

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
CA Paris, Pôle 5, 1 ^{ère} ch., 15 janv. 2019, n°17/16677	- SA Rent A Car (1977) Marque française <i>Rent A Car</i> (1998) Dénomination sociale, nom commercial et enseigne « Rent A Car » <rentacar.fr> www.rentacar.fr (Demandeur en 1^{re} instance)	- SAS Enterprise Holdings France (anciennement dénommée Citer, créée en 1968, rachetée par Enterprise Holdings en 2012) Nom commercial « Enterprise Rent a car/Citer » (2012) - Sté Enterprise Holdings Inc (sté de droit américain créée en 1957) Nom commercial « Enterprise Rent A Car » Marque semi-figurative <i>Enterprise Rent a car</i> (2011)	La sté Rent A Car exerçant des activités de vente, d'achat, de location de voitures et tous véhicules de livraison, a constaté que des services similaires seraient prochainement offerts par la Sté Citer sous la marque <i>Enterprise Rent a car</i> - TGI : nullité de la marque <i>Rent a car</i> - CA Paris (22 mai 2015) : nullité de la marque <i>Rent A Car</i> pour défaut de distinctivité, débouté de Rent A Car au titre des demandes fondées sur l'atteinte à sa marque et sur l'atteinte à sa dénomination sociale, son nom commercial, son enseigne, son nom de domaine - Cour de cassation : cassation de l'arrêt d'appel et renvoi • Défaut de base légale et violation de la loi : oui, sur l'annulation de la marque <i>Rent A Car</i> pour défaut de distinctivité. « une marque peut acquérir un caractère distinctif par l'usage, sans être nécessairement renommée ou notoire ; qu'en relevant que l'usage qui permet d'acquérir un caractère distinctif suppose la renommée du signe et que la société Rent a car échouerait à établir la preuve que la marque dénomminative Rent a car a acquis « une notoriété lui ayant conféré une distinctivité », la cour d'appel a violé l'article L. 711-2 du code de la propriété intellectuelle, tel qu'il doit s'interpréter à la lumière de l'article 3 de la directive n° 89/104 du 21 décembre 1988, applicable en l'espèce » • Défaut de base légale : oui, sur le rejet de la demande fondée sur l'atteinte à la dénomination sociale et au nom commercial. « en écartant tout risque de confusion et en estimant que les confusions avérées invoquées par la société exposante n'étaient pas probantes compte tenu notamment du caractère descriptif ou faiblement distinctif des termes « Rent a car », sans rechercher, comme elle y était invitée, si la notoriété de la dénomination sociale et du nom commercial de la société exposante n'étaient pas de nature à conférer un caractère distinctif aux termes « Rent a car », la cour d'appel a privé sa décision de base légale au regard de l'article 1382 du code civil ». « en retenant, pour dénier tout risque de confusion dans l'esprit du public, que « le consommateur de services de location de véhicules automobiles est un consommateur éduqué et averti tenu de souscrire un contrat de service », et en appréciant le risque de confusion par référence à ce consommateur « averti », sans caractériser en quoi la souscription d'un contrat de location de véhicule automobile s'adresserait à un public dont le niveau d'attention serait supérieur à celui qui caractérise le consommateur moyen, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé de ce type de service, la cour d'appel a privé la décision de base légale au regard de l'article 1382 du code civil » • Violation de la loi : oui sur le rejet de la demande au titre de la pratique commerciale trompeuse. « L'existence d'une altération ou d'un risque d'altération substantielle du comportement économique du consommateur doit s'apprécier

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			uniquement au regard de l'incidence de la pratique incriminée sur la décision commerciale de ce dernier et non de son incidence sur le marché concerné ou sur le chiffre d'affaires de la victime des pratiques en cause ; qu'en relevant, pour estimer que la société Rent a car ne démontrerait pas une altération substantielle du comportement économique du consommateur moyen, qu'aucune diminution de parts de marchés ou de chiffre d'affaires ne serait établie, la cour d'appel a violé les articles L. 120-1 et L. 121-1 du code de la consommation » - CA de renvoi : confirmation du TGI - Demande reconventionnelle : • Nullité de la marque verbale <i>Rent a Car</i> : oui, à défaut de caractère distinctif de la marque au jour du dépôt, ou d'acquisition du caractère distinctif par l'usage qui en a été fait. « Absence totale de distinctivