre de l'atteinte au nom, ordonne la publication du jugement et l'exécution provisoire - Appel • Annulation du jugement du TGI pour partialité d'un juge qui avait déjà exprimé son opinion sur l'affaire en tant que juge de la mise en état: non, simple injonction de communication de pièces sans appréciation du bien-fondé des demandes

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			<ul style="list-style-type: none"> • Inopposabilité du procès-verbal de constat du 6 janv. 2006 pour défaut de caractère probant en raison du non-respect de certaines mesures préalables à la connexion : non, constat particulièrement simple qui ne justifiait pas de telles mesures. Le constat « s'est borné à une consultation sur internet pour effectuer une recherche à l'aide de moteurs, en constater le résultat, afficher la page d'accueil d'un site et rechercher le Whois de ce site » • Inopposabilité de l'expertise ordonnée en référé à la sté Promovelo qui n'était pas partie à cette instance : oui, mais l'expertise vaut comme moyen de preuve car elle a fait l'objet d'un débat contradictoire entre les parties devant le TGI • Nullité du rapport d'expertise pour non-respect des exigences d'objectivité et d'impartialité : non, l'emploi des termes « site parasite » ou « site pirate » ne constitue pas un manquement au devoir d'impartialité car l'expert emploi des termes dubitatifs et le conditionnel • Concurrence déloyale par le site velo.com : oui • Parasitisme au titre de <dutouron.com> : oui, « l'utilisation d'un nom de domaine correspondant au nom propre d'une personne qui l'exploite déjà au travers d'un site internet dans le cadre d'une activité commerciale identique caractérise un acte de parasitisme, par la confusion créée, peu important le contenu des sites accessibles en ligne. (...) Même s'il ne s'agissait pas d'une redirection vers le site cvelo, non encore en ligne, mais seulement de la possibilité de saisir son adresse électronique afin d'être informé de son ouverture, l'usage du nom de domaine <dutouron.com> avec en meta keyword Serge Dutouron caractérise de la part de M.J.R. un acte de parasitisme par l'acquisition du nom de domaine avec la complicité de Promovelo, bénéficiaire de la manœuvre » • D&I : 20 000 € pour préjudice financier au titre du parasitisme et 10 000 € pour atteinte au nom Dutouron, <i>in solidum</i> entre M.J.T et la sté Promovelo • Publication : non • Transfert du nom de domaine au profit de la SA Serge Dutouron : non, car c'est la sté Clieko, non partie au litige, qui est maintenant titulaire de ce nom de domaine
TGI Paris, ord. réf., 4 fév. 2016, n°15/59673 : www.darts-ip.com	- S.A. ELM Leblanc (1932) Marque <i>e.l.m. leblanc</i> (30 sept. 1985) Marque figurative n°93/471442 (9 juin 1993) <elmleblanc.fr> + site Charte graphique (1993) Usage de la signature « La passion du service et du confort »	- S.A.S. La Compagnie des Chauffagistes Exploite les noms de domaine <elmleblanc-intervention.com> et <elmleblanc-idf.com> enregistrés au nom de M. B.B.	- Sté ELM Leblanc a pour activité la fabrication, la maintenance, la commercialisation et la réparation de produits de chauffages de locaux et d'eau - Sté Compagnie des Chauffagistes a pour activité principale les travaux d'installation d'eau et de gaz - Mot clé « elmleblanc » sur Google donne accès à une annonce « Adwords » « E.Leblanc Bosch Paris IDF – Dépannage, Contrat d'entretien Annonce www.elmleblanc-intervention.com/Intervention en urgences Paris IDF » - Suite à l'assignation, le site www.elmleblanc-intervention.com a été remplacé par le site www.elmleblanc-idf.com , accessible par le même mot clé, avec l'annonce « ElmLeblanc 0178900752 - Dépannage, Contrat d'entretien www.elmleblanc-intervention.com/Intervention 126 rue de Stalingrad 93700 Drancy » - Mention « copyright 2014 ELM LEBLANC » sur le site www.elmleblanc-intervention.com , pas de nom de l'éditeur du site - Usage des marques de la sté ELM Leblanc sur le site www.elmleblanc-intervention.com - En dépit de dix réclamations au service « notification de Google de mai 2014 à juin 2015, les annonces ont été maintenues avec de simples modifications

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blansché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			<p>comprenant « ElmLeblanc »</p> <ul style="list-style-type: none"> - Réclamation d'une personne ayant fait appel à la sté Compagnie des Chauffagistes en pensant qu'il « était associé à la SAS ELM Leblanc », personne victime d'une intervention malhonnête • Vraisemblance de la contrefaçon des deux marques : oui, par la sté La Compagnie des Chauffagistes identifiée par un témoignage • Trouble manifestement illicite pour pratiques commerciales trompeuses (art. L121-1 Code cons.) et concurrence déloyale et parasitaire : oui, sur l'identité, les qualités, les aptitudes et les droits du professionnel et sur les informations essentielles dues au consommateur • Interdiction à titre conservatoire : oui, sous astreinte de 100 € par jour de retard • Provision sur D&I : 10 000 € à valoir sur l'atteinte vraisemblable aux marques + 5 000 € à valoir sur le préjudice au titre des pratiques commerciales trompeuses • Droit à l'information : oui, date de mise en ligne des sites, données sur les volumes de connexion, liste intégrale des factures de Google pour le service « Adwords », liste intégrale des factures émises par la sté Compagnie des Chauffagistes, avec certification par un expert-comptable et attestation de l'exhaustivité des factures, sous astreinte de 50 € par jour de retard pendant trois mois
TGI Paris, ord. réf., 10 fév. 2016, n°16/51023 : www.darts-ip.com	<p>- S.A. Frisquet (1957) Nom commercial « Frisquet » Marque de l'Union européenne semi-figurative <i>Frisquet</i> n°010325819 (10 oct.2001) Marque semi-figurative <i>Frisquet</i> n°93/489741 (27 oct. 1993) Marque <i>Frisquet</i> n°93/490532 (3 nov. 1993) Marque <i>Frisquet Assistance</i> n°00/3038518 (4 juil. 2000) <frisquet.asia> <frisquet.de> <frisquet.it>, entre autres.</p>	<p>- S.A.S. Compagnie des Chauffagistes <frisquet-intervention.com> Adwords « Frisquet »</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Sté Frisquet a pour activité la fabrication et la vente de tous appareils sanitaires de chauffage - Site www.frisquet-intervention.com renvoie vers un site proposant des services identiques à ceux visés par la marque - Achat du mot-clé « Frisquet » au service « Adwords » de Google, la requête « Frisquet » sur Google référence en 1^{ère} page une annonce commerciale, qui intègre la marque <i>Fichet</i> dans l'adresse du site www.frisquet-intervention.com - Le site www.frisquet-intervention.com utilise les marques <i>Frisquet</i>, reproduit ses codes couleur et sa structure pour proposer des services identiques. - Plaintes de clients • Atteinte vraisemblable de la marque <i>Frisquet</i> n°93/490532 par usage en tant que « Adwords » et nom de domaine et reproduction à l'identique sur le site : oui • Atteinte vraisemblable de la marque semi-figurative de l'UE <i>Frisquet</i> par reproduction à l'identique sur le site : oui • Trouble manifestement illicite au titre des faits déloyaux : oui, par imitation des codes couleurs et du site Internet de la sté Frisquet • Interdiction de faire usage, reproduire ou imiter la marque semi-figurative de l'UE <i>Frisquet</i> n°010325819 et la marque <i>Frisquet</i> n°93/490532 : oui, sous quelque forme et à quelque titre que ce soit et notamment à titre de mot-clé pour accéder à un lien commercial sur tout moteur de recherche et dans toute annonce de description dudit lien, à titre de nom de domaine et dans toute documentation commerciale et publicitaire, sous astreinte provisoire de 500 € par infraction constatée pendant 6 mois • Interdiction de reproduire à l'identique ou de manière évocatrice les éléments caractéristiques de la charte graphique de la sté Frisquet y compris comme désignation nécessaire pour les services proposés sur tout site

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
	+ site Internet		<p>Internet et dans toute documentation commerciale et publicitaire, sous astreinte de 500 € par infraction constatée pendant 6 mois</p> <ul style="list-style-type: none"> • Radiation de <frisquet-intervention.com> : oui, sous astreinte de 150 € par jour de retard pendant 2 mois • Droit à l'information : oui, données sur les volumes de connexion sur le site www.frisquet-intervention.com, liste des factures émises par Google pour le service « Adwords », la liste des factures émises par la sté Compagne des Chauffagistes, sous astreinte de 150 € par jour de retard pendant 2 mois • D&I : oui, à titre de provision, 20 000 € pour la contrefaçon et 10 000 € pour la concurrence déloyale • Publication : non
TGI Paris, ord. réf., 10 fév. 2016, n°16/51024 : www.darts-ip.com	<p>- S.A. Frisquet Nom commercial « Frisquet » Marque de l'Union européenne semi-figurative <i>Frisquet</i> n°010325819 (10 oct.2001) Marque semi-figurative <i>Frisquet</i> n°93/489741 (27 oct. 1993) Marque <i>Frisquet</i> n°93/490532 (3 nov. 1993) Marque <i>Frisquet Assistance</i> n°00/3038518 (4 juil. 2000) <frisquet.asia> <frisquet.de> <frisquet.it>, entre autres. + site Internet</p>	<p>- S.A.R.L. Centrale Assistance Dépannage (ci-après Sté Centrale Assistance) <frisquetparis.com</p>	<p>- Sté Frisquet a pour activité la fabrication et la vente de tous appareils sanitaires de chauffage</p> <p>- Reproduction des marques, dénomination sociale et nom commercial de la sté Frisquet sur le site www.frisquetparis.com et utilisation de la même structure de site et des mêmes couleurs. La sté Frisquet découvre que le numéro de téléphone indiqué sur le site appartient à la sté Centrale Assistance, qui utilisait déjà ce numéro sur un précédent site www.frisquet92.com</p> <p>- Sté Frisquet avait déjà mis en demeure la sté Centrale Assistance pour des faits similaires en 2011 et 2014</p> <p>- Fin de non-recevoir :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Irrecevabilité : oui,, « le site www.frisquetparis.com n'est pas édité et exploité par la sté Centrale Assistance mais est un serveur administré par la sté UP2SEO SI » et la sté Frisquet en avait connaissance. Il n'est pas établi que le numéro de téléphone est en permanence attribué à la sté Centrale Assistance et la sté UP2SEO SIA a indiqué, dans un courrier, que ce numéro lui appartenait. La sté Frisquet n'apporte pas d'élément prouvant que le site litigieux a bénéficié à la sté Centrale Assistance
CA Pau, 2 ^e ch. sect. 1, 22 fev. 2016 : www.darts-ip.com	<p>- SARL Doubrere Chaussures</p>	<p>- SA Doubrere Chausseur</p>	<p>- CA de Bordeaux a condamné la SA Doubrere Chausseur à modifier ses enseignes et marques et à cesser tout usage du terme «Doubrere », sous astreinte de 1 000 € par jour de retard et par infraction constatée</p> <p>- Arrêt interprétatif a précisé que la SA Doubrere Chausseur peut utiliser sa dénomination sociale sur ses seuls papiers d'affaire, publicités commerciales exclues</p> <p>- Persistance due l'usage sur une page du site www.paucommerces.com et sur Google.</p>

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			<ul style="list-style-type: none"> - Jugement du juge de l'exécution : débouté - CA : infirme • Liquidation de l'astreinte provisoire : oui, 12 000 € pour la période du 14 fév. 2014 au 31 août 2015. A demandé à Google de faire disparaître sa fiche, Google ayant refusé d'intervenir. Compte tenu de ces difficultés, il ne peut être reproché « de ne pas avoir obtenu instantanément la suppression de la page litigieuse malgré les démarches actives entreprises en ce sens » • Liquidation d'une astreinte définitive : non, car les circonstances n'en font pas apparaître la nécessité, difficultés rencontrées sur internet difficiles à maîtriser, les impressions écran communiquées montrent que 'usage a cessé
TGI Paris, ord. réf., 25 fév. 2016, n°15/60665 : www.darts-ip.com	<ul style="list-style-type: none"> - S.A. Comuto Nom commercial « BlaBlacar » Marque <i>BLABLACAR</i> (30 déc. 2011) Marque semi-figurative <i>Bla bla Car</i> n°11/3885498 (30 déc. 2011) Marque de l'Union européenne <i>BLABLACAR</i> (17 avr. 2012) Marque de l'Union européenne semi-figurative <i>Bla bla Car</i> n°010813236 (17 avr. 2012) <blablacar.com> (31 août 2010) <blablacar.fr> (17 sept. 2010) www.blablacar.fr 	<ul style="list-style-type: none"> - S.A.R.L. Fornella <talk-talk-car.com> (27 mai 2015, au nom du gérant M.F.) Logo représentant deux personnes dans une voiture avec le slogan « talk talk car, voyager moins cher en covoiturage » 	<ul style="list-style-type: none"> - Sté Comuto propose des services de mise en relation de conducteurs automobiles et de passagers pour l'organisation d'un covoiturage sur www.blablacar.fr et sur une application mobile - Sté Fornella édite le site www.talk-talk-car.com consacré au co-voiturage et selon son extrait K-bis elle exerce son activité dans le secteur des transports routiers et de la location de véhicules - Le nom de domaine <blablacar.fr> apparaît dans le code source du site www.talk-talk-car.com, qui fait une publicité comparative et reprend la rubrique « Ladies only » du site www.blablacar.fr - Suite à une mise en demeure, la sté Fornella, affirme avoir supprimé <blablacar.fr> du code source, avoir modifié l'expression « ladies only » et modifié les couleurs du logo - nouvelle mise en demeure sur l'usage sur le site www.talk-talk-car.com, d'un logo représentant deux personnes dans une voiture. • Atteinte vraisemblable aux marques <i>BLABLACAR</i> et aux marques semi-figuratives <i>Bla bla Car</i> : oui • Interdiction de reproduire les termes « talk talk car » dans toutes calligraphies, typographies, couleurs : oui, pour désigner des services de co-voiturage ou complémentaires, notamment à titre de nom de domaine et dans tous sites Internet dont elle peut maîtriser le contenu sur ce point, sous astreinte de 1 000 € par infraction constatée • D&I : oui, 8 000 €, à titre de provision sur les actes de contrefaçon • Trouble manifestement illicite pour concurrence déloyale et parasitaire : non, risque écarté en raison de l'interdiction d'utiliser les termes « talk talk car » • Droit à l'information : oui, sur le nombre d'utilisations des services de co-voiturage « Talk Talk Car » en France, le nombre de téléchargements de l'application et le nombre de visiteurs sur le site www.talk-talk-car.com depuis le 27 mai 2015, sous astreinte de 100 € par jour de retard • Radiation de <talk-talk-car.com> : non, mesure définitive ne relevant pas de la compétence du juge des référés
TGI Paris, 25 fév. 2016, 3 ^e ch. 4 ^e sect., n°14/18283 : www.darts-ip.com	<ul style="list-style-type: none"> - S.A.R.L. Ty Breiz - Mme C.V. (gérante de la sté Ty Breiz) Marque <i>Ty Breiz</i> n°10/3713168 (16 fév. 2010) 	<ul style="list-style-type: none"> - S.A.R.L. Ty Tom Enseigne et Nom commercial « Restaurant Ty Breiz » <tybreiz.net> (11 janv. 2006) 	<ul style="list-style-type: none"> - Activités concurrentes de restauration-crêperie - Mme. C.V. affirme que la crêperie s'appelle Ty Breiz depuis 1971, qu'elle est devenue propriétaire du fonds de commerce en 2000 et qu'elle était locataire-gérante depuis janv. 1998 et utilisait « Ty Breiz » depuis 1990 pour son activité - Requête « Ty Breiz » sur Google référence en 6^{ème} position un concurrent proposant un restaurant de crêperie sous l'enseigne « Ty Breiz » exploité par la sté Ty Tom - Demandes reconventionnelles

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
	Marque <i>Ty Breiz</i> n°10/3722060 (17 mars 2010)		<ul style="list-style-type: none"> • Nullité des marques <i>Ty Breiz</i> en classe 43 : oui, sté Ty Tom a des droits antérieurs aux marques au titre de l'enseigne « Ty Breiz » créée en 1998, le fonds ayant été cédé avec l'enseigne en 2007 à la sté Ty Tom • Procédure abusive : non - Demandes principales • Concurrence déloyale : non, coexistence sans risque de confusion depuis octobre 1998, pas de faute de la sté Ty Tom, « Ty Breiz » signifie « maison de Bretagne » et est souvent le nom de restaurants de spécialités bretonnes
TGI Paris, 25 fév. 2016, n°13/15173 : www.darts-ip.com	<ul style="list-style-type: none"> - S.A. Eden Enseigne « Eden Shoes » Marque <i>Eden</i> (1981, cl. 18, 25, acquise en 2002) - Sté Selafa MJA (mandataire judiciaire) (Intervenant forcé) 	<ul style="list-style-type: none"> - S.A. Cinq Huitièmes Marque <i>Eden Park</i> Plusieurs marques semi-figuratives françaises et de l'Union Européenne composées terme « Eden Park » Plusieurs noms de domaine <eden-park> et <edenpark> dont <eden-park.eu> et <eden-park.fr> 	<ul style="list-style-type: none"> - Sté Eden a pour activité la vente de chaussures pour hommes et femmes et accessoires et exploite plusieurs boutiques à Paris et en Province sous l'enseigne « Eden Shoes » - Sté Cinq Huitièmes créée en 1988 par cinq joueurs de rugby de niveau international t a vend du prêt à porter masculin - Fins de non-recevoir : • Irrecevabilité pour défaut de qualité à agir de la Sté Eden en nullité des marques françaises <i>Eden Park</i> et en contrefaçon, en raison du caractère frauduleux de l'achat de la marque : non, à défaut de preuve, car elle détient des droits sur « Eden » depuis 1991, à titre de dénomination sociale et enseigne, ce qui justifie de son intérêt à agir • Estoppel « Nul n'est censé se contredire au détriment d'autrui » : moyen non pertinent, procédures distinctes - Demandes reconventionnelles : • Nullité ou inopposabilité du renouvellement de la marque <i>EDEN</i> : non, erreur matérielle sur le nom du bénéficiaire pas suffisante pour induire en erreur, le numéro de RCS étant correct • Forclusion par tolérance : non, pas de preuve • Déchéance partielle des droits sur la marque <i>EDEN</i> : oui • Acquisition frauduleuse de la marque : non, pas de preuve - Demandes principales : • Contrefaçon de la marque <i>EDEN</i> par les marques <i>Eden Park</i> et les noms de domaine : non, pas de risque de confusion • Exécution provisoire : oui
TGI Paris, 25 fév. 2016, 3 ^e ch. 1 ^{er} sect., n°14/10786 : www.darts-ip.com	<ul style="list-style-type: none"> - La ville de Paris Marque <i>Velib'</i> (19 fev. 2007) Marque de l'Union européenne <i>Velib'</i> (2012) Marque <i>Autolib'</i> (2008) Marque de l'Union européenne <i>Autolib'</i> (2013) Marque <i>Utilib'</i> (2013) 	<ul style="list-style-type: none"> - S.A. Olky International Marque <i>Scootlib</i> (9 oct. 2007) - S.A. Olkyrent Editeur des sites www.scootlib.com et www.scootlib.org - Sté PH Rent 	<ul style="list-style-type: none"> - La ville de Paris a lancé un système de mise à disposition de bicyclettes en libre-service baptisé « Velib' » à Paris en juil. 2007 puis dans 30 communes limitrophes. En 2011 lance les voitures électriques « Autolib' » et, en 2014, les véhicules électriques utilitaires « Utilib' » - sites www.scootlib.com et www.scootlib.org exploités depuis mars 2008, leurs titulaires respectifs ne sont pas dans la cause - Fin de non-recevoir et exceptions de procédure : • Forclusion par tolérance : oui • Prescription de l'action en contrefaçon : n'est pas examinée, en raison de la forclusion - Demandes reconventionnelles : • Nullité de la marque <i>Scootlib Paris</i> pour atteinte aux droits sur la marque antérieure <i>Scootlib</i> : oui, en classes 12, 36 et 39

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
	Marque <i>Scootlib'Paris</i> (2011) <velib.fr> <velib.org> <velib.biz> <velib.info> <velib.eu> (2007) Sites www.velib.paris.fr et www.velib.paris	Licenciée exclusive de la marque <i>Scootlib</i> - M. R. - S.A.R.L. Scootlib France (loueur et titulaire des contrats d'assurance des véhicules) - S.A.R.L. PL Scoot Sous-licenciée de la marque <i>Scootlib</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de la marque <i>Scootlib</i> : non, à défaut d'usage dans la vie des affaires par la ville de Paris • Procédure abusive : non, agir en justice est un droit, pas de preuve de préjudice (art. 1382 C. civ.), n'a pas qualité à demander une amende civile (art.32-1 CPC) - Demandes principales : <ul style="list-style-type: none"> • Nullité de la marque <i>Scootlib</i> de la sté Olky International pour dépôt frauduleux : non, pas de preuve • Atteinte à la marque de renommée <i>Velib'</i> : non, à défaut de preuve de la renommée au jour du dépôt litigieux • Concurrence déloyale et parasitisme : non, à défaut de preuve • Exécution provisoire : non
TGI Paris, 26 fév. 2016, 3 ^e ch. 3 ^e sect., n°14/05994 : www.legalis.net	- Sapia S.A.R.L Marque <i>Sapia Gestion</i> (2007, acquise d'Apri Prévoyance, selon contrat publié en 2009) Marque <i>Sapia</i> (2007) <sapia.fr> (2001) <sapiagestion.com> <sapiagestion.eu>	- Humanis Prévoyance (anciennement Apri Prévoyance) Editrice du site internet www.dynalis.fr - APGIS (Association de Prévoyance Générale Interprofessionnelle des Salariés) gérée par Humanis Prévoyance Editrice du site internet www.apgis.com	-Activité concurrente de prévoyance et d'assurance - L'acquisition de la marque par la sté Sapia a été associée à une licence de marque au profit d'Humanis Prévoyance (anciennement Apri Prévoyance) qui, venue à échéance, a été poursuivie sans autorisation, d'où une première transaction en 2008 entre les sociétés Sapia et Humanis Generali, régularisant la licence de marque et de noms de domaine - Après l'expiration de la seconde licence, Humanis Prévoyance a utilisé la marque dans le code source de son site www.dynalis.fr , avec pour conséquence un référencement naturel sur Google à partir des requêtes « sapia » et « gestion ». - APGIS a exploité la marque dans son adresse de messagerie « sapiagestion@apgis.fr » pendant et après la licence concédée à Humanis Prévoyance <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de marque par Humanis Prévoyance au titre de l'usage de la marque dans le code source : non, à défaut d'usage dans la vie des affaires, le référencement « dépend de paramètres qu'elle en maîtrise pas » • Concurrence déloyale par Humanis Prévoyance au titre de la mention de la marque dans le code source (demande subsidiaire) : oui, car il s'agit d'une « démarche volontaire et délibérée, qui permet à celui qui en use de bénéficier de la notoriété de celui dont elle utilise l'identification » • Responsabilité contractuelle d'Humanis prévoyance : oui, pour redirection tardive des noms de domaine vers les nouvelles adresses choisies à l'issue de la licence et pour ne pas avoir communiqué le nouveau nom à la sté Sapia, comme prévu au contrat • Contrefaçon de marque par APGIS au titre de l'usage de la marque sur le papier à entête, dans son adresse de messagerie : oui • D&I : 10 000 € à la charge d'Humanis Prévoyance pour concurrence déloyale, 20 000€ en réparation de ses manquements contractuels et 30 000 € à la charge d'APGIS pour contrefaçon

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			<ul style="list-style-type: none"> • Interdiction à AGPIS de poursuivre les agissements mis en cause: oui, sous astreinte de 100 € par infraction constatée • Interdiction d'usage de la marque : oui, sous astreinte <i>in solidum</i> de 200 € par jour de retard passé les 15 jours suivant la signification • Publication : non • Exécution provisoire : non - Demande reconventionnelle • Procédure abusive : non
CA Paris, pôle 5, 1 ^e ch. 1 mars 2016 n° 14/25627 : www.darts-ip.com	- SARL Home Concept Paris (2008) <homeconceptparis.com> <convertibledefrance.fr> (7 mai 2012) Enseigne « Convertible de France » Dénomination sociale « Home Concept Paris » (Demandeur en 1 ^{re} instance)	- M. C. S., co gérant du groupe Wel <francecanape.com> - SARL Groupe Wel (2002) <convertiblesdefrance.fr> (12 déc. 2011) Nom commercial « France Canapé » Enseigne « Amours et Passions »	- Activités de commerce de meubles et notamment de canapés convertibles, en gros pour Home Concept et au détail pour le groupe We - Recherche Google avec les mots clefs « Home Concept » et « Convertible de France » affiche une annonce vers le site www.francecanape.com , annonce inclut les termes « Home Concept » et « Convertible de France » - TC : débouté - Appel : confirme • Concurrence déloyale : non, les expressions « home concept », « convertible de France », « canapé » et « convertible » sont purement descriptives, pas de risque de confusion • Parasitisme du fait de M. C.S. et du groupe Wel : non, car pas de preuve des investissements publicitaires, Home Concept, créé 6 ans après Groupe Wel, noms de domaine de M. C.S. sont composés de termes liés à l'activité du Groupe Wel, n'est pas en soi fautif • Remboursement de frais d'appel non compris dans les dépens : 10 000€, à la charge de Home Concept
TGI Paris ord. réf. 10 mars 2016, n° : 16/51807 : www.darts-ip.com	SAS Compagnie des Pet Foods Marque de l'UE <i>Animaloo</i> (2014) <i>Lifland</i> (2013) <animaloo.fr> (2006) <lifland.info> (2014)	SAS Weeride Europe <niche-a-chien.com> <chemin-du-clapier.com> <chemin-des-poulaillers.com>	- Activité concurrente dans le domaine des accessoires pour animaux (notamment habitat) - La sté Weeride a acheté les mots clés « Animaloo » et « Lifland3 » sur le service « Adwords » de Google pour référencer son site www.chemin-des-poulaillers.com . Les signes litigieux figurent au sein des annonces en cause • Vraisemblance de la contrefaçon : oui, car le signe, utilisé dans le corps de l'annonce, crée un risque de confusion car l'utilisateur pourra en déduire un lien économique, peu important que le site lui-même, qui n'est accessible qu'une fois cette confusion opérée et à cause d'elle, ne se réfère plus aux marques en débat. Le Juge fait référence à la position de la Cour de Justice de l'UE, notamment en déclarant que le référencement naturel est gratuit, par opposition à l'achat de mot-clé au service « Adwords » de Google. « A la différence du référencement naturel, qui est gratuit et est réalisé par le moteur de recherche selon la pertinence objective des sites déterminée par des algorithmes complexes, le référencement publicitaire est payant et permet un affichage de bannières ou d'annonces publicitaires dans un espace consacré précédant les résultats naturels en fonction de mots-clés achetés par l'annonceur. L'internaute normalement informé et raisonnablement attentif sait distinguer ces deux types de résultats et accordera plus de crédit à un référencement naturel qu'à un référencement publicitaire dont il mesure le caractère pour partie au moins artificiel » • Interdiction : oui, sans astreinte

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			<ul style="list-style-type: none"> • D&I : 10 000 € au titre de l'atteinte aux marques par dilution, à défaut d'éléments sur le bénéfice réalisé et sur le gain manqué (5 000 € pour chaque marque) • Publication : non
TGI Paris 3 ^e ch. 3 ^e sect. 11 mars 2016, n° : 14/07866 : www.darts-ip.com	<p>Sté L'Or Fève SARL (licenciée) Nom commercial et enseigne "L'Or Fève" (02/2011) <or-feve.com> (07/2011)</p> <p>M. T. S. (cogérant) Marque semi-figurative <i>L'Or Fève</i> (2011, en copropriété avec Mme. S. J.)</p> <p>Mme. S. J. Marque semi-figurative <i>L'Or Fève</i> (2011, en copropriété avec M. T. S.)</p>	<p>Sté Fève d'Or SAS Nom commercial et enseigne : "Fève d'Or" (11/2012) <fevedor.com> (03/2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Activité concurrente dans le domaine de la chocolaterie dans le même département (69) - Demande reconventionnelle : • Nullité de la marque pour absence de distinctivité : non, car le signe comporte un élément figuratif, néologisme qui constitue un jeu de mot sans lien avec les produits ou services en cause - Demandes principales : • Contrefaçon de marque par le nom commercial, l'enseigne, la dénomination sociale et le nom de domaine : non, car faible similitude intellectuelle et visuelle entre les signes • Concurrence déloyale : non, car pas de preuve d'un comportement fautif contraire à la loyauté des affaires
TGI Paris, 3 ^e ch. 3 ^e sect. 11 mars 2016, n° 14/05285 : www.darts-ip.com	<p>- ELM Leblanc SAS (1932) Marque <i>e.l.m. leblanc</i> (30 sept. 1985) Marque figurative (9 juin 1993) <elmleblanc.fr> + site Charte graphique</p>	<p>- FICHOT S.A.R.L. <elmleblanc-intervention-reparation.fr> (défaillant, en liquidation judiciaire par jgt du 27 mai 2015)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Activité concurrente de maintenance, commercialisation et réparation de produits de chauffages de locaux et d'eau - Constat d'huissier sur le site www.elmleblanc-depannage.fr - Sté Fichot se présente comme « spécialiste des produits de la gamme ELM Leblanc », alors que n'a pas été certifiée, ni approuvée par ELM Leblanc - Mise en demeure de cesser toute utilisation du site et de tout nom de domaine incorporant la marque nominale <i>e.l.m leblanc</i> et de la marque figurative - Sté Fichot a déconnecté le site www.elmleblanc-depannage.fr, mais a mis en ligne le site www.elmleblanc-intervention-reparation.fr qui reproduit la charte graphique du site www.elmleblanc.fr et les marques de ELM Leblanc - Ord. référé le 18 févr. 2014 : mesures d'interdiction et provision sur D&I suivie de l'assignation du 21 mars 2014 • Contrefaçon par imitation des marques verbale et figurative : oui, car risque de confusion sur l'origine des services • Concurrence déloyale : oui, car risque de confusion, du fait de la reprise de la charte graphique de la Sté ELM Leblanc sur les sites exploités par la Sté Fichot

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blansché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			<ul style="list-style-type: none"> • Pratiques commerciales trompeuses (art. L. 121-1 code cons.) : oui • D&I pour contrefaçon 20 000 € • D&I pour concurrence déloyale : oui, 15 000 €
CA Versailles, 12 ^e ch. 15 mars 2016 n° 14/04728 : <i>www.darts-ip.com</i>	S.A. Acteos Marque <i>Acteos</i> (2001) Marque internationale <i>Acteos</i> Nom commercial, dénomination sociale, enseigne (2001) (Demandeur en 1 ^{re} instance)	S.A.S. AKTEOS (2002) Marque semi-figurative <i>AKTEOS – la force des vrais échanges</i> (2002) Marque de l'Union européenne <i>Akteos</i> Demande d'enregistrement <i>Akteos</i> Dénomination sociale <akteos.fr>, <akteos.com>, <akteos.net>, <akteos.eu>	<ul style="list-style-type: none"> - Acteos offre des services techniques et informatiques - Akteos a une activité de formation, coaching, conseil en expertise interculturelle, a changé de nom en 2002 - Protection des marques de chaque partie en classe 41 - En 2012, Acteos est informé par un de ses clients qu'une société opérant sous le même nom commercial que le sien l'a démarchée - Action en nullité de la marque de l'Union européenne <i>Akteos</i> - Opposition à l'encontre de la demande d'enregistrement <i>Akteos</i> - Action en déchéance de la marque internationale <i>Acteos</i> en Allemagne, au Benelux et en Norvège - TGI : déchéance de la marque <i>Acteos</i> en cl. 41 pour la formation à compter du 26 janv. 2007, Acteos est donc irrecevable à agir en déchéance de la marque <i>Akteos</i> - CA : confirme • Déchéance de la marque <i>Acteos</i> en cl. 41 : oui • Contrefaçon de la marque <i>Acteos</i> : non, car services distincts • Contrefaçon des droits d'auteur sur « Acteos » : non, à défaut d'originalité • Concurrence déloyale et parasitaire : non, car pas de preuve - Demandes reconventionnelles : • Déchéance de la marque <i>AKTEOS – la force des vrais échanges</i> : non, pour défaut d'intérêt à agir • Procédure abusive : non
TGI Paris, 3 ^e ch. 1 ^{er} sect. 17 mars 2016 n° 14/12481 : <i>www.darts-ip.com</i>	- S.A.S. Union Distribution Marque verbale <i>Bruce Field</i> (22 févr. 1983) Marque verbale <i>Bruce Field</i> (9 fév. 1988) Marque verbale <i>Bruce Field</i> (20 sept. 2000) <brucefield.com> - S.A.S. SEBH (licenciée exclusive) Nom commercial « Bruce Field »	- S.A.S. TTT <i>www.toktoktok.com</i> - S.A. Kwanko	<ul style="list-style-type: none"> - La sté SEBH, licenciée exclusive des marques <i>Bruce Field</i> a conclu un contrat d'affiliation avec Kwanko, qui consiste à mettre en relation un site marchand avec des sites partenaires via une plate-forme. Ce contrat prévoit l'agrément préalable par SEBH des vendeurs avant la mise à disposition du catalogue par Kwanko via sa plate-forme d'affiliation - Mise en ligne par TTT sur son site <i>www.toktoktok.com</i> d'un catalogue intégrant des produits marqués qui ne sont pas dans le catalogue destiné aux affiliés, en se présentant comme « partenaires » de la marque <i>Bruce Field</i> - Saisie-contrefaçon le 23 juin 2014 constate 2312 référencés <i>Bruce Field</i> sur <i>www.toktoktok.com</i> • Contrefaçon de marque par Kwanko : non, car TTT n'a pas téléchargé le catalogue via sa plate-forme, le tribunal déclare « restituer la véritable qualification au litige conformément à l'article 12 al.2 du Code de procédure civile » et examine les griefs sur le fondement de la responsabilité contractuelle, pour en conclure à l'absence de faute et de responsabilité • Contrefaçon de marque par TTT : oui, pour les produits visés à l'enregistrement • Concurrence déloyale pour violation du réseau de distribution sélective au préjudice de SEBH : non, à défaut de preuve de l'existence du réseau • Interdiction : oui, sous astreinte provisoire de 500 € par jour, 1 mois après la signification et pendant 2 mois • D&I pour contrefaçon : oui, 5 000 € au profit d'Union Distribution

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
	Enseigne « Bruce Field » Exploite le site www.brucefield.com		<ul style="list-style-type: none"> • Publication : non - Demandes reconventionnelles Procédure abusive : non
TGI Paris, 3 ^e ch., 1 ^{re} sect., 17 mars 2016, n°14/16863 : www.darts-ip.com	- S.A.S IàD France (2008) Marque <i>eBouquet de Communication</i> (17 oct. 2009) Slogan « La révolution immobilière »	- S.A.R.L Planitron (2001) <la-revolutionimmobiliere.com> (9 juill. 2012) Marque <i>La Révolution immobilière</i> (27 juill. 2012 – cl. 9, 16, 35, 36, 38 et 41) - S.A.S Revolim (2012) Cessionnaire de la marque <i>La Révolution immobilière</i> (cession du 28 janv. 2015)	<p>- Planitron, créée par M. H. a une activité dans le domaine informatique. A cédé sa marque en 2015 à Revolim, créée par M. H. et M. C., ancien membre du réseau IàD. Revolim et IàD France ont des activités concurrentes de transaction et de promotion immobilières.</p> <p>- IàD France reproche à Revolim d’avoir repris son slogan et sa marque et des propos dénigrants et débauchage</p> <p>- Sommation suivie d’une contestation et d’une nouvelle mise en demeure demandant la radiation de la marque et du nom de domaine</p> <p>Demandes principales :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nullité pour dépôt frauduleux de la marque <i>La Révolution immobilière</i> : non, car « grande banalité » et « usage récent (...) antérieur de moins de deux ans à la date du dépôt ne peut lui conférer le degré de notoriété » invoqué, d’autant « qu’elle l’emploie indistinctement avec d’autres expressions promotionnelles révélant de surcroît l’absence de caractère nécessaire pour son activité ». • Nullité de la marque <i>La Révolution immobilière pour absence de distinctivité</i> : oui • Contrefaçon de la marque <i>eBouquet de Communication</i> : non, car marque annulée • Fin de non-recevoir de l’action en concurrence déloyale : oui, au titre des propos de M. C. Non, pour les faits qualifiés de dénigrement et de tentatives de débauchages imputables à Revolim • Concurrence déloyale et parasitaire : non, pas de preuve du débauchage et du dénigrement, pas de parasitisme au titre de la reprise du slogan, car banal et « d’usage récent et confus » ne pouvant représenter une valeur économique, outre l’absence de preuve des investissements • Exécution provisoire : non <p>Demandes reconventionnelles :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fin de non-recevoir de l’action en nullité de la marque <i>eBouquet de Communication</i> : rejetée • Nullité de la marque pour absence de distinctivité : oui, nullité partielle en cl. 35 et 36 chacun des éléments pris séparément est dépourvu de caractère distinctif, la combinaison n’ajoute rien sur le plan conceptuel. • Concurrence déloyale et parasitaire pour absence de cartes professionnelles T au nom des dirigeants de IàD France : non, à défaut de préjudice • Procédure abusive : non
TGI Paris, 3 ^e ch., 3 ^e sect., 25 mars 2016, n°14/16351 : www.darts-ip.com	- S.A Festi (17 fév.1983 – jgt de redressement judiciaire du 22 oct. 2015) <festi.fr> Marque <i>Festi</i> (3 sept. 1983)	- S.A.R.L Festifun Exploite <festifun.fr> et <festicostumes.fr> - M. R. R. (gérant de Festifun)	<p>- Activités concurrentes de Festi et Festifun de vente d’articles se rapportant à la fête</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de la marque <i>Festi</i> par la marque <i>Festifun</i>, la dénomination sociale « Festifun » et par <festifun.fr> et <festicostumes.fr> : oui, car risque de confusion • Nullité de la marque <i>Festifun</i> : oui • Concurrence déloyale du fait de l’atteinte à la dénomination sociale, au nom commercial et à <festi.fr> : oui, car risque de confusion

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L’auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
	- Me D. V., administrateur judiciaire de Festi, (intervenant volontaire) - Me S. L., mandataire judiciaire de Festi, (intervenant volontaire)	Marque <i>Festifun</i> (12 avr. 2010) - S.A.R.L Istep <festicostumes.fr> - M. E. B. (salarié de Festifun) <festifun.fr>	<ul style="list-style-type: none"> • Radiation de <festicostumes.fr> et <festifun.fr> : oui • D&I pour contrefaçon : 5 000 €, <i>in solidum</i> entre M. R.R. et Festifun • D&I pour concurrence déloyale : non, pas de preuve du préjudice. • Interdiction : oui, sous astreinte de 500 € par jour de retard • Publication : oui • Exécution provisoire : oui, sauf pour inscription au RNM - Demandes reconventionnelles en réparation du préjudice moral subi par Festifun et M. R.R. : non
TGI Paris, 3 ^e ch. 1 ^{er} sect. 31 mars 2016 n° 15/06330 : www.darts-ip.com	Institut Léonard de Vinci, S.A.S. (2002) Marque <i>Institut Léonard de Vinci</i> (14 nov. 2002)	Société CKS Éducation, SARL (2004) Marque collective <i>IMA Ingénierie et Management des Achats</i> (28 juil. 2005) <ima-devinci.com> (25 nov. 2004)	<ul style="list-style-type: none"> - Institut Léonard de Vinci fait de la formation continue et de l'enseignement supérieur - CKS Éducation est un cabinet de conseil sur la fonction « achats » des entreprises et administrations - Convention de partenariat pour la création d'un nouvel enseignement dédié à l'Ingénierie et Management des Achats - Lancement annoncé en septembre 2004 sous le nom MBA « IMA », pour l'année 2005/2006 - Institut Léonard de Vinci a mis fin au contrat en 2014 et a déposé une plainte contre les dirigeants de CKS Education • Revendication de la marque verbale <i>IMA</i> par l'Institut Léonard de Vinci pour dépôt frauduleux : Oui, car l'Institut Léonard de Vinci a fait le choix d'externaliser certaines prestations pour un enseignement délivré sous son contrôle et sous un nom dont elle doit avoir le libre usage • Contrefaçon de marque par <ima-devinci.com> : oui, car risque de confusion, signe similaire et services identiques • Concurrence déloyale : oui, du fait de l'exploitation du groupe <i>LinkedIn</i>, d'anciens étudiants • Transfert de la marque <i>IMA Ingénierie et Management des Achats</i> et du nom de domaine <ima-devinci.com> : oui • Interdiction d'exploitation du groupe <i>LinkedIn</i> d'anciens étudiants • D&I : 5 000€
TGI Paris, 3 ^e ch. 1 ^{er} sect. 14 avr. 2016, n° 14/10491 : www.darts-ip.com	Agilbee, SARL (2007) Marque <i>Agilbee</i> (2012) <agilbee.com> (2007) Marque <i>Agilbee</i> (usage depuis 2007) Slogan « Be agile » (2007)	Be Agile, SAS (2013) Marque complexe <i>Be agile Partenaire de votre développement</i> (2013, cédée à la société par son gérant en 2016) <beagile.fr> (2013) Monsieur E. A. (Gérant)	<ul style="list-style-type: none"> - La sté Agilbee exerce une activité dans le conseil, la formation professionnelle et le coaching dans les domaines de la gestion de projets, le management, la conduite du changement - La sté Be Agile exerce son activité conseil, l'étude, l'analyse, la formation, l'audit et le coaching pour les entreprises en lien avec les nouvelles technologies • Irrecevabilité des demandes de condamnation solidaire pour défaut de qualité à agir : non, car la cession est antérieure à l'assignation, le bien-fondé est une question de fond • Contrefaçon de la marque <i>Be Agile</i> : non, pas de risque de confusion, comparaison d'ensemble • Revendication de la marque complexe <i>Be agile partenaire de votre développement</i>, pour dépôt frauduleux : non, à défaut de preuve • Nullité de la marque <i>Be agile partenaire de votre développement</i> pour violation de droits antérieurs ou déceptivité : non, à défaut de risque de confusion et d'atteinte à la marque <i>Agilbee</i>, ni au slogan dont l'antériorité n'est pas prouvée, absence de déceptivité

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			<ul style="list-style-type: none"> • Concurrence déloyale : non, à défaut de preuve • Exécution provisoire : non - Demande reconventionnelle • Contrefaçon de marque : non, car le slogan « Be Agile » est utilisé dans un cadre publicitaire, pas d'usage à titre de marque
TGI Paris, 3 ^e ch. 1 ^{re} sect. 14 avr. 2016 n° 14/14218 : <i>www.darts-ip.com</i>	<p>S.A. International Supermarket stores – ISMS</p> <p>Marque communautaire <i>Simply Market</i> (2005)</p> <p>Marque communautaire <i>Simply</i> (2006)</p> <p>Nom commercial « AuchanSuper »</p> <p><simplymarket.fr> (2006)</p> <p>S.A.S. ATAC (Filiale de ISMS)</p> <p>Nom commercial et enseigne « Simply Market »</p> <p>Exploite le site <i>www.simplymarket.fr</i></p>	Sté Marks and Spencer France Ltd	<ul style="list-style-type: none"> - Activité concurrente dans le domaine de la vente et la distribution alimentaire - Constat d'achat dans un magasin Marks and Spencer de produits de la gamme discount sous le signe « Simply » - Demandes reconventionnelles • Nullité des marques communautaires <i>Simply Market</i> et <i>Simply</i> pour défaut de distinctivité : Irrecevabilité pour la partie des produits et services qui ne sont pas opposés dans le cadre du litige • Nullité de la marque communautaire <i>Simply</i> pour les « services de vente au détail de produits alimentaires » (cl. 35) : oui, pour défaut de distinctivité • Nullité de la marque communautaire <i>Simply Market</i> pour les produits alimentaires des classes 9, 30 et 32: oui, pour défaut de distinctivité • Déchéance pour défaut d'usage sérieux : non, car demande sans objet - Demandes principales • Contrefaçon : non, car plus d'intérêt à agir • Concurrence déloyale pour atteinte au nom commercial, à l'enseigne et à l'usage du nom de domaine par l'exploitation du site <i>www.simplymarket.fr</i> : non, car même si les droits invoqués au titre de l'usage sont prouvés, l'usage mis en cause est « Simply M&S » de telle façon que le consommateur sait qu'il achète des produits de M&S, pas de risque de confusion
TGI Paris, 3 ^e ch. 3 ^e sect. 15 avr. 2016 n° : 13/11790 : <i>www.darts-ip.com</i>	<p>Linxea S.A.S.</p> <p>Marque semi-figurative <i>Linxea</i> (2004)</p> <p>Marque semi-figurative <i>Planète Linxea Terre d'investissement</i> (2008)</p> <p>Marque semi-figurative <i>Linxea VIP Parce que tous nos clients sont importants</i> (2009)</p> <p><linxea.com> (2004)</p> <p><linxea.fr> (2006)</p>	<p>Linxo S.A.S.</p> <p><i>Linxo</i> (2009)</p> <p>Marque de l'UE <i>Linxo</i> (2011)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Linxea a une activité de placement financier, Linxo édite un logiciel de suivi de comptes - Demandes reconventionnelles • Déchéance partielle : oui, pour la marque <i>Linxea VIP Parce que tous nos clients sont importants</i>, à compter de 2014, et pour la marque <i>Linxea</i> à compter de 2009 • Nullité partielle de la marque <i>Linxea</i> : non, à défaut de preuve - Demandes principales • Contrefaçon des marques semi figuratives de la sté Linxea par la marque <i>Linxo</i> (pendant leur période respective de validité) : non, car absence de risque de confusion • Contrefaçon des marques semi figuratives de la sté Linxea par la marque de l'UE <i>Linxo</i> (pendant leur période respective de validité) : non, <i>idem</i> • Contrefaçon de marque par les noms de domaine et autres signes non-enregistrés : non, <i>idem</i> • Contrefaçon de droit d'auteur sur l'agencement et la forme de la présentation du site <i>www.linxea.com</i> : non, car pas de preuve de l'originalité, la sté Linxea « se borne à relever des caractéristiques de mise en page de disposition

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			<p>des onglets ou de jeu de contraste des couleurs qui appartiennent au fond commun des interfaces des sites internet grand public et qui ne mettent nullement en évidence un apport créatif qui conférerait à ce site une physionomie propre »</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concurrence déloyale : non, car activité différente, pas de confusion entre les signes, pas de preuve de parasitisme • Exécution provisoire : non
CA Rennes, 3 ^e ch. com. 19 avr. 2016 n° 15/03685 (ord. réf.) : www.darts-ip.com	S.A.R.L Air Tool Distribution (A.T.D.) Marque <i>Filtre2pa</i> (18 mars 2014) Marque complexe <i>boospa.com</i> (2009) Marque <i>Alton Spa</i> (2009) <filtres-spa.net> (sept. 2012) <filtres-spa.fr> (sept. 2012) <filtres2spa.net> (sept. 2012) <spatienda.com> (sept. 2014)	S.A.R.L. e-Shop unlimited Marque complexe <i>Filtre2pa</i> (10 avr. 2014) <filtres-spa.com> (juill. 2012) <filtres2spa.com> (août 2012) <filtres2spa.fr> (août 2012) <spatienda.es> (juill. 2014) (Demandeur en 1 ^{re} instance)	<p>- A.T.D. vend en ligne des produits dans le domaine des spas, jacuzzis et pièces détachées de spas, avait dû retirer du libellé de sa demande d'enregistrement <i>Filtres2spa les</i> « appareils et machines pour la purification de l'air ou de l'eau », suite à une notification de l'INPI pour absence de distinctivité</p> <p>- e-Shop vend en ligne de produits de filtration et purification de l'eau</p> <p>- Référé : contrefaçon de marque vraisemblable, débouté sur la concurrence déloyale, interdiction à A.T.D. de tout usage de « Filtres2spa » pour la vente de produits de purifications de l'eau</p> <p>- Appel : confirme partiellement, infirme l'interdiction</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vraisemblance de la contrefaçon par imitation de la marque <i>Filtre2pa</i> : non, car « Filtres2spa » est descriptif pour vendre des appareils et machines pour la purification de l'air ou de l'eau, comme le confirme la notification de l'INPI à la demande d'enregistrement <i>Filtres2spa</i> 'A.T.D., la comparaison du seul vocable d'une marque complexe est insuffisant et l'appréciation de la contrefaçon relève du juge du fond • Contrefaçon de droits d'auteur sur des photos d'A.T.D. par e-Shop : non, à défaut de preuve des droits et de compétence du juge des référés pour rechercher l'originalité
TGI Paris, 3 ^e ch. 1 ^{er} sect., 12 mai 2016, n° 14/18074 : www.darts-ip.com	- SAS Plaza Immobilier (dec. 2006) Nom commercial « Plaza Immobilier » <plaza-immo.fr> (15 dec.2006)	- M. S.P. (gérant de la SP Holding) - SARL SP Holding Marque <i>Stephane Plaza</i> (26 juill.2012) Marque <i>Stephane Plaza Immobilier</i> (8 juill. 2013) Marque <i>Plaza Immobilier</i> (8 juill. 2013)	<p>- Plaza Immobilier fait de la promotion et la transaction immobilière</p> <p>- M. S.P est agent immobilier et anime depuis le 7 février 2006 des émissions sur M6</p> <p>- En 2012, M.P découvre l'existence de Plaza Immobilier et la met en demeure de cesser toute exploitation de son nom commercial et nom de domaine</p> <p>- Le 24 nov. 2014 Plaza Immobilier assigne M. P et la SP Holding en nullité de marque et concurrence déloyale</p> <p>- Fin de non-recevoir :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Irrecevabilité de la demande en nullité de la marque <i>Plaza Immobilier</i>, pour défaut d'intérêt légitime car caractère frauduleux du fondement de l'action : non, pas de fraude car « Plaza » est un nom banal ne bénéficiant pas d'une notoriété suffisante au jour de la signature des statuts de Plaza Immobilier qui fait une exploitation effective du nom commercial et du nom de domaine <p>- Demandes principales :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nullité de la marque <i>Plaza Immobilier</i> : oui, signes identiques et activités similaires, risque de confusion évident. Le fait que la marque soit aussi le nom patronymique de M. P ne lui confère aucun droit antérieur au titre du droit des marques

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			<ul style="list-style-type: none"> • Concurrence déloyale et parasitaire : non, car action dirigée contre le seul dépôt de la marque <i>Plaza Immobilier</i>, qui n'est pas exploitée seule, mais avec l'ajout du nom « Stéphane », d'où l'absence de préjudice et de risque de confusion. Une hypothétique confusion serait profitable à Plaza Immobilier - Demandes reconventionnelles : • Parasitisme : non, Plaza Immobilier a légitimement usé de sa dénomination et de son nom de domaine avant que le nom de M. P acquiert sa notoriété. • Procédure abusive : non • Exécution provisoire : non
CA Aix en Provence 2 ^e ch., 12 mai 2016, n° 15/17147 : www.darts-ip.com	- SELARL Groupement H.J. 2B (8 déc. 2010) (Demandeur en 1 ^{re} instance)	- Maître L., associé de la SCP Filippi-Leca-Marzocchi Marque <i>HJ2B</i> (23 dec. 2009) - SCP Filippi-Leca-Marzocchi <hj2b.com> (14 janv. 2011) <groupementhj2b.com> (14 janv. 2011) <hj2b.fr> (14 janv. 2011) <groupementhj2b.fr> (14 janv. 2011)	<ul style="list-style-type: none"> - Les parties sont des huissiers de justice exerçant dans le département de la Haute Corse. - M. L. a déposé la marque <i>HJ2B</i> le 23 déc. 2009 - Statuts de la sté Groupement H.J. 2B signés le 5 mai 2009, enregistrés aux impôts le 2 juil. 2009, déposés au Greffe de Bastia le 6 août 2009, transmis le même jour à l'I.N.P.I, arrêté ministériel du 24 nov. 2010 et immatriculation au RCS le 8 déc. 2010) - Avis favorable de la chambre des huissiers à la création de la sté Groupement H.J. 2B le 6 oct. 2009 - Référé du 21 oct. 2011 à la demande de la sté H.J. 2B, Infirmer par CA Aix en Provence le 25 oct. 2012. : - TGI : débouté sur le dépôt frauduleux de la marque <i>HJ2B</i>, contrefaçon de la marque HJ2B par la sté. Groupement H.J. 2B, D&I 5 000€, interdiction sous astreinte - CA : confirme partiellement • Dépôt frauduleux de la marque <i>HJ2B</i> : non, seule l'immatriculation au RCS constitue une antériorité, pas de preuve que M. Leca ou la SCP Filippi Leca Marzocchi ont eu connaissance de l'avis de la Chambre des huissiers, même s'ils sont membres de la commission de contrôle du budget • Nullité de la marque <i>HJ2B</i> : non, car la demande était uniquement fondée sur le dépôt frauduleux • Déchéance de la marque <i>HJ2B</i> : non, le délai de 5 ans s'apprécie au jour de la demande de déchéance pas au jour où le juge statue, il n'est donc pas écoulé • Contrefaçon de la marque <i>HJ2B</i> par la dénomination sociale « groupement HJ2B » : oui • D&I pour contrefaçon au profit de M. L. : 5 000 € • Concurrence déloyale par les noms de domaines au préjudice de la sté Groupement H.J. 2B : oui, mais uniquement pour <groupementhj2b.com> et <groupementhj2b.fr>, qui contiennent le terme groupement et créent un risque de confusion • Transfert de <groupementhj2b.com> et <groupementhj2b.fr> : oui, au profit du groupement HJ2B • D&I pour concurrence déloyale au profit de la sté Groupement H.J. 2B : 5000€ • Publication : oui, dans Corse Matin et Le journal des huissiers, aux frais partagés des parties, 1 000 € par publication
CA Toulouse 2 ^e ch., 18 mai 2016, n°	- SA Evasion culinaire Marque semi-figurative <i>O'Sushi</i> (29 mai 1998 et	- Soc. EIRS Nom commercial « O Sushi-Bar »	<ul style="list-style-type: none"> - Activités concurrentes de restauration de sushi - TGI : débouté sur la contrefaçon et la concurrence déloyale - CA : confirme

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
13/01483 : <i>www.darts-ip.com</i>	renouvelée le 5 août 2008, cl. 42) Marque semi-figurative <i>O'Sushi</i> (cl. 29, 30 et 33 - 27 févr. 2006) <osushi.eu> <o-sushi.eu> <osushi.fr> <o-sushi.fr>	Marque semi figurative en couleurs <i>O Sushi-Bar</i> (10 dec. 2007, cl. 7, 8, 32, 33, 36, 42, 43 et 45) <o-sushibar.com>	- Le 3 sept. 2014, EIRS forme un pourvoi; la procédure est en cours - CA confirme • Contrefaçon des marques <i>O'Sushi</i> par les marques, le nom de domaine et le nom commercial : non, différences visuelles prépondérantes et absence d'un élément figuratif dominant dans les marques antérieures • Concurrence déloyale : non, pas de fait distinct
TGI Paris, 3 ^e ch. 2 ^e sect., 27 mai 2016, n° 14/18146 : <i>www.darts-ip.com</i>	- SARL Société Fermière du Mas de la Dame Marque <i>Mas de la Dame</i> (9 déc. 1987, cl. 33) Marque semi figurative <i>Mas de la Dame</i> (15 déc 1987, cl. 33) Marque de l'Union européenne <i>Mas de la Dame</i> (21 mai 2014, cl. 33) Dénomination sociale « Société Fermière du mas de la Dame – Robert Faye » Nom commercial « Mas de la Dame » <masdeladame.com> (7 juill. 2001)	- Société Mas des Dames Marque semi figurative <i>Mas des Dames</i> (21 févr. 2014, cl. 33) <masdesdames.fr> (14 nov. 2005)	- Activités concurrentes de production et de commercialisation de vins. - Fins de non-recevoir et demandes reconventionnelles • Irrecevabilité de l'action en contrefaçon pour forclusion : non, la marque <i>Mas des Dames</i> a été déposée le 21 fév. 2014, il y a moins de 5 ans (art L 716-5 CPI). Impossible de faire courir le délai de 5 ans en prenant en compte une marque plus ancienne non renouvelée • Nullité de la marque de l'Union européenne <i>Mas de la Dame</i> pour défaut de caractère distinctif : non, l'association des deux termes a un caractère distinctif, ni nécessaire ni générique. Lieu-dit pas suffisamment connu du public pour désigner le lieu de la production • Nullité des marques françaises <i>Mas de la Dame</i> pour défaut de caractère distinctif : non, <i>idem</i> - Demandes principales • Nullité de la marque semi figurative <i>Mas des Dames</i> : non, similarité des produits mais « faible similitude entre les signes en cause pris dans leur ensemble », pas de risque de confusion • Atteinte à la dénomination sociale « Société Fermière du Mas de la Dame – Robert Faye » par la marque semi-figurative <i>Mas des Dames</i> : non, sur les 8 vocables seuls 2 sont repris, nette différence • Atteinte au nom commercial « Mas de la Dame » et au nom de domaine <masdeladame.com> par la marque semi-figurative <i>Mas des Dames</i> : non, car « risque de confusion demeure faible » • Contrefaçon des marques <i>Mas de la Dame</i> : non, pour les mêmes motifs, pas de risque de confusion • Parasitisme non, pas de preuve • Tromperie du consommateur (art.L.121-1 Code cons.) : le risque de confusion et donc la tromperie n'est pas établie • Déceptivité de la marque semi-figurative <i>Mas des Dames</i> quant à l'origine des produits: non, les vins sont issus du vignoble « Mas des dames » même si cela ne correspond pas à un lieu-dit enregistré au cadastre • Procédure abusive : non • Exécution provisoire : oui
TGI Paris, 3 ^e ch. 3 ^e sect.,	- Mme N., créatrice de la méthode NAET	- SARL CDSBE - Mme H., gérante de la CDBSE	- Mme N. a créé en 1984 une méthode de soin dénommée <i>NAET</i> pour lutter contre les allergies - <i>NAET-France</i> assure à titre exclusif la diffusion et l'enseignement de la méthode <i>NAET</i> en France

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
27 mai 2016, n° 14/09356 : www.darts-ip.com	<p>Marque de l'Union européenne <i>NAET</i> (25 nov. 1999)</p> <p>Marque de l'Union européenne semi figurative <i>NAET Europe</i> (31 aout 2010)</p> <p><naet.com></p> <p><naet-europe.com></p> <p>- SARL Naet-France</p>	<p>Marque <i>BBA Bye bye allergies</i> (11 nov. 2010)</p> <p>- M. M., associé de la sté CDBSE</p> <p>- Mme L.</p> <p><naet.fr></p> <p><naeteurope.com></p>	<p>- M. M. et Mme H. ont obtenu un certificat de praticien certifié NAET. Ils ont créé la sté CDBSE, exploitent une méthode d'élimination des allergies et publient sur leurs sites la liste des praticiens NAET</p> <p>- Mme L. commercialise des articles médicaux marqués NAET et travaille en partenariat avec CDBSE</p> <p>- Mme. N. avait un contrat avec M. JM. B. dirigeant de la sté NAT Europe, qui a pris fin. NAET Europe a été repris a repris les actifs de la sté NAET Europe et les a revendus à la sté CDBSE</p> <p>- Fins de non-recevoir et demandes reconventionnelles</p> <ul style="list-style-type: none"> • Irrecevabilité des demandes de Mme.H. et M. M pour omission de mention de leur nationalité et leur profession (art 59 CPC) : non, pas de grief et omission régularisée • Irrecevabilité de la sté. NAET France à agir en concurrence déloyale, pour défaut de qualité à agir en tant que licenciée exclusive : non, elle a intérêt à agir, même si elle ne justifie pas de sa qualité de licenciée exclusive • Irrecevabilité des demandes à l'encontre Mme H. et M.M, à titre personnel : non, car il s'agit d'une question de fond <p>- Demande reconventionnelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dégénérescence des marques <i>NAET</i> et <i>NAET Europe</i> : non, pas de preuve <p>- Demandes principales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon des marques <i>NAET</i> et <i>NAET Europe</i> par <naeteurope.com> et <naet.fr> : oui, le public est conduit à croire que les sites sont exploités ou autorisés par le titulaires des marques et le terme NAET n'est pas une référence nécessaire à l'information du consommateur • Contrefaçon par Mme.L. des marques <i>NAET</i> et <i>NAET Europe</i> par la vente de produits marqués NAET acquis auprès de la sté NAAET Europe : oui, Mme L. ne peut invoquer l'épuisement des droits, en raison des termes du contrat entre la sté NAET Europe et Mme. N. • Contrefaçon par Mme. H. et M. M et par la sté CDSBE des marques <i>NAET</i> et <i>NAET Europe</i> par la publication de la liste des praticiens NAET sur des sites internet : oui, car ne peut se justifier en disant avoir acquis la clientèle de la sté NAET Europe. NAET Europe n'était pas autorisé à céder sa clientèle • Contrefaçon des marques <i>NAET</i> et <i>NAET Europe</i> par l'usage du titre de praticien et instructeur NAET : non, pas d'usage à titre de marque • Publicité comparative illicite : oui, Mme H et M. M présentent leur méthode comme plus aboutie que la méthode NAET, sans fournir d'éléments objectifs permettant aux consommateurs d'apprécier la pertinence de cette affirmation • Concurrence déloyale au titre des comportements retenus comme constitutifs de contrefaçon : oui, risque de confusion • Concurrence déloyale et parasitaire du fait de l'usage des termes « <i>byebye allergies</i> »: non, les pièces produites ne permettent pas de démontrer que ces termes seraient devenus un élément d'identification ou un slogan attaché à la méthode NAET • Nullité de la marque <i>BBA Bye bye allergies</i> pour dépôt frauduleux : non, pour les mêmes raisons • Concurrence déloyale et parasitaire par la reprise alléguée du logo de NAET Europe: non, différences visuelles significatives

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			<ul style="list-style-type: none"> • Parasitisme par la reprise du contenu de la méthode NAET : non, démarche thérapeutique non susceptible d'appropriation • Parasitisme par la reprise des supports de formation : oui, nombreux passages strictement identiques • Parasitisme par détournement de la clientèle et des praticiens: oui • Contrefaçon du droit d'auteur de Mme N. par la commercialisation d'ouvrages : non, pas de preuve de l'originalité • D&I pour la contrefaçon : 10 000 €, <i>in solidum</i> • D&I pour concurrence déloyale et parasitaire : 30 000 €, à la charge de la sté CDSBE • D&I pour la publicité comparative illicite : 5 000 €, à la charge de la sté CDSBE • Cessation et interdiction : oui, sous astreinte • Destruction des stocks : ou, sous astreinte • Publication : non
CA Versailles, 12 ^e ch. 7 juin 2016, n° 15/02212 : www.darts-ip.com	SA Autobiz (anciennement Shakazoola France) <i>RepriseCash</i> (2010, cl. 16, 35, 38 et 41) <autobiz.fr> <reprise-cash.com> (2010) <reprise-cash.fr> (2010)	SASU Elite Auto <cash-reprise.fr> <cash-reprise.com> (Demandeur en 1 ^{re} instance)	<ul style="list-style-type: none"> - La sté Autobiz exerce une activité de fourniture d'informations automobiles en ligne - La sté Elite auto exerce une activité d'achat et de vente automobile - TGI : Annulation de la marque <i>RepriseCash</i> pour descriptivité, débouté de la demande reconventionnelle sur la concurrence déloyale et le parasitisme - CA : confirme • Annulation de <i>RepriseCash</i> : confirmation, car le signe est descriptif • Concurrence déloyale au préjudice de la sté Autobiz : non, pas de faute distincte de la reprise de de la marque annulée par les noms de domaine • Parasitisme au préjudice de la sté Autobiz : non, pour défaut de preuve d'investissement
TGI Paris, 3 ^e ch. 4 ^e sect. 9 juin 2016, n° 15/14047 : www.darts-ip.com	SAS Kaporal Groupe Marque <i>Kaporal 5 Red Line</i> (2003) Marque semi-figurative <i>Kaporal 5 Red Line Fabrics</i> (2004) Marque de l'UE <i>Kaporal</i> (2007) Marque semi-figurative de l'UE <i>Kaporal Jeans</i> (2011) <kaporal.com> (2004) Sté Kaporal Collections (licenciée)	M. SAVAS Aydin Marque <i>Royal & Caporal</i> (2006) Demande de marque de l'UE <i>Royal & Caporal</i> (2014/rejet suite à opposition de la sté Kaporal Groupe)	<ul style="list-style-type: none"> - La sté Kaporal Groupe commercialise des vêtements et des accessoires pour hommes, femmes et enfants • Forclusion par tolérance pour agir en nullité de la marque <i>Royal & Caporal</i> : non, car au jour de l'introduction de l'instance, le 28 août 2015, la sté Kaporal Groupe n'a pas eu connaissance de la marque depuis plus de 5 ans. La preuve apportée est un mèl des douanes à la sté Kaporal Groupe du 10 sept. 2010, sur une retenue douanière portant sur la marque <i>Royal & Caporal</i> • Annulation de la marque française <i>Royal & Caporal</i> pour atteinte aux droits antérieurs de Kaporal, du fait de l'enregistrement de <i>Royal & Caporal</i> : non, car pas de risque de confusion • Contrefaçon des marques <i>Kaporal 5 red line</i> du fait du dépôt de la marque <i>Royal & Caporal</i> : non, car seul le dépôt est mis en cause, prescription de 3 ans est acquise depuis 2009 • Contrefaçon des marques <i>Kaporal</i> et <i>Kaporal Jeans</i> par l'exploitation de la marque <i>Royal & Caporal</i> : non, car les faits allégués ne sont pas imputables à M. Savas, mais à son licencié, qui n'a pas été mis en cause - Demandes reconventionnelles • Déchéance des marques <i>Kaporal 5 red line</i> pour défaut d'usage sérieux : oui, à compter de 2010. L'usage du seul terme « Kaporal » ne valide pas ces marques

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			<ul style="list-style-type: none"> • Nullité des marques <i>Kaporal</i> et <i>Kaporal Jeans</i> par l'atteinte à la marque antérieure <i>Royal & Caporal</i> : irrecevable, car position contradictoire avec la défense au principal • Exécution provisoire : oui, sauf sur la déchéance
TGI Paris, 3 ^e ch. 3 ^e sect. 10 juin 2016, n° 14/15508 : www.darts-ip.com	Association Française de normalisation (AFNOR)	SARL Agence Française des normes et réglementation Nom commercial, enseigne : AFNR <afnr.fr>	<ul style="list-style-type: none"> - L'AFNOR a pour activité l'élaboration, l'homologation et la promotion des normes françaises - L'AFNOR a pour activité l'isolation thermique, l'étude et l'audit énergétique - Suite à une mise en demeure de l'AFNOR, l'AFNR accepte et propose d'utiliser le signe AFRNE, ce qui a été refusé • Usurpation de dénomination sociale : non, car les dénominations sociales ne sont pas identiques • Parasitisme au titre de la dénomination sociale, du nom de domaine, du nom commercial et de l'enseigne : oui, car il y a un « fort risque de confusion » entre les signes et car l'activité de la sté AFNR « n'est pas clairement évoquée sur la page de son site », ce qui « dilue » et « galvaude » l'identification de l'AFNOR, nt la présence est ancienne et reconnue du public • Pratiques commerciales trompeuses : non, car activités non concurrentes • Interdiction : oui, sous astreinte de 300 € par infraction constatée • Transfert de <afnr.fr> : non, car l'interdiction suffit à réparer le préjudice et qu'en tout état de cause, il n'est pas identique D&I : 8 000 € Publication : non • Exécution provisoire : oui
CA Versailles 12 ^e ch. 14 juin 2016, n° : 14/02129 : www.darts-ip.com	SARL SPOD – Spécialiste de la Publicité par l'Objet et Dérivés Nom commercial « France BTP » Revue « France BTP » (demandeur en 1 ^{re} instance)	S. P. <francebtp.info> F. W. Marque semi figurative : <i>FranceBTP</i> (2007) <i>FranceBTP</i> (2007) <i>FranceBTP</i> (2007) SARL Cayola Groupe <francebtp.com> <francebtp.fr> SARL Les éditions de la construction Revue « FranceBTP.com »	<ul style="list-style-type: none"> - Activité concurrente dans l'édition et la diffusion de revues sur le BTP. - TGI : débouté - CA : confirme • Atteinte au titre de l'œuvre (L112-4 CPI) : non, pour défaut d'originalité du titre • Concurrence déloyale : non, pour absence de preuve au jour du lancement de la revue la connaissance de la revue éditée par la sté SPOD • Atteinte au nom commercial : non, pour défaut de preuve d'usage public par SPOD du nom commercial « France BTP »
CA Versailles 12 ^e ch. 21 juin 2016, n° : 15/00612 :	SARL Carré Sol Marque semi-figurative <i>Carré Sol</i> <carresol-parquet.com>	SASU Decoplus Marques semi-figuratives <i>Deco plus</i> (2009) <i>Deco plus Parquets</i> (2011)	- Decoplus découvre que d'anciens employés licenciés ont monté une société Carré Sol exerçant une activité concurrente dans le domaine du revêtement de sol

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
<i>www.darts-ip.com</i>		<i>Deco plus Parquets</i> (2011) <i>Deco plus Parquets</i> (2011) <i>Deco plus Parquets</i> (2011) <decoplus-parquet.com> (2004) Demandeur en 1 ^{re} instance	- Requête Google « Decoplus » et « Decoplus parquet » référence une annonce « Decoplus-carresol-parquet.com » - Achat des mots clés à Google sur son service « Adwords », usage de la marque dans le contenu et dans l'URL (Uniform Resource Locator) - TGI : Contrefaçon de marque, D&I 30 000 €, interdiction sous astreinte, publication sur le site <i>www.carresol-parquet.com</i> - Appel : confirme • Contrefaçon des marques : oui, car atteinte à la garantie d'origine de la marque • Contrefaçon de droit d'auteur sur le site <i>www.decoplus-parquet.com</i> : non, car les deux sites ne révèlent aucune impression d'ensemble similaire • Parasitisme : non, pour défaut de preuve • Concurrence déloyale : non, pour défaut de preuve de faits distincts de la contrefaçon, absence de clause de non-concurrence des anciens salariés, défaut de preuve du dénigrement • D&I : 30 000€ • Interdiction d'usage : oui, sous astreinte • Publication : oui, sur le site
TGI Nancy, 9 ^e ch. ord. Ref. 21 juin 2016, n° : 16/00129 : <i>www.darts-ip.com</i>	Société Entrecôte Gestion Tajpa, S.A.S. Marque <i>L'entrecôte</i> (1979) Nom commercial et enseigne « <i>L'entrecôte</i> » (1966) <entrecote.fr>	Sté <i>L'entrecôte Stanislas</i> , SARL Nom commercial « <i>L'entrecôte Stanislas</i> » (2015)	- Activité concurrente dans la restauration, dans des villes différentes • Vraisemblance de la contrefaçon : oui, car signes similaires, activité identique et risque fort de confusion. Des clients ont d'ailleurs effectivement confondu <i>L'entrecôte Stanislas</i> avec les restaurants de la franchise <i>L'Entrecôte</i> • Interdiction d'usage : oui, sous astreinte de 500 € par jour • Provision : 5 000 €
CA Bordeaux, 1 ^{re} ch. civ. sect. A 29 juin 2016, n° : 14/07328 : <i>www.darts-ip.com</i>	SARL Evadiv Enseigne et nom commercial « <i>Eden Gold</i> » (2008) <goldrider.net> (2011) <gold-rider.com> (2011) <goldrider.fr> (2011) <gold-rider.eu> (2011)	SARL <i>Gold Rider 24</i> Enseigne et nom commercial « <i>Gold Rider</i> » (2003) Marque <i>Gold Rider 24</i> (2010) <gold-rider.fr> (2003) (Demandeur en 1 ^{re} instance)	- Activité concurrente dans la vente, la pose d'accessoire et l'entretien de moto de marque Honda type Goldwing - Requête « <i>Gldrider</i> » sur Google donne accès au site « <i>Eden Gold</i> » exploité par la sté Evadiv donne accès aux sites <i>www.goldrider.fr</i> , <i>www.goldrider.net</i> , <i>www.gold-rider.com</i> et <i>www.gold-ride.eu</i> , proposant des articles identiques - Achat du mot clé « <i>Evadiv</i> » sur « Google Adwords » par la sté <i>Gold River 24</i> , sans reprise de « <i>Evady</i> » dans l'annonce - Noms de domaine radiés peu après la mise en demeure - TGI : contrefaçon de marque, concurrence déloyale, Interdiction, D&I : 10 000 € pour la contrefaçon, 5 000 € pour la concurrence déloyale, publication sur le site et dans un journal, débouté sur la demande reconventionnelle en concurrence déloyale au titre des mots-clés achetés au service « Adwords » - CA : confirme

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			<ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon : oui, risque de confusion, preuve apportée par des impressions écran et par des attestations. L'enregistrement des noms de domaine « et leur utilisation comme chemin d'accès à son site Internet » est une contrefaçon • Concurrence déloyale : oui, pour reprise des moyens promotionnels, des descriptions de produits, atteinte à la réputation • D&I : 10 000 € pour contrefaçon et 5 000 € pour concurrence déloyale • Interdiction : oui, sous astreinte • Publication : sur le site et dans un journal - Demande reconventionnelle : • Concurrence déloyale : non, car l'achat du mot clé « Evadiv » sur le service « Adwords » n'est pas associé à la reprise de ce nom dans l'annonce, pas de risque de confusion
TGI Paris, 3 ^e ch. 4 ^e sect. 30 juin 2016, n° : 15/07234 : <i>www.darts-ip.com</i>	S.A.R.L. Finega Marque <i>Segem</i> (2008, acquise en 2014) Marque de l'union <i>Segem</i> (2009, acquise en 2014) <segem.com> (Acquis en 2014) S.A. Electrogrume Automation et Système (filiale) S.A.S. E.W Gillet (filiale)	S.A.R.L. SGM Services Nom commercial : « SGM Services » S.A.S. Renaud Machines à Bois	<ul style="list-style-type: none"> - Activité concurrente de fabrication et commercialisation de machines-outils destinées à l'industrie du bois - La sté Finega a racheté en 2014 les actifs incorporels (droits de propriété intellectuelle, nom de domaine, fichier client) de la société Segem, alors en liquidation judiciaire - La sté SGM services a acquis les actifs corporels de la sté Segem. - Les stés SGM Services et Renaud Machines à Bois ont commercialisé le stock de produits marqués SEGEM de la sté Segem - Mise en vente par SGM Services d'un broyeur SEGEM présenté comme ayant été fabriqué à partir des pièces détachées licitement acquises - Saisie-contrefaçon au siège de la sté SGM Services - Fin de non-recevoir : • Irrecevabilité pour défaut d'intérêt à agir : non • Contrefaçon au titre de la mise en vente de la broyeuse SEGEM par SGM Services : oui, car ce broyeur ne fait pas partie du stock acquis lors de la liquidation. La règle de l'épuisement des droits ne peut pas s'appliquer car SGM Services a fabriqué ce broyeur • Contrefaçon par la sté Renaud Machines à bois : non, pour absence de preuve de mise en vente de produits autres que les pièces détachées acquises licitement, épuisement des droits • Contrefaçon par imitation au titre du nom commercial « SGM Services » : non, pas de risque de confusion • Concurrence déloyale : oui, seulement pour le détournement des données commerciales et techniques de la société Segem liquidée et acquise par la sté Finega • D&I : 5 000€, pour contrefaçon et 5 000 € pour concurrence déloyale • Restitution des données des données techniques et commerciales à sté Finega : oui, sous astreinte de 100 € par jour pendant 100 jours • Exécution provisoire : oui

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blansché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
TGI Paris, 7 juill. 2016, n°15/10135: www.darts-ip.com	- M L., associé de la sté Propuls Nom commercial et enseigne « Propuls » <propuls.fr> (7 sept. 1999) - M R., associé de la sté Propuls	- SARL Propulse Nom commercial et enseigne « Cabinet propulse » Marque <i>Propulse accélérateur de réussite</i> (14 juin 2010) Marque semi figurative <i>Propulse & vous</i> (31 janv. 2013) <propulse-coaching.fr> (4 juill. 2011)	- Activités concurrentes de conseil en stratégie commerciale - Fins de non-recevoir • Irrecevabilité de l'action en nullité des marques et de la demande d'interdiction de l'usage de « Propuls », pour défaut de qualité à agir de M L. et M R : oui, les demandeurs échouent à démontrer la réalité de l'exploitation du nom commercial, de l'enseigne « Propuls' » et du nom de domaine <propuls.fr> (plaquettes non datées, documents internes, contrat de développement du site, photo de l'enseigne) • Irrecevabilité de l'action en concurrence déloyale et parasitaire pour défaut d'intérêt à agir : oui, • Procédure abusive : non, l'irrecevabilité des demandes ne suffit pas à démontrer l'intention malicieuse
TGI Paris, 3 ^e ch. 2 ^e sect., 8 juill. 2016, n°15/01379: www.darts-ip.com	- Mme P.C. (fille de Mme S.C.), Mme L.C., Mme M.C. et M. L.C., en leur qualité d'ayant droit de Mme S.C. - Mme P.C. Marque <i>Enfance majuscule</i> (11 juin 1993) - Mme N.E. Droits d'auteur sur le titre de la revue « Enfance Majuscule » (Mme P.C. et Mme N.E.)	- Association Enfance Majuscule - Fédération des comités Alexis Danan (anciennement Comité de vigilance et d'action pour la protection de l'enfance malheureuse, jusque 1996) <enfance-majuscule.com> (2004) <boutique.enfance-majuscule.com> Revue « Enfance Majuscule » Adresse de messagerie enfancemajuscule@wanadoo.fr	- Association Enfance Majuscule - Fédération des comités Alexis Danan créée en 1936 par Mme. S.C. et M. A.D. -M. A.D. est décédé en 1979 et Mme. S.D. est devenue présidente jusqu'en 2008, année où elle a quitté l'association, étant remplacée par Mme. A.C. Mme S.C. est décédée en 2011 - Mme P.C. et Mme N.E. étaient membres de l'association Enfance Majuscule de 1992 à, respectivement 2013/2014 - Revue publiée dès 1962 sous le titre « La Tribune de l'enfance », puis, à compter de 1991, sous le titre « Enfance Majuscule », par l'association - Dépôt de marque en 1993 et changement de nom de l'association en 1996, après avoir demandé l'autorisation d'adopter le nom « Enfance Majuscule » à Mme. S.C., autorisation révoquée le 31 oct. 2014 - Demandes reconventionnelles : • Revendication de la marque <i>Enfance Majuscule</i> : non, l'action n'est pas prescrite car elle ne pouvait pas être exercée tant que les demandeurs étaient membres de l'association, Mme P.C. a déposé la marque de bonne foi • Nullité de la marque <i>Enfance Majuscule</i> pour fraude et indisponibilité : non, à défaut de preuve d'un droit antérieur - Demandes principales : • Contrefaçon des droits d'auteur sur le titre « Enfance Majuscule » appartenant aux ayants droit de Mme. S.C., à Mme P.C. et à Mme N.E., par le nom de l'association, le titre de la revue, l'exploitation de <enfance-majuscule.com> et <boutique.enfance-majuscule.com> et de l'adresse de messagerie enfancemajuscule@wanadoo.fr (art. L.112-1, 113-1 et 112-4 CPI) : oui, la preuve de la qualité de coauteurs de Mme S.C. Mme P.C. et Mme N.E. est apportée, par les attestations de l'ancien vice-président et de l'ancien trésorier et par le fait que l'association a jugé utile de demander l'autorisation à Mme. S.C. d'adopter le nom « Enfance Majuscule ». Révocation de l'autorisation en 2014, suivie d'un refus formalisé par une lettre de l'association, qui a poursuivi l'usage. Des captures d'écran de recherches sur Google prouvent l'usage contesté en ligne

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			<ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon par reproduction de la marque <i>Enfance Majuscule</i> après le 31 oct. 2014 : oui, marque reproduite à l'identique sur les sites de l'association et comme titre de la revue pour des produits et services identiques • Contrefaçon par imitation de la marque <i>Enfance majuscule</i> après le 31 oct. 2014 : oui, marque utilisée comme dénomination sociale et dans les noms de domaines <enfance-majuscule.com> (2004) <boutique.enfance-majuscule.com> pour des produits et services identiques • D&I : non, les mesures d'interdiction d'usage et de transfert des noms de domaine suffisent • Transfert du nom de domaine et communication des codes d'accès à l'adresse de messagerie « <i>enfancemajuscule@wanadoo.fr</i> » : oui, sous astreinte de 150 € par jour de retard • Interdiction d'usage, y compris sous forme d'adresse de messagerie électronique : oui, sous astreinte de 150 e par infraction constatée • Publication : non • Exécution provisoire : oui, sauf pour le transfert du nom de domaine, sous astreinte
TGI Paris, 3 ^e ch. 2 ^e sect., 8 juill. 2016, n°16/06529: www.darts-ip.com le cce déloyale car termes usuels et banals Mots clés	<ul style="list-style-type: none"> - Société 2CED Marque semi figurative <i>Allo Voisins</i> (22 juill. 2015) Marque semi figurative <i>Allo Voisin</i> (10 sept. 2015) Nom commercial « Allo Voisins » (9 nov. 2015) - Société Imavenir - M. C.C., fondateur de 2CED <allovosins.com> (19 juill. 2015) 	<ul style="list-style-type: none"> - Société TLAG <monptvoisinage.com> <hello-voisin.com> Marque <i>Mon p'tit voisinage</i> (18 mars 2014) Marque <i>Hello voisins</i> (16 nov. 2015) 	<ul style="list-style-type: none"> - Activités concurrentes de services d'entraide entre voisins - Fins de non-recevoir et demandes reconventionnelles : • Recevabilité de l'action de M.C.C à agir en concurrence déloyale et parasitaire : oui, il est titulaire du nom de domaine même s'il ne l'exploite pas personnellement • Recevabilité de l'action de la sté Imavenir : non, les mentions légales sur le site allovosins.com indiquent que l'éditeur est 2CED et non Imavenir • Nullité de la marque <i>Allo Voisin</i> déposée par M. C.C. pour le compte de la sté 2CED en cours de formation, alors qu'elle était déjà immatriculée à cette date : non, simple erreur matérielle qui a été rectifiée par une inscription au Registre National des Marques • Nullité des marques <i>Allo Voisins</i> et <i>Allo Voisin</i> en classes 35, 38, 39, 41, 45 pour défaut de caractère distinctif : non, à défaut de preuve, pour les services visés - Demandes principales : • Contrefaçon des marques <i>Allo Voisins</i> et <i>Allo Voisin</i> par la marque <i>Hello Voisins</i> : oui, la marque <i>Hello Voisins</i> est utilisée dans la vie des affaires puisque le blog « Hello-voisins » renvoie au site www.monptvoisinage.com qui est exploité à des fins commerciales, ce qui crée un risque de confusion vu la forte similitude entre les signes et la majorité des produits et services • Contrefaçon des marques <i>Allo Voisins</i> et <i>Allo Voisin</i> par <hello-voisin.com> : oui, risque de confusion • Concurrence déloyale par le nom de domaine <hello-voisin.com> et l'usage de mots clefs « allo » et « voisin » : non, car termes usuels et banals qui doivent rester libres d'usage entre concurrents • Parasitisme au préjudice de 2CED : non, car 2CED avait très récemment adopté le nom commercial « Allo Voisins » lorsque TLAG a déposé la marque <i>Hello Voisins</i> et créé les noms de domaine • D&I au titre de la contrefaçon : 10 000€ • Interdiction d'usage : oui, sous astreinte de 150 € par infraction constatée

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			<ul style="list-style-type: none"> • Radiation de <hello-voisin.com> : oui, sous astreinte de 150 € par jour de retard • Publication : oui, dans 3 journaux, revues ou sites • Exécution provisoire : oui, sauf pour la radiation du nom de domaine et la publication
TGI Paris, 3 ^e ch. 2 ^e sect., 8 juill. 2016, n°15/04791: <i>www.darts-ip.com</i>	<p>- Société Frisquet Marque communautaire semi-figurative <i>f.Frisquet</i> (10 oct. 2011) Marque <i>Frisquet assistance</i> (4 juill. 2000) Marque <i>Frisquet</i> (3 nov. 1993) Marque semi-figurative <i>F.Frisquet</i> (27 oct. 1993) 22 noms de domaines renvoyant au site <i>www.</i></p>	<p>- M. O.B., non comparant - M. A.A. <frisquet-chaudieres.com> <entretien-frisquet.com> <frisquet-assistances.com> <frisquet-site.com> <frisquet-technique.com> <frisquet-fr.com> <sitefrisquet.com> <frisquet-service.com> <frisquet-services.com> <services-frisquet.com> <frisquet- service-apres-vente.com> <sav-frisquet.com> - M. J.B. <frisquet-fr.com> <fr-frisquet.com> <frisquet-s-a-v.com> - SARL ETS Pignon père et fils - SARL ETS Charles Simon - SARL ETS Chevalier</p>	<p>- Les noms de domaines composés du terme « frisquet » renvoient à des sites qui se présentent comme des sites officiels de la sté Frisquet, reprennent les codes couleurs et les marques de la sté Frisquet et redirigent les internautes vers les sociétés défenderesses - Référencement des sites mis en cause à partir du mot clé « Frisquet » - Des saisies contrefaçon ont permis d'établir que M.O.B et M. J.B ont créé plusieurs de ces sites litigieux, sur l'ordre et avec l'aide de M. A.A., pour le compte des stés défenderesses - Lettres de réclamation adressées à la sté Frisquet et messages sur internet - Demande reconventionnelle et fin de non-recevoir :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nullité des opérations de saisie-contrefaçon : non, pas de délégation de pouvoir au profit de l'expert, pas de dépassement des termes de l'ordonnance et description détaillée des résultats de la saisie • Irrecevabilité de l'action à l'encontre des stés ETS Pignon et ETS Charles Simon : noni, car les sites litigieux ont été créés à la demande de M. A.A qui est salarié de ces stés et sont exploités par ces stés • Procédure abusive : non <p>- Demandes principales :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon des marques par M. A.A. et M. O.B. au titre des noms de domaines de M. A.A., de leur usage, notamment pour le référencement sur Google : oui, l'identité des produits et/ou services concernés alliée à la similitude forte entre les signes en cause pris dans leur ensemble entraîne un risque de confusion • Contrefaçon des marques par M. J.B. au titre de ses noms, de leur usage, notamment pour le référencement : oui, reproduction pour des produits et/ou services similaires, risque de confusion • Contrefaçon des marques par la sté ETS Pignon au titre de l'exploitation des sites : oui, risque de confusion, l'internaute ne sait pas si les produits et/ou services proviennent du titulaire de la marque ou d'un tiers • Parasitisme au titre de la création, du référencement et l'usage des noms de domaine mis en cause, de la reprise du code couleur et de l'architecture du site par M. A.A., M. O.B., M. J.B. et la sté ETS Pignon : oui, car détournement de clientèle, a indûment bénéficié des investissements et de la notoriété • Pratique commerciale trompeuse : oui, en se présentant comme un spécialiste agréé, la sté Pignon a substantiellement altéré le comportement des internautes • Interdiction • Radiation des noms de domaine : oui, sous astreinte de 500 e par jour de retard • D&l pour contrefaçon, à titre de provision : MM. A.A, O.B. et J.B condamnés à payer 10 000€ chacun, sté ETS Pignon condamnée à payer 150 000€ • D&l pour parasitisme, à titre de provision : M. A.M. O.B. et M. J.B condamnés à payer 10 000€ chacun, sté ETS Pignon condamnée à payer 100 000€ • Publication : oui

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			<ul style="list-style-type: none"> • Mesures de droit à l'information à l'encontre de la sté Pignon, pour évaluer le préjudice sur le parasitisme (art. L.716-7-1 CPI) : oui, sous astreinte de 100 e par jour de retard et pendant 50 jours • Exécution provisoire : oui, sauf sur la publication et la radiation des noms de domaine
TGI Paris, 3 ^e ch. 2 ^e sect., 8 juill. 2016, n°15/03845: www.darts-ip.com	- Murprotec SA Marque semi figurative <i>Murprotec</i> (9 sept. 2011) Marque semi figurative <i>Mur.Protec Mettez votre maison au sec</i> (2 déc. 2013) <murprotec.fr>	- Muretanche SARL <muretanche.fr>	<ul style="list-style-type: none"> - Activités concurrentes de traitement de l'humidité des bâtiments - Achat du mot-clé « Murprotec » au service Adwords de Google et usage pour référencer une annonce « ajoutant la dénomination « Murprotec » à la dénomination « Muretanche » - Demandes reconventionnelles et fins de non-recevoir: • Irrecevabilité de l'action fondée sur la marque <i>Murprotec</i> : oui, marque déposée par la SA Groupe Murprotec et non par Murprotec, erreur non rectifiée • Irrecevabilité de l'action fondée sur la marque <i>Mur.Protec Mettez votre maison au sec</i> : oui, l'adresse mentionnée est bien la précédente adresse du siège social • Nullité de la marque <i>Mur.Protec Mettez votre maison au sec</i> pour absence de distinctivité : non, terme « Protec » et éléments figuratifs rendent la marque arbitraire • Procédure abusive : non Demandes principales : • Contrefaçon de la marque <i>Mur.Protec Mettez votre maison au sec</i> par l'utilisation du terme « Murprotec » dans l'annonce mise en cause : oui, risque de confusion • Concurrence déloyale et parasitaire : non, pas de faits distincts de la contrefaçon, pas de preuve de dénigrement, de débauchage, slogan banal, pratiques commerciales offensives non fautives • Interdiction d'usage de la marque <i>Murprotec Mettez votre maison au sec</i> : oui, sous astreinte de 150 € par infraction • D&I : 20 000€ • Publication : oui, dans 3 journaux ou revues • Exécution provisoire : oui, sauf pour la publication
TGI Paris, ord. ref., 21 juill. 2016, n°16/50712 16/50713: www.darts-ip.com	- Carré sol SARL Marque semi figurative <i>Carré Sol - Parquet et Terrasse</i> (19 févr. 2015) <carresol-parquet.com>	- Blog E Commerce SARL - Decoplus SAS <decoplus-parquet.com>	<ul style="list-style-type: none"> - Activités concurrentes de vente de revêtement de sols - Achat des mots-clés « carré sol » « carrésol parquet » «et « magasin carrésol » donnent accès sur Google au site marchand www.decoplus-parquet.com, via une annonce reprenant ces termes. Ce site est exploité par la sté Decoplus - Contentieux initié par la sté Decoplus pendant devant à Versailles • Jonction des instances : oui • Vraisemblance de la contrefaçon de la marque <i>Carré Sol - Parquet et Terrasse</i>: non, Decoplus produit un constat d'huissier attestant de la cessation des faits mis en cause • Indemnisation provisionnelle : non, préjudice non chiffré, investissements publicitaires justifiés de manière globale « ne permettant pas de chiffrer le préjudice résultant des atteintes alléguées » • Garantie de Decoplus par Blog E Commerce : sans objet en l'absence de condamnation de Decoplus

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
TGI Paris 3 ^e ch. 1 ^{re} sect. 15 sept. 2016, n° : 15/08746 : <i>www.darts-ip.com</i>	M. R.L. <idealartisthouse.com> (2012) <idealartiststudio.com> (2012) <loftandskies.com> (2013)	S.A.S.U. Galaxiel Marques <i>Light, Loft and Skies</i> (2014) <i>Ideal Artist House</i> (2014) <i>Ideal Artist House</i> (2014) <1001salles.com> (2013)	- M. R.L., artiste, a réalisé plusieurs œuvres, nommées « Ideal Artist House » exploitées commercialement par son ex-compagne, à travers la sté Galaxiel • Revendications des marques pour dépôt frauduleux (art. L.712-6 CPI) : oui, car M. R.L. prouve un usage antérieur dans le cadre de son activité artistique, par une attestation. Les noms de domaine ne sont pas pris en compte car les Whois communiqués n'identifient pas le demandeur comme titulaire et ils ne sont pas exploités. « La fraude est caractérisée dès lors que le dépôt a été opéré pour détourner le droit des marques de sa finalité, et non pour distinguer des produits et services en identifiant leur origine, mais pour priver des concurrents du déposant ou tous les opérateurs d'un même secteur d'un signe nécessaire à leur activité » • Interdiction : oui • D&I : non - Demande reconventionnelle : • Procédure abusive : non
TGI Paris 3 ^e ch. 1 ^{re} sect. 15 sept. 2016, n° : 14/11773 : <i>www.darts-ip.com</i>	S.A. Groupe Léa Nature Marque <i>Léa NATURE</i> (1998) Marque communautaire <i>Léa NATURE</i> (2008) S.A.S Naturenvie (filiale - intervenant volontaire) <leanature.com> (2005) <leanature.fr> (2005)	S.A.S. Destination Marque semi-figurative <i>Natur'ela Le bon gout de la nature</i> (2010) Marque semi-figurative <i>Naturéla Le juste gout de la nature</i> (2010) Marque semi-figurative <i>Naturéla €co</i> (2012) Nom commercial « Naturéla » <naturéla.fr> (2010)	- Activité concurrente sur le marché des produits issus de l'agriculture biologique et du commerce équitable • Contrefaçon par les marques semi-figuratives composées de <i>Naturéla</i> : non, à défaut de preuve de risque de confusion avec la marque verbale <i>Léa NATURE</i> • Contrefaçon par le nom de domaine <naturéla.fr> : non, pour absence de risque de confusion • Contrefaçon par le nom commercial « Naturéla » : non, pour défaut de preuve d'usage à titre de marque du signe • Nullité des marques <i>Naturéla</i> : non, à défaut de preuve de risque de confusion • Concurrence déloyale : non, pour défaut de preuve, Groupe Léa Nature est une holding qui n'exploite pas les marques et ne peut « prétendre subir un préjudice du fait d'éventuels actes de concurrence déloyale », les noms de domaine opposés sont au nom d'une sté tierce • radiation de <naturéla.fr> : non
TGI Paris 3 ^e ch. 1 ^{re} sect. 15 sept. 2016, n° : 15/14028 : <i>www.darts-ip.com</i>	S.A.R.L. Pigeon Propre Marque semi-figurative <i>Pigeon Propre</i> (2014) Nom commercial et enseigne « Pigeon Propre » <pigeon-propre.com> (1999)	S.A.R.L. Clean Pigeon Marque semi-figurative <i>Clean Pigeon</i> (2011) <cleanpigeon.fr> (2011)	- Les stés Pigeon Propre exerce une activité de développement, commercialisation de solutions anti-volatiles - La sté Clean Pigeon, fondée par un ancien employé de Pigeon Propre exerce une activité de désinfection, désinsectisation et dératation • Nullité de la marque <i>Clean Pigeon</i> du fait des signes antérieurs de Pigeon Propre : non, car les signes sont différents, les termes « pigeon » et « propre » sont descriptifs, le choix du terme anglais « clean » et l'ajout de couleurs et d'une typographie écartent le risque de confusion • Dépôt frauduleux : non, car absence de preuve d'intention frauduleuse et à défaut de risque de confusion • Concurrence déloyale : non, pour absence de preuve de faute imputable au gérant de la sté Clean Pigeon. Pas de risque de confusion entre <pigeon-propre.fr> et <cleanpigeon.fr>. Les termes « pigeon » et « propre » sont

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
	<pigeon-propre.fr> (2008)		descriptifs. « La différence de la composition des signes, l'inversion du terme d'attaque et le choix d'un mot anglais constituent autant d'éléments distincts qui, appréciés globalement, excluent tout risque de confusion dans l'esprit du consommateur moyen »
TGI Paris 3 ^e ch. 1 ^{re} sect. (statuant en la forme des référés) 15 sept. 2016, N° : 16/07975 : www.darts-ip.com	Société civile des producteurs phonographiques	S.A. Orange S.A. Free S.A. Société Française de Radiotéléphone S.A.S. NC Numéricâble S.A. Bouygues Telecom	- La SCPP a obtenu par jugement en la forme des référés du 4 déc. 2014 (art. L.336-2 CPI) le blocage de l'accès au site « thepiratebay », ainsi qu'à tous les sites miroirs ou proxies, accessibles à partir de 70 noms de domaine, pour une durée d'un an. Cette décision a été prolongée par jugement rendu en la forme des référés le 25 oct. 2015 pour une nouvelle année - La SCPP demande à nouveau la prolongation ces mêmes mesures de blocage aux frais des FAI pour une liste de sites miroirs ou proxies du site TPB, étendue à de nouvelles URL • Atteinte au droit d'auteur occasionné par le contenu d'un service de communication en ligne : oui, car le site TPB a été déjà été reconnu par le jugement de 2014, comme ayant un caractère illicite. De telles mesures de blocages ont déjà été jugées proportionnelles. La SCPP apporte bien la preuve que les nouveaux sites visés donnent accès au site TPB • Blocage des sites : oui, pour tous les FAI appelé à l'instance, pendant 12 mois
TGI Paris 3 ^e ch. 2 ^e sect. 16 sept. 2016, N° : 15/06813 : www.darts-ip.com	Société Art's Factory (1996) <artsfactory.net>	Société Arts Factory (2011) Marque semi-figurative <i>Arts Factory</i> (2012) <arts-factory.fr>	- Activité concurrente dans le domaine de l'édition et la diffusion artistique • Atteinte à la dénomination sociale « Art's factory » par la dénomination sociale « Arts Factory » : oui, car la sté Art's Factory dispose d'une large renommée et que les deux signes en présence présentent un risque de confusion • Annulation de la marque semi-figurative <i>Arts Factory</i> : oui, car la dénomination sociale « Art's Factory » constitue une antériorité, du fait de la similarité des signes et des activités • Changement de dénomination sociale : oui, sous astreinte de 150 e par jour de retard, à l'expiration du délai d'un mois suivant la signification et pendant quatre mois • D&I : non pour défaut de preuve d'un préjudice
TGI Paris 3 ^e ch. 2 ^e sect. 16 sept. 2016, N° : 14/04492 : www.darts-ip.com	MPA Multi Passions Adhesif, SARL (2004) Marque <i>mpadhesif</i> (2011) Marque <i>mpadeco</i> (2011) Nom commercial « MPA » <mpadhesif.com> <mpadeco.com> <groupe-mpa.fr> <mpa-pro.fr> <mpacovering.fr>	X Wing Sarl (2009) <mpautollant.com> (2013) <mpautocollant.fr> (2011) Stick Air SARL (1995) Marque <i>Stickair</i> (2007) <i>Signmaker</i> (2007) <stickair.com> <mpadhesif.fr>	- Activité concurrence dans la communication des entreprises par adhésif - Ordonnance de référé du TC de Dijon du 18 mai 2011 a ordonné la suppression du lien du site www.mpadhesif.fr vers le site www.stickair.com et de cesser d'utiliser le nom de domaine <mpadhesif.fr> sous quelque extension que ce soit - Mise en vente d'autocollants sur le site www.mpautocollant.com ; com édité par la sté X Wing, constatée par huissier - Demandes reconventionnelles : • Nullité des marques de MPA : non, car l'adjonction des lettres MPA confère une distinctivité aux suffixes - Demandes principales • Contrefaçon par imitation de la marque <i>mpadhesif</i> par l'enregistrement et l'usage de <mpautollant.com> et <mpautocollant.fr> : oui, car risque de confusion, forte similitude des signes et identité des produits • Contrefaçon par imitation de la marque <i>mpadeco</i> par <mpautollant.com> et <mpautocollant.fr> : non, car il n'y a pas de similitude entre les signes

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
		M. C.B. (gérant des deux sociétés)	<ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon par reproduction de <i>mpadhesif</i> par <mpadhesif.fr> : oui, car le signe est identique, même s'il est prouvé qu'il n'est plus utilisé depuis au moins le 20 août 2014 et si la sté Stick Air dit avoir cessé d'exploiter <mpadhesif.fr> • Concurrence déloyale par X Wing pour reprise de la dénomination sociale, du nom commercial, de l'identité visuelle des sites et d'un logo : oui, pour usurpation de la dénomination sociale et du nom commercial, débouté sur les autres griefs, car « la simple reprise d'une couleur dominante rouge, demeurant différente, d'une unité graphique, ne suffit pas à caractériser le fait que le sté X Wing reprendrait de manière fautive l'identité visuelle », pas de preuve du caractère fautif de la reprise du logos • Responsabilité personnelle du gérant : non, pas de faute détachable de ses fonctions de gérant • Interdiction d'usage des signes : oui, sous astreinte de 150 € • Transfert des noms de domaine : oui, sous astreinte de 150 € • D&I : 5 000 € chacune, par X Wing et Stick Air, pour contrefaçon • D&I au titre de la concurrence déloyale : 0 €, car pas de préjudice distinct de celui réparé par les D&I au titre de la contrefaçon • Exécution provisoire : oui, sauf pour la fermeture du site et le transfert des noms de domaine
TGI Paris 3 ^e ch. 3 ^e sect. 16 sept. 2016, n° : 14/15473 : www.darts-ip.com	Sté D.P.A.P. Marque <i>Tzar Ocean</i> (2001) International Caviar Importers Association	S.A.S. Kaas Prestige Distribution Nom commercial et enseigne « Tzar Caviar » <tzarcaviarfrance.com> (2013)	<ul style="list-style-type: none"> - Activité concurrente dans le domaine de la vente de caviar ou substitut - Fin de non-recevoir : • Défaut d'intérêt à agir de l'association International Caviar Importers : non, car son objet est la sauvegarde des industries du caviar et de défendre les intérêts de ses membres • Défaut d'intérêt de l'association à agir pour parasitisme : oui - Demandes principales : • Déchéance de la marque <i>Tzar Ocean</i> pour défaut d'usage sérieux : non, car usage sérieux justifié par des extraits de catalogue représentant des photos de boîtes de caviar de marque Dom Petrof, la marque Tzar Ocean étant apposée sur le couvercle • Contrefaçon de la marque <i>Tzar Ocean</i> par le nom commercial « Tzar Caviar » : oui, du fait d'une quasi identité des produits, similitude des signes et risque de confusion • Pratique commerciale trompeuse par l'utilisation du terme « caviar substitute » : oui, car emballage fortement évocateur du caviar, terme substitut en plus petit, en anglais, arrêté du 24 nov. 1962 sur les succédanés du caviar, « présentation de nature à induire en erreur sur sa qualité substantielle et ses caractéristiques » • D&I au titre de la contrefaçon : 10 000 € • D&I au titre des pratiques commerciales trompeuses / concurrence déloyale : 5 000 € • Publication : oui • Interdiction d'usage du signe « Tzar Caviar » : oui, sous astreinte de 300 € par infraction constatée • Interdiction d'usage du terme « caviar » en langue étrangère et sans faire apparaître le terme substitut de manière prépondérante : oui, sous astreinte de 300 € par infraction constatée • Changement de dénomination sociale : oui, dans les trois mois, sous astreinte de 150€ par jour de retard

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			<ul style="list-style-type: none"> • Exécution provisoire : non
CA Paris 5 ^e pole 1 ^e ch. 20 sept. 2016, n° : 15/08372 : <i>www.darts- ip.com</i> (Renvoi après cassation)	Sté Ulimit (anciennement Tuto4pc.com, anciennement Eorezo) SA Tuto4PC.com Group (anciennement Eorezo Group)	M. J.-L. H. (président du directoire et directeur informatique de Ulimit) <lo.st> (Défendeur en 1 ^{re} instance) EPIC SNCF Mobilités SNCF (intervenante volontaire) Marque semi-figurative <i>Voyage-SNCF</i> (2001) <i>SNCF</i> (2005) <i>Voyage-SNCF.com</i> (2007) <i>SNCF</i> (2008) Marque <i>SNCF</i> (2006) <i>TGV</i> (1988) <i>Transilien</i> (1999) Marque internationale <i>Voyage-SNCF.com</i> (2007) <voyage-sncf.com> (2000) (Demandeur en 1 ^{re} instance)	Usage des marques de la SNCF sur le site <i>www.lo.st</i> à titre de mots-clés pour diriger les internautes vers des sites concurrents de la SNCF, via l’affichage d’annonces - Assignation de la sté Tuto4pc.com, en tant que locataire des serveurs sur lesquels le site était hébergé et M. J-L H. titulaire du nom de domaine <lo.st> - TGI 11 juin 2010 : mise hors de cause de M. J-L H. et de la sté Eorezo Group (Tuto4pc.com Group), sté. Eorezo (Tuto4pc.com) a joué un rôle actif dans le choix des contenus mis en ligne sur son site et est éditeur, condamné pour atteinte aux marques notoires et pratique commerciale trompeuse car a fait apparaître sur la page d’accueil du site <i>www.lo.st</i> le signe “SNCF” « et sur une page de résultat de son moteur de recherche un lien commercial intitulé “TGV” et en affichant, après saisie par l’internaute sur la barre URL de son moteur de recherche des signes “SNCF”, “TGV”, “Transilien”, “VoyagesSNCF.com” et “Voyages-SNCF” des liens commerciaux concurrents à des emplacements privilégiés, la société Eorezo a porté atteinte aux marques notoires “SNCF”, “TGV”, “Transilien”, “Voyages-SNCF.com” et “VoyagesSNCF” », D&I 150 000 € + 10 000 € - CA 28 oct. 2011 : confirme, sauf sur mise hors de cause de M. J-L H. et de la sté Eorezo Group (Tuto4pc.com Group), condamnés comme éditeurs au même titre que la sté. Eorezo (Tuto4pc.com), D&I 250 000 € <i>in solidum</i> - Cassation : cassation et renvoi • Qualité d’éditeur et exonération de responsabilité : défaut de base légale, « motifs impropres à caractériser un rôle actif » (critères retenus par la CA : les résultats sur une même requête sur le moteur de recherche Google et sur Lo.st n’affichait pas les mêmes résultats, sté. Tuto4pc.com était à l’origine des modifications, ce qui prouve la mise en place de son propre système + insertion du mot-clé SNCF sur la page d’accueil, comme raccourci vers la page d’annonces/liens commerciaux) • Pratique commerciale trompeuse : défaut de base légale, la CA a statué par « motifs impropres à caractériser une publicité fautive ou de nature à induire en erreur portant sur un ou plusieurs des éléments énumérés à l’article L. 131-1 du code de la cons. » - CA de renvoi : • Mise hors de cause de M. J.-L. H. et de la sté Tuto4PC.com : oui • Régime de responsabilité de Ulimit en tant qu’exploitant de <lo.st> : responsabilité limitée en tant que service de référencement, « un prestataire de service de stockage à la demande d’un destinataire du service et de référencement sur internet (moteur de recherche) est présumé être un hébergeur bénéficiant du régime de responsabilité limitée prévu à l’article 6-I-2 de la LCEN, dès lors que son activité revêt un caractère purement technique, automatique et passif », pas de preuve du rôle actif • Atteinte aux marques notoires de la SNCF : non, car régime exonératoire de responsabilité de l’article 6-I-2 de la loi LCEN, dont le mécanisme de notification n’a pas été respecté, ce qui empêche d’engager la responsabilité du prestataire • Publicité trompeuse : non, car l’activité de référencement, qui présente des liens vers d’autres sites ne permet pas au consommateur de croire en des liens entre la SNCF et le site

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L’auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			<p>- Demande reconventionnelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Indemnisation de la privation de jouissance consécutive à l'exécution de l'arrêt d'appel suivi de cassation, à titre des restitutions (art. L111-11 Code des procédures civiles d'exécution) : non, la somme versée à titre de D&I a été restituée, le site a pu continuer à fonctionner et la baisse du chiffre d'affaires n'apparaît pas due à l'exécution de l'arrêt de 2011
TGI Paris 3 ^e ch. 4 ^e sect. 22 sept. 2016, n° : 15/11251 : www.darts-ip.com	<p>Mme. C. M. B. Marque de l'Union européenne <i>Delage</i> (2000)</p> <p>S.A.S. Denty (licence exclusive) (2011) <delageparis.com> (2011) <delage1905.com> (2012) <delage1905.fr> (2012)</p>	<p>S.A.R.L. Delage Boutique (2001) Marque semi-figurative <i>Delage Palais Royal</i> (2013) <delage-paris.com> (2006) <delage-paris.fr> (2006) <delage-boutique.fr> (2014) <delage-boutique.com> (2014) <delage-boutique.eu></p>	<p>- Delage est le patronyme du constructeur automobile Louis Delage, le grand-père de Mme C. M.B. avait déposé la marque Delage pour les et pièces automobiles, la production des automobiles Delage a cessé en 1955 et la marque n'a pas été renouvelée. Mme C. M.B. a voulu rétablir l'usage de la marque pour la maroquinerie et a déposé la marque de l'UE <i>Delage</i> en 2000</p> <p>- Activité concurrente dans le domaine de la maroquinerie de luxe</p> <p>- La Sté Delage Boutique déclare venir aux droits de la SA Delage, liquidée en 2003 et de son nom commercial Delage exploitée depuis les années 1990 ainsi que de la marque <i>Delage</i> non renouvelée en 2010</p> <p>- La sté Denty a formé opposition à l'enregistrement de la marque <i>Delage Palais Royal</i>, ce qui a été accepté partiellement par l'INPI. La sté Delage Boutique a agi en déchéance de la marque de l'UE <i>Delage</i>, ce qui a été accordé pour une partie des classes 18 et 25</p> <p>- Fin de non-recevoir :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Irrecevabilité à agir de la sté Denty en sa qualité de licenciée pour nullité du contrat de licence : non, car ne peut pas agir en nullité, à défaut d'être partie au contrat • Exception de droits antérieurs : non, car la sté Delage Boutique n'apporte pas la preuve d'avoir succédé aux droits de la SA Delage <p>- Demandes principales :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de la marque de l'UE <i>Delage</i> de 2000 au titre de l'usage de la dénomination sociale « Delage Boutique » : oui, car fort risque de confusion • Contrefaçon de la marque de l'UE <i>Delage</i> de 2000 au titre de l'usage dans l'enseigne et le nom commercial « Delage » : oui, car signe identique, pour des produits identiques • Contrefaçon par imitation du signe « Delage » dans le dépôt de la marque <i>Delage Palais Royal</i> : non pour défaut d'usage dans la vie des affaires • Concurrence déloyale : non, pour absence de preuve de faits distincts de la contrefaçon • Interdiction d'usage du signe « Delage » par Delage Boutique : oui • Transfert des noms de domaine : oui • Publication : non • D&I : 5 000 € au titre de la contrefaçon • Exécution provisoire
TGI Paris 3 ^e ch. 4 ^e sect. 22 sept. 2016,	S.A.S. Kap Développement	S.A.S. Plaza Nom commercial et enseigne « Pizza Plaza »	<p>- Activité concurrente dans la vente de pizza, au niveau local pour la sté Plaza et à travers un réseau de franchise pour la sté Kap</p> <p>- Demande reconventionnelle :</p>

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
n° : 15/00450 : <i>www.darts-ip.com</i>	Marque <i>Le Kiosque à Pizzas</i> (2000) <i>Le Kiosque à Pizzas</i> (2011) <i>Le Kiosque à Pizzas</i> (2012) Marque semi-figurative <i>Le Kiosque à Pizzas</i> (2004) <i>Le Kiosque à Pizzas</i> (2012) Marque internationale semi-figurative <i>Le Kiosque à Pizzas</i> (2007) <le-kiosque-a-pizzas.com>	(1986) et « Le Kiosque à pizzas » (1992) <pizza-plaza-saint-michel-sur-orge.fr>	<ul style="list-style-type: none"> • Procédure abusive : non - Demandes principales : • Contrefaçon des marques <i>Le Kiosque à Pizzas</i> par l'usage du signe par la sté Plaza à titre de nom commercial et enseigne : non, car l'usage du signe « le Kiosque à Pizzas, pour désigner un kiosque où l'on vend des pizzas ne porte pas atteinte aux marques, faiblement distinctives de la sté Kap, d'autant plus que la devanture affiche clairement le nom commercial « Pizza Plaza » • Concurrence déloyale : non, car la désignation « kiosque à pizzas » sur le lieu d'exercice de l'activité de la sté Plaza procède d'une délibération du conseil municipal antérieure à l'implantation d'un établissement franchisé de la sté Kap, pas de détournement de clientèle • Exécution provisoire : oui
TGI Paris 3 ^e ch. 2 ^e sect. 30 sept. 2016, n° : 15/10859 : <i>www.darts-ip.com</i> TGI Paris, 16 fév. 2015, n°15/50582 (ord. réf.) : <i>www.darts-ip.com</i>	-Sté Elm Leblanc Marque <i>E.l.m. Leblanc</i> (30 sept. 1985) Marque figurative n°93471442 (9 juin 1993)	- S.A.R.L. Ets Pignon Père et Fils Exploite les noms de domaine <elmleblanc-assistance.com> <entretien-elmleblanc.com> - Sté AS, SARLU <elmleblanc-assistance.com> <entretien-elmleblanc.com>	<ul style="list-style-type: none"> - Sté Elm Leblanc fondée en 1932. Activité dans les produits de chauffage dont l'entretien et la réparation et utilise depuis 1993 une charte graphique qu'elle a développée - Sté Ets Pignon Père et Fils propose des services identiques sur les sites internet <i>www.elmleblanc-assistances.com</i> et <i>www.entretien-elmleblanc.com</i> référencés sur Google avec le mot-clé acheté au service AdWords de Google « Elm Leblanc », marque <i>Elm Leblanc</i> intégrée dans les annonces - Aucune mention de la sté Ets Pignon Père et Fils sur l'annonce et les sites Internet mais le numéro de téléphone proposé est celui de cette société - Sté Ets Pignon Père et Fils se présente comme spécialiste des équipements « Elm Leblanc » et reproduit les marques et la charte graphique de la sté Elm Leblanc - Référé : vraisemblance de la contrefaçon, trouble manifestement illicite pour concurrence déloyale et pratiques commerciales trompeuses, provision de 10 000 € pour la contrefaçon et 471,89 € pour la concurrence déloyale et els pratiques commerciales trompeuses - TGI • Contrefaçon : oui, atteinte à la fonction d'identification, « l'accès au site internet litigieux se fait par le mot-clé « Elm Leblanc », si ces sites apparaissent bien dans la liste des sites proposés précédés de la mention « Annonces », ils intègrent la marque <i>Elm Leblanc</i>. Aucune autre indication, soit dans l'annonce, soit sur les pages des sites auxquels l'annonce donne accès, permet à l'internaute de savoir qu'il s'agit des services de l'entreprise « Pignon et Fils. Au contraire, l'internaute normalement informé et raisonnablement attentif est amené à penser que les signes reproduits sur les deux sites litigieux en-tête des pages d'accueil indiquent qu'il s'agit de services provenant de la sté Elm Leblanc, out tout au moins d'entreprises agréées par la sté Elm Leblanc » • Pratiques commerciales trompeuses : oui, en omettant de mentionner le nom de la sté Ets Pignon Père et Fils ou AS dans les annonces publicitaires • Concurrence déloyale: oui, reprise de la charte graphique, du code couleur e imitation de la signature publicitaire

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blansché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Jurisdiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			<ul style="list-style-type: none"> • Interdiction • Interdiction de « reproduire à l'identique ou de manière évocatrice » la charte graphique • D&I : 40 000 € <i>in solidum</i> pour la contrefaçon, 40 000 € <i>in solidum</i> pour la concurrence déloyale • Exécution provisoire : oui
TGI Paris 3e ch. 4e sect. 6 oct. 2016, n° : 15/12725 : <i>www.darts-ip.com</i>	SAS Cosmopolit Home Marque <i>NightSwapping</i> (2015) Maque semi-figurative <i>NightSwapping</i> (2015) <nightswapping.com> M. S. D. (gérant) Marque semi-figurative <i>Night Swapping</i> (2014)	SAS Trapolinn <trapolinn.net>	<p>- Activité concurrente dans l'offre en ligne d'hébergement entre particuliers. Les gérants des deux sociétés ont collaboré sur le projet « Nightswapping » jusqu'à fin 2012</p> <p>- La sté Cosmopolit Home met en cause le référencement par l'achat du mot-clé « nightswapping » sur « Google Adwords », le site est référencé en base de page sur une requête « Nightswapping » sur Google</p> <p>- La sté Trapolinn a utilisé le terme "nightswapping" dans sa communication et a acheté ce mot-clé sur « Google AdWords » pour présenter une annonce redirigeant vers son site</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon des marques semi-figuratives Nightswapping : non, pas de prise en compte des éléments figuratifs • Contrefaçon de la marque <i>Nightswapping</i> : non, car pas d'usage à titre de marque, le signe "Nightswapping" est utilisé dans son acception anglaise (échange de nuits), pour désigner le concept, et non à titre de marque ; pour le mot clé acheté sur « Google AdWords », le risque de confusion n'est pas prouvé « le renvoi à la société Trapolinn est bien mentionné à titre d'annonce publicitaire et d'alternative aux services proposés par la société Cosmopolit Home. Elle n'utilise pas le mot-clé pour entraîner une confusion, mais pour renvoyer sur son propre site » • Concurrence déloyale : non, en l'absence de faits distincts
TGI Paris 3e ch. 4e sect. 20 oct. 2016, n° : 15/04432 : <i>www.darts-ip.com</i>	Mme C. D. Marque <i>Atelier Paradise Tattoo</i> (2014) Enseigne et nom commercial "Paradise Tattoo" (1994-2002) Enseigne et nom commercial "Atelier Paradise Tattoo" (2002)	SARL Tatroo Paradyse (2004) Enseigne et nom commercial " Paradyse Tatroo " <tattoo-paradyse.com> (2008) <tattoo-paradyse.fr> (2008) <tattoo-paradyse.eu> (2011)	<p>- Activité concurrente dans le domaine des tatoueurs-perceurs</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concurrence déloyale pour usurpation de l'enseigne et du nom commercial : non, car Mme C.D. a changé de « Paradise Tattoo » en 2002 pour « Atelier Paradise Tatroo », expression « Paradise Tatroo » largement employée sur les réseaux sociaux », il « existe des salons portant ce nom en France », pas de preuve de baisse du chiffre d'affaires • Contrefaçon de la marque <i>Atelier Paradise Tattoo</i> : non, car la marque ne vise pas l'activité de tatouage-piercing, activités distinctes <p>Demande reconventionnelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nullité de la marque <i>Atelier Paradise Tattoo</i> pour atteinte aux droits antérieurs sur les noms de domaine : non, pas de risque de confusion et demande en contradiction avec la contestation du grief d'usurpation d'enseigne et de nom commercial
TGI Paris, ord. Réf. 20 oct. 2016, n° : 16/57577 <i>www.darts-ip.com</i>	SAS Mondial Protection Marque semi-figurative <i>Mondial protection</i> <mondial-protection.fr> (2000)	SAS Mondial Protection France	<p>- Activité concurrente et utilisation de « Mondial protection France » à titre de marque et de dénomination sociale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vraisemblance de la contrefaçon : oui, car signes grandement similaires, services identiques et risque de confusion • Trouble manifestement illicite : car actes de concurrence déloyale et parasitaire vraisemblable • Interdiction d'usage : oui sous astreinte de 50 € par jour et par infraction • Provision : non

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
TGI Paris, ord. Réf. 26 oct. 2016, n° : 16/58819 <i>www.darts-ip.com</i>	Sté Together Media Marque <i>Brut</i> (juin 2016)	SA Groupe Altice Media Editrice du site <i>www.lexpress.fr</i> M. E. D. <brut.tv> (oct. 2016)	Sté Together Media a développé un projet intitulé « Brut » de plateforme digitale d'information en partenariat avec un journal ou un magazine. La marque <i>Brut</i> est le nom d'une émission télévisée et est protégée pour les services de télécommunication Une émission de télévision intitulée BRUT en partenariat avec le site <i>www.lexpress.fr</i> va être diffusée. L'annonce de cette émission est relayée sur Facebook et sur <i>www.brut.tv</i> (ndd déposé par M. E. D.) Donc Sté Together Media soutient qu'il y a contrefaçon de marque par imitation via le nom de domaine, via l'utilisation du titre BRUT pour l'émission sur le site <i>www.brut.tv</i> et <i>www.lexpress.fr</i> + leurs pages Facebook respectives <ul style="list-style-type: none"> • Vraisemblance de la contrefaçon : oui, car signe identique pour des services similaires • Interdiction d'usage : oui pour les 2 défendeurs, sous astreinte provisoire de 500 € par infraction • Provision : non • Suppression ou radiation du nom de domaine : non, pas dans les pouvoirs du juge des référés
TGI Paris 3e ch. 1re sect. 27 oct. 2016, n° : 15/06316 : <i>www.darts-ip.com</i>	Sté ITC Marque semi-figurative <i>ITC</i> (2011) <itcpiercing.com>	SARL ST Enseigne et nom commercial "Tatooemoi" <tatooemoi.fr> <itp-pro.com> (2013)	- Activité concurrente de commercialisation de matériel de tatouage <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de la marque <i>ITC</i> par le nom de domaine <itp-pro.com> et par le logo ITP : non, à défaut de similitude entre le nom de domaine et la marque et entre le logo ITP et la marque • Concurrence déloyale pour atteinte à la dénomination sociale ITC, reprise de la configuration du site, du slogan « ALL4TA2 » par « tout pour la tatouage » : non, car l'organisation du site est banale ; que le slogan "tout pour le tatouage" doit rester à la disposition de chacun
TGI Paris 3e ch. 2e sect. 28 oct. 2016 n° : 16/02556 : <i>www.darts-ip.com</i>	SAS Gunnebo France Marque <i>Fichet</i> (1987)	- M.G.H. (gérant de la sté Batcom) (non comparant) <serrurerie-serrurier-fichet.com> - S.A.R.L. Batcom Site <i>www.serrurerie-blindage.com</i> Site <i>www.serrurier-paris-1er.com</i> et sites avec cette adresse déclinant les 20 arrondissements de Paris	- La sté Gunnebo commercialise des systèmes de sécurité, notamment dans la serrurerie - M. G.H. exploite divers sites internet qui comportant le signe "Fichet", sur le site même ou dans le nom de domaine - Référé (19 janv. 2016) : vraisemblance de la contrefaçon par incorporation de la marque dans <serrurerie-serrurier-fichet.com>, débouté sur la vraisemblance de la contrefaçon de marque au titre de l'usage de la marque sur le site, car usage à titre de référence nécessaire, provision sur D&I 2 000 € - TGI <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de la marque <i>Fichet</i> par le nom de domaine et au titre de l'usage sur le site : oui, car la marque est intégrée dans le nom de domaine qui a été exploité pour la serrurerie. Pour l'usage sur le site, l'exception d'usage à titre de référence nécessaire n'est pas prouvée, pas de preuve de l'acquisition licite des produits de marque Fichet, ni de l'appartenance au réseau Point Fort Fichet « donnant l'impression au consommateur de serrures qu'il existe un lien commercial entre les sites et le titulaire de la marque, et notamment qu'il appartienne au réseau de distribution Pont Fort Fichet, ce qui n'est pas le cas » • Interdiction : oui, sous astreinte de 300€ par infraction constatée • Radiation du nom de domaine <serrurerie-serrurier-fichet.com> : oui • D&I : 10 000 € pour M. G.H et 6 00 € pour la sté Batcom • Exécution provisoire : non

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
TGI Paris 3e ch. 3e sect. 28 oct. 2016 n° : 14/09889 : <i>www.darts-ip.com</i>	Free SAS Marque <i>Free</i> (1989) Marque semi-figurative <i>Free</i> (1999) Marque <i>Free</i> (2009) Nom commercial "Free" <free.fr>	Submate SAS Marque FreeApps365 (2011) <freeapps365.com> <freeapps365.fr>	<ul style="list-style-type: none"> - La sté Free exerce une activité dans le domaine des télécommunications - La sté Submate a développé et exploite une application mobile dénommée "Free365Apps" - Après mise en demeure, la sté Submate a accepté de changer le nom de son application en "Apps365", a acquis un nouveau nom de domaine et a accompli les formalités de renonciation à sa marque auprès de l'INPI - Demandes reconventionnelles : <ul style="list-style-type: none"> • Nullité des marques verbales <i>Free</i> : non, car il n'est pas démontré que ce terme avait une signification précise pour le consommateur internaute en 1989, ni même maintenant ; qu'en tout état de cause, la marque aurait acquis un caractère distinctif depuis • Déchéance de la marque semi-figurative <i>Free</i> : non, car preuve d'une exploitation sérieuse - Demandes principales : <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon : oui, risque de confusion entre les signes • Atteinte à la dénomination sociale, au nom commercial, au nom de domaine <i>Free</i> (art. 1382 Code civil) : oui, car risque de confusion • Interdiction : non, car l'usage mis en cause a cessé • D&I : 12 000 € au titre de la contrefaçon • D&I pour atteinte à la dénomination sociale, au nom commercial, au nom de domaine : non, à défaut de preuve du préjudice • Publication : non • Exécution provisoire : non
CA Metz 1 ^{re} ch. 3 nov. 2016, n° : 15/00162 : <i>www.darts-ip.com</i>	S.A.S. Jumo Regulation Sté JUMO GmbH & Co KG Marque internationale <i>Jumo</i> protégée en France (1963) <jumo.de>	S.A.S. Prosensor <prosensor.com>	<ul style="list-style-type: none"> - Activité concurrente dans le domaine de la vente d'instruments de mesure - Prosensor a acheté le mot clé « jumo », au service « AdWords » de Google. La requête « Jumo » référençait l'annonce « Capteur de température, sondes Pt100 et Thermocouples, catalogues gratuits <i>www.prosensor.com</i> » - TGI : déchéance de la marque <i>Jumo</i>, débouté sur la contrefaçon, la concurrence déloyale et la publicité mensongère appel en garantie de Prosensor à l'encontre de Google France rejeté, car le service « Adwords » est géré ar la sté Google de doit irlandais - Appel : infirme sur la déchéance et confirme pour le surplus • Contrefaçon : le signe « Jumo » est utilisé dans la vie des affaires, les internautes concernés « sont nécessairement des professionnels ayant des connaissances techniques sur les produits spécifiques qu'ils recherchent et qui connaissent les fabricants susceptibles de les fournir », l'annonce est «classée sous la rubrique "lien commerciaux" et qui s'affiche sur une colonne nettement séparée de celle afférente aux résultats naturels de la recherche effectuée avec le mot clé « Jumo » sur le moteur de recherche Google, comporte un message qui se limite à désigner le produit promu, des capteurs de température, en des termes génériques (...) sans référence implicite ou explicite à la marque <i>Jumo</i>, message qui est suivi de l'indication, en couleur, d'un nom de domaine ne présentant aucun rattachement avec la société Jumo GmbH & Co KG ». De ce fait, pas de risque de confusion, pas de preuve de l'atteinte à la fonction de garantie de qualité, à défaut de preuve d'une qualité inférieure des produits, pas de preuve de l'atteinte à la fonction d'investissement

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			<ul style="list-style-type: none"> • Concurrence déloyale et parasitisme : non, car pas de faits distincts, ni de risque de confusion au titre d'une usurpation de dénomination sociale et de nom de domaine • Publicité mensongère : non, à défaut de risque de confusion - Demande reconventionnelle : • Déchéance : non, car preuve d'un usage sérieux et ininterrompu
TGI Nanterre Pôle civ. 1 ^{re} ch. 3 nov. 2016, n°14/06138 : <i>www.legalis.net</i>	Sté Salamandra Web (sté de droit espagnol) Marque semi-figurative <i>LeBonCoup</i> (2013 – cl. 45) <leboncoup.net> (acquis en 2010, créé le 3 déc. 2009) Edite le site <i>www.leboncoup.net</i> depuis mai 2011	M. X. Marque <i>Le bon coup</i> (2012) <le-boncoup.fr> (2011) Edite le site <i>www.le-boncoup.fr</i> depuis février 2012	<ul style="list-style-type: none"> - Activité concurrente dans les services de rencontre en ligne, le site <i>www.leboncoup.net</i> reroutait vers d'autres sites jusque mai 2011 - M. X. a formé une opposition à l'enregistrement de la marque semi-figurative <i>LeBonCoup</i> • Atteinte au nom de domaine <leboncoup.net> par le nom de domaine <le-boncoup.fr> : oui, car la sté Salamandra démontre d'un usage de son nom de domaine antérieur à M. X. et qu'il existe un risque de confusion entre les deux noms de domaine, la preuve de l'usage antérieur pour exploiter un site de rencontres depuis mai 2011 est apportée par une attestation du prestataire technique du site, par les statistiques « Adwords » de Google pour le site et par la preuve du chiffre d'affaire, des factures d'emailing • Pratiques commerciales trompeuses : non, car elles ne sont « pas sérieusement établies » • Nullité de la marque <i>Le Bon Coup</i> de M. X. pour indisponibilité : oui, pour désigner les services d'agence matrimoniale, car les signes sont similaires et les activités sont similaires • Dépôt frauduleux : non, car il n'est pas démontré une intention de nuire • D&I : 5 000 € • Interdiction : oui, sous astreinte de 1 000 €/infraction constatée après un délai de 15 jours - Demande reconventionnelle : • Nullité de la marque semi-figurative <i>LeBonCoup</i> pour dépôt frauduleux : non, pas de preuve de l'intention de nuire • Nullité de la marque semi-figurative <i>LeBonCoup</i> pour atteinte aux droits sur <leboncoup.net> : oui, pour les services « d'agence matrimoniale » • Interdiction : oui, sous astreinte de 1 000 € par infraction • Radiation de <le-boncoup.fr> : oui • D&I : 5 000 € pour concurrence déloyale • Publication : non - Demande reconventionnelle : • Procédure abusive : non
TGI Paris 3 ^e ch. 4 ^e sect. Ord. du juge de mise en état 3 nov. 2016, n° : 16/03489 :	S.A.S. Rolex France Marque <i>Rolex</i> Marque semi-figurative <i>Rolex et Couronne</i> Marque figurative <i>Couronne</i>	Mme. C. D. Enseigne « Olivine » <rolex-collection.fr> <rolexcollection.fr> <rolexoccasions.com> <rolexinvest.fr>	<ul style="list-style-type: none"> - La sté Rolex commercialise des montres sous les marques Rolex - M. G. V. exerce une activité de commerce et de réparation de montre de collection, il exerce son activité dans la boutique « Olivine » de sa compagne. - Les défendeurs ont enregistré plusieurs noms de domaine comportant le signe « Rolex » qui redirigent tous vers le site <i>www.olivine-prestige.com</i>

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Jurisdiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
<i>www.darts-ip.com</i>	S.A. Rolex	M. G. V. <olivine-prestige.com> <olivine-prestige.fr> <rolexoccasion.com>	<ul style="list-style-type: none"> - La boutique de Mme. C. D. est revêtue des mentions « Rolex de collection » et d'éléments figuratifs reprenant la « Couronne Rolex » - Mme C.D. et M. G. V. ont déposé une plainte avec constitution de partie civile auprès du parquet du TGI de Paris pour pratiques commerciales trompeuses, tromperie, destruction de patrimoine appartenant à autrui et abus de confiance, à l'encontre des stés Rolex - Assignation des stés Rolex en contrefaçon de marque, atteinte à la marque de renommée Rolex et concurrence déloyale et parasitaire • Sursis à statuer, dans l'attente de la décision du juge pénal : non, car la consignation n'a pas été effectuée et que l'action de la sté Rolex se fonde sur la contrefaçon, il n'y a donc pas d'identité d'objet des litiges pénal et civil
CA Paris pole 5 ch. 1 8 nov. 2016, n° : 15/04675 : <i>www.darts-ip.com</i>	M. W. V. M. <moobitalk.com> (2011) (Demandeur en 1 ^{re} instance)	Teamreager AB (sté de droit suédois) Marque de l'Union <i>Moobitalk</i> (2010) Stone Age Ltd. (sté de droit maltais) Cessionnaire de la marque (2014) (Intervenante volontaire en 1 ^{re} instance)	<ul style="list-style-type: none"> - La sté Teamreager exerce une activité de conception de produits et services de téléphonie, dis avoir lancé via une sté Moobitalk UL Ltd un kit mains libres « Moobitalk » - M. W. V. M. dirige des stés actives au Proche-Orient et au Yémen et exploite des services de télécommunications dont le nom décline « Moobi », exploite depuis l'intruduction de la procédure UDRP le nom de domaine <moobitalk.com> pour rediriger vers le site <i>www.moobichat.com</i> dédié à la discussion en ligne pour téléphones mobiles, à destination de pays du Proche-Orient - Décision UDRP D2013-0835 du 14 mai 2013 a ordonné le transfert de <moobitalk.com> à la sté Teamreager - TGI (saisi dans les 10 jours avec pour conséquence de suspendre l'exécution de la décision UDRP) : contrefaçon de la marque de l'UE, transfert de <moobitalk.com>, exécution provisoire - CA : infirme • Contrefaçon : non, car le site <i>www.moobitalk.com</i> ne vise pas le public situé sur le territoire de l'UE • Restitution du nom de domaine à M. M. : oui, sous astreinte de 500 € par jour de retard • D&I : non, car M. W. V. M. n'a pas saisi le 1^{er} Pdt de la CA pour demander l'arrêt de l'exécution provisoire, pas de preuve du préjudice - Demandes reconventionnelles • Fraude : non, à défaut de preuve d'une intention frauduleuse, les sites en cause ne visant pas le public situé sur le territoire de l'UE
CA Paris Pole 5 ch. 1 8 nov. 2016, n° : 15/21248 : <i>www.darts-ip.com</i>	M. D. H. (gérant) <ttris.fr> (2012) SARL Ttris (2012) Nom commercial : « Ttris »	SAS Tetris (2003) (Demandeur en 1 ^{re} instance)	<ul style="list-style-type: none"> - Acticité d'aménagement d'espaces professionnels - TC : interdiction d'utiliser le signe « Ttris », radiation de <ttris.fr>, destruction de tous supports portant la dénomination « Ttris », D&I 25 000 €, exécution provisoire - CA : confirme • Concurrence déloyale pour atteinte à la dénomination sociale et au nom commercial : oui, car risque de confusion • Interdiction d'usage : oui, sous astreinte de 1 000 € par infraction constatée • Radiation du nom de domaine : oui, sous astreinte de 1 000 € par jour de retard • Destruction de tous supports portant la dénomination « Ttris », sous astreinte de 1 000 € par infraction constatée • D&I : 25 000 €

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			<ul style="list-style-type: none"> • Publication : non
TGI Paris ord. réf. 9 nov. 2016, n°: 16/58967 : www.darts-ip.com	M. G. T. K. (cofondateur de la sté Values Associates) Marque <i>Values Associates</i> (17 janv. 2007, cl 9, 35, 41 et 42)	Sté Values Associates (22 janv. 2007) <values-associates.com> (2 janv. 2007)	<ul style="list-style-type: none"> - M. G. T. K. a cofondé la sté Values Associates immatriculée le 22 janv. 2007 qui intervient dans le domaine du management, de la stratégie, des logiciels, il déclare avoir été ensuite évincé. Les statuts de la sté Values Associates ont été signés avant le dépôt de la marque • Vraisemblance de la contrefaçon : oui, bien que la sté Values Associates utilise le signe à titre de dénomination sociale et non à titre de marque, il ressort de ses statuts qu'elle entend en faire un usage à titre de marque, d'où la vraisemblance de la contrefaçon • Interdiction provisoire : oui, pour toute documentation commerciale ou publicitaire, sous astreinte de 300 € par infraction, pendant 6 mois • Interdiction d'usage à titre de dénomination sociale : non - Demande reconventionnelle • Procédure abusive : non
CA Aix en Provence, 2 ^e ch., 1 ^{er} déc. 2016, n° 14/00401 : www.darts-ip.com	- M. F.P. Marque <i>Domuslift</i> ® (24 mars 2003) <domuslift.eu> (9 juill. 2006) < domuslift.fr> (2005)	- Sté IGV Group SPA <domuslift.com> (10 nov. 1999) Marque internationale <i>Domuslift</i> (10 mai 2005 – sur la base d'une marque italienne de 1997) Marque de l'Union européenne <i>Domuslift</i> (17 mai 2005) (Demandeur en 1 ^{re} instance)	<ul style="list-style-type: none"> - Activités concurrentes de commercialisation d'ascenseurs, - Sté Etablissement Paoli, dont le gérant est M.F.P., mise en redressement judiciaire le 30 sept. 2009 - M.F.P a fait établir deux procès-verbaux constatant l'usage de la marque <i>Domuslift</i> par la sté IVG - TGI (2013) : action en revendication non prescrite et recevable, dépôt de la marque française <i>Domuslift</i>® par M.F.P frauduleux, transfert de la marque française <i>Domuslift</i>® et des noms de domaine <domuslift.fr> et <domuslift.eu> au profit d' IGV Group SPA, 5 000 € de D&I, interdiction sous astreinte d'usage, publication, débouté sur les pratiques commerciales trompeuses, exécution provisoire et publication - CA : confirme • Revendication de la marque française <i>Domuslift</i>® : oui, marque italienne antérieure (1997), mauvaise foi de M.F.P car utilisation de la marque dans des revues spécialisées et dans des salons entre 2000 et 2002 • D&I : 15 000 € • Interdiction • Transfert de la marque <i>Domuslift</i>® • Transfert des noms de domaine <domuslift.eu> et <domuslift.fr> : oui
Cass. Com 6 déc. 2016, n° : 15-18.470 : www.darts-ip.com	S.A.S. Pressimmo On LineMarque <i>Lacoteimmo</i> (2004) <lacoteimmo.com> (2004) <lacoteimmo.fr> (2007)	SARL La Côte Immobilière <lacoteimmo.net> (2005)	<ul style="list-style-type: none"> - Activité concurrente pour des services en matière de transactions immobilières, conflit entre <lacoteimmo.com> par <lacoteimmo.net> exploités par des entités concurrentes - CA : nullité de la marque <i>Lacoteimmo</i> (2004), à titre reconventionnel, débouté de la demande principale en concurrence déloyale au titre de la reproduction du nom de domaine, à défaut de distinctivité, pas de preuve du parasitisme - Cour de cassation : casse et renvoie • Violation de la loi (art. 7 CPC) : oui, « pour prononcer la nullité de la marque verbale française « lacoteimmo » n° 3 304 689 en classes 35, 36 et 38 et déclarer en conséquence la société Pressimmo on ligne irrecevable à agir en contrefaçon de cette marque, l'arrêt déduit du dictionnaire historique de la langue française (Ed. Le Robert, 1992) que le mot « cote » est entré dans l'usage courant et que la société Pressimmo on ligne ne peut être suivie

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			<p>lorsqu'elle se prévaut de la vocation de ce terme à être employé dans le domaine financier ou boursier ; Qu'en statuant ainsi, alors qu'il ne résulte d'aucun élément de la procédure que cette pièce avait été soumise au débat, la cour d'appel a violé le texte susvisé »</p> <ul style="list-style-type: none"> • Violation de la loi (art. 1382, devenu 1240 Code civil) : oui, car l'absence de distinctivité retenue par la CA pour rejeter la demande ne peut être une condition de son bien-fondé, mais un facteur susceptible d'être pertinent pour l'examen d'un risque de confusion « l'action en concurrence déloyale est ouverte à celui qui ne peut se prévaloir d'un droit privatif et exige seulement l'existence de faits fautifs générateurs d'un préjudice ; que le caractère original ou distinctif d'un nom de domaine n'est pas une condition du succès de l'action en concurrence déloyale intentée à l'encontre du titulaire d'un nom de domaine postérieur, mais seulement un critère éventuel d'appréciation du risque de confusion ; qu'en partant du principe que seul le titulaire d'un nom de domaine présentant un caractère distinctif serait fondé à se prévaloir d'un risque de confusion et en s'abstenant, en conséquence, de rechercher concrètement si le public n'était pas amené à confondre les noms de domaine « lacoteimmo.com » et « lacoteimmo.net » en litige, la cour d'appel a violé l'article 1382 du code civil » • Défaut de motivation sur le parasitisme : oui
CE, 9ème – 10ème ch. réunies, 7 déc. 2016	- eBay France <ebay.fr>	- Etat / Direction générale des finances publiques	<p>- eBay France a acquis en 2001 le nom de domaine <ebay.fr> à la sté iBazar en 2001, le prix a été payé par les stés eBay Inc et eBay Belgium</p> <p>- <ebay.fr> est enregistré au nom de la sté eBay France, et exploité par la sté mère eBay International AG</p> <p>- eBay France n'a pas inscrit son nom de domaine dans son bilan et a fait l'objet d'un redressement fiscal</p> <p>- TA Paris : rejette la demande de décharge des cotisations supplémentaires d'impôt auxquelles elle a été assujettie au titre des exercices clos en 2003 et 2005</p> <p>- TA Montreuil : rejette la demande de décharge des retenues à la source auxquelles elle a été assujettie au titre des exercices clos en 2004 et 2005</p> <p>- CA Paris 20 juin 2012 : confirme</p> <p>- CE : confirme, sauf</p> <ul style="list-style-type: none"> • Droit exclusif d'utilisation du nom de domaine <ebay.fr> constitue un actif incorporel de la sté eBay France : oui, ce droit est une source régulière de profits, il est doté d'une pérennité suffisante puisqu'il est renouvelable annuellement et il est susceptible d'être cédé car la renonciation par la sté iBazar au renouvellement du nom de domaine moyennant indemnisation par le groupe eBay doit être regardée comme ayant exercé des effets équivalents à ceux d'une cession • Droit d'utilisation du nom de domaine <ebay.fr> acquis à titre onéreux par eBay France : non, le coût de la transaction de 2001 a été intégralement supporté par les sociétés eBay Inc. et eBay Belgium Holdings • Inscription du droit d'utilisation à titre gratuit du nom de domaine <ebay.fr> au bilan d' eBay France pour sa valeur vénale : oui, par application de l'article 38 <i>quinquies</i> de l'annexe III au code général des impôts • Evaluation excessive de la valeur du droit d'utilisation du nom de domaine par la CA : non, valeur inférieure à la moitié de la valeur des parts de la société iBazar correspondant à l'utilisation de ce nom de domaine jugée non

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet » *
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N°6 - juin 2017
Résumés des décisions 2016 **

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			excessive par la commission départementale des impôts directs et des taxes sur le chiffre d'affaires dans son avis du 18 sept 2008
TGI Paris, ord. Réf. 15 déc. 2016, n° : 16/57575 : <i>www.darts-ip.com</i>	SARL Isol Finance France Dénomination sociale Nom commercial : « Isolfrance » Marque <i>Isol France</i> (2015) Signe « Iso » <isolfrance.net> (2003) Logo ISO	M. J. I. (gérant des deux sociétés) <isolfrance-valmont.fr> <isol-france.net> SAS Iniesta SAS Patec	<p>- La sté ISOL a distribué ses machines de projection, de soufflage et d'injection de laines minérales pendant plusieurs années par l'intermédiaire de M. S. V., via un contrat d'agent commercial. Il exploitait pour cette activité le nom de domaine <isolfrance-valmont.fr>.</p> <p>- La SAS Iniesta est venue au droit de M. S. V. en 2013 et La sté ISOL a rompu le contrat avec M. J.I. en 2015, pour faute. La sté Isol Finance France estime que M. J.I. détourne la clientèle vers la sté Patec</p> <p>- Exception d'incompétence : non, est compétent au titre de l'art. L.716-6 CPI</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vraisemblance de la contrefaçon : oui les termes « Isol France » sont reproduits sur le site <i>www.isolfrance-valmont.fr</i>, risque de confusion • Transfert des noms de domaine : non, excède les pouvoirs du juge des référés • Trouble manifestement illicite pour atteinte au nom commercial, à la dénomination sociale, au logo, au signe « Iso » et au nom de domaine <isolfrance.net> : oui, car lorsque la requête « Isol France » sur Google donne accès à une page qui redirige vers le site de la sté Patec qui reproduit le logo et le signe « Iso », risque de confusion • Provision sur D&I : 25 000 € à valoir sur le préjudice généré par la contrefaçon, à la charge de M.J.I. • Provision sur D&I : 40 000 € à valoir sur le préjudice généré par la concurrence déloyale, à la charge de M. J.I. et de la sté Patec • Interdiction d'usage du logo, de la dénomination sociale « Isol Finance France » et du nom de domaine <isolfrance.net> : oui, dans un délai de 8 jours suivant la signification, sous astreinte de 200€ par jour de retard et par infraction

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2017 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Delphine Brun-Champy et Kevin Messang-Blanché de leur aide pour la réalisation de ces tableaux.