

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
CA Nancy, 5 ^e ch. com., 10 janv. 2018, n°16/02550	<p>- M. X (associé dirigeant) Auteur du logiciel déposé en 2012 auprès de l'agence pour la protection des programmes (APP), application créée à partir de ce logiciel Logotype et charte graphique de l'application - SA BDK, sté de droit luxembourgeois Marque de l'Union européenne <i>Rescue code</i> (2012) - SARL Desin'car (2012) Licenciée de la marque <i>Rescue code</i> (2014)</p> <p>Demandeur en 1^{re} instance</p>	<p>- Association 112 Academy <i>www.112rescuecode.webs.com</i> Page Facebook <i>www.facebook.com/112academy</i> <112rescuecode.webs.com></p>	<p>112 Academy créé pour gérer le numéro d'appel d'urgence 112. M. X. a été en contact avec 112 Academy dans le cadre d'un projet initial, en 2011. 112 Academy utilise la marque <i>Rescue code</i> sur son site <i>www.112rescuecode.webs.com</i> pour vendre son propre produit, soit des « bracelets munis d'un QR code sous la dénomination « Rescue code ». Elle utilise également « Rescue code » sur la page Facebook <i>www.facebook.com/112academy</i></p> <p>- TGI : nullité de la marque <i>Rescue code</i>, débouté sur la contrefaçon de marque, de droits d'auteur sur le logiciel, la charte graphique et le logo. Condamne l'association pour concurrence déloyale et parasitisme, D&I 5000 €, publication</p> <p>- CA : infirmation, sauf sur la concurrence déloyale et parasitaire</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nullité de la marque: non, pas de preuve de la participation à la création de la marque • Contrefaçon de marque: oui, car risque de confusion • Contrefaçon de logiciel : oui, usurpation de la qualité d'auteur du logiciel protégé et utilisation à des fins publicitaires de l'image et de la description de l'application • Contrefaçon des droits d'auteur sur le logo et la charte : oui, reprise des éléments graphiques sans preuve de la collaboration à la création • Interdiction d'usage de la marque: oui, sous astreinte de 500€ par jour de retard pendant 3 mois • Interdiction d'usage du nom de domaine <112rescuecode.webs.com> : oui, sous astreinte de 500€ par jour de retard pendant 3 mois • D&I : oui, confirme 5 000 € pour concurrence déloyale et parasitisme, et, au seul profit de M. X. 5 000 € pour contrefaçon de logiciel, 5000 € pour contrefaçon de marque et 2500 € pour contrefaçon du logotype et de la charte graphique, pour préjudice moral • Publication : oui
TGI Paris, 3e ch., 4e sect., 11 janv. 2018, n°16/13323	<p>SA Autodistribution (2008) Marque française semi-figurative <i>AD</i> (2012)</p>	<p>SAS Adfleet (2013) Marque française semi-figurative <i>AdFleet</i> (2013) <adfleet.fr> (2013)</p>	<p>Autodistribution vend aux professionnels des pièces détachées pour automobiles et poids lourds, Adfleet vend aux professionnels des services de convoyage de véhicules</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nullité de la marque <i>AdFleet</i> : non, à défaut de ressemblance suffisante entre les signes au regard du public pertinent, qui est un public de professionnels • Contrefaçon par imitation de la marque <i>AD</i> au titre de l'usage de la dénomination sociale et du nom de domaine <adfleet.fr> : non, à défaut de risque de confusion, il n'y a pas d'atteinte à la fonction de la marque <p>- Demande reconventionnelle</p> <ul style="list-style-type: none"> • Procédure abusive : non, pas de preuve d'un abus du droit d'agir en justice
TGI Paris, 3 ^e ch., 2 ^e sect., 12 janv. 2018, n°15/17275	<p>- Sté Valeres Project Development N.V Dénomination sociale « Valeres</p>	<p>- Sté Strategie Plus Valeres devenue Strategie Plus Construction (2015)</p>	<p>La sté Valeres Project Development N.V. a autorisé l'usage de sa marque <i>Valeres</i> en France à la sté française Valeres Consytruction, mise en liquidation et rachetée. Le rachat a prévu que « le cessionnaire bénéficiera, aux termes du jugement du TC de Lille du 7 novembre 2012 d'un simple</p>

	<p>Project Development » Nom commercial « Valeres » Marque de l'Union européenne <i>Valeres</i> (2008) Marque internationale <i>Valeres</i> (2002) <valeres.fr></p>	<p>Dénomination sociale Strategie Plus Valeres jusqu'en 2013 Nom commercial « Valeres » <valeresfr.com></p>	<p>droit d'usage de la marque <i>Valeres</i>, dans les mêmes conditions que celui dont bénéficiait la sté Valeres Construction au jour du jugement du TC de Lille » de 2012 En 2015, mise en demeure de la sté Valeres Project Development N.V. à la Sté Strategie Plus Valeres en cessation d'usage de la marque et du nom de domaine.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de marque : non, en raison du droit d'usage consenti en 2002, qui reste acquis • Usurpation de dénomination sociale, nom commercial et nom de domaine : non, en raison du droit d'usage consenti en 2002, qui reste acquis • Concurrence déloyale et parasitaire : non, pas de preuve de l'antériorité d'usage et de la situation de concurrence en France, à défaut d'activité en France depuis 2012 • Exécution provisoire : oui <p>- Demande reconventionnelle</p> <ul style="list-style-type: none"> • Procédure abusive : non, à défaut de réponse à 3 lettres de mise en demeure (2015)
<p>TGI Paris, 3^e ch., 2^e sect., 12 janv. 2018 n°16/14033</p>	<p>Sté La Fugue SAS (1981) Marque <i>Europera</i> (1999) Marque internationale <i>Europera</i> visant l'Union européenne (2014) <europera.fr> (2014) <europera.info> (2001) <europera.com> (1997)</p>	<p>Sté Europera Ticket GMBH (sté de droit autrichien) (2014) Dénomination sociale <europera-ticket.com></p>	<p>La société La Fugue organise des voyages musicaux et culturels tandis que la société Europera Ticket GMBH vend <i>via</i> son site internet des places de concert et d'opéra en Europe, en utilisant le nom de domaine <europera-ticket.com>.</p> <p>- Demandes reconventionnelles</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nullité de la marque <i>Europera</i> pour les services de « publicité, informations concernant les voyages, divertissement, réservation de places de spectacles » pour défaut de caractère distinctif : non, car le caractère distinctif de ce néologisme est justifié • Déchéance partielle de la marque française pour « <i>Accompagnement de société ; véhicules de transport ; éducations, institutions d'enseignement ; Organisation de concours en matière d'éducation ; Edition de livres, revues, abonnements, journaux ; prêt de livres ; agence pour artistes ; distribution de journaux</i> » : non, car ces services ne lui sont pas opposés et n'ont pas de lien suffisant avec le litige • Déchéance partielle de la marque française pour les « <i>informations concernant les voyages ; divertissement ; réservation de places de spectacles ; réservation de chambres d'hôtels pour voyageurs ; agence de tourisme et de voyages</i> » : non, car preuve d'un usage sérieux • Déchéance partielle de la marque française pour « <i>publicité ; hôtellerie, restauration ; transport de personnes ou de marchandises ; distribution de prospectus, d'échantillons et de location de matériels publicitaires ; production de spectacles, divertissements radiophoniques ou par télévision, production de films, location de films d'enregistrements phonographiques, d'accessoires, de décors de théâtre ; organisation de concours en matière de divertissement</i> » et annulation subséquente de la marque internationale basée sur cette marque française : oui, à défaut de preuve d'usage sérieux, et « pour la partie française de la marque internationale » • Annulation de la marque internationale <i>Europera</i> désignant l'Union européenne pour atteinte à un droit antérieur : non, car les droits antérieurs opposés, à titre de dénomination sociale en Autriche ont été acquis frauduleusement <p>- Demandes principales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de marque du fait de l'usage de la dénomination sociale Europera Ticket GMBH et du nom de domaine <europera-ticket.com> : oui, car risque de confusion et le site offre à la vente des billets, « en langue française » • Concurrence déloyale pour risque de confusion avec les noms de domaine antérieurs : oui, du

			<p>fait de l'utilisation de la dénomination sociale Europera Ticket GMBH et du nom de domaine <europera-ticket.com> pour des services concurrents</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interdiction : oui, sous astreinte de 500€ par infraction constatée pendant 4 mois • Transfert de <europera-ticket.com> : oui • Modification de la dénomination sociale : oui, pour la « vente de places de spectacles » • D&I : oui, 50000€ pour la contrefaçon • D&I pour la concurrence déloyale : non, pas de preuve de trouble commercial • Publication : oui • Exécution provisoire : oui, sauf en ce qui concerne les mesures de déchéance, d'annulation de marque, de transfert de nom de domaine et de publication
<p>TGI Paris, 3e ch., 1^e sect., 18 janv. 2018 n°16/09068</p>	<p>SARL Polypack (1995) Dénomination sociale Nom commercial Enseigne Marque expirée semi-figurative <i>Polypack</i> (1988, non renouvelée) Marque expirée française <i>Franpack</i> (1979, renouvelée une fois, en 1989) Exploitation du signe semi-figuratif « Polypack » (2017) Marque semi-figurative <i>Polypack</i> (2017) Marque <i>Polypack</i> (2017) <polypack .fr> (1999)</p>	<p>- SARL Franpack (2014) Site www.franpack.fr - M. O. C. (gérant de la SARL Franpack) - Sté Polypack Inc. (de droit américain) (1973) Marque <i>Polypack</i> (2014, radiée en 2017, en raison d'une renonciation) Marque semi-figurative <i>Polypack</i> (2014, radiée en 2017, en raison d'une renonciation) Marque américaine semi-figurative <i>Polypack</i> (1993) <polypackeurope.com> (2014, désactivé depuis 2015) <polypack.com> (1997)</p>	<p>Activités identiques de conception, fabrication et vente de machines industrielles à emballer. La SARL Polypack a été créée en 1995 pour le rachat des actifs de la SA Polypack Industries, alors en redressement judiciaire, qui avait elle-même racheté les actifs de la SA Polypack en 1982, en liquidation judiciaire, alors dirigée par M. A. C., père de M. O. C. La société américaine Polypack Inc. a été créée en 1973 comme une filiale de la SA Polypack de l'époque. La SARL Franpack a été créée en 2014 pour la revente de la production de la société Polypack Inc. en France, son siège social est à une cinquantaine de kilomètres de celui de la demanderesse. Mise en cause du logo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concurrence déloyale et parasitaire : non, à défaut de preuve d'un usage antérieur de la dénomination sociale « Polypack » par la SARL Polipack. « La société Polypack Inc a été créée en 1973, antérieurement à la liquidation, et donc à la disparition de sa personnalité morale, de la SA Polypack, et au rachat des actifs de son repreneur lui-même redressé par la SARL Polypack qui ne peut ainsi revendiquer aucune antériorité d'usage sur sa dénomination sociale ». La sté américaine Polypack Inc est titulaire d'une marque américaine semi-figurative <i>Polypack</i> de 1993 et du nom de domaine <plypack.com> de 1997. Les sites www.polypackeurope.com et www.franpak.om ne font référence qu'à l'activité de cette dernière (la sté américaine Polypack Inc.) et ne permettent pas l'acquisition en ligne d'une machine à emballer depuis la France. L'usage en France du signe « Polypack » est donc informatif et « destiné à éclairer le public français sur l'activité de la société Polypack Inc aux États-Unis et sur l'origine des produits vendus en France par la SRL Franpack ». Pas de preuve de risque de confusion, ni de faute dans le choix du siège social et dans le débauchage, pas de preuve du détournement de clientèle <p>- Demande reconventionnelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon : non, action irrecevable pour défaut de qualité à agir du demandeur dont la titularité sur les marques <i>Polypack</i> de 2017 n'est pas établie, surabondamment l'usage exclusivement informatif du signe n'est pas contrefaisant
<p>TGI Paris, ord. du JME, 3^e ch., 1^e sect., 18 janv. 2018, n° 16/10973</p>	<p>- Sté Facebook, Inc. (sté de droit du Delaware) Marque de l'Union européenne <i>Facebook</i> (2011) Seconde marque de l'Union européenne <i>Facebook</i> (2011) Marque figurative de l'Union européenne « f » (2011)</p>	<p>- Sté Cargo Media AG (sté de droit suisse) <fuckbook.com> (1999) <fuckbook.xxx> (2012)</p>	<p>Un site de rencontre pour adultes utilise les noms de domaine <fuckbook.com> et <fuckbook.xxx> et utilise les dénominations « Fuckbook » et « F » sur ces sites. L'assignation invoque la contrefaçon des marques de l'Union européenne et l'atteinte au nom commercial. Le défendeur soulève l'incompétence partielle du tribunal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incompétence partielle du juge français au titre de la contrefaçon de marques de l'Union européenne : oui, au titre de « l'usage des signes « Fuckbook » et « F » sur les sites fuckbook.com et fuckbook.xxx qui ne sont pas accessibles depuis le territoire français ainsi que sur les versions en langue étrangère de ces sites, même accessibles en France »

	<facebook.com> (1997)		<ul style="list-style-type: none"> • Incompétence partielle au titre de la concurrence déloyale et parasitaire : oui pour les faits « découlant de l'accessibilité à l'étranger des sites Fuckbook.com et/ou <i>Fuckbook.xxx</i> ou de l'accessibilité en France de leurs versions en langue étrangère »
TGI Paris, 3 ^e ch., 1 ^e sect., 18 janv. 2018 n°17/07298	- SAS Aramis (2007) Nom commercial « Aramis », « Aramis Auto », « Aramisauto.com » Marque de l'Union européenne <i>Aramisauto</i> (2016) Site internet www.aramisauto.com	- SARL Aram Auto (2016) Dénomination sociale <i>Aram Auto</i> Usage du signe <i>Aram Auto</i>	<p>Activité concurrente de vente de véhicules</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon : oui, contrefaçon par imitation car il y a un risque de confusion • Concurrence déloyale pour usurpation du nom commercial : oui, car risque de confusion • D&I : oui, 5000€, pour préjudice moral pour atteinte à la marque • Interdiction d'usage : oui, pour des services de ventes de véhicules automobiles, sous astreinte de 50€ par infraction constatée et pendant 3 mois • Changement de dénomination sociale d'Aram Auto : oui, sous astreinte de 50€ par jour de retard et pendant 3 mois • Exécution provisoire : oui
TGI Rennes, 2 ^e ch. civ., 22 janv. 2018 n°17/05847	- L'École de design Nantes Atlantique (EDNA) (créée en 1985, a adopté cette dénomination en 1988) Marque <i>L'École de Design Nantes Atlantique</i> (2010) Marque semi-figurative <i>L'École de Design Nantes Atlantique</i> <lecolededesign.com> (1999) <lecolededesign.com> (2011) Compte Twitter twitter.com/lcolededesign (2008)	- L'Institut français de formation en design et communication (2000) Deux marques semi-figuratives <i>École de Design de Bretagne</i> (2016) <ecolede designdebretagne.com>	<p>- Entités concurrentes dans le domaine de l'enseignement supérieur du design, mise en cause de la typographie et du logo des marques du défendeur composées de « École de Design de Bretagne »</p> <p>- Fin de non-recevoir :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Irrecevabilité pour défaut de pouvoir d'agir en justice : non, car autorisation donnée avant d'assigner, verbalement, et confirmée ensuite par écrit, les statuts exigeant que l'autorisation soit donnée avant d'engager l'action, mais sans prévoir de formalisme particulier <p>- Demandes reconventionnelles :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nullité des marques : non, car au jour du dépôt le terme « Design » était une « désignation singulière », de l'objet de l'enseignement, parmi les écoles concurrentes, aucune autre n'a un nom composé de « Design », l'école est deuxième dans le classement national de sa catégorie et elle est connue sous son nom <p>- Demandes principales :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de marque au titre de l'usage de « École de design de Bretagne » : oui • Nullité des marques semi-figuratives <i>École de Design de Bretagne</i> : oui • Interdiction : oui, sous astreinte de 500 € par jour de retard pendant 3 mois • D&I : 35 000 € • Publication : oui, dans 3 journaux ou publications papier ou numérique, dans la limite de 4 000 € par publication, et publication « en entier ou par extrait, au choix de la demanderesse, sur la version française de la page d'accueil du site Internet par le biais duquel l'Institut français de formation en design et communication exercerait son activité en France, dans un encart qui ne pourra être inférieur à 1000 x 1000 pixels en haut de ligne de flottaison, dans une police 12 », sous astreinte de 100 € par jour de retard • Exécution provisoire : oui
TGI Paris, 3 ^e ch., 3 ^e sect., 26 janv. 2018 n°15/10030	Sté EAO International LLC (de droit américain) Marque <i>Pavillon Ledoyen</i> (2012) Marque de l'Union européenne <i>1791 Pavillon Ledoyen</i> (2012)	- Ville de Paris Marque <i>Ledoyen</i> (1992) <ledoyen.com> - SAS Carré des Champs-Élysées Licence exclusive de la	La sté EAO International LLC est spécialisée dans le commerce en ligne de denrées alimentaires produites en France qu'elle livre sous le signe « Pavillon Ledoyen », en partenariat avec la sté Europe Duty Free LTD opérant comme distributeur en France. La Ville de Paris est propriétaire du pavillon néoclassique dit « Pavillon Ledoyen » occupé suite à une convention d'occupation par la sté Carré des Champs-Élysées, spécialisée dans la restauration gastronomique, qui exploite le restaurant étoilé « Pavillon Ledoyen ». Dans une décision de juin 2015, l'AFNIC a ordonné le

	<p>Marque semi-figurative 1791 Pavillon Ledoyen Paris (2014) <pavillonledoyen.com> (février 2012) <pavillonledoyen.net> (février 2012) <pavillonledoyen.eu> (février 2012) <pavillon-ledoyen.com> (avril 2012) <pavillonledoyen.fr> (juin 2012)</p>	<p>marque Ledoyen (2015) <ledoyen.fr> (1999) - M. Arnaud Nicolas Courte - SELARL EP & Associés - Sté Europe Duty Free LTD www.1001bouquets.net www.pavillonledoyen.fr</p>	<p>transfert du nom de domaine <pavillonledoyen.fr> à la Ville de Paris. L'OMPI a fait de même en 2015 avec les noms de domaine <pavillonledoyen.com> et <pavillonledoyen.net></p> <ul style="list-style-type: none"> - Décision Syreli du 23 juin 2015 : ordonne le transfert du nom de domaine <pavillonledoyen.fr> à la Ville de Paris - Assignation aux fins de contester la décision Syreli - Fins de non-recevoir • Défaut de droit de la sté SAS Carré des Champs-Élysées à se défendre au titre du nom de domaine <pavillon-ledoyen.fr> (2014) : oui, car ni elle ni aucune des défenderesses n'en est titulaire • Défaut de droit d'agir de la Ville de Paris au titre de la demande de transfert du nom de domaine <pavillonledoyen.fr> : non, car elle est titulaire de la marque Ledoyen et elle a intérêt à agir dans le cadre de la procédure engagée suite à la décision Syreli - Demandes reconventionnelles : <ul style="list-style-type: none"> • Atteinte à la marque notoire Pavillon Ledoyen : non, pas de preuve de la notoriété • Nullité des marques Pavillon Ledoyen, 1791 Pavillon Ledoyen et 1791 Pavillon Ledoyen Paris : oui, pour violation des droits antérieurs sur la marque Ledoyen, les marques Pavillon Ledoyen et 1791 Pavillon Ledoyen protégées en classe 35 ne sont pas annulées pour les services de cette classe • Nullité de la marque 1791 Pavillon Ledoyen Paris : oui, en raison de son caractère trompeur (CPI, art. L. 711-3) • Nullité des marques Pavillon Ledoyen, 1791 Pavillon Ledoyen et 1791 Pavillon Ledoyen Paris : oui, pour dépôt frauduleux, nullité pour tous les produits et services visés, y compris en cl. 35 • Contrefaçon de la marque Ledoyen au titre de l'usage de « Pavillon Ledoyen », y compris comme nom de domaine : oui, car identité des produits et services et forte similitude des signes, risque de confusion • Transfert des noms de domaine <pavillonledoyen.fr>, <pavillon-ledoyen.com> et <pavillonledoyen.eu> : oui, car leur enregistrement caractérise une contrefaçon et car ils ont été enregistrés de mauvaise foi (Code des Postes et Communications électroniques, art. L45-2 et L45-6) • Concurrence déloyale et parasitaire : oui, à l'égard de la licenciée, la sté Carré des Champs-Élysées, au titre du risque de confusion généré par les actes de contrefaçon et au titre l'atteinte à son enseigne, le parasitisme est caractérisé, car la notoriété du restaurant est au prix d'importants investissements • Dénigrement de la sté EAOC International LLC: non, pas prouvé • Procédure abusive : non • D&I : oui, <i>in solidum</i>, 50 000 € pour la contrefaçon par les stés EAOC International LLC, Europe Duty Free LTD et M. Arnaud Nicolas Courte à la Ville de Paris, 20 000€ pour concurrence déloyale par les stés EAOC International LLC, Europe Duty Free LTD et M. Arnaud Nicolas Courte à la sté Carré des Champs-Élysées • Interdiction d'usage des signes « Pavillon Ledoyen » et « Ledoyen » : oui, sous astreinte de 100 € par jour de retard • Publication : oui
--	--	---	---

<p>TGI Paris, 3^e ch., 2^e sect., 26 janv. 2018, n°17/00239</p>	<p>SARL Isol Finance France (anciennement Isolindustries) Marque <i>Isolfrance</i> Logo « Iso » <isolfrance.net> (2003)</p>	<p>M. J.I. (président de la sté Iniesta) <isolfrance-valmont.fr> (expiré le 24 sept. 2017) <isol-france.net> SASU Iniesta SAS Patec France</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exécution provisoire : oui, seulement pour les mesures d'interdiction <p>Isol Finance France vend des matières pour isolation phonique et thermique et donne des conseils en isolation. La sté Iniesta vend des machines et équipements industriels, navires et avions. M. J.I. a repris un contrat d'agent commercial de M. V. avec la sté Isol Finance France, cette reprise bénéficiait à toute société qui se substituerait à lui. Ce contrat a été résilié le 2 nov. 2015. Mise en cause de l'usage des noms de domaine, de l'usage de « Isol » sur les réseaux sociaux et dans les annuaires et de l'annonce de la cessation d'activité de la sté Isol Finance France</p> <ul style="list-style-type: none"> - Référé : atteinte vraisemblable à la marque, interdiction et D&I provisionnels de 25000 € pour l'atteinte à la marque et 40 000 € pour la concurrence déloyale, interdiction. La CA a confirmé cette ordonnance - TGI • Contrefaçon de marque : oui • Concurrence déloyale pour reprise du logo et annonce de la cessation d'activité de la sté Isol Finance France : oui, il est démontré que la recherche par mot-clé « Isol France » donne pour résultat dans « l'espace "recherches associées" un lien intitulé "Patec France" et qu'en cliquant sur ce lien, une fenêtre consacrée à cette société PATEC France s'affiche, avec l'adresse du siège social de la société Isol Finance France et la mention "définitivement fermée" » • Interdiction : oui, sous astreinte provisoire de 300 € par infraction constatée et pendant 3 mois • Transfert de <isolfrance-valmont.fr> : non, car n'a pas été renouvelé en cours de procédure • D&I : 40 000 € pour la contrefaçon et 10 000 € pour la concurrence déloyale • Exécution provisoire : oui
---	---	--	--

<p>TGI Paris, 3^e ch., 1^e sect., 1^{er} févr. 2018 n°16/09836</p>	<p>- Mme A. A. (épouse André) - M. P. A. (intervenant volontaire) Marque <i>GT Design</i> (2015) <gt-design.fr> (mai 2013) www.gt-design.fr</p>	<p>- M. T. S. Nom commercial « Gt design Adhesive Racing Project » <gtdesign.fr> (avril 2013)</p>	<p>- Activités identiques de fabrication et vente de produits adhésifs décoratifs pour les véhicules, les motos et la maison</p> <p>- Demandes reconventionnelles</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nullité de la marque <i>GT Design</i> : oui, car le nom de domaine <gtdesign.fr> est antérieur, « il démontre par la production des captures d'écran non contestées en leur teneur du site <i>Google Analytics</i> que son site a été visité, et par conséquent exploité, à compter du mois d'octobre 2013, soit près de 2ans avant le dépôt de la marque litigieuse, ce que ne contestent d'ailleurs pas les demandeurs ». Mme A. A. a opposé son propre nom de domaine, mais sans prouver un usage antérieur, le seul usage invoqué « était en réalité un site de redirection vers une place de marché en ligne ce qui ne constitue pas un acte d'exploitation » • Concurrence déloyale : oui, car risque de confusion évident entre les sites www.gt-design.fr et www.gtdesign.fr pour vendre des produits identiques • Radiation du nom de domaine <gt-design.fr> : oui, sous astreinte de 30 € par jour de retard pendant 2 mois • Interdiction d'utiliser le signe « GT Design » ou « GT-Design » pour les produits adhésifs décoratifs pour les véhicules, les motos et la maison : oui, sous astreinte de 30 € par infraction constatée pendant 2 mois • D&I : non, car pas de preuve du préjudice subi
--	---	---	--

			<ul style="list-style-type: none"> - Fins de non-recevoir : • Irrecevabilité à agir en contrefaçon : oui, car la marque est annulée - Demandes principales • Concurrence déloyale : non, à défaut de faute • Exécution provisoire : non
TGI Paris, 3 ^e ch., 1 ^e sect., 1 ^{er} févr. 2018 n°17/04143	<ul style="list-style-type: none"> - SAS Free (1999) Nom commercial «Free» Marque Free (2009) Marque semi-figurative en couleur <i>Free la liberté n'a pas de prix</i> (1999) Marque Free (1989) <free.fr> (1999) www.free.fr 	Sté Claranova (dénomination depuis 2017, anciennement Avanquest) (1984) Marque semi-figurative en couleurs <i>Freeprints</i> (2016) <freeprintsapp.fr> (2013)	<ul style="list-style-type: none"> - Free, opérateur de télécommunications électroniques agit contre un éditeur de logiciels français, qui offre un service d'impression à distance de photos dit « Mobile to Print » et une application « Freeprints » téléchargeable à partir d'Amazon, App Stores iOS et Google Play. • Nullité de la marque <i>Freeprints</i> au titre des droits antérieurs sur les marques : non, car pas de risque de confusion du fait de la faible similarité des signes et des produits • Nullité de la marque <i>Freeprints</i> au titre des droits antérieurs sur la dénomination sociale, le nom commercial, l'enseigne ou le nom de domaine : non, car les services offerts sont distincts, outre l'absence de risque de confusion du fait de la faible similarité des signes et des produits • Contrefaçon des marques et du nom de domaine du demandeur : non, à défaut de risque de confusion entre les signes • Atteinte aux marques de renommée : non, car si les marques sont renommées, la dénomination « Freeprint » signifie impression gratuite, ou libre d'un engagement contractuel, ce qui exclut tout lien avec les marques antérieures opposées. • Concurrence déloyale : non, en raison de différences des conditions d'exploitation, excluant tout risque de confusion - Demande reconventionnelle • Procédure abusive : non
TGI Paris, 3 ^e ch., 1 ^e sect., 15 fév. 2018 n°16/12634	<ul style="list-style-type: none"> - Sté Yankee Candle Company Inc. (sté de droit américain) Marque de l'Union européenne <i>Yankee Candle</i> (2005) <yankeecandle.com> (1996) - Sté Yankee Candle Company (Europe) Ltd. (sté de droit anglais) Marque de l'Union européenne <i>Yankee Candle</i> (1997) <yankeecandle.co.uk> (1998) 	<ul style="list-style-type: none"> - M. P.D. (gérant des deux sociétés) Intervenant forcé - SARL Dupre Inc. (2011) reprend l'activité de la SARL Joma Sport en 2012 <yankeecandle.fr> (2016) Site www.ambientedelamaison.fr (2012) - SARL Joma Sport (2006) <yankeecandle.fr> (2007-2016) 	<ul style="list-style-type: none"> Collaboration de M. P.D. avec Yankee Candle Inc à partir de 2005, alors qu'il était gérant de Joma Sport. Dupre Inc. a repris l'activité en 2012, sans contrat écrit. Rupture des relations commerciales notifiée par lettre du 31 mars 2015. Dupre Inc. a poursuivi l'usage du nom de domaine <yankeecandle.fr> pour rediriger vers le site www.ambientedelamaison.fr et y vendre des bougies de la marque <i>Yankee Candle</i>. • Nullité de l'assignation en intervention forcée de M. P.D. : demande irrecevable car de la compétence du juge de la mise en état • Mise hors de cause de M. Paul Dupré : oui, car il n'est pas titulaire du nom de domaine <yankeecandle.fr> • Contrefaçon par reproduction : oui, au titre de l'usage d'un nom de domaine reprenant la marque à l'identique pour rediriger vers un autre site de vente de produits identiques • Concurrence déloyale : non, car le stock vendu après la résiliation a été acquis avec le consentement de la sté Yankee Candle Company Inc., les parties n'ayant pu se mettre d'accord sur les modalités d'écoulement des stocks • Cessation de la redirection du nom de domaine <yankeecandle.fr> et transfert à la sté Yankee Candle Company (Europe) Ltd.: oui, sous astreinte de 150 € par jour de retard pendant 3 mois • Interdiction : oui, interdit l'usage de « Yankee Candle » • Interdiction de la vente de produits marqués <i>Yankee Candle</i> : non • D&I pour contrefaçon de marque : oui, 2500€ <i>in solidum</i> à chacun des deux demandeurs • Exécution provisoire : oui

			<ul style="list-style-type: none"> • Publication : non - Demande reconventionnelle • D&I pour rupture abusive des relations contractuelles par les demandeurs : non
TGI Paris, 3 ^e ch., 1 ^e sect., 15 fév. 2018 n°17/11632	- SA Geodis Marque française semi-figurative <i>France Express</i> (2007) - GIE France Express (2003), a succédé à la SARL France Express (1982) Dénomination sociale Nom commercial « France Express » Exploite la marque <i>France Express</i> <france-express.com> (1998)	- SAS France Express (2016) devenue SAS Transports France Express (2017) Dénomination sociale	<p>Activité concurrente de transport de marchandises et de logistique. SAS France Express créée en 2016 et devenue SAS Transports France Express, suite à la mise en demeure, a été en relations d'affaires avec les membres du GIE France Express</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concurrence déloyale et parasitaire pour atteinte à la dénomination sociale, au nom commercial et au nom de domaine, au préjudice du GIE France Express : oui, car risque de confusion et profit indu • Contrefaçon par imitation : oui, car risque de confusion • Interdiction d'usage : oui, sous astreinte provisoire de 1000€ par jour de retard pendant 2 mois • Changement de dénomination sociale : oui, sous astreinte provisoire de 1000€ par jour de retard pendant deux mois • D&I : 10 000 € au GIE France Express pour la concurrence déloyale et parasitaire et 5 000 € à Geodis pour la contrefaçon • Exécution provisoire : oui
CA Nancy, 5 ^e ch. com., 21 févr. 2018 n°16/02188	- M.X (dirigeant de la sté SDF Propuls) Nom commercial «Propuls» (1993) <propuls.fr> (1999) - M.Y (activité de formation continue pour adultes depuis 2002, dirigeant de la sté SDF Propuls) Sté créée de fait SDF Propuls (2004) Demandeurs en 1 ^{re} instance	- M.Z <propuls-conseil.com> (avril 2011) - SAS Propuls Conseil (juillet 2011) - SARL Propuls Formation (novembre 2012) Marque semi-figurative <i>Propuls formation propuls conseil</i> (2013)	<p>Activités de formation continue pour adultes, les droits sont invoqués par la société SDF Propuls, en tant que société créée de fait</p> <p>– TGI : rejet de la fin de non-recevoir soulevée par les stés défenderesses tirée d'une inopposabilité à leur égard de la qualité d'associés de M.X et M.Y, déboute ces derniers de leur demande d'annulation de la marque <i>Propuls formation propuls conseil</i>, les déclare mal fondés en leur action en concurrence déloyale et parasitaire, les déboute de leurs demandes de transfert du nom de domaine <propuls-conseil.com> et de cessation d'utilisation du signe « Propuls »</p> <p>- CA : confirme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fin de non-recevoir du fait de l'inopposabilité de la qualité d'associés des demandeurs : non, la sté demanderesse n'a pas de personnalité morale mais la qualité d'associés était connue des tiers et leur est opposable, chacun étant tenu des actes commis par l'autre en qualité d'associé (<i>C. civ., art. 1872-1 et 1873</i>) • Annulation de la marque : non, pas d'antériorité opposable car malgré l'existence d'un nom commercial et d'un nom de domaine au moment du dépôt de la marque litigieuse et le caractère distinctif du signe « Propuls », pas de similitude des signes et similitude partielle des activités, d'où l'absence de risque de confusion • Concurrence déloyale et parasitaire : non, à défaut de preuve d'une clientèle commune et d'un risque de confusion, ni de preuve du placement dans le sillage de la sté demanderesse
TGI Paris, 3 ^e ch., 1 ^e sect., 8 mars 2018 n°15/16157	- SA Aquarelle (1987) Marque de l'Union européenne <i>Aquarelle</i> (1997) Marque française <i>Aquarelle</i> (2002) - SAS Aquarelle.com (1997)	Sté B C The World S.L. <i>www.B.fr</i>	<p>La sté Aquarelle commercialise fleurs, plantes et décorations florales, qu'elle vend en ligne depuis 1997. Contrairement aux autres sites de vente de fleurs en ligne, elle ne passe pas par un réseau de fleuristes locaux et réalise elle-même les bouquets proposés. Elle dépense tous les ans 30 000 € pour l'achat du mot-clé « Aquarelle » sur Google afin d'être visible. Le sté B C The World S.L. vend des fleurs en ligne qu'elle distribue <i>via</i> un réseau de fleuristes locaux, elle a acheté le mot-clé «aquarelle» sur le service <i>AdWords</i> de Google</p>

	Licence non exclusive d'exploitation des marques <i>Aquarelle</i> <i>www.aquarelle.com</i>		<ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de marque : non, car les annonces commerciales auxquelles renvoie le mot-clé « aquarelle » ne font pas référence à la marque <i>Aquarelle</i>, il n'y a donc pas de risque de confusion et pas d'atteinte à la fonction d'identité d'origine ou d'investissement de la marque. Distinction faite entre le référencement naturel décrit comme étant « gratuit » et le référencement payant • Atteinte à la marque de renommée : non, à défaut de preuve de la renommée • Concurrence déloyale pour pratiques commerciales trompeuses : non, pas d'allégations fausses sur les produits et services présentés sur le site <i>www.B.fr</i> et pas de preuve du préjudice subi du fait de la prétendue absence de mention légales sur le même site • D&I : non • Publication : non • Exécution provisoire : non
TGI Paris, 3 ^e ch., 1 ^e sect., 8 mars 2018 n°16/16049	<p>- M.X (président de la SAS Sebao et int. volont) <coindugeek.com> (2007 à août 2017)</p> <p>- SAS Sebao (2007) Nom commercial « Coin du geek » Marque française <i>Coin du geek</i> (2009, classes 35, 37 et 38) Marque française <i>Coin du geek</i> (2011, classes 9, 28 et 42) <coindugeek.com> (août 2017) <i>www.coindugeek.com</i></p>	<p>- M.Y Nom commercial « Cadeau du geek » (2016) <cadeaudugeek.com> (2016) <i>www.cadeaudugeek.com</i></p>	<p>Activités similaires de vente sur Internet de produits « geek » et insolites. Le défendeur qui exploitait une micro-entreprise depuis 2016 a cessé son activité en mai 2017 faute de rentabilité. M.X a transféré le nom de domaine <coindugeek.com> à la sté Sebao en août 2017.</p> <p>- Irrecevabilité des demandes de la sté Sebao sur <coindugeek.com> : oui, car la sté Sebao n'était pas titulaire du nom de domaine durant la période d'activité du défendeur (d'avril 2016 à mai 2017)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rejet des pièces : non, car seul leur pertinence probatoire est mise en cause, ce qui est un moyen de défense au fond • Contrefaçon de marques par imitation : non, irrecevabilité prononcée d'office, pour défaut de communication du certificat d'identité des marques, et contrefaçon rejetée de façon superfétatoire du fait de l'absence de preuve d'un risque de confusion • Concurrence déloyale : non, pas de risque de confusion avec le nom commercial, différences sensibles entre les deux sites et pas de quantification du préjudice <p>- Demande reconventionnelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Déchéance des droits de la sté Sebao sur ses deux marques : non, demande sans objet car formée à titre subsidiaire à la demande de débouté de l'action en contrefaçon, or la contrefaçon a été rejetée
TGI Paris, 3 ^e ch., 1 ^e sect., 8 mars 2018 n°17/00796	SARL Ter'Nat (2009) Dénomination sociale et nom commercial	<p>- SARL Groupemag (2006) Marque française semi-figurative <i>Ternao</i> (2015)</p> <p>- SARL Ternao (2005) Ancienne dénomination « Janvier et fils » (2005 à 2015) Marque française <i>Ternao</i> (2014, classes 29, 30, 31, 35)</p> <p>- SAS Mag Fruits (1986) <ternao.fr> (2014)</p>	<p>La société Ter'Nat a une activité d'importation et de distribution en France de produits bio italiens. Les trois sociétés défenderesses ont des liens capitalistiques et ont pour activité la distribution de produits agroalimentaires en France.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nullité des marques <i>Ternao</i> du fait de l'antériorité de la dénomination sociale « Ter'Nat » : non, à défaut de caractère distinctif, « Ter » fait référence à la terre et « Nat » à la nature, ce qui évoque les produits de l'agriculture biologiques distribués par la société Ter'Nat, pas de risque de confusion • Concurrence déloyale et parasitisme pour atteinte à la dénomination sociale « Ter'Nat » : non, car la dénomination sociale « Ter'Nat » n'est pas distinctive, pas de preuve du comportement fautif des défenderesses
TGI Paris, 3 ^e ch., 3 ^e sect., 9 mars 2018	Sté Carat Capital SARL (2006) Dénomination sociale et nom	- Sté Carat Patrimoine SARL (2012)	Activités concurrentes de gestion de patrimoine, incluant le courtage d'assurance et le conseil en investissement financier

n°16/06984	commercial « Carat Capital » <caratcapital.fr> (2007)	Dénomination sociale, nom commercial et enseigne « Carat Patrimoine » Marque française <i>Carat Patrimoine</i> (2012, renonciation en 2017) <caratpatrimoine.fr> (2012) - Consorts X	<ul style="list-style-type: none"> • Atteinte à la dénomination sociale, au nom commercial, à l'enseigne « Carat Capital » et au nom de domaine : oui, car situation de concurrence directe, signes fortement similaires et risque de confusion avéré entre les dénominations sociales, noms commerciaux, enseignes et noms de domaine • Nullité de la marque <i>Carat Patrimoine</i> : non, demande sans objet car les titulaires y ont renoncé totalement • Atteinte à la dénomination sociale, au nom commercial, à l'enseigne « Carat Capital » et au nom de domaine par l'enregistrement de la marque : oui • Interdiction d'usage du signe « Carat Patrimoine » ou « Carat » : oui, sous astreinte de 300 € par infraction pendant 45 jours • Modification de la dénomination sociale, du nom commercial et de l'enseigne de la défenderesse : non, car fait double emploi avec l'interdiction d'usage • Radiation du nom de domaine <caratpatrimoine.fr> : oui, sous astreinte de 200 € par jour de retard pendant 45 jours • D&I : oui, 4000 € pour l'atteinte par la dénomination sociale, le nom commercial, l'enseigne « Carat Patrimoine » et le nom de domaine et 2000€ pour l'atteinte par l'enregistrement de la marque • Publication : non • Exécution provisoire : oui
TGI Paris, 3 ^e ch., 2 ^e sect., 9 mars 2018 n°17/02002	Sté Aboutbatteries.com (1999) Dénomination sociale et nom commercial <aboutbatteries.com> (1999 à 2008) Licence de la marque française <i>About batterie</i> par la Sté GTMD (2005 à 2010) Licence exclusive d'exploitation de la marque française <i>About batterie</i> par la Sté Edogawabashi (2012, renouvelée en 2017) Cessionnaire de tout usage de la marque française <i>About batterie</i> et du signe « About Batteries » à titre de dénomination sociale (2017)	- M.X (gérant de la Sté Aboutbatteries.com de 2000 à 2014) Marque semi-figurative <i>About batterie</i> (1999 renouvelée en 2009) Marque internationale <i>About batterie</i> (2005) - Sté GTMD (2005) <aboutbatteries.com> (2008) Bénéficiaire prêt à usage à titre gracieux de la marque française <i>About batterie</i> (2005) - Sté Edogawabashi (2011) Cessionnaire de l'usufruit temporaire la marque française <i>About batterie</i> (2012 à 2017)	Le gérant de la Sté Aboutbatteries.com qui commercialise principalement des batteries rechargeables est titulaire des marques exploitées par la société. Suite à la dégradation de ses relations avec les autres associés de cette société, il a créé deux sociétés afin de permettre et gérer l'exploitation des marques litigieuses par la Sté Aboutbatteries.com, dont il n'est plus gérant depuis 2014, tout en ayant toujours la titularité et le contrôle de ces titres. La Sté Aboutbatteries.com veut récupérer la titularité des droits de marque et nom de domaine. <ul style="list-style-type: none"> • Prescription de l'action en revendication de propriété de la marque française : non, mauvaise foi est prouvée donc c'est une exception à la prescription de 5 ans • Revendication de la marque française et demande de restitution : non, pas preuve volonté de nuire lors du dépôt • Annulation enregistrement marque française : non, action prescrite • Nullité de la partie européenne de la marque internationale : non, action irrecevable car compétence d'un tribunal de l'Union européenne • Transfert du nom de domaine fait en 2008 : inopposable au demandeur car frauduleux • Rétablissement titularité du demandeur sur le nom de domaine : oui, sous astreinte de 1000€ par jour de retard • D&I : oui, 10000€ en réparation du préjudice moral • Demande reconventionnelle pour procédure abusive : non
TGI Paris, 3 ^e ch., 1 ^e sect., 22 mars 2018 n°17/01086	SARL GEB Adoptaguy (2008) Marque semi-figurative <i>Adopte Un Mec</i> (2013) <adopteunmec.com> (2007)	- SARL A.P.T.B. Déménagements (2011) - SARL Déménager soi-même	- La SARL GEB Adoptaguy exploite un site de rencontres et utilise pour sa communication l'expression « Adopte un » en y accolant ensuite une caractéristique physique, ou une profession. Les sociétés défenderesses sont spécialisées dans les services de déménagement, elles utilisent dans leurs noms commerciaux, leur marque, et leurs noms de domaine l'expression « Adopte

	<p>www.adopteunmec.com</p>	<p>(2007, absorbée par A.P.T.B. Déménagements en 2015) <adopteundemenageur.fr> (2007)</p> <p>- SARL Déménagements Evras (E.B.O.D.E.M) (1986) Noms commerciaux « Allo Déménagements Evras », « Econom'Box », « Dem'Europe », « Adopte Un Déménageur » Marque <i>Adopte Un Déménageur</i> (2014) <adopteundemenageur.com> (2014, renouvelé en 2017)</p>	<p>un déménageur »</p> <p>- Opposition formée, suite à une mise en demeure infructueuse, à la demande d'enregistrement <i>Adopte Un Déménageur</i>, suivie d'un retrait en classes 35 et 38, marque enregistrée en classe 39</p> <p>- Procédure UDRP D2016-0084 demandant le transfert de <adopteundemenageur.com> : rejet</p> <p>- Irrecevabilité à agir au titre de la demande mettant en cause la SARL Déménagements Evras au titre de <adopteundemenageur.fr> : oui, car il n'est pas prouvé que la partie mise en cause en est titulaire</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atteinte à la renommée de la marque semi-figurative <i>Adopte Un Mec</i> : non, renommée non prouvée à la date du dépôt de la marque et des noms de domaine des défendeurs • Concurrence déloyale et parasitaire, à titre subsidiaire : non, à défaut de preuve du risque de confusion, pas de preuve du parasitisme, « position de repli » de la demande principale rejetée • Concurrence déloyale, à titre principal, au titre de l'usage comme nom commercial, nom de domaine et sur le site : non, car l'usage du terme « adopte » doit « rester libre pour tous les acteurs économiques dans le cadre de leur communication », pas de preuve de risque de confusion, d'un détournement ou avilissement des droits de la demanderesse et de tout préjudice
<p>TGI Paris, 3^e ch., 1^e sect., 22 mars 2018 n°17/09611</p>	<p>SA Multiburo (1999) Marque semi-figurative en couleurs <i>Le Spot</i> (2013)</p>	<p>- Sté OCP Finance (2010) Marque semi-figurative en couleurs <i>BureauSpot</i> (2017) - Sté OCP Incubateur Services (2011) Dénominations « OCP Business Center » et « Bureauspot » <bureauspot.com> www.bureauspot.com Adresse bureauspot@bureauspot.com</p>	<p>La SA Multiburo a une activité de location de bureaux équipés et de salles de réunion, elle a développé depuis 2014 le produit « Le Spot » pour installer son entreprise à des coûts réduits dans des espaces de coworking. La sté OCP Incubateur Services gère des services de location d'espaces de travail, depuis 2016 elle a acquis des immeubles et des plateaux de bureaux pour une activité de centres d'affaires. Elle a le même siège social que la sté OCP Finance, qui développe des solutions de financement.</p> <p>- Opposition devant l'INPI : rejet partiel de la demande de marque française semi-figurative en couleurs <i>BureauSpot</i>. Le signe a tout de même été utilisé sur le site www.bureauspot.com, sur Facebook, Twitter et sur les cartes de visite des commerciaux</p> <p>- Fin de non-recevoir</p> <ul style="list-style-type: none"> • Irrecevabilité des demandes à l'encontre du nom de domaine <bureauspot.com> : oui, car le titulaire n'est pas partie à l'instance • Contrefaçon du fait du dépôt de la marque <i>BureauSpot</i> : non, le simple dépôt de marque n'est pas un acte de contrefaçon et ne cause pas de préjudice • Contrefaçon de la marque <i>Le Spot</i> : oui, mais seulement par la Sté OCP Incubateur Services, du fait de l'utilisation du signe « Bureauspot » au sein du site www.bureauspot.com, pour les « services de location d'équipements, d'exploitation de bureaux, des services d'achat d'entreprises et de location d'espaces de bureaux », mais pas au titre des usages mis en cause sur Facebook et Twitter car ils ne sont pas datés, pas de preuve de l'usage des cartes de visite • Nullité de la marque <i>BureauSpot</i> : oui, mais seulement pour les « services de téléconférences ; services de visioconférence ; services de messagerie électronique ; location de temps d'accès à des réseaux informatiques mondiaux » • Interdiction d'exploitation du site www.bureauspot.com : oui, pour les services de location et/ou fournitures de bureau, sous astreinte de 150 € par jour de retard pendant deux mois • Radiation du nom de domaine <bureauspot.com> : non

			<ul style="list-style-type: none"> • D&I : oui, 5000 € au titre de la contrefaçon de la marque <i>Le Spot</i> • Publication : non • Exécution provisoire : oui
CA Paris, pôle 5, 2 ^e ch., 30 mars 2018 n°17/10557	<p>SAS Pigeon Propre (1995) Marque française semi-figurative <i>Pigeon Propre</i> (2014) <pigeon-propre.com> (2008) <pigeon-propre.fr> (1999)</p> <p>Demandeur en 1^{ère} instance</p>	<p>SARL Clean Pigeon (2011) Marque française semi-figurative <i>Clean Pigeon</i> (2011) <cleanpigeon.fr> (2011)</p>	<p>La SAS Pigeon Propre mène une activité de « nettoyage tous types de locaux, fabrication et mise en œuvre de protection anti-pigeon ». Un de ses anciens employés a créé et gère la SARL Clean Pigeon qui exerce une activité de désinfection, désinsectisation et dératisation, activité qui inclut le dépiageonnage.</p> <p>- TGI : rejette les demandes en nullité de la marque <i>Clean Pigeon</i>, en contrefaçon et en concurrence déloyale et parasitaire - CA : infirme partiellement</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon : non • Nullité de la marque <i>Clean Pigeon</i> pour atteinte à la dénomination sociale de la SAS Pigeon Propre : non, car pas de risque de confusion établi du fait de la différence entre les signes • Concurrence déloyale et parasitaire : oui, car ambiguïté d'une brochure publicitaire et du site du défendeur, par laquelle il s'immisce dans le sillage de la SAS Pigeon Propre « en reprenant à son compte le travail et le savoir-faire de celle-ci dans la réalisation de deux chantiers » • Interdiction d'usage du signe « Clean Pigeon » : non • Modification de la dénomination sociale du défendeur : non • Radiation du nom de domaine <cleanpigeon.fr> : non • Suppression par le défendeur des références commerciales qui ne sont pas les siennes : non • D&I : 3000€

TGI Paris, 3 ^e ch., 4 ^e sect., 5 avril 2018 n°16/03489	<p>- SAS Rolex France Usage des marques de la SA Rolex Marque <i>Rolex</i> (1976) Marque semi-figurative <i>Rolex et Couronne</i> (1976) <rolex.com> (1998) <rolex.fr> (2002) Dizaine de noms de domaine en .fr incorporant le terme "Rolex" <i>www.rolex.com/fr</i> - SA Rolex (1920) (de droit suisse) Marque internationale <i>Rolex</i> (enregistrée sur la base d'un dépôt prioritaire suisse de 2007) Marque internationale <i>Rolex</i></p>	<p>- Mme X -M.X <olivine-prestige.com> <olivine-prestige.fr></p> <p>"Olivine, M.X 75017 Paris" <rolexcollection.fr> <rolex-collection.fr></p> <p>"M.X – Olivine" <rolexoccasions.com></p> <p>Olivine <rolexinvest.fr></p> <p><i>www.olivine-prestige.com</i></p>	<p>Mme X et M.X sont respectivement commerçant et horloger dans leur boutique Olivine où ils exercent notamment une activité de commerce et restauration de montres de collection. Ils ont déposé des noms de domaine contenant le terme « Rolex » renvoyant vers le site <i>www.olivine-prestige.com</i> exploité par Olivine, qui propose la réparation de montres de luxe. Le store servant d'enseigne de la boutique est « revêtu des mentions "Rolex de collection" et d'éléments figuratifs reprenant la "Couronne Rolex" ». Reprise de la marque <i>Rolex</i> dans le code source. Publication sur le site <i>www.olivine-prestige.com</i> d'articles mettant en cause les SAV des sociétés Rolex. Offre « Rolex Invest » d'investissement dans des montres de luxe</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon par imitation et reproduction des marques : oui, car risque de confusion, atteinte aux fonctions des marques des sociétés Rolex du fait de l'usage abusif du terme « Spécialiste Rolex », « Spécialiste Rolex de collection » ou « Rolex Invest » sur le site <i>www.olivine-prestige.com</i> et sur le store des défendeurs • Contrefaçon des marques par les noms de domaine composés de Rolex qui redirigent vers le site <i>www.olivine-prestige.com</i> : oui, car risque de confusion, ces noms de domaine donnent accès à un « site marchand dont l'enseigne est Olivine et qui propose la vente et la réparation de montres de collection de luxe » • Contrefaçon des marques Rolex par l'usage sur le store de la vitrine : oui, atteinte à la fonction première de garantie d'origine et aux autres fonctions de la marque, « en l'absence d'un agrément de Rolex »
--	--	--	--

	<p>(enregistrée sur la base d'un dépôt prioritaire suisse de 2002) Marque de l'Union européenne figurative <i>Couronne</i> (2001) Marque internationale semi-figurative <i>Rolex et Couronne</i> désignant la France (1983)</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon des marques <i>Rolex</i> au titre de son usage pour la désignation des montres de marque Rolex pour un service de réparation : non, car usage à titre de référence nécessaire (<i>CPI, art. L. 713-6</i>) • Atteinte à la renommée : oui, car renommée indiscutable et usage abusif dans les noms de domaine litigieux du terme « Rolex », brouillant l'image de luxe de la marque • Concurrence déloyale et parasitaire : oui, car usage abusif créant une confusion pour promouvoir une activité commerciale avec la volonté de se mettre dans le sillage des demanderesses • Dénigrement dans les articles sur le site internet <i>www.olivine-prestige.com</i> : oui, car discrédit jeté de façon malveillante sur les services des sociétés Rolex • D&I : 10 000 € pour le préjudice commercial du fait de la contrefaçon, 10 000 € pour le préjudice moral d'atteinte à la marque et à la renommée, 2 000 € pour les faits de concurrence déloyale et parasitaire, 3 000 € au titre du dénigrement • Transfert des noms de domaine <rolexcollection.fr>, <rolex-collection.fr>, <rolexoccasions.com> et <rolexinvest.fr> à la société Rolex SA : oui, sous astreinte de 150€ par jour de retard • Cessation de l'usage des termes « spécialiste Rolex », « spécialiste Rolex de collection », « Rolex Invest » sur le store de la boutique Olivine et sur son site web : oui, sous astreinte de 150 € par jour de retard • Suppression sur le site <i>www.olivine-prestige.com</i> des articles ayant des propos dénigrants : oui, sous astreinte de 150 € par jour de retard • Interdiction de commercialisation des montres Rolex d'occasion : non, car l'usage descriptif du terme « Rolex » pour désigner des montres Rolex authentiques est nécessaire et donc pas illicite • Publication : non • Exécution provisoire : oui - Demande reconventionnelle : • Procédure abusive : non
<p>Cass. com., 5 avril 2018 n°16-19.655</p>	<p>- SAS Capstone Properties (2009) <capstone-properties.fr> (2008) et <capstone.fr> (2010)</p> <p>- M. J-P Reverdy (mandataire liquidateur de Capstone Systems Industry, nouvellement Sté Foncière Corbas (2013) qui exploitait les mêmes noms de domaine que la SAS Capstone Properties)</p> <p>- M.X (associé et gérant de la SAS Capstone Properties,</p>	<p>- SAS Capstone (2010) Nom commercial et enseigne «Capstone » Marque <i>Capstone</i> (2010) Marque semi-figurative <i>Capstone</i> (2010) Marque semi-figurative <i>Capstone L'immobilier Neuf</i> (2011) <capstone-immobilier.fr> (2010) et <capstone-immobilier.com> (2010)</p>	<p>Activité concurrente de promotion immobilière</p> <ul style="list-style-type: none"> - TGI : nullité des marques, concurrence déloyale, interdiction, radiation des noms de domaine, D&I 3000 €, publication - CA : réforme, marques jugées valables, en l'absence de risque de confusion avec la dénomination sociale, en raison de la différence des domaines d'activité et de la différence des signes, pas de concurrence déloyale et le parasitisme à défaut de preuve d'un usage fautif - Cassation : casse et annule, renvoi devant la CA de Lyon • Rejet des demandes de nullité des marques : défaut de motivation car la Cour ne s'est pas expliquée sur l'atteinte au nom de domaine antérieur, violation de la loi, défaut de base légale • Rejet des demandes au titre du parasitisme : défaut de base légale

	ancien gérant de Capstone Systems Industry)		
	Demandeurs en 1 ^{re} instance Intimés en appel Demandeurs au pourvoi		
TGI Paris, ord. réf., 6 avril 2018	M. X.	- Sté Google France - Sté Google LLC	M. X., chirurgien-dentiste, a réclamé la suppression de sa fiche Google My Business sur le moteur de recherche Google, qui contient l'adresse de son cabinet, ses horaires d'ouvertures et les avis sur ce cabinet et son activité. La sté Google a refusé d'effectuer cette suppression <ul style="list-style-type: none"> • Mise hors de cause de la sté Google France : oui, car pas de preuve de son intervention et de sa responsabilité dans le traitement des données à caractère personnel et le moteur de recherche Google • Trouble manifestement illicite au titre de l'atteinte aux droits de la personne prévue par l'art. 226-18-1 du Code pénal : oui, suppression de la fiche litigieuse : oui, sous astreinte de 1 000 € par jour de retard pendant 90 jours, car les informations sur la fiche permettent l'identification de M. X. et sont donc des données à caractère personnel, utilisées à des fins de prospection commerciale et le traitement de ces données a été poursuivi malgré l'opposition de l'intéressé
TGI Paris, 3 ^e ch., 3 ^e sect., 6 avril 2018 n°16/09339	Sté Voyage Médical Santé EURL (2010) Dénomination sociale Logo « Voyage Médical Santé »	Sté Désirs 2 Rêves.com Usage de la dénomination « Voyage Médical Santé » et du logo « Voyage Médical Santé » Marque <i>Voyage Médical Santé</i> (2012) <voyagemedicalsante.com> (2010) < voyagemedicalsante.fr> (2010) < voyagemedicalsante.net> (2014) <i>www.voyagemedicalsante.com</i>	La sté Voyage Médical Santé propose des voyages avec prise en charge médicalisée pour les personnes malades, handicapées ou nécessitant des soins spécifiques. Elle a établi un partenariat avec la sté Désirs 2 Rêves.com spécialisée dans l'organisation de voyages individuels sur mesure, matérialisé par un accord de confidentialité et un cahier des charges, et qui incluait notamment une refonte des conditions générales et mentions légales, la mise en place du site internet <i>www.voyagemedicalsante.com</i> , le dépôt de la marque <i>Voyage Médical Santé</i> et des noms de domaines <voyagemedicalsante.com>, < voyagemedicalsante.fr> et < voyagemedicalsante.net>. Les relations entre les deux partenaires se sont ensuite dégradées. <ul style="list-style-type: none"> - Exception d'incompétence territoriale : irrecevable, car compétence exclusive du juge de la mise en état • Résolution judiciaire du contrat aux torts de la sté Désirs 2 Rêves.com : non, à défaut de preuve des manquements, mais résolution du contrat car le juge constate que les parties ne veulent pas poursuivre le contrat • Contrefaçon des droits d'auteur sur le logo : non, car les utilisations et reproductions reprochées ont été faites avec le consentement de la sté Voyage Médical Santé dans le cadre du partenariat • Dépôt frauduleux de la marque <i>Voyage Médical Santé</i> : non, car effectué avec le consentement de la sté Voyage Médical Santé, dans le cadre du partenariat • Usurpation de dénomination sociale et de nom de domaine : non, car effectué avec le consentement de la sté Voyage Médical Santé, dans le cadre du partenariat • Transfert de la marque et des noms de domaines litigieux : oui, à frais partagés, en raison de la cessation du partenariat • D&I : non, pas de responsabilité de la sté Désirs 2 Rêves.com et préjudice allégué totalement spéculatif • Exécution provisoire : non

			<p>- Demande reconventionnelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Remboursement du coût de la conception du site internet : non, car frais non justifiés et de toute façon exposés dans le cadre d'un projet commun • Procédure abusive : oui, car mauvaise foi de la demanderesse • D&I : oui, 1500 € au titre de la procédure abusive
<p>TGI Paris, 3^e ch., 2^e sect., 6 avril 2018 n°17/04583</p>	<p>Confédération Française Démocratique du Travail (CFDT) (1964) Marque française <i>CFDT</i> (2014) Marque française semi-figurative en couleurs <i>CFDT S' ENGAGER POUR CHACUN AGIR POUR TOUS</i> (2014)</p>	<p>- Syndicat CFDT-G - M. C X (représentant du syndicat) - M. D Y (représentant du syndicat) Dénomination sociale CFDT-G Logo <CFDT-G.com> www.CFDT-G.com</p>	<p>Le syndicat CFDT-G a été affilié à la CFDT en 1965 puis désaffilié en 2016. Il a continué à utiliser les marques et sigles CFDT dans sa dénomination sociale, son site internet, ses adresses mails et ses documents et tracts</p> <p>- Référé : rejet des demandes fondées sur la vraisemblance de la contrefaçon de marques, a reconnu l'existence d'un trouble manifestement illicite du fait de l'utilisation du signe « CFDT »</p> <p>- TGI :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de marque : oui, par imitation, car usage du signe dans la vie des affaires et à titre de marque pour des produits similaires et services identiques créant un risque de confusion • Concurrence déloyale : oui, car usage du signe « CFDT » à titre de dénomination sociale porte atteinte à la dénomination sociale du demandeur, ce qui engendre un risque de confusion et donc constitue une faute • Imputabilité des actes à M. C X et M.D Y : non, car ont agi pour le compte du syndicat • Interdiction d'usage du signe « CFDT-G.com » : oui, sous astreinte de 300€ par infraction constatée pendant 3 mois • D&I : oui, 10000€ pour le préjudice moral lié à la banalisation des marques <i>CFDT</i> du fait des actes de contrefaçon et 5000€ pour le préjudice moral et d'image causés par la concurrence déloyale • Publication : oui • Exécution provisoire : oui, sauf pour la publication
<p>TGI Paris, 3^e ch., 2^e sect., 6 avril 2018 n°17/13007</p>	<p>SAS Free Marque <i>Free</i> (1989) Marque semi-figurative <i>Free la liberté n'a pas de prix</i> (1999) Marque <i>Free</i> (2009) <free.fr> (1999) www.free.fr</p>	<p>Sté Free-Connect Dénomination sociale Nom commercial <free-connect.fr> www.free-connect.fr</p>	<p>La SAS Free est un opérateur de communications électroniques et de télécommunications. La sté Free-Connect se présente comme « spécialiste de l'informatique proposant les meilleurs services en téléphonie mobile » sur son site internet, qu'elle utilise pour vendre des téléphones portables et des ordinateurs.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon des marques de la SAS Free : oui, par l'exploitation de la dénomination sociale, du nom commercial, du nom de domaine et du site internet, à l'origine d'un risque de confusion du fait de l'identité des produits et la forte similarité des services et des signes • Atteinte à la dénomination sociale, au nom commercial et au nom de domaine de la SAS Free : oui, car la réservation et l'exploitation du nom de domaine <free-connect.fr> est une faute créant un risque de confusion • Interdiction pour la sté Fre-Connect de poursuivre ses agissements : oui, sous astreinte de 350 € par infraction constatée pendant 4 mois • Radiation du nom de domaine <free-connect.fr> : oui, sous astreinte de 300€ par jour de retard pendant 4 mois • D&I : oui, 40 000 € pour la contrefaçon de marques et 20 000 € pour les atteintes à la dénomination sociale, au nom commercial et au nom de domaine • Publication : oui, dans trois journaux ou revues au choix de la SAS Free et aux frais de la sté Free-Connect sans que le coût n'excède 3 500 € H.T

			<ul style="list-style-type: none"> • Exécution provisoire : oui, sauf pour la mesure de publication
CA Versailles, 14 ^e ch., 12 avril 2018 n°17/06993	M. Y-B Demandeur en 1 ^e instance	SARL Legi Team <i>www.cherchelavocat.com</i>	<p>La sté Legi Team est éditrice de presse juridique et a créée un service d'annuaire électronique professionnel, auquel les avocats doivent adhérer pour être référencés. Son site contient une fiche d'informations personnelles de M. Y-B, qui développe son activité d'avocat <i>via</i> Internet et Google AdWords</p> <p>- Référé : constate le retrait de la fiche suite à l'assignation et ordonne la suppression définitive de la fiche, sans astreinte car elle était déjà désactivée, rejette la demande de communication des données sur l'hébergeur du site, pas de provision sur D&I</p> <p>- CA : infirme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trouble manifestement illicite : non, car la fiche a été remplie par M. Y-B et ensuite supprimée suite à l'assignation - Demande reconventionnelle • Procédure abusive : non
CA Paris, pôle 1, 3 ^e ch., 13 avril 2018 n°17/18493	SA Sté Nationale de Radiodiffusion Radio France Marque française <i>Esprit public</i> (1997, renouvelée) Demandeur en 1 ^e instance	M.P.M. Titre d'émission « Le nouvel esprit public de Philippe Meyer », « L'esprit public de Philippe Meyer », « Le nouvel esprit public en peau de caste » <lenouvelespritpublic.fr> (2017) <lespritpublic.fr> (2017) <lespritpublic.com> (2017)	<p>Suite à son licenciement par Radio France du fait de la non-reconduction de son émission « L'esprit public » sur France Culture, M.P.M. a enregistré un podcast «Le nouvel esprit public de Philippe Meyer ». Radio France a décidé de présenter une nouvelle formule de l'émission « L'esprit public » avec un autre présentateur, dont le podcast s'est classé derrière celui de M.P.M.</p> <p>- Ordonnance de référé : rejet de la fin de non-recevoir opposée par M.P.M., déboute Radio France de sa demande en interdiction pour contrefaçon de marque, car la vraisemblance de la contrefaçon n'est pas établie, rejet des demandes reconventionnelles de M.X sur la validité de la marque <i>Esprit public</i></p> <p>- CA : confirme et ajoute</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fin de non-recevoir : non • Nullité, inopposabilité et déchéance pour déceptivité de la marque <i>Esprit public</i> : non • Contrefaçon de la marque : non, pas de confusion établie • Interdiction d'utilisation de <lespritpublic.fr> : non, pas exploité • Interdiction d'utilisation de <lenouvelespritpublic.fr> : non, à défaut de risque de confusion • Interdiction d'utilisation du nom de domaine <lespritpublic.com> : oui, sous astreinte de 500€ par infraction constatée pendant 2 mois, car contrefaçon par reproduction • Provision sur D&I : 1000€ pour l'usage de <lespritpublic.com>, contrefaisant par reproduction

CA Paris, pôle 1, 8 ^e ch., 18 mai 2018 n°17/06975	M. Roland L. Terme et logo « SPRE » sur Facebook <i>www.lienhardt.com</i> (2010)	Sté civile S.P.R.E. Signe « SPRE » Nom commercial « SPRE » Logo (2009) Marque <i>SPRE</i> (2016) Marque semi-figurative <i>SPRE</i> (2016)	<p>La S.P.R.E. est une sté de gestion collective percevant la rémunération due aux artistes-interprètes et aux producteurs de phonogrammes. M. Roland L. est avocat au barreau de Paris, et en contentieux avec la SPRE, car il conteste le droit de la sté civile S.P.R.E. à percevoir et répartir la rémunération équitable. Il mentionne cette spécialisation sur son site internet et sur Facebook, où il utilise le terme « SPRE » et le logo « SPRE ». Il utilise également la marque <i>SPRE</i> dans les méta tags de son site internet.</p> <p>- Référé : rejet des demandes fondées sur la contrefaçon de droits d'auteur sur le logo, la</p>
---	--	---	---

		<p><spre.fr> (2001)</p> <p>Demandeur en 1^{re} instance</p>	<p>vraisemblance de la contrefaçon de la marque verbale <i>SPRE</i>, l'usage déloyal du nom commercial et du nom de domaine, atteinte vraisemblable à la marque semi-figurative <i>SPRE</i>, trouble manifestement illicite au titre du dénigrement par les propos tenus, cessation de reproduction de cette marque sur le site www.lienhardt.com et sur Facebook sous astreinte de 150€ par jour de retard pendant 3 mois, cessation des propos dénigrants le site www.lienhardt.com et sur Facebook sous astreinte de 150€ par jour de retard pendant 3 mois, D&I provision de 5000€, pas de publication, exécution provisoire</p> <p>- CA : infirmation partielle</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recevabilité des demandes sur la page Facebook : oui, car le demandeur était coadministrateur de la page au moment de l'introduction de l'instance, et que même si la disparition de cette qualité était établie, le contenu de la page et la référence au demandeur et son cabinet n'ont pas été modifiés • Atteinte vraisemblable aux marques <i>SPRE</i> : oui, à la marque semi-figurative mais également à la marque verbale, car l'utilisation du terme « SPRE » dans les méta tags redirige les internautes vers le site du cabinet et l'associe ainsi au terme « SPRE », dont l'utilisation dans des propos négatifs porte atteinte à la marque verbale <i>SPRE</i> • Atteinte au droit d'auteur sur le logo : non, car pas de preuve de l'originalité et de la distinctivité du logo • Dénigrement : oui, car les propos tenus publiquement excèdent la libre critique en donnant des informations fausses et trompeuses, créant un trouble manifestement illicite • Usage déloyal du terme « SPRE » comme nom de domaine et nom commercial : non, car pas de risque de confusion et l'utilisation du terme « SPRE » comme mot-clé n'est qu'une référence sans usurpation • Mesures d'interdiction : confirmées, en les appliquant également aux usages de la marque verbale <i>SPRE</i> • D&I : oui, provision de 10 000 € pour l'atteinte aux marques <i>SPRE</i> • Publication : non
<p>CA Paris, pôle 5, 2^e ch., 18 mai 2018 n°17/10075</p>	<p>- SAS Laboratoires Thea Dénomination sociale « Laboratoires Thea » Nom commercial « Thea » Marque <i>Thea</i> (2004) Marque semi-figurative <i>Laboratoires Thea</i> (2004) <laboratoires-thea.com> (2002)</p> <p>Demandeur en 1^{re} instance</p>	<p>- SAS New Stefal Holding Marque <i>Laboratoires Althea Nature</i> (2014) Marque <i>Laboratoires Vitalthea</i> (2014) Marque semi-figurative en couleurs (2014) <vitalthea.fr> <blog.vitalthea.fr> www.vitalthea.fr</p>	<p>Les deux stés travaillent dans des secteurs similaires, la SAS Laboratoires Thea se présente comme le premier groupe pharmaceutique européen indépendant en ophtalmologie tandis que la SAS New Stefal Holding détient des participations dans différentes sociétés de vente par correspondance et en ligne de produits de beauté, parfums et cosmétiques</p> <p>- TGI : débouté sur la contrefaçon de marque, la concurrence déloyale, demande reconventionnelle en déchéance des marques <i>Laboratoires Thea</i> et <i>Thea</i> irrecevable pour partie et mal fondée pour le reste</p> <p>- CA : infirmation partielle</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nullité des marques de la sté New Stefal Holding pour atteinte aux marques, à la dénomination sociale et au nom commercial de la sté Laboratoires Thea : non, car pas de risque de confusion du fait de l'absence de similitude entre les produits et les signes • Concurrence déloyale et parasitaire pour imitation de la dénomination sociale, du nom commercial et du nom de domaine : non, pas de preuve d'une faute, d'un préjudice et d'un lien de causalité, pas de preuve de comportement parasitaire <p>- Appel incident :</p>

			<ul style="list-style-type: none"> • Déchéance des marques <i>Laboratoires Thea</i> et <i>Thea</i> : confirme que la demande est recevable partiellement « si elle se rattache aux prétentions originaires par un lien suffisant », déchéance partielle pour certains produits et services
<p>TGI Strasbourg, 1^e ch. civ., 22 mai 2018 n°16/03948</p>	<p>- SAS Bubendorff Marque <i>Bubendorff</i> <bubendorff.fr> (1997) <bubendorff.com> (1997) <bubendorff.boutique> (2014, initialement enregistré par M. Djamel B.)</p> <p>- SA Bubendorff Marque <i>Respirez, c'est BUBENDORFF !</i> (2009) Marque semi-figurative en couleurs <i>Respirez c'est BUBENDORFF IHR ELEKTRISCHER ROLLADEN</i> (2013)</p>	<p>- SARL A.Bat <i>www.bubendorff.boutique</i> <i>www.volet.boutique</i> - M. Djamel B. <volet.boutique> (2016) <ditribubendorff> (2016, extension non citée) <bubendorff.paris> (2016)</p> <p>- M. Akli B</p>	<p>La SAS Bubendorff fabrique, vend et exerce un service après-vente de fermetures en bâtiment tandis que la SA Bubendorff mène une activité d'étude et de réalisation de projets, de contrôle et de prise de participation dans les entreprises. Elles commercialisent leurs produits auprès de clients professionnels qui le revendent à des particuliers. La sté A.Bat a été un de ces clients, ayant passé un contrat d'approvisionnement exclusif avec la SAS Bubendorff. Elle emploie le terme « Bubendorff » dans divers noms de domaine, sites internet, adresses mèls et récapitulatifs de commande à des fins commerciales, et a également acheté le mot-clé «Bubendorff» sur Google pour référencer son site www.volet.boutique avec une annonce reprenant la marque <i>Bubendorff</i></p> <p>- TGI Mulhouse statuant en matière commerciale : résiliation aux torts exclusifs de la sté A.Bat du contrat avec la SAS Bubendorff, à laquelle elle doit payer un solde de factures, rejet demande D&I</p> <p>- Fin de non-recevoir des demandes reconventionnelles</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recevabilité de la demande de réparation du fait du blocage des commandes : non, car cette demande se heurte à l'autorité de chose jugée - Demandes principales : <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de marque : oui, car le contrat d'approvisionnement exclusif conférait à la sté A.Bat le statut de distributeur exclusif et lui permettait d'user des marques et non, sans licence d'exploitation, à utiliser ces marques pour sa communication, ce qui crée un risque de confusion • Concurrence déloyale : oui, par la sté A.Bat seulement • Interdiction d'usage des marques : oui, sous astreinte de 500 € par infraction constatée • Suppression du site internet <i>www.volet.boutique</i> : oui, sous astreinte de 250€ par jour de retard • Interdiction d'exploitation : oui, de tout site au contenu similaire aux sites <i>www.bubendorff.boutique</i> et <i>www.volet.boutique</i> • Radiation des noms de domaine <ditribubendorff> et <bubendorff.paris> : oui, sous astreinte de 100€ par jour de retard • D&I : oui, 10 000 € par demanderesse pour le préjudice moral subi du fait de la contrefaçon et 10 000 € par demanderesse pour le préjudice moral subi du fait de la concurrence déloyale • Publication : oui • Exécution provisoire : oui
<p>TGI Paris, 3^e ch., 4^e sect., 24 mai 2018 n°16/11209</p>	<p>SARL Groupe Département Gestion Marque complexe en couleurs <i>Ma gestion locative</i> (2013) <i>www.ma-gestion-locative.com</i></p>	<p>SARL Gererseul.com Marque <i>Gererseul</i> (2016) <i>www.gererseul.com</i></p>	<p>La sté Groupe Département Gestion vend des services à des agences immobilières pour de l'immobilier locatif. La sté crée et exploite des sites internet de gestion immobilière pour particuliers et professionnels, elle est à l'origine d'un logiciel de gestion locative en ligne pour particuliers. Elle utilise l'expression « ma gestion locative » dans son logo sur son site internet</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon par imitation : non, utilisation de l'expression « ma gestion locative » dans son sens courant à titre informatif et pas de preuve de l'achat de mots-clés « ma gestion locative » sur Google et d'un référencement qui porterait atteinte à l'usage de la marque <i>ma gestion locative</i> • Interdiction d'usage des termes « ma gestion locative » : non

			<ul style="list-style-type: none"> • D&I : non • Publication : non • Exécution provisoire : non - Demande reconventionnelle : <ul style="list-style-type: none"> • Suppression de l'affirmation dans les conditions générales du site de la demanderesse que toute utilisation du nom « ma gestion locative » est interdite car constitutive d'une manœuvre trompeuse : oui, car la demanderesse est titulaire de la marque telle que déposée et non de l'expression verbale, elle ne peut donc en interdire l'usage • Procédure abusive : non, pas de preuve d'une intention de nuire ou légèreté blâmable
TGI Paris, 3 ^e ch., 4 ^e sect., 24 mai 2018 n°16/15779	- Sté Facebook Inc Marque de l'Union européenne <i>Facebook</i> (2006) Marque semi-figurative de l'Union européenne <i>Facebook</i> (2009) Marque semi-figurative de l'Union européenne <i>Facebook</i> (2013) www.facebook.com	- Sté Acir Fillo Dos Santos (2015) Marque <i>Facefrance</i> (2015) <facefrance.com> (2011) - M. Acir D. Marque <i>Facekids</i> (2016) <facekids.com.br> www.facefrance.com www.facekids.com.br	M. Acir D. est un entrepreneur, écrivain et politicien brésilien qui a mis en place un réseau social à caractère évangélique « FaceGloria ». Il a constitué une société Acir Fillo Dos Santos et a déposé plusieurs marques et noms de domaine contenant les termes « Facefrance » et « Facekids ». <ul style="list-style-type: none"> • Annulation des marques <i>Facefrance</i> et <i>Facekids</i> pour atteinte à la marque <i>Facebook</i> : oui, car similarité des signes créant un risque de confusion accru par la renommée du réseau « Facebook » • Contrefaçon par imitation des marques semi-figuratives <i>Facebook</i> : oui, car services identiques, présentation et logo similaires, risque de confusion • Atteinte à la renommée : oui, car usage de signes distinctifs similaires contrefaisants tirant indument profit de la renommée de la marque <i>Facebook</i> • Atteinte au nom commercial par l'usage des termes « Facefrance » et « Facekids » : oui, car risque de confusion • Concurrence déloyale et parasitaire : oui, car reprise non nécessaire de caractéristiques distinctives du réseau « Facebook » • Interdiction d'utiliser comme signes distinctifs les termes « Facefrance » et « Facekids » pour désigner des réseaux sociaux : oui, sous astreinte de 500€ par jour • Modification des sites www.facefrance.com et www.facekids.com.br : oui, sous astreinte de 500 € par jour • D&I : oui, 15 000 € pour la contrefaçon de marques et l'atteinte à la renommée et 15 000 € pour concurrence déloyale et parasitaire • Publication : non • Exécution provisoire : oui
TGI Paris, 3 ^e ch., 1 ^e sect., 24 mai 2018 n°17/02581	- SARL Clikeo (2005) Marque semi-figurative en couleur <i>Clikeo</i> (2006) <clikeo.net> (2014) www.agence-clikeo.com	- SARL Cliqéo (2012) Marque semi-figurative en couleur <i>Cliqéo du Clic au</i> <i>Client</i> (2014) www.cliqueo.com	La SARL Clikeo a une activité de conception, réalisation et référencement de sites internet et l'édition de logiciels applicatifs. La SARL Cliqéo a une activité d'accompagnement des TPE et PME pour laquelle elle effectue un ensemble de prestations, dont la création et le référencement de sites internet. La SARL Clikeo a été avertie de l'existence de la SARL Cliqéo en 2014, année au cours de laquelle elle a enregistré <clikeo.net> utilisé depuis pour rediriger les internautes vers son site internet www.agence-clikeo.com <ul style="list-style-type: none"> • Nullité de la marque : non, à défaut de preuve du risque de confusion • Contrefaçon de la marque <i>Clikeo</i> : non, à défaut de preuve du risque de confusion - Demande reconventionnelle : <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de la marque semi-figurative en couleurs <i>Cliqéo du Clic au Client</i> : irrecevable à défaut de moyens de droit

			<ul style="list-style-type: none"> • Concurrence déloyale pour usurpation de dénomination sociale et détournement de clientèle : oui, car confusion générée par la reprise à l'identique du signe constituant la dénomination sociale antérieure de la défenderesse • Transfert du nom de domaine <cliqeo.net> à la SARL Cliqéo : oui • D&I : non, à défaut de preuve du préjudice • Publication : non • Exécution provisoire : non
TGI Paris, 3 ^e ch., 1 ^e sect., 24 mai 2018 n°17/07586	Sté Automobile Intelligence (2016) Marque <i>Autorigin</i> (2016) www.autorigin.com	Sté Carsmarkt SAS (2010) Nom et logo « Autorigin » <autorigin.com> (2011) www.autoreduc.com www.autorigine.com	<p>La sté Automobile Intelligence exploite un site internet www.autorigin.com dédié à la vente d'informations certifiées relatives à des véhicules d'occasion. La sté Carsmarkt SAS a un site internet www.autoreduc.com offrant un service de vente et d'achat de véhicules d'occasion et un autre site www.autorigine.com avec un logo « Autorigin » qui propose un service de recherche d'historique des véhicules d'occasion</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de marque : non, car matérialité de la contrefaçon non établie du fait de l'absence de services offerts par la sté Carsmarkt SAS sur le site www.autorigin.com qui était inactif, ne présentait aucun caractère marchand et était une simple vitrine - Demande reconventionnelle : <ul style="list-style-type: none"> • Nullité de la marque <i>Autorigin</i> pour atteinte aux droits d'auteur : non, car pas d'originalité du sigle et titularité des droits pas prouvée du fait du défaut d'actes d'exploitation du nom « Autorigin » par la sté Carsmarkt SAS • Concurrence déloyale : requalifiée en demande en parasitisme, rejetée car pas de preuve d'un profit de la sté demanderesse au préjudice de la sté défenderesse • D&I : non • Exécution provisoire : non
TGI Paris, 3 ^e ch., 1 ^e sect., 24 mai 2018 n°17/14448	SA NRJ Group Marque de l'Union européenne <i>NRJ</i> (1996) Marque de l'Union européenne semi-figurative <i>Energy NRJ</i> (1996) Marque <i>NRJ Mobile</i> (2005)	Sté Godaddy.com LLC Bureau d'enregistrement de <nrjmobile.co>	<p>Un particulier. M.G.H., a enregistré une douzaine de noms de domaine contenant le terme « NRJ » (<tcharchenrj.net>, <tchatnrjgratuit.com>, <nrjchatgratuit.com>, <nrjchat.org>, <chatnrj.net>, <nrjtchate.com>, <tchathenrj.org>, <chatnrj.eu>, <nrjchat.eu>, <nrjmobile.co>, <tchatnrj.eu>) pour mener à un site de rencontres en ligne et de messagerie nommé « NRJ Chat » où le logo « NRJ panthère » apparaît en page d'accueil. Suite à la demande de la société NRJ Group, un jugement a ordonné le transfert sous astreinte de ces noms de domaine pour contrefaçon de la marque de l'Union européenne semi-figurative <i>Energy NRJ</i>. Le transfert a eu lieu. Le même particulier a ensuite enregistré le nom de domaine <nrjmobile.co> en l'utilisant de la même façon. La société Godaddy, informée a dit s'engager à exécuter une décision de justice qui ordonnerait le transfert.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de marque par le nom de domaine <nrjmobile.co> : oui, car reproduction des marques, identité des services et risque de confusion accru par le nom du site de rencontres en ligne et de messagerie «NRJ Chat» auquel le nom de domaine litigieux donne accès • Transfert ou à défaut radiation du nom de domaine litigieux par la société Godaddy : oui, sous astreinte de 500 € par jour de retard • Exécution provisoire : oui
TGI Paris, 3 ^e ch., 2 ^e sect., 25 mai 2018 n°17/02050	- SARL ETLB (2010) Marque <i>Côté Sushi</i> (2015) Marque de l'Union européenne	Sté BV SUSHI SARL (2012) Signe «Kot & Sushi» <kotesushi.fr> (2010)	<p>La sté SARL ETLB exerce notamment une activité de traiteur japonais-péruvien. La sté BV SUSHI SARL exploite un restaurant traditionnel de plats japonais.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fin de non-recevoir :

	<p><i>Côté Sushi</i> (2015)</p> <p>- E. TAIB (président de la SARL ETLB) Marque semi-figurative <i>Côté Sushi</i> (2007) <cotesushi.com> (2009)</p>	<p>www.kotesushi.fr</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Défaut d'intérêt à agir de E. TAIB : non, car il a déposé au nom et pour le compte d'une société en formation qui n'a jamais été créée, il est donc titulaire de la marque française semi-figurative <i>Côté Sushi</i> - Exception de procédure : • Prescription : non, car les demandeurs ont eu connaissance des faits litigieux en 2016 - Demandes principales : • Contrefaçon par imitation de la marque semi-figurative <i>Côté Sushi</i> : non, car les produits et services en cause ne sont pas similaires • Contrefaçon par imitation des deux marques verbales <i>Côté Sushi</i> : non, car identité des services et similitude phonétique des signes mais pas de similitude visuelle et intellectuelle, donc pas de risque de confusion • Concurrence déloyale et parasitaire : non, car proximité des noms de domaine des parties et achat de méta tags mais le risque de confusion et le parasitisme ne sont pas établis, pas de preuve de similitude entre les sites, les boutiques et les concepts - Demande reconventionnelle: • Procédure abusive : non, car pas de preuve d'une faute et d'un préjudice
<p>TGI Paris, 3^e ch., 2^e sect., 25 mai 2018 n°17/07541</p>	<p>Sté Biotyfull (2015) Marque <i>Biotyfull Box</i> (septembre 2015)</p>	<p>Sté Auféminin Marque semi-figurative <i>B Beautiful Box</i> (novembre 2015) <beautiful-box.com> (novembre 2015)</p>	<p>La sté Biotyfull commercialise en ligne des coffrets contenant des produits de bien-être envoyés tous les mois à ses abonnés. La sté Auféminin édite un site dédié aux femmes, a lancé en mai 2015 une application mobile pour tester des produits de beauté et partager les avis intitulée « Beautiful by Auféminin » et a ensuite proposé en décembre 2015 des coffrets beauté nommés « Beautiful Box »</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon par imitation de la marque <i>Biotyfull Box</i> : oui, car identité des produits et services et similitude des signes de la marque <i>B Beautiful Box</i> créant un risque de confusion, renforcé par la réservation du nom de domaine <beautiful-box.com> • Nullité de la marque <i>B Beautiful Box</i> : oui mais partielle, atteinte à la marque <i>Biotyfull Box</i> établie pour certains produits et services • Concurrence déloyale : non, à défaut de faits distincts • Interdiction à la sté Auféminin de poursuivre l'usage des termes « Beautiful Box » : oui, y compris du nom de domaine <beautiful-box.com>, sauf à y adjoindre les termes « by Auféminin » sous astreinte de 300€ par jour de retard • D&I : oui, 20 000 € pour banalisation de la marque lors de la contrefaçon par imitation • Publication : oui, par un communiqué judiciaire résumant le dispositif de la décision • Exécution provisoire : oui - Demande reconventionnelle : • Nullité de la marque <i>Biotyfull Box</i> en raison de l'antériorité du signe « Beautiful by Auféminin » : non, car faible similitude des signes et différence des activités exploitées
<p>TGI Paris, 3^e ch., 3^e sect., 25 mai 2018 n°17/08183</p>	<p>- Sté Belron Hungary KFT Marque de l'Union européenne semi-figurative <i>Carglass</i> (2012) Marque <i>Carglass</i> (1989) - Sté Carglass SAS</p>	<p>Sté L.U.D.Y.J.A.N. Auto SARL www.pare-brise-pierrefitte.fr</p>	<p>Les stés demanderesse font partie du groupe Belron, qui exerce une activité mondiale de réparation et remplacement de vitrages de véhicules. Ses marques sont exploitées en France et font l'objet de larges campagnes publicitaires. La sté L.U.D.Y.J.A.N. Auto est spécialisée dans une activité similaire de réparation et remplacement de vitrage automobile. Elle utilise les signes « Glass Car », « Glasscar » et « Glass Car System Pare-brise Auto » sur son site internet, dans le cadre d'annonces Google AdWords comme mots-clés de référencement et sur un grand panneau</p>

			<p>publicitaire. L'annonce accessible suite à une requête « Car Glass » sur Google était « au nom de Glass Car à Pierrefitte-Remplacement et réparation » et renvoyait vers le site www.pare-brise-pierrefitte.fr.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon des marques : oui, les produits et services ainsi que les signes sont similaires, risque de confusion, renforcé par la renommée des marques en France • Concurrence déloyale : oui, la similarité entre les signes crée un risque de confusion, l'usage de ces termes porte atteinte à la dénomination sociale de la sté Carglass et a été fait en toute connaissance de cause • Interdiction de poursuivre les agissements : oui, sous astreinte de 100€ par infraction constatée et jour de retard • D&I : oui, 20000€ pour la contrefaçon et 8000€ pour la concurrence déloyale • Publication : non • Exécution provisoire : oui
--	--	--	--

<p>CA Paris, 1^e ch., 5 juin 2018 n°16/18009</p>	<p>- M.X (associé depuis 2004 de la sté de fait SDF Propuls) Nom commercial et enseigne Propuls' (1993) <propuls.fr> (1999) - M.Y (associé depuis 2004 de la sté de fait SDF Propuls) (1999) devenue SAS Propuls' (2015)</p> <p>Demandeurs en 1^{re} instance</p>	<p>SARL Propulse (2008) Marque <i>Propulse</i> <i>Accélérateur de Réussite</i> (2010) Marque semi-figurative <i>Propulse & vous !</i> (2013) <propulse-coaching.fr> (2011)</p>	<p>Activité concurrente de conseil aux entreprises, plus précisément de coaching pour la SARL Propulse</p> <p>- TGI : demandes irrecevables Demande reconventionnelle : non -CA : infirmation partielle</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recevabilité des demandes : oui, les demandeurs sont recevables à agir pour la défense du nom commercial et de l'enseigne « Propuls » en leur nom personnel et en leur qualité d'associé de la société de fait SDF Propuls, preuve de la réservation de <propuls.fr>, de sa maintenance et de son exploitation par deux constats d'huissier • Contrefaçon : non, pas de preuve du risque de confusion, usage courant du terme « Propuls » en matière de services aux entreprises, le public visé est un public de professionnels qui est « attentif » aux différences entre les signes • Concurrence déloyale : non, à défaut de preuve d'une activité effective de coaching, qui est l'activité de la SARL Propulse, pas de preuve de la situation de concurrence
<p>CA Aix-en-Provence, 8^e ch. B, 14 juin 2018 n°17/03865</p>	<p>EURL Face Sud (1989) Logo « Face Sud » Marque expirée semi-figurative en couleurs <i>Face Sud</i> (1992, non renouvelée) <facesud.fr> (2000) <facesud.com> (2009)</p> <p>Demandeur en 1^{re} instance Appelant Demandeur au pourvoi</p>	<p>- SCM Face Sud (2006) Nom commercial « Face Sud » Marque semi-figurative en couleurs <i>facesud Escalade-Canyoning-Via Ferrata</i> (2007) - SARL Face Sud Organisation (2008) <face-sud.com> (2006) www.face-sud.com</p>	<p>EURL Face Sud exerce une activité de travaux acrobatiques rassemblant tous les travaux faits en hauteur comme l'installation d'antennes, l'élagage etc. La SCM Face Sud a une activité d'escalade, canyoning, via ferrata et stages sportifs et la SARL Face Sud Organisation, créée par les mêmes associés, organise des prestations sportives incluant notamment des séminaires, des stages et l'achat et la vente d'équipement sportifs.</p> <p>- TGI : débouté de l'action en nullité de la marque <i>Facesud Escalade-Canyoning-Via Ferrata</i> pour atteinte à un droit d'auteur antérieur sur le logo, débouté sur la concurrence déloyale et sur la demande reconventionnelle pour procédure abusive</p> <p>- CA : confirme</p> <p>- Cassation : cassation partielle, défaut de motivation de la décision de rejet de la demande en nullité de la marque <i>facesud Escalade-Canyoning-Via Ferrata</i> pour atteinte à un droit d'auteur antérieur sur le logo et la demande en concurrence déloyale pour usurpation du nom de domaine <facesud.fr>, défaut de motivation de la décision de rejet des demandes formées au titre de la</p>

			<p>concurrence déloyale, « sans s'expliquer sur l'usurpation invoquée du nom de domaine « facesud.fr » de l'EURL par la réservation et l'exploitation du nom de domaine « face-sud.com »</p> <p>- CA de renvoi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nullité de la marque <i>facesud Escalade-Canyoning-Via Ferrata</i> pour atteinte à un droit d'auteur antérieur sur le logo : non, car le logo n'est pas original et donc pas protégé au titre du droit d'auteur, outre que la marque n'en reproduit pas les éléments caractéristiques • Concurrence déloyale et parasitaire pour usurpation des noms de domaine <facesud.fr> et <facesud.com> par <le nom de domaine <face-sud.com : non, les activités sont totalement différentes, ce qui exclut tout risque de confusion <p>- Demande reconventionnelle en procédure abusive : non, à défaut de preuve de mauvaise foi ou d'intention de nuire</p>
<p>CA Rennes, 3^e ch. com., 19 juin 2018 n°16/05806</p>	<p>SARL Immostore (1993) Marque semi-figurative en couleurs <i>Immostore Solutions Informatiques pour l'Immobilier</i> (2010) <immostore.com> (2008)</p> <p>Demandeur en 1^{re} instance</p>	<p>SAS Muth Immobilier (2013) <immosto.fr> <immostore-alsace.fr> Usage terme « Immostore » sur les réseaux sociaux ou pour le fonctionnement d'applications</p>	<p>La SARL Immostore fournit des logiciels de gestion et des solutions web aux professionnels du secteur de l'immobilier. La SAS Muth Immobilier est une agence immobilière qui utilise les noms de domaine <immostore.fr> et <immostore-alsace.fr> pour se référencer, « ainsi que le terme " Immostore" sur les réseaux sociaux ou pour le fonctionnement d'applications ». Elle déclare avoir cessé d'utiliser <immostore-alsace.fr></p> <p>- TGI: débouté sur la contrefaçon et la concurrence déloyale et parasitaire, ainsi que sur les demandes reconventionnelles en déchéance de la marque <i>Immostore</i>, et en condamnation pour procédure abusive</p> <p>- CA : infirmation partielle</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de la marque <i>Immostore</i> : non, car la marque opposée a été déchue pour les services de l'immobilier de la classe 36 et l'activité exercée est distincte des services des classes 9, 38 et 42, outre le caractère peu distinctif du terme « Immostore » • Concurrence déloyale et parasitaire : non, car les clientèles étant différentes, clientèle professionnelle pour la sté Immostore et clientèle de « particuliers, voire de personnes morales » pour la sté Muth Immobilier, pas de preuve « d'une notoriété telle que la sté Muth Immobilier ait été tentée de se placer dans son sillage dans le cadre de sa propre activité d'agent immobilier », terme « Immostore » peu distinctif <p>- Demande reconventionnelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Déchéance de la marque <i>Immostore</i> pour les produits et services de classe 36 : oui, à défaut de preuve d'usage sérieux au sens d'une exploitation effective, l'usage pour des « solutions informatiques en matière de gestion immobilière » ne vaut pas usage pour les services de la classe 36
<p>CA Aix-en-Provence, 2^e ch., 21 juin 2018 n°15/19529</p>	<p>- SAS Monreseau-Immo.com (2012) Marque semi-figurative <i>Monreseau-immo.com</i> (2012) <capi-france.fr> et <capi-france.com> (2012) <monreseau.immo.com> et <monreseau-immo.fr> (2012)</p>	<p>- SAS Capi (2002) Marque <i>Immo Reso</i> (2009, transférée à la SAS Capi en 2010) Marque <i>CapiFrance</i> (2007) Marque <i>Capi</i> (2007) Marques <i>Capi centre d'Affaires des Professionnels</i></p>	<p>Activité concurrente d'agence immobilière, M. T. D. a été membre du réseau CAPI de 2011 à 2012, il a créé la sté Monreseau-Immo.com en 2012, sous un nom qui reprend les marques de la sté Capi</p> <p>TGI : ordonnance sur requête ordonnant une saisie conservatoire et faisant injonction de cesser les actes contrefaisants, notamment d'exploiter le site www.monreseau-immo.com, mesures confirmées dans le cadre d'une procédure de référé rétractation, mesure de saisie conservatoire de 50 000 € pratiquée le 8 févr. 2013, assignation en mainlevée devant le JEX du TGI de Nice, qui s'est déclaré incompétent au profit du TGI de Marseille.</p>

	<p>Site www.monreseau-immo.com Groupe Facebook Monreseau-immoCom (2012) - Sté Monreseau-immo.partners (2012)</p>	<p>de l'Immobilier et Centre d'Affaires des professionnels de l'Immobilier (2011) Marque <i>Monreseau-immo.com</i> Marque <i>monreseau-immo</i> Marque <i>Mon réseau immo</i> (2012) <immoreseau.fr> <immo-reso.fr> <immo-reso.com> <immoreso.fr> <immo.com> (2011) Site www.immo-reso.fr (2014) Demandeur en 1^{re} instance - SARL Immobilière de Roseland (1999) - M. T. D. (a été dans le réseau CapiFrance en 2011 et 2012 - M. F.G. - M. E. C. - Défendeurs en 1^{re} instance</p>	<p>- Assignation au fond : jonction avec la procédure de mainlevée de la saisie conservatoire, rejet de la demande de mainlevée, contrefaçon de marque, concurrence déloyale et parasitaire, D&I 20 000 € pour contrefaçon, 5 000 € pour concurrence déloyale et parasitaire, 10 000 € au titre du préjudice moral causé par la déloyauté, cessation des agissements sous astreinte de 500 € par jour de retard, exécution provisoire - CA : confirme partiellement • Nullité de la marque <i>Immo Reso</i> de Capi pour défaut de distinctivité : non • Déchéance de la marque <i>Immo Reso</i> de Capi : non, car preuves d'usage sur le site www.immo-reso.fr mis en ligne en 2014 • Nullité des marques <i>Monreseau-immo.com</i>, <i>Monreseau-immo</i> et <i>Mon réseau immo</i> de la sté Capi pour violation des droits de la SAS Monreseau-Immo.com : non, à défaut de preuve de droits antérieurs, la page Facebook a été créée après le dépôt des marques. La création du compte Facebook avant le dépôt des marques est le fait de M.T.D. et ne caractérise pas un usage de « Mon réseau-immo.com » à titre de nom commercial • Dépôt frauduleux des marques <i>Monreseau-immo.com</i>, <i>Monreseau-immo</i> et <i>Mon réseau immo</i> de la sté Capi : non, pas de preuve • Contrefaçon de la marque <i>Immo Reso</i> de la sté Capi : oui • Contrefaçon des marques <i>Monreseau-immo.com</i>, <i>monreseau-immo</i> et <i>Mon réseau immo</i> la marque <i>Immo Reso</i> de la sté Capi : oui • Contrefaçon des marques <i>CapiFrance</i>, <i>Capi centre d'Affaires des Professionnels de l'Immobilier</i> et <i>Centre d'Affaires des professionnels de l'Immobilier</i> et <i>Capi</i> de la sté Capi par les noms de domaine <capi-france.fr> et <capi-france.com> : non, car pas exploités et restitués • Concurrence déloyale par la sté Capi : non • Contrefaçon de droit d'auteur de M. T. D. sur la formulation de son concept, par la sté Capi : non, à défaut de preuve • Réévaluation des D&I : 100 000 € pour la contrefaçon et 50 000 € pour la concurrence déloyale</p>
<p>CA Aix-en-Provence, 2^e ch., 21 juin 2018 n°15/22132</p>	<p>- Association Union des Français et européens expatriés (2010) - M.X Marque <i>UFE PACA</i> (2012) déposée en son nom personnel <ufepaca.org> (2009) <ufee.eu> (2011) réservé au nom de l'entreprise dont il est le gérant</p>	<p>- Association Union des Français de l'étranger UFE (1927) Marque <i>Union des Français de l'Etranger</i> (2001) Marque figurative <i>UFE</i> (2010) Marque <i>Union des Français de l'Etranger Représentation de Provence Côte d'Azur (UFE PACA)</i> (2012) <ufe.org> (1998) Revue « La voix de la France » Demandeur en 1^{re} instance - Association Union des Français de l'étranger</p>	<p>L'ancien président d'une association reconnue d'utilité publique crée une association similaire après la fin de son mandat - TGI : action non prescrite, contrefaçon, D&I 10000€, interdiction d'usage du signe UFE sous astreinte de 500€ par infraction constatée, radiation du nom de domaine <ufepaca.org> sous astreinte de 500€ par jour de retard, transfert de la propriété de la marque <i>UFE PACA</i>, transmission à l'INPI pour inscription au registre, pas de concurrence déloyale, rejet des demandes reconventionnelles, exécution provisoire - CA : confirme • Fin de non-recevoir pour prescription de l'action de l'Association Union des Français de l'étranger : non représentation de la région PACA : oui, car elle revendique des droits sur les signes en litige • Dépôt frauduleux de la marque <i>UFE PACA</i> : oui, le demandeur connaissait les droits antérieurs du défendeur, avec lequel il était en conflit, et voulait ainsi entraver son activité • Contrefaçon : oui, risque de confusion car reprise des termes à l'identique et identité/similarité des produits et services • Concurrence déloyale : non, les faits invoqués ne sont pas distincts de ceux invoqués au titre de</p>

		représentation de la région PACA (UFE PACA) (1991) Intervenant volontaire en appel	la contrefaçon • Radiation du nom de domaine : oui
TGI Paris, 3 ^e ch., 4 ^e sect., 21 juin 2018 n°16/11701	- Sté MCE Marque <i>La Biosthetique</i> (1976, cl. 3, 5 et 44) Marque internationale visant l'Union européenne <i>La Biosthetique</i> (2004, cl. 3 et 44) Marque de l'Union européenne <i>La Biosthetique Paris</i> (2006, cl. 3 et 44) Nom commercial « La Biostehtique International » - Sté La Biosthetique Marcel Contier <labiosthetique.fr> (2006) <i>www.labiosthetique.fr</i> - Sté Laboratoire Biosthetik Kosmetic GmbH&Co (de droit allemand) <labiosthetique.com>	Sté Biosthetic (2013) Nom commercial "Biosthetic Advanced Technology" Signe semi-figuratif « Biosthetic » <biosthetic.fr> (2013) <i>www.biosthetic.fr</i>	Les sociétés demanderesse font partie du groupe La Biosthetique Internationale, qui crée des produits d'hygiène et de cosmétique essentiellement pour les cheveux, vendus surtout aux salons de coiffures, au niveau national et international. La Sté Biosthetic exerce dans le même secteur de l'esthétique une activité plus générale de vente de produits cosmétiques et esthétiques sur Internet • Contrefaçon par imitation : non, à défaut de similarité entre les produits comparés, d'une part la vente d'appareils d'aminicissement, anti-âge et d'épilation, l'usage de ces machines et les sérums associés, d'autre part les produits et services pour la coiffure, donc pas de risque de confusion • Concurrence déloyale pour atteinte au nom commercial « La Biostehtique International » et aux noms de domaine <labiosthetique.fr> et <labiosthetique.com> par la dénomination sociale, le nom commercial et le nom de domaine mis en cause : non, car absence d'un risque de confusion sur l'origine commerciale des produits en cause - Demandes reconventionnelles : • Rejet de pièces pour défaut de traduction en français : oui, pour la pièce en grec non traduite • Nullité des marques des demanderesse : oui, nullité partielle en classes 3, 5 et 44 à défaut de distinctivité intrinsèque, « biosthétique » étant une indication de qualité ne pouvant être adoptée comme marque et la distinctivité du fait de l'usage pour seulement une partie des produits et services concernés. Les marques sont validées du fait de leur usage ancien et intensif, soit pour les produits esthétiques et huiles pour la chevelure en cl. 3 et pour les services de coiffure en cl. 44 • Déchéance des marques pour dégénérescence : non, pas de preuve de l'emploi usuel et générique du terme « biosthétique » par le public • Procédure abusive : non, car pas de preuve d'une intention de nuire ou d'une légèreté blâmable et préjudice pas établi • D&I : non • Exécution provisoire : non
CA Paris, pôle 5, 2 ^e ch., 29 juin 2018 n°17/06914	SAS Textiles Granges-sur-Vologne Signe « Fil Blanc Home Collection » Signe « Fil Blanc Verso » Marque semi-figurative <i>Fil blanc Home Collection</i> (2014) <fil-blanc.fr> Défendeur en 1 ^{re} instance	SAS France Biotex Marque <i>Collection fil blanc</i> (2003) Marque semi-figurative <i>Fil Blanc Collection</i> (2015)	La sté France Biotex achète, vend et fabrique des articles pharmaceutiques et orthopédiques, et plus généralement des articles nécessaires au confort de l'homme, notamment son confort médical. Elle a acquis en 2014 le fonds de commerce d'une sté Omnium, devenant titulaire de la marque <i>Collection fil blanc</i> . Elle a découvert que la sté Textiles Granges-sur-Vologne commercialisait du linge de maison sous les signes « Fil Blanc Home Collection » et « Fil Blanc Verso » et était titulaire de la marque <i>Fil blanc HOME COLLECTION</i> - TGI : valide la marque <i>Collection fil blanc</i> , annule la marque <i>Fil blanc HOME COLLECTION</i> pour atteinte aux droits antérieurs de la sté France Biotex, contrefaçon de la marque <i>Collection fil blanc</i> par les signes « Fil Blanc Home Collection » et « Fil Blanc Verso », interdiction d'usage des signes contrefaisants sous astreinte de 200 € par infraction pendant 4 mois, radiation du nom de domaine <fil-blanc.fr> pour contrefaçon des marques <i>Collection fil blanc</i> et <i>Filblanc Collection</i>

			<p>sous astreinte de 500€ par jour de retard pendant 6 mois, pas de retrait et de rappel des circuits commerciaux, D&I : 80 000 € pour le préjudice matériel et 20 000 € pour le préjudice moral, exécution provisoire. Rejet des demandes reconventionnelles en revendication de la marque <i>Collection fil blanc</i>, en annulation de la marque <i>Fil Blanc Collection</i> pour atteinte aux droits antérieurs</p> <ul style="list-style-type: none"> - CA : confirmation, sauf sur la publication qui est accordée en appel • Confirme le rejet des demandes reconventionnelles formées en 1^{re} instance à défaut de pouvoir revendiquer des droits antérieurs au titre de la dénomination sociale, du nom commercial et de l'enseigne de la société Le fil Blanc rachetée par la SAS Textiles Granges-sur-Vologne, puisque la société Le Fil Blanc a été dissoute • Contrefaçon par imitation des marques <i>Collection fil blanc</i> et <i>Fil Blanc Collection</i> du fait du dépôt de marque et de l'exploitation des signes « Fil blanc Home Collection », « Fil blanc » et « Fil Blanc Verso » et de l'exploitation du nom de domaine <fil-blanc.fr> : oui, car identité des produits et similarité des signes créant un risque de confusion • Nullité de la marque <i>Fil blanc Home Collection</i> : oui • Interdiction d'exploitation : oui • Rappel des circuits commerciaux : non, car la mesure d'interdiction est suffisante • D&I : oui, 80 000 € pour le préjudice matériel et 20 000 € pour le préjudice moral • Publication : oui
<p>CA Paris, pôle 5, 2^e ch., 29 juin 2018 n°17/10833</p>	<p>- SARL Christian Pousset Conseil (2014) Marque semi-figurative <i>PeopletoPeople</i> (2014) Marque semi-figurative <i>PeopletoPeople</i> (2014) Marque semi-figurative <i>PeopletoPeopleDigitalLearning</i> (2014) - SAS Christian Pousset &Partners (2007) <people2people.fr> (2014) <thepeopletopeoplegroup> (2016) <i>www.thepeopletopeoplegroup.com</i> - SAS Christian Pousset Institute (2012)</p>	<p>SARL People to People (2003) Nom commercial "People to People" Signe "P2P" <peopletopeople.fr> (2004) Demandeur en 1^{re} instance</p>	<p>Activités similaires de conseil en gestion des ressources humaines, recrutement, formation, marketing et management destinés aux dirigeants d'entreprises</p> <ul style="list-style-type: none"> - TGI : nullité partielle des marques des défendeurs, concurrence déloyale pour atteinte à la dénomination sociale, au nom commercial et au nom de domaine de la sté People to people, pas de parasitisme et de pratiques commerciales trompeuses, D&I 20000€ pour concurrence déloyale, interdiction d'usage des noms de domaine <people2people.fr> et <thepeopletopeoplegroup> pour des activités similaires et de l'expression « People To People » sur leur site internet et dans leurs communications externes sous astreinte de 100 € par jour de retard pendant 3 mois, pas de transfert des noms de domaine - CA: confirme, et statue à nouveau sur l'interdiction • Nullité des marques <i>PeopletoPeople</i>, <i>PeopletoPeople</i> et <i>PeopletoPeopleDigitalLearning</i> pour atteinte à la dénomination sociale : oui, car risque de confusion • Concurrence déloyale pour atteinte à la dénomination sociale, au nom commercial et au nom de domaine <peopletopeople.fr> par l'usage des signes "PeopletoPeople" et les noms de domaine <people2people.fr> et <thepeopletopeoplegroup> pour une activité identique ou similaire : oui, car activités similaires et risque de confusion • Interdiction d'usage : oui, interdiction d'usage pour des activités similaires des noms de domaine <people2people.fr> et <thepeopletopeoplegroup> et de l'expression « People To People » sur le site internet et dans les communications externes, sous astreinte de 100€ par jour de retard pendant 3 mois • D&I : oui, 20 000 € pour concurrence déloyale Appel incident en procédure abusive : rejeté

<p>CA Paris, Pôle 1, 2^e ch., 5 juill. 2018 n°17/18968</p>	<p>SASU F2N <le-meilleur-syndic.com> Site <i>www.le-meilleur-syndic.com</i></p> <p>M.X.</p>	<p>SAS Meilleur Syndic Marque <i>Meilleur Syndic</i> (acquise à la Sté 2MBSI en 2011, inscription au Registre national des marques auprès de l'INPI en 2017)</p> <p>Demandeur en 1^{re} instance</p>	<p>Utilisation par la SASU F2N du nom de domaine <le-meilleur-syndic.com> et du signe « Le Meilleur Syndic » pour une activité concurrente. Mise en ligne temporaire d'un article par SAS Meilleur Syndic sur l'ordonnance de référé rendue sur sa demande</p> <ul style="list-style-type: none"> - Référé : Contrefaçon vraisemblable de la marque <i>Meilleur Syndic</i>, interdiction provisoire d'usage comme nom de domaine et sur le site <i>www.le-meilleur-syndic.com</i>, sous astreinte provisoire de 150€ par jour de retard pendant 90 jours - Pas d'action au fond dans le délai légal - CA : infirme l'ordonnance de référé • Annulation des mesures provisoires : oui, à défaut d'action au fond dans les délais impartis • Provision sur D&I, au titre du préjudice subi du fait de l'article publié : non, pas de preuve d'une attitude abusive ou malhonnête
<p>TGI Paris, 3^e ch., 3^e sect., 13 juill. 2018 n°17/02016</p>	<p>- Mme X Demande de marque <i>Lovely Family</i> (cl. 16, juin 2016) <lovelyfamily.fr> (2014) <i>www.lovelyfamily.fr</i> (créé en nov. 2014, exploité en janv. 2015) Page sur Facebook depuis décembre 2014 - Sté Lovely Family Photography SAS (2015)</p>	<p>- Sté Lovely Family SAS (mars 2016) Marque <i>Lovely family</i> (cl. 9, 16, 35, 38, 41, 42, 44, février 2016) Marque de l'Union européenne <i>Lovely Family</i> (cl. 9, 16, 35, 38, 41, 42, 44, juillet 2016) <lovelyfamily.co> (février 2016) - Mme.Y (déposante de la marque <i>Lovely family</i> en février 2016 pour le compte de la sté Lovely Family alors en formation)</p>	<p>Mme X est une photographe pour les particuliers et les entreprises, spécialisée dans les photographies de mariage, famille et d'enfants qui a développé son activité dès 2014 sous la dénomination « Lovely Family Photography ». La sté Lovely Family, qui édite des logiciels applicatifs, a formé opposition à sa demande de marque <i>Lovely Family</i>. Mme X l'a alors assignée en nullité partielle de ses marques <i>Lovely Family</i>, auxquelles la sté Lovely Family a renoncé partiellement en 2017 aux produits et services en relation avec la photographie.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nullité de la marque de l'Union européenne <i>Lovely family</i> : la demande ne peut prospérer car pas développée ni reprise dans les écritures des demandeurs • Nullité de la marque française <i>Lovely family</i> pour atteinte à la dénomination sociale : non, car similitude des signes mais les produits en cause après le retrait partiel ne sont ni similaires ni identiques à l'activité de photographie de la Lovely Family Photography, d'où l'absence de risque de confusion • Nullité de la marque française <i>Lovely family</i> pour atteinte au nom de domaine <lovelyfamily.fr> : non, car similarité des signes mais, suite à la renonciation partielle, produits distincts du domaine de la photographie, d'où l'absence de risque de confusion • Limitation de la marque française : non, sans objet du fait de la renonciation partielle faite auprès de l'INPI • Interdiction d'usage de la dénomination sociale et destruction des supports sous astreinte : non • Publication : non • Exécution provisoire : non

<p>TGI Paris, 3^e ch., 1^e sect., 6 sept. 2018 n°17/17474</p>	<p>SAS Cyrus Conseil (1989) Dénomination sociale Marque semi-figurative <i>Cyrus</i> (2008, retrait partiel en 2011 en classe 36) Marque <i>Cyrus Investissements</i> (2008, retrait partiel en 2011 en classe 36) Marque <i>Cyrus Conseil</i> (janvier</p>	<p>- SAS Cyrus Conseils et Gestion (décembre 2016) - SAS Cyrus Recouvrement (décembre 2016) - SAS Cyrus Immobilier et Syndic (décembre 2016) <cyrus-cg.fr></p>	<p>Activité concurrente de conseil en gestion de patrimoine, en investissements financiers et en gestion d'affaires.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Irrecevabilité des conclusions déposées par SAS Cyrus Conseil car elles n'ont pas été signifiées aux défenderesses, non représentées et donc défailtantes • Contrefaçon : oui, car reprise du terme CYRUS dans les dénominations sociales des défenderesses • Concurrence déloyale : non, à défaut de preuve d'un risque de confusion et d'un manque à gagner, pas d'élément sur une éventuelle usurpation du nom de domaine <cyrusconseil.fr> • Interdiction d'usage du signe « Cyrus » à titre de dénomination sociale ou à tout autre titre :
---	---	--	--

	2016) <cyrusconseil.fr>		oui, sous astreinte de 500€ par infraction constatée pour une durée de six mois <ul style="list-style-type: none"> • Modification des statuts des défenderesses : non, mesure qui découle de l'interdiction d'usage • D&I : 6000€, en réparation du préjudice moral subi du fait de la contrefaçon • D&I pour résistance abusive : non • Exécution provisoire : oui • Publication : non
CA Rennes, 3 ^e ch. com., 11 sept. 2018 n°16/01375	Boucherie Marcel SARL (1984) Marque <i>Marcel le roi de la merguez</i> (2011) Marque <i>Boucherie Marcel Maison Lasry</i> (2015) www.boucherie-marcel.com <boucherie-marcel.com> (1999)	SARL Dart Marque semi-figurative <i>M Boucherie Marcel Maison Lasry Le Roi de la merguez</i> (2004, non renouvelée) Marque <i>Marcel l'artisan</i> (2012) Marque semi-figurative <i>Marcel l'artisan le roi de la merguez</i> (2015) Demandeur en 1 ^e instance Appelant incident	La SARL Boucherie Marcel exploite une boutique et un laboratoire de charcuterie pour la vente en gros et demi-gros. Suite à sa mise en redressement judiciaire en 2009, elle a cédé en 2010 ce laboratoire avec son enseigne, son nom commercial et sa marque semi-figurative <i>M Boucherie Marcel Maison Lasry Le Roi de la merguez</i> de 2004 à la SARL Marcel l'artisan, avec laquelle elle a passé une convention l'autorisant à utiliser « l'enseigne commerciale » « Boucherie Marcel Maison Lasry Le Roi de la merguez ». Cette autorisation devait bénéficier à son successeur en cas de cession. En 2011, la sté Marcel l'artisan a été mise en liquidation judiciaire et en 2012, elle a cédé une partie de son fonds de commerce incluant l'enseigne, le nom commercial et la marque à la SARL Dart, qui a déposé deux nouvelles marques <ul style="list-style-type: none"> - Opposition à la demande d'enregistrement <i>Marcel le roi de la merguez</i> (2011) : rejet - Référé (2015) : injonction de fermer le site www.boucherie-marcel.com et de retirer la mention « Boucherie Marcel le roi de la merguez » de la devanture et d'une camionnette - TGI (2016) : rejet de la demande reconventionnelle en déchéance, caducité de la marque <i>M Boucherie Marcel Maison Lasry Le Roi de la merguez</i> depuis 2014, à défaut de renouvellement, débouté sur la concurrence déloyale, D&I de 50 000€ pour la contrefaçon entre 2012 et 2014, transfert de la marque <i>Boucherie Marcel Maison Lasry</i> à la SARL Dart et interdiction de son usage - CA : infirme • Déchéance de la marque <i>M Boucherie Marcel Maison Lasry Le Roi de la merguez</i> : irrecevable car la sté Dart est subrogée dans les droits de la sté Marcel Artisan, qui l'avait acquise de la SARL Boucherie Marcel, de plus l'usage de la marque sous une forme modifiée ne lui enlevant pas son caractère distinctif a été retenu • Caducité de la marque <i>M Boucherie Marcel Maison Lasry Le Roi de la merguez</i> : oui, marque non renouvelée • Contrefaçon de la marque : non, car utilisation des éléments verbaux, sans la partie figurative, usage comme nom commercial, pas d'atteinte à la fonction d'origine ni de risque de confusion, usage selon l'accord de 2010 et l'art. L713-6 CPI • Revendication de la marque <i>Boucherie Marcel Maison Lasry</i> : non, car pas de preuve d'un dépôt frauduleux et pas de droit particulier de la sté Dart sur ces termes, elle n'a d'ailleurs pas renouvelé la marque de 2004 • Concurrence déloyale : non, car Boucherie Marcel SARL « a le droit d'enregistrer un nom de domaine correspondant à son nom commercial » et pas de preuve de non-respect de la convention de 2010 • D&I : non • Publication : non - Demandes reconventionnelles : <ul style="list-style-type: none"> • Nullité de la marque <i>Marcel l'artisan le roi de la merguez</i> : non, car la sté Boucherie Marcel n'a

			<p>pas de droits antérieurs</p> <ul style="list-style-type: none"> • Procédure abusive : non, car pas de preuve d'une intention de nuire
<p>TGI Paris, 3^e ch., 3^e sect., 14 sept. 2018 n°17/07056</p>	<p>Sté Pandora A/S (de droit danois) (1982) Marque internationale <i>Pandora</i> (2013) <pandora.net> (1997) www.pandora.net/fr</p>	<p>Sté La boîte de Pandore SAS (2015) Dénomination sociale « La boîte de Pandore » Nom commercial « La boîte de Pandore » <pandore-shop.fr> (2015) Adresses mèls « ...@pandore-shop.fr »</p>	<p>Activités similaires de vente de bijoux en boutique et sur Internet.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de la marque <i>Pandora</i> du fait de l'usage du terme « Pandore » dans le logo de la sté La boîte de Pandore : non, car faible similitude des signes et identité partielle des produits et services, donc pas de risque de confusion • Contrefaçon de la marque <i>Pandora</i> du fait de l'usage du terme « Pandore » à titre de dénomination sociale et nom commercial : non, car absence de similitude entre la marque et les termes invoqués, donc pas de risque de confusion • Contrefaçon de la marque <i>Pandora</i> du fait de l'usage du terme « Pandore » comme nom de domaine et adresse mël : oui, car sans la mention « la boîte de... » la similitude des activités et des signes crée un risque de confusion • Concurrence déloyale et parasitaire : non, car si la réservation du nom de domaine <pandore-shop.fr> est fautive, pas de preuve du préjudice causé • Interdiction d'usage du nom de domaine <pandore-shop.fr> et des adresses mèls : oui, sous astreinte de 150 € par jour de retard • D&I : non, pas de preuve • Exécution provisoire : non
<p>CA Paris, pôle 5, 1^e ch., 18 sept. 2018 n°17/10026</p>	<p>SAS Les Editions Neressis (1975) Marque française <i>P.A.P. de particulier à particulier</i> (1988) Marque communautaire <i>PAP</i> (2008) <pap.fr> (1996) www.pap.fr</p> <p>Demandeur en 1^e instance, appelant, demandeur au pourvoi</p>	<p>- SARL Webmastore <papauto.com> www.webmastore.fr - SASU Mixad</p>	<p>La sté Les Editions Neressis édite une revue d'annonces immobilières « De particulier à particulier ». Elle a constaté l'exploitation du signe « PAP » sur un site internet présentant des petites annonces automobiles et exploité sous le nom de domaine <papauto.com>. Les conditions d'utilisation de ce site sont celles de la sté Mixad, qui traite, héberge et diffuse du contenu internet, et qui a désigné la sté Webmastore comme titulaire dudit nom de domaine. Cette dernière est une agence de communication créant des sites internet et boutiques en ligne</p> <p>- TGI : sté Mixad hors de cause et rejet des demandes contre elle, parasitisme causé par l'exploitation du nom de domaine <papauto.com> par la sté Webmastore qui porte atteinte au nom de domaine <pap.fr>, rejet du surplus des demandes, interdiction de réserver ou utiliser tout nom de domaine avec le terme « pap » sous astreinte de 150 € par infraction constatée, D&I 10 000 €, pas de publication, exécution provisoire</p> <p>- CA : infirme en rejetant la demande au titre du parasitisme, confirme la mise hors de cause de la sté Mixad et le rejet des demandes au titre de l'atteinte à la marque <i>P.A.P. de particulier à particulier</i> et de la contrefaçon de la marque <i>PAP</i></p> <p>- Cass : casse et annule sur le rejet des demandes au titre de la contrefaçon de la marque <i>PAP</i> et du parasitisme, met hors de cause la sté Mixad</p> <p>- CA de renvoi : confirme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de la marque <i>PAP</i> par « PAPauto » et <papauto.com> : non, car les différences de signes ne sont pas compensées par la complémentarité relative des services, donc risque de confusion non établi • Contrefaçon de la marque <i>PAP de particulier à particulier</i> : non, car le 1^e arrêt de CA est définitif, cette disposition n'ayant pas fait l'objet du pourvoi • Parasitisme : le jugement du TGI à ce titre est devenu définitif car l'appel a été limité au montant des D&I, demande d'augmentation de 10 000 € non justifiée

<p>CA Aix-en-Provence, 2^e ch., 27 sept. 2018 n°16/02838</p>	<p>SAS Extesio (2009, dénommée Externali jusque 2013) Nom commercial « Externali » (depuis 2009) Marque <i>Externali</i> (février 2012) <externali.com> (2004, exploité depuis 2009)</p>	<p>- M.X (gérant de LVEH) Marque semi-figurative en couleur <i>Externali Ressources humaines</i> (2007) <externali.fr> (2004) - EURL LVEH Enseigne Externali Licence de la marque <i>Externali Ressources humaines</i> Demandeur en 1^{re} instance</p>	<p>• Publication : non</p> <p>M.X effectue des prestations dans le domaine du commerce de management et de la gestion de ressources humaines, activité pour l'exercice de laquelle il a concédé une licence de la marque <i>Externali Ressources humaines</i> à la sté EURL LVEH. Ils ont constaté début 2012 qu'une sté Externali exploitait un site internet sous la dénomination « Externali » et exerçait des activités similaires. Cette société a ensuite déposé la marque <i>Externali</i> et a changé sa dénomination sociale pour Extesio en 2013.</p> <p>- TGI : déchéance partielle pour défaut d'usage sérieux de la marque <i>Externali Ressources humaines</i>, fait droit à la revendication de la marque <i>Externali</i>, contrefaçon au titre de la marque <i>Externali</i>, pas de concurrence déloyale et parasitaire, transfert du nom de domaine <externali.com>, D&I 10000€, pas de procédure abusive</p> <p>- CA : infirme, sauf sur la déchéance</p> <ul style="list-style-type: none"> • Déchéance de la marque <i>Externali Ressources humaines</i> : oui, partielle, confirme • Contrefaçon au titre de la marque <i>Externali</i> et du nom de domaine <externali.com> : non, à défaut de droits antérieurs opposables à titre de marque • Revendication de la marque <i>Externali</i> : non, à défaut de preuve de la fraude • Transfert du nom de domaine <externali.com> : non, à défaut de preuve de droits antérieurs opposables • Concurrence déloyale et parasitisme : non, à défaut de preuve d'un comportement fautif • Procédure abusive : non
<p>CA Aix-en-Provence, 2^e ch., 27 sept. 2018 n°18/03623</p>	<p>SAS Laboratoire de Dermo-Cosmétique Animale (2003) Marque française <i>Essential 6</i> (2008) Marque internationale désignant la France <i>Essential 6</i> (2009) Demandeur en 1^{re} instance</p>	<p>- SARL Vet Essentiel (2011) Marque française figurative <i>Vet Essentiel</i> (2009) - SCP Clinique Vétérinaire Lingostière Raige-Verger Roby NS Poitrenaud Martinez <vetessentiel.com> (2010) www.vetessentiel.com</p>	<p>La sté Laboratoire de Dermo-Cosmétique Animale commercialise des produits vétérinaires dermo-cosmétiques sous les marques <i>Essential 6</i>. La sté Clinique Vétérinaire Lingostière Raige-Verger Roby NS Poitrenaud Martinez a déposé la marque <i>Vet Essentiel</i> puis l'a cédée en 2011 à la sté Vet Essentiel, qui commercialise également des produits vétérinaires médicamenteux.</p> <p>- TGI : maintient la sté Clinique Vétérinaire Lingostière Raige-Verger Roby NS Poitrenaud Martinez dans la cause, déboute la sté Laboratoire de Dermo-Cosmétique Animale de ses demandes, débouté sur la procédure abusive</p> <p>- CA : confirme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mise hors de cause de la sté Clinique Vétérinaire Lingostière Raige-Verger Roby NS Poitrenaud Martinez : non, car a déposé la marque litigieuse <i>Vet Essentiel</i> et est titulaire du nom de domaine litigieux <vetessentiel.com> • Contrefaçon par imitation par la marque <i>Vet Essentiel</i> : non, car produits et services similaires ou identiques mais signes trop différents pour qu'il y ait un risque de confusion • Contrefaçon par le nom de domaine <vetessentiel.com> : non, car absence d'identité des termes et impressions d'ensemble ainsi qu'utilisations différentes • Concurrence déloyale : non, à défaut de faits distincts de ceux invoqués au titre de la contrefaçon de marque et pas de justification d'imitation de la présentation des produits ou de la communication <p>Appel incident en procédure abusive : non, confirme</p>
<p>TGI Paris, 3^e ch., 3^e sect., 28 sept. 2018 n°17/05390</p>	<p>SARL Visuapose (2013) Marque semi-figurative en couleur <i>Visuapose</i> (2013)</p>	<p>SARL Visual Deco (2016) Enseigne numérique en couleur</p>	<p>La sté Visuapose est spécialisée dans l'installation d'adhésifs et de signalétiques sur tous supports. La sté Visual Deco exerce une activité similaire de création et pose de visuels publicitaires, elle a modifié son logo en 2017 suite aux observations de la sté Visuapose sur</p>

	<visuapose.com> (2012) <visualpose.com> (2012) <i>www.visulapose.com</i>	<visualdeco.fr> (2016) <i>www.visualdeco.fr</i>	l'existence d'un risque de confusion entre les deux sociétés <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon : non, car les signes en conflit sont semi-figuratifs, pas de ressemblance visuelle, « similitudes phonétiques peu importantes » caractère peu distinctif des signes, pas de preuve du risque de confusion • Concurrence déloyale et parasitaire : non, car le nom de domaine <visualpose.com> opposé n'est pas exploité, absence de risque de confusion - Demande reconventionnelle • Nullité de la marque <i>Visuapose</i> : non, n'est pas descriptive car « constitue une construction sémantique inhabituelle » même si elle est évocatrice
--	--	--	--

TGI Rennes, 2 ^e ch. civ., 1 ^{er} oct. 2018 n°15/7395	Ariase Group (2015, devenue BeMOve) Marque <i>Les Artisans Déménageurs</i> (2009) <i>www.lesartisansdemenageurs.fr</i>	- M.X (gérant des stés GV communication et Picard Déménagement) - Sté GV communication - Sté Picard Déménagement <artisans-demenageurs.com> <i>www.artisans-demenageurs.com</i> (2010)	La sté Daily Call, a déposé la marque <i>Les Artisans Déménageurs</i> , et l'a exploité pour la mise en relation des internautes avec des stés de déménagement, <i>via</i> son site internet. Elle a fusionné avec une sté Ariase Forme en 2015, créant la sté Ariase Group. La sté GV communication a créé le site <i>www.artisans-demenageurs.com</i> , spécialisé dans l'organisation de déménagements, qu'elle a cédé à la sté Picard Déménagement <ul style="list-style-type: none"> - Fin de non-recevoir pour défaut de qualité à agir en contrefaçon : oui, à défaut de preuve de la titularité de la sté Ariase group sur la marque <i>Les Artisans Déménageurs</i> • Concurrence déloyale pour l'usage du nom de domaine <artisans-demenageurs.com> et du site internet correspondant : non, car activités identiques mais sites différents et fatigieux non distinctifs, donc pas de risque de confusion établi • Interdiction d'usage du nom de domaine <artisans-demenageurs.com> et des termes assimilables à la marque <i>Les Artisans Déménageurs</i> : non - Demande reconventionnelle en nullité de la marque <i>Les Artisans Déménageurs</i> : non examinée car présentée à titre subsidiaire de la fin de non-recevoir, qui a été retenue
CA Douai, 1 ^e ch., 2 ^e sect., 11 oct. 2018 n°17/05574	SA Happychic Marque <i>La Gentle Factory</i> (2013) Demandeur en 1 ^{re} instance	SARL Gentlemen's Factory Marque semi-figurative <i>We've got the savoir faire Gentlemen's Factory</i> (2014) <gentlemens-factory.com> <i>www.gentlemens-factory.com</i>	Activités similaires de vente de vêtements, de blousons en cuir et d'accessoires vestimentaires <ul style="list-style-type: none"> - TGI: rejet des demandes de la sté Happychic en nullité de la marque <i>We've got the savoir faire Gentlemen's Factory</i>, en interdiction d'usage de cette marque et du nom de domaine <gentlemens-factory.com> ainsi que de la dénomination sociale «Gentlemen's Factory» - CA: infirme • Nullité de la marque <i>We've got the savoir faire Gentlemen's Factory</i> pour imitation illicite de la marque <i>La Gentle Factory</i> : oui, car la similarité des produits et services et la proximité des signes créent un risque de confusion • Imitation illicite et atteinte à la marque <i>La Gentle Factory</i> par la dénomination sociale «Gentlemen's Factory» et le nom de domaine <gentlemens-factory.com> : oui, car la similarité des produits et services et la proximité des signes créent un risque de confusion • Interdiction d'utilisation de la marque, la dénomination sociale et du nom de domaine <gentlemens-factory.com> de la sté Gentlemen's Factory : oui, sous astreinte de 500 € par infraction constatée • D&I : non, car demande non chiffrée, pas de preuve de manque à gagner ni de gêne subie par la sté Happychic, ou de bénéfice de la sté Gentlemen's Factory • Publication : non

<p>TGI Paris, 3^e ch., 4^e sect., 11 oct. 2018 n°17/07929</p>	<p>Sté Village Candle Inc (de droit américain) Marque de l'Union européenne <i>Village Candle</i> (1999) Marque internationale <i>Village Candle</i> (2013) www.villagecandle.com</p>	<p>SARL Dupre Inc (2004) <villagecandle.fr> (2011) <villagecandle-europe.com> (2015) www.ambientedelamaison.fr</p>	<p>La sté Village Candle fabrique et commercialise des bougies parfumées haut de gamme qu'elle vend notamment sur Internet. La sté Dupre Inc vend divers produits dont des articles de décoration incluant des bougies et accessoires de bougies. Les deux stés ont conclu en janvier 2011 un contrat de distribution, résilié par la sté Village Candle en juillet 2011. En 2015 cette dernière a recontacté la sté Dupre Inc pour des pourparlers en vue d'un nouveau contrat de distribution, qui n'auraient pas abouti à un accord, ce que conteste la sté Dupre Inc</p> <ul style="list-style-type: none"> - Référé : interdiction d'exploitation des noms de domaine <villagecandle.fr> et <villagecandle-europe.com> - TGI : <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de marque : oui, à défaut d'accord suite aux pourparlers, l'usage des marques pour vendre des bougies sur Internet n'a pas été autorisé • Transfert des noms de domaine : oui, sous astreinte de 500€ par jour de retard, car ont été enregistrés et exploités sans autorisation du titulaire des marques <i>Village Candle</i> • D&I : oui, 6000€ pour préjudice moral, pas de preuve d'un préjudice économique • Exécution provisoire : oui <p>Demande reconventionnelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> • D&I pour rupture abusive du contrat de distribution conclu en 2015 : non, car ce contrat n'a jamais été conclu • D&I pour rupture brutale des pourparlers : non, à défaut de preuve d'une attitude fautive de la sté Village Candle Inc
<p>TGI Paris, 3^e ch., 1^e sect., 11 oct. 2018 n°17/10975</p>	<p>SA Kalidea (2001) Marque semi-figurative <i>C'KDO</i> (2014)</p>	<p>Sté Alter CE (2009) Marque semi-figurative <i>CBKADO</i> (2017) Marque <i>Opencado</i> (2018) <cbkado.com> (2016)</p>	<p>La sté Kalidea fournit des produits ou services au profit des comités d'entreprises. La sté Alter CE, dont le directeur général est un ancien salarié de la sté Kalidea, fournit des prestations de services dans le domaine des activités culturelles et sociales, elle commercialise notamment des cartes cadeaux rechargeables à destination des comités d'entreprises. Suite à une opposition à l'enregistrement de la marque <i>CBKADO</i> par la sté Groupement des cartes bancaires, titulaire de la marque <i>CB</i>, cette sté Alter CE annonce l'arrête de l'usage de la dénomination « Cbkado » et exploite désormais ce service sous la marque <i>Opencado</i>.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de la marque <i>C'KDO</i> : oui, du fait de l'utilisation du signe « CBKADO » en tant que marque au titre des services proposés et du nom de domaine <cbkado.com>, car services identiques et forte similitude des signes créant un risque manifeste de confusion • Concurrence déloyale et parasitaire : non, car pas de faits distincts de la contrefaçon établis et pas de preuve d'un manque à gagner, d'anciens salariés ont le droit de développer une activité concurrente • Interdiction d'utilisation du signe « CBKADO » : oui, même si l'usage a cessé, à titre conservatoire, notamment à titre de nom de domaine, pour prévenir le risque d'un nouvel agissement contrefaisant, sous astreinte de 500€ par infraction constatée pendant 6 mois • Radiation du nom de domaine <cbkado.com> : non • D&I : oui, 15000€ au titre du préjudice moral subi du fait de la contrefaçon, pas de preuve des conséquences économiques négatives de la contrefaçon • Exécution provisoire : oui
<p>TGI Paris, 3^e ch., 4^e sect., 25 oct. 2018</p>	<p>SARL Technisol Marque <i>Technisol</i> (2009)</p>	<p>Sté Resitech (précédemment Technisol-Résine) (2014)</p>	<p>La sté Technisol fabrique des chapes fluides et exerce une activité de couverture des sols et traitement des surfaces. Elle a découvert l'existence de la sté Technisol-Résine, proposant des</p>

<p>n°17/15859</p>	<p><technisol-france.fr> (2004)</p>	<p><technisol-resine.fr> (2014) <resitech> (2017) <i>www.technisol-resine.fr</i></p>	<p>produits et services similaires, et a envoyé une lettre de mise en demeure. Suite à cette lettre, la sté Technisol-Résine a changé de dénomination sociale, devenant la sté Resitech et a réservé un nouveau nom de domaine. La sté Technisol a voulu conclure un accord transactionnel prévoyant notamment une indemnité à son profit, la sté Resitech a refusé de le signer.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de marque : oui, car les produits sont similaires par complémentarité et les signes sont similaires • Concurrence déloyale : oui, du fait de l'atteinte à la dénomination sociale et au nom de domaine de la sté Technisol par l'usage du signe « technisol-résine » comme dénomination sociale du défendeur et par le maintien en vigueur du nom de domaine <technisol-resine.fr> laissant le site <i>www.technisol-resine.fr</i> accessible • Interdiction d'usage du signe « technisol-résine » : oui, sur le territoire français et sous astreinte de 150€ par jour de retard pendant 1 mois • Changement de dénomination sociale : demande sans objet car le changement a déjà eu lieu • Confiscation aux fins de destruction des supports papiers contenant le signe litigieux : non • Radiation du nom de domaine <technisol-resine.fr> : oui, sous astreinte de 150€ par jour de retard • D&I : oui, 6 000 € pour la contrefaçon et 6 000 € pour la concurrence déloyale • Publication : non • Exécution provisoire : oui
<p>TGI Paris, 3^e ch., 3^e sect., 26 oct. 2018 n°16/07672</p>	<p>SAS Jouvence (1982) Enseigne « France Combi » Marque <i>Mousti-kit</i> (1986) Marque <i>Moskitop</i> (1995) <i>www.moustikit.com</i> <i>www.moskitop.com</i> <i>www.francecombi.com</i></p>	<p>SARL Avosdim Usage des mots-clés « Moskitop » sur Bing et « MoustiKit » sur Google</p>	<p>La sté Jouvence est spécialisée dans la conception de volets roulants et moustiquaires, distribués via de grandes surfaces de bricolage et les sites <i>www.auchan.fr</i> et <i>www.amazon.fr</i>. La sté Avosdim est une de ses anciennes clientes, dont le gérant est un de ses anciens salariés. Cette sté commercialise une moustiquaire « Mousti'claire » présentant les mêmes caractéristiques que l'une de celle de la sté Jouvence. Elle met en ligne des photos et une vidéo des moustiquaires Jouvence sur son site. Elle utilise les marques de la demanderesse comme mots-clés sur les moteurs de recherche, en reprenant les marques dans le texte de ses annonces vers son site <i>www.avosdim.com</i>, et propose une moustiquaire de marque <i>Mousti-kit</i> sur son site en indiquant que ce produit est épuisé</p> <p>- Exception d'incompétence du TGI : irrecevable, car de la compétence exclusive du juge de la mise en état, devant lequel elle n'a pas été soulevée</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nullité du PV de constat sur Internet : non, car neutralité et absence de manipulation pour acheter le bien, l'assistance de l'huissier par un stagiaire du cabinet chargé de représenter la demanderesse, qui a acheté le bien « sous le contrôle permanent de l'huissier » • Retrait des débats de certaines pièces : non, car les pièces comptables contestées ont été validées par l'expert-comptable, « sont revêtues de son cachet », l'expert-comptable a fourni des attestations complémentaires • Concurrence déloyale : oui, car la reproduction à l'identique sans nécessité technique ou fonctionnelle est un comportement fautif contraire aux usages de la vie des affaires qui crée un risque de confusion, aggravé par l'utilisation injustifiée sur le site de la défenderesse des photos et vidéos de produits de la demanderesse • Parasitisme : non, pas d'évaluation des « frais exclusivement exposés » pour les produits <i>Moskitop</i> et <i>Mousti-Kit</i>

			<ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de marque : oui, les mots-clés « Moskitop » et « MoustiKit » reprenant les marques de la demanderesse renvoient à des liens commerciaux reprenant les marques, il y a donc atteinte à la fonction d'indication d'origine de la marque. L'exception de référence nécessaire est exclue du fait de la cessation antérieure des relations commerciales entre les parties • Marque d'appel et pratiques commerciales trompeuses : non, car le produit litigieux est épuisé sur le site de la sté Avosdim et pas d'altération du comportement économique du consommateur • Interdiction d'usage des termes « Mousti-kit » et « Moskitop » : oui, sous astreinte de 200€ par infraction constatée pendant 6 mois • D&I : oui, 10 000€ pour l'atteinte aux marques et 40 000€ en réparation du préjudice matériel • Publication : non • Exécution provisoire : non
TGI Paris, 3 ^e ch., 2 ^e sect., 26 oct. 2018 n°16/12819	- SAS O'Tacos Corporation (2015) Marque française semi-figurative <i>O'Tacos</i> (2014) Licence non exclusive d'utilisation de la marque <i>Gigatacos</i> (2015) Licence non exclusive d'utilisation de la marque <i>O'Tacos</i> (mars à juin 2015) - SARL OTaco's (2011) Marque française <i>O Tacos</i> (2013) Marque française <i>Gigatacos</i> (2014)	- SARL Afia www.chicken-night.com www.alloresto.fr - SAS SpeedTacos 95 <otacos95.fr> www.chicken-night.com www.alloresto.fr www.otacos95.fr	La sté O'Tacos Corporation a développé un réseau de franchises de restauration rapide. Elle est l'associée unique de la sté OTaco's par transmission universelle de son patrimoine en 2017, qui lui a cédé la marque semi-figurative <i>O'Tacos</i> en juin 2015. Les mentions légales des sites www.chicken-night.com et www.alloresto.fr vendant des tacos reproduisent la marque <i>O'Tacos</i> et désignaient la sté Afia, avant de désigner la sté SpeedTacos 95. Un nouveau site www.otacos95.fr redirigeant vers la page « chicken night » du site www.alloresto.fr a ensuite été créé par cette dernière sté. <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de marque : non, car demande imprécise, sans comparaison des signes en conflit et les deux impressions d'écran présentées sont insuffisamment probantes pour attester des usages mis en cause, outre qu'ils ne sont corroborés par aucun élément et ne sont pas issus d'un constat d'huissier • Concurrence déloyale : non, car demande fondée sur les mêmes pièces non probantes que celle de la contrefaçon, de plus pas de preuve du préjudice subi • Interdiction d'usage de la marque <i>O'Tacos</i> : non • D&I : non • Exécution provisoire : non

--	--	--	--

TGI Paris, 3 ^e ch., 1 ^e sect., 8 nov. 2018 n°17/07003	Sté Altair Lux Invest SA (de droit luxembourgeois) Marque semi-figurative <i>Thémaé</i> (2012) Marque de l'Union européenne <i>Thémaé</i> (2017) <themaefr> <themaecom>	- Association Planet Sanctuary CSI World Signes « thesmao » et thesmae Marque <i>Thésmao</i> (2017) <thesmaofr> <thesmaocom> <thesmaefr>	L'association Planet Sanctuary CSI World commercialise des thés, infusions bio et accessoires de thé afin de financer son activité de protection des écosystèmes. Elle a déposé la marque <i>Thésmao</i> en 2017, contre laquelle la sté Altair Lux Invest, qui commercialise des produits similaires sous ses marques <i>Thémaé</i> , a formé opposition avant de l'assigner en contrefaçon de marque et concurrence déloyale et parasitaire <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon ; oui, car la similarité et identité des produits ainsi que la similarité des signes créent un risque de confusion • Concurrence déloyale et parasitaire : non, car pas de faits distincts de la contrefaçon et pas de
---	---	---	---

		<p><thesmae.com> www.thesmae.com www.thesmao.com - M.X (président de l'association)</p>	<p>preuve de manque à gagner</p> <ul style="list-style-type: none"> • D&I au titre de la contrefaçon : oui, 10000€ pour préjudice moral, pas de preuve du préjudice économique • D&I pour procédure abusive du fait des demandes en déchéance de la marque <i>Thémaé</i> et en nullité des marques <i>Thémaé</i>: non, car c'est une demande reconventionnelle, elle ne peut donc pas être analysée comme un abus de droit • Interdiction d'usage des signes « thesmao » et thesmae » : oui, sous astreinte de 500€ par infraction constatée pendant 6 mois • Radiation de la marque <i>Thésmao</i> : non, car n'est pas enregistrée • Radiation des noms de domaine <thesmao.fr>, <thesmao.com>, <thesmae.fr> et <thesmae.com>: oui, sous astreinte de 100€ par jour de retard • Rappel des circuits commerciaux des produits « thesmao » et thesmae » : oui, sous astreinte de 500€ par infraction constatée pendant 6 mois • Destruction desdits produits : non • Publication : non • Exécution provisoire : oui <p>- Demande reconventionnelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Déchéance de la marque française <i>Thémaé</i> pour défaut d'usage sérieux : non, car preuve d'une exploitation sérieuse pour la vente de thés • Nullité des marques <i>Thémaé</i> : non, car peu importe que l'objet social de la sté Altair Lux Invest soit différent de la commercialisation des thés et pas de preuve de dépôt frauduleux
<p>TGI Paris, 3^e ch., 2^e sect., 9 nov. 2018 n°17/11709</p>	<p>SAS Gunnebo France Marque française <i>Fichet</i> (1987) Marque française semi-figurative <i>F</i> (1999) Marque française semi-figurative <i>Fichet F</i> (1997)</p>	<p>- SCP BTSG, prise en la personne de M. S. Gorrias, (mandataire liquidateur de la SARL Montpellier Dépannage) - SCP BTSG, prise en la personne de M. D. Gasnier, (mandataire liquidateur de la SARL Paris Toulouse Dépannage) - M. S. Douga (gérant des stés Montpellier Dépannage et Paris Toulouse Dépannage) - M. I. Abjouni - Mme K. Gosset (salarié de la sté Paris Toulouse Dépannage) <serrurierfichet.paris> - M. A. Tibi</p> <p>www.serrurierparis1pascher.com</p>	<p>La sté Gunnebo France fournit des équipements, du mobilier et des systèmes de sécurité incluant des serrures, électroniques ou pas, et des portes de sécurité. Ces produits sont commercialisés au sein d'un réseau de concessionnaires « Point Fort Fichet » animé par la sté Assa Abloy Cote Picarde dans le cadre d'une licence non exclusive d'utilisation datant de décembre 1999 sur les marques de la demanderesse. Les défendeurs ont une activité de services de serrurerie, et exploitent pour cela 45 sites internet utilisant les marques de la sté Gunnebo France dans leur contenu et dans leurs méta tags</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon des marques dans le contenu des sites litigieux : oui, car services identiques, marques reprises à l'identique et de façon non conforme à un usage commercial honnête • Contrefaçon des marques dans le nom de domaine <serrurierfichet.paris> : oui, car services similaires et signes identiques créant un risque de confusion • Concurrence déloyale et parasitaire : oui, du fait de l'utilisation de la dénomination « Serrurerie Fichet » dans le code source des sites litigieux comme balise méta tags qui crée un risque de confusion • Interdiction de poursuivre les agissements : oui, sous astreinte de 100€ par infraction constatée pendant 3 mois • Interdiction d'usage de la dénomination « Fichet » : oui • Radiation du nom de domaine <serrurierfichet.paris> : oui, sous astreinte de 100€ par jour de retard pendant 3 mois • D&I : oui, 102 000 € au titre de la contrefaçon et 51 000€ au titre de la concurrence déloyale et parasitaire

		<p>www.serrurier1er.paris, www.serrurier2eme.paris, (...), www.serrurier20eme.paris</p> <p>www.depannageagree.com</p> <p>www.serrurierparispascher.com, www.serrurierparis2pascher.com, (...), www.serrurierparis20pascher.com</p> <p>www.energie-expert.fr www.serrurierfichet.paris</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exécution provisoire : oui
<p>CA Aix en Provence, 2^e ch., 6 déc. 2018 n°16/00577</p>	<p>- SARL Agence de la Poste - SARL Sté Immobilière de la Côte d'Azur (1983) Marque <i>Agence du Grand Duc</i> (25 septembre 2012) <domaineleggrandduc.com> (2004)</p>	<p>SARL Agence du Grand Duc (août 2012) Dénomination sociale <agencedugrandduc.fr> (2012) <domaineleggrandduc.fr> (2013) www.domaineleggrandduc.fr</p> <p>Demandeur en 1^{er} instance</p>	<p>En 1992, deux agences immobilières ont passé un contrat de cession comportant une clause de non-concurrence. L'intégralité des parts de la sté Agence de la Poste a ainsi été cédée à la sté Immobilière de la Côte d'Azur. Ces parts appartenaient à un particulier qui a ensuite créé la sté Agence du Grand Duc en 2012, agence immobilière qui a acquis un droit de bail sur un local dans le Domaine du Grand Duc le 3 septembre 2012. L'agence Immobilière de la Côte d'Azur, qui a des liens historiques avec ce domaine, a déposé la marque <i>Agence du Grand Duc</i> quelques semaines plus tard</p> <p>- TGI : dépôt de marque frauduleux, transfert de la marque, interdiction d'usage du signe « Agence du Grand Duc » sous astreinte, D&I 5000€ pour concurrence déloyale, publication, rejet de la demande reconventionnelle en procédure abusive</p> <p>- CA : confirme</p> <ul style="list-style-type: none"> • Validité de la clause de non-concurrence : non, du fait de sa non limitation dans le temps, la clientèle cédée ayant été garantie et n'étant plus la même vingt ans plus tard • Revendication de la propriété de la marque <i>Agence du Grand Duc</i> déposée frauduleusement : oui, car dépôt frauduleux portant atteinte aux droits antérieurs de la sté Agence du Grand-Duc, pas de preuve de droit sur un nom commercial, le nom de domaine <domaineleggrandduc.com> n'antériorise pas le nom de domaine <agencedugrandduc.fr> • Concurrence déloyale et parasitaire : oui, par la sté Immobilière de la Côte d'Azur car l'utilisation de la dénomination sociale « Agence du Grand Duc » est fautive et trompeuse dans la marque <i>Agence du Grand Duc</i>, faite pour établir un monopole • Interdiction d'usage du signe « Agence du Grand Duc » : oui, sous astreinte de 1 000 € par infraction constatée • D&I : oui, 5000€ pour concurrence déloyale • Publication : oui <p>- Demande reconventionnelle pour procédure abusive : non</p>

<p>TGI Paris, 3^e ch., 4^e sect., 6 déc. 2018 n°17/06972</p>	<p>SAS Croizet (1954) Marque <i>Croizet</i> (1978)</p>	<p>- SARL La Maison des pierres (2008) Enseigne « Pierre Croizet » Signe semi-figuratif « Pierre Croizet » <croizet.com> www.croizet.com www.pierre.croizet.com - M. L. Croizet (dirigeant)</p>	<p>La sté Croizet produit des eaux de vie, notamment du cognac. M. L. Croizet se présente comme le fils de Pierre Croizet et dirige la sté La Maison des pierres, qui exerce une activité de distillation des vins à destination du cognac, et qui s'est vue refuser l'enregistrement d'une marque française semi-figurative <i>Pierre Croizet</i> en 2016 pour indisponibilité du signe. Le nom de domaine <croizet.com> redirige vers le site www.pierre.croizet.com. Opposition formée avec succès par la sté Croizet à l'encontre de la demande d'enregistrement de la marque semi-figurative <i>Pierre Croizet</i> en 2016.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de la marque <i>Croizet</i> : oui, reproduction par le nom de domaine <croizet.com> et par imitation par le signe semi-figuratif « Pierre Croizet », à défaut d'usage de bonne foi du nom patronymique « Croizet », M. L. Croizet ne prouvant pas être le fils de M. P. Croizet, « il ne justifie nullement de ses droits d'usage de ce nom patronymique dans le domaine du cognac », même s'il est justifié de « l'usage du nom patronymique Pierre Croizet pour le négoce de cognac dans les années 70 ». La sté Croizet, créée en 1954, a déposé la marque <i>Croizet</i> en 1978. A défaut de preuve d'usage de bonne foi du patronyme Croizet, l'exception de l'art. L713-6 ne peut s'appliquer. Pas de preuve « du lien allégué avec l'exploitation historique sous l'appellation "Pierre Croizet" ». • Concurrence déloyale et parasitaire et tromperie commerciale : oui, car confusion créée et tromperie du consommateur par l'usage de références historiques non justifiées • Interdiction d'usage des signes « Pierre Croizet » et « Croizet » : oui, sous astreinte de 150€ par jour • Transfert du nom de domaine <croizet.com> : oui, sous astreinte de 150€ par jour • D&I : oui, 30 000€ pour le préjudice moral subi du fait de la contrefaçon et 20 000€ pour la concurrence déloyale parasitaire et tromperie commerciale • Publication : non • Exécution provisoire : oui
<p>TGI Paris, 3^e ch., 4^e sect., 6 déc. 2018 n°17/11009</p>	<p>- M. Philippe S. - M. Jérôme S. - Sté J. Stern&Co LLP (de droit anglais, 2012) Marque de l'UE <i>J. Stern&Co</i> (2012) Marque <i>Stern</i> (2013) <jsternco.com> (2012)</p>	<p>- M. Antonio D. - Sté Stern&Cie (2011) Marque semi-figurative <i>Banque Stern 1^{ère} banque privée en ligne</i> (2012) Marque semi-figurative <i>Stern&Cie un banquier privé à votre écoute</i> (2012) <stern-cie.com> <sterncie.com> <stern-co.com> www.sternci.com</p>	<p>Les demandeurs sont issus d'une dynastie de financiers ayant créé plusieurs banques renommées dont la banque Stern revendue en 1988 à UBS. M. J.S. a créé en 2012 la sté J. Stern&Co LLP, sté d'investissements privés et de gestion de portefeuilles. La sté Stern&Cie, conseiller en investissements, gestionnaire de portefeuilles et courtier en assurances, se présente comme issue de la reprise de l'enseigne « Stern », dit avoir été autorisée par la banque UBS à « se rattacher à la dynastie bancaire » et être en droit d'utiliser ce patronyme car un héritier de la famille des demandeurs serait actionnaire et dirigeant de la sté Stern&Cie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nullité des marques semi-figuratives : oui, car atteinte induite au nom patronymique notoire Stern, signe indisponible lors de leur enregistrement, aucune preuve des faits allégués en défense • Atteinte aux droits sur le nom patronymique Stern au titre de son usage comme dénomination sociale, enseigne et nom de domaine : oui, atteinte injustifiée à un patronyme dont la notoriété est établie, risque de confusion résultant de cet usage non autorisé • Interdiction de l'usage du signe « Stern » : oui, sous astreinte de 1000€ par infraction constatée • Transfert du nom de domaine <stern-cie.com> : oui • Diffusion d'un communiqué sur le site internet www.sternci.com : oui • D&I : oui, 50 000€ pour préjudice moral, à la charge de chacun des deux défendeurs et au bénéfice de la sté Stern&Co LLP

			<ul style="list-style-type: none"> • Publication : oui • Exécution provisoire : oui <p>- Demandes reconventionnelles en contrefaçon, concurrence déloyale : irrecevables, les demandes au principal ayant été accueillies</p>
<p>TGI Paris, 3^e ch., 1^e sect., 6 déc. 2018 n°17/11688</p>	<p>Sté Charlet Mario Bertulli (de droit monégasque) Nom commercial « Mario Bertulli » Logo Marque italienne <i>Bertulli</i> (1973) Marque monégasque <i>Bertulli</i> (2012) Marque figurative monégasque <i>Mario Bertulli</i> (2015) Marque internationale semi-figurative <i>B Mario Bertullidal 1972 Lavorazione Artigianale A Mano</i> désignant la France <mariobertulli.fr> <mariobertulli.com> <mariobertulli-goodyear.com></p>	<p>- Sté Maherlo Iberica (de droit espagnol) - Sté Neman Europe (a racheté les marques et les noms de domaine en 2015 de la sté Maherlo Iberica) Marque espagnole <i>Masaltos</i> Marque de l'UE <i>Masaltos</i> Marque espagnole <i>Masaltos.com</i> Marque de l'UE <i>Masaltos.com</i> Marque espagnole semi-figurative <i>B Bertulli</i> (2001) Marque espagnole <i>Mario Bertulli</i> (2003) <bertulli.es> <bertulli.com> <i>www.bertulli.com</i></p>	<p>L'activité de vente de chaussures réhaussantes <i>Bertulli</i> a été initiée en 1972 par M. Bertulli, qui a autorisé en 1994 la sté Maherlo Iberica à commercialiser ses chaussures et utiliser sa marque en Espagne, au Portugal et en Amérique du sud. Au décès de M. Bertulli en 2009, la famille Bertulli a cédé ses droits sur ses marques à la sté Charlet Mario Bertulli, qui vend depuis ses chaussures réhaussantes en France, Allemagne, Italie et Suisse. Elle a mis fin à ses relations avec la sté Maherlo Iberica au motif qu'elle commercialisait sous la marque <i>Bertulli</i> des chaussures qui n'en étaient pas. Cette dernière a continué à les vendre via son site internet <i>www.bertulli.com</i> disponible notamment en français « en cliquant sur une icône de drapeau français » sous les marques <i>Masaltos</i> et <i>Masaltos.com</i>. Elle a cédé en 2015 ses marques et son nom de domaine <bertulli.com> à la sté Neman Europe qui poursuit l'exploitation mise en cause sur le site www.bertulli.com qui comporte la mention « augmentez votre taille avec des chaussures Bertulli »</p> <p>- Fin de non-recevoir</p> <ul style="list-style-type: none"> • Défaut d'intérêt à agir contre la sté Maherlo Iberica : oui, action irrecevable car la sté est dissoute depuis 2016 • Nullité des PV de constat d'huissier : oui, nullité partielle, de l'opération d'achat en ligne car elles ont été faites directement par l'huissier qui « n'a pas annoncé sa qualité et n'a pas mis le site internet en mesure de prendre connaissance de cette qualité avant la confirmation de la commande », les constatations distinctes sont valables • Concurrence déloyale et pratique commerciale trompeuse du fait de l'accessibilité en France du site www.bertulli.com : oui, risque de confusion car les chaussures sont présentées comme étant de marque <i>Bertulli</i> sur la partie du site consacrée à la France, sur laquelle un logo « suffisamment proche » de celui déposé par la sté Charlet Mario Bertulli est reproduit, la mauvaise foi atteste d'une pratique commerciale trompeuse • Cessation des agissements : oui, sous astreinte de 3000€ par jour de retard pendant 6 mois • D&I : oui, 50 000 € • Exécution provisoire : oui
<p>CA Rennes, 3^e ch. com., 11 déc. 2018 n°16/01636</p>	<p>SARL ATD Air Tool Distribution Marque <i>Filtres2spa</i> (mars 2014) <filtres2spa.net> (sept. 2012) <filtres-spa.net> (sept. 2012) <filtres-spa.fr> (sept. 2012) <spatienda.com> (sept. 2014)</p>	<p>SARL E-Shops Unlimited Marque semi-figurative <i>filtres2spa</i> (avril 2014) Marque semi-figurative <i>Spatienda</i> (sept. 2014) <filtres-spa.com> (juill. 2012) <filtres2spa.com> (août 2012) <filtres2spa.fr> (août 2012) <spa-tienda> (juill. 2014) <spa-tienda.es> (juill. 2014)</p>	<p>Le gérant de la sté E-Shops Unlimited est un ancien salarié de la sté ATD Air Tool Distribution. Les deux sociétés vendent des produits purifiants l'eau</p> <p>- Référé : interdiction d'usage du signe « <i>filtres2spa</i> » pour la vente de produits de purification de l'eau</p> <p>- Appel sur l'ord. de référé : infirme sur l'interdiction, au motif que ce n'est pas du pouvoir du juge des référés</p> <p>-TGI : concurrence déloyale du fait de l'acquisition des noms de domaine <filtres2spa.net> et <spatienda.com>, cessation de leur utilisation et transfert desdits noms de domaine, nullité de la marque <i>filtres2spa</i>, contrefaçon par imitation des marques <i>filtres2spa</i> et <i>Spatienda</i>, interdiction sous astreinte, sursis à statuer sur les D&I pour préjudice économique</p> <p>-CA : infirme</p>

		<p><spatienda.fr> (juill. 2014) <espatienda.es> (juill. 2014) <spas-tienda.es> (juill. 2014) <spatienda.es> (juill. 2014)</p> <p>Demandeur en 1^{re} instance</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Concurrence déloyale du fait de l'utilisation des noms de domaine : non, car les noms de domaine sont purement descriptifs, le risque de confusion est alors inexistant • Nullité de la marque <i>Filtres2spa</i> : non, car les noms de domaine <filtres2spa.com> et <filtres2spa.fr> redirigent simplement vers un autre site, ce qui n'est pas considéré comme une exploitation, et même si cela était considéré comme une exploitation, il n'y a pas de risque de confusion, lesdits noms de domaine étant descriptifs • Contrefaçon de la marque <i>Spatienda</i> : oui • Contrefaçon de la marque <i>Filtres2spa</i> : non, car ce terme est « purement descriptif ou pour le moins faiblement distinctif » • Interdiction d'utilisation du terme : oui, sous astreinte de 100€ par jour de retard et par infraction constatée • D&I symboliques : non <p>Demande reconventionnelle :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nullité de la marque <i>Filtres2spa</i> : oui, nullité partielle en classes 11 et 35, pour dépôt frauduleux • Contrefaçon de la marque <i>Filtres2spa</i> par la sté E-Shops Unlimited : non, car le signe reproduit le nom de domaine antérieur et pas de risque de confusion du fait de son caractère descriptif
<p>Cass, ch. com., 12 déc. 2018 n°17-24.582</p>	<p>Ville de Paris</p> <p>Marque <i>Velib'</i> (19 févr. 2007)</p> <p>Marque de l'UE <i>Velib'</i></p> <p>Marque de l'UE <i>Autolib'</i></p> <p>Marque <i>Autolib'</i> (25 févr. 2008, accord de coexistence avec la sté Europcar titulaire de la marque <i>Autoliberté</i>, suite à arrêt CA de Paris du 29 juin 2012 qui a annulé la marque)</p> <p>Marque <i>Scootlib' Paris</i> (22 déc. 2011)</p> <p><velib.fr> (28 fév. 2007) <velib.org> <velib.biz> <velib.info> <velib.eu></p> <p>Demandeur en 1^{re} Instance</p>	<p>- SAS Scootlib France Signe « Scootlib »</p> <p>- EURL PL Scoot Sous-licenciée de la marque <i>Scootlib</i></p> <p>- Sté Olky International (de droit luxembourgeois) Marque française <i>Scootlib</i> (9 oct. 2007)</p> <p>- Sté Olkyrent (de droit luxembourgeois)</p> <p>- Sté Ph Rent (de droit luxembourgeois) Licence d'exploitation de la marque <i>Scootlib</i></p> <p>- M.X <scootlib.com> <scootlib.org></p>	<p>La Ville de Paris a mis en place en 2007 un service de mise à disposition de bicyclettes en libre-service appelé <i>Velib'</i>, pour lequel elle a réservé des noms de domaine reprenant ce terme. Elle a ouvert en 2011 un service de mise à disposition de voitures électriques en libre-service <i>Autolib'</i>. Elle a enregistré diverses marques reprennent ce terme et celui « <i>Velib'</i> ». La sté Olky International exploite un service de location de véhicules sous la marque <i>Scootlib</i></p> <p>- CA : validité de la marque <i>Scootlib</i> à défaut de preuve du dépôt frauduleux, irrecevabilité de l'action en contrefaçon pour forclusion par tolérance, nullité de la marque <i>Scootlib' Paris</i>, D&I 15 000 €, pour atteinte à la marque <i>Scootlib</i></p> <p>- Cass : rejet</p> <p>• Défaut de base légale ou violation de la loi au regard de l'adage « <i>fraus omnia corrumpit</i> » et de l'art. L712-6 CPI : non, car « il n'était pas établi que la mise en œuvre d'un projet <i>Scootlib'</i> avait fait l'objet d'une évocation publique par la ville de Paris avant le dépôt de la marque "<i>Scootlib</i>" » et car la CA « avait retenu qu'il n'était pas établi que la sté Olky International avait connaissance du projet <i>Scootlib</i> »</p> <p>• Défaut de base légale et violation de la loi au regard des art. L714-3 et 716-5 CPI : non, car l'argument selon lequel la forclusion devait être prouvée pour chacun des produits et services et l'argument selon lequel la forclusion ne s'applique qu'à une action en contrefaçon de marque et non à une action fondée sur un autre signe, comme une dénomination sociale, une enseigne ou un nom de domaine sont nouveaux et mélangés de fait</p>
<p>CA Aix en Provence, 2^e</p>	<p>SAS Nys (mai 2013)</p>	<p>SARL Agnapel (2011)</p>	<p>La sté Agnapel vend des épices, des articles en peau et d'autres articles divers. Elle a ouvert trois</p>

<p>ch., 13 déc. 2018 n°16/04985</p>	<p>Marque <i>O-Smoke</i> (mai 2013) Demandeur en 1^{re} instance</p>	<p>Enseigne « O'smoke » <o-smoke.eu> (avril 2013) <o-smoke.fr> (avril 2013)</p>	<p>magasins sous l'enseigne « O'smoke » pour la vente de cigarettes électroniques. La sté Nys vend des articles pour fumeur, dont des cigarettes électroniques, sous sa marque <i>O-Smoke</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - TGI : déboute la sté Nys de ses demandes en contrefaçon et concurrence déloyale - CA : confirme • Contrefaçon par les noms de domaine <o-smoke.eu> et <o-smoke.fr> : non, car l'exploitation de l'enseigne et du nom commercial « O'Smoke » est antérieure au dépôt de la marque <i>O-Smoke</i>, donc « l'enregistrement de ces noms de domaine qui viennent conforter ses droits sur son nom commercial, exploités ultérieurement pour rendre accessibles ses produits sur l'ensemble du territoire, peuvent valablement être opposés à l'action en contrefaçon qui a été à bon droit rejetée par le tribunal » (art. L713-6 CPI) • Concurrence déloyale : non, pas de faits distincts de ceux de la contrefaçon établis • Interdiction d'usage du signe « O'Smoke » : non • D&I : non
<p>TGI Paris, 3^e ch., 2^e sect., 14 déc. 2018 n°17/09230</p>	<p>SARL Rocco & Co Enseigne «Da Rocco»</p>	<p>SAS Daroco Marque française semi-figurative DA Roco (2015) <daroco.fr> (2015) <i>www.daroco.fr</i></p>	<p>La sté Rocco & Co exerce une activité de restauration, notamment dans le commerce de vins et de produits alimentaires régionaux italiens. Elle a ouvert deux établissements à Paris, le principal Da Rocco en juin 2009, le second en décembre 2012, La sté Daroco exploite un restaurant italien à Paris depuis juin 2016.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Annulation de la marque : non, à défaut de preuve de l'usage de l'enseigne «Da Rocco» au niveau national • Concurrence déloyale : non, car pas de concurrence directe, services trop différents donc pas de risque de confusion, et pas de preuve d'une faute
<p>TGI Paris, 3^e ch., 2^e sect., 21 déc. 2018 n°18/03038</p>	<p>SAS Interpose (1997) Marque française semi-figurative <i>Interpose</i> (2011) <interpose .fr> (2003)</p>	<p>SARL Interpose (2017) Dénomination sociale <i>Interpose</i> Nom commercial <i>Interpose</i></p>	<p>La SAS Interpose exerce une activité d'aménagement d'espaces intérieurs, travaux de menuiserie métallique et serrurerie, et se spécialise dans l'installation et la pose de cloisons amovibles et de plafonds suspendus démontables dans les espaces de travail. Créée en 2017, la SARL Interpose exerce des activités similaires, son gérant est un ancien salarié de la SAS Interpose</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contrefaçon de la marque <i>Interpose</i>: oui, par imitation, car l'identité des services et la similarité des signes créent un risque de confusion, renforcé par la similitude du secteur d'activité et de la présence dans la même zone géographique • Concurrence déloyale : non, même s'il est jugé que l'usurpation du nom commercial, de la dénomination sociale et du nom de domaine de la demanderesse est un fait distinct de la contrefaçon créant un risque de confusion, renforcé par l'identité des prestations, la proximité géographique et la qualité d'ancien salarié du gérant de la défenderesse. Absence de preuve de préjudice, débouté des demandes au titre de la concurrence déloyale • Interdiction de poursuivre les agissements : oui, sous astreinte de 50 € par infraction constatée pendant 3 mois • Interdiction d'usage du signe « Interpose » : oui • Modification de la dénomination sociale et du nom commercial : oui, sous astreinte de 50€ par jour de retard pendant 3 mois • D&I : oui, 5000€ pour la banalisation de la marque <i>Interpose</i>, pas de preuve de préjudice subi du fait de la concurrence déloyale

Mots-clés

Nom de domaine

Marque - Référencement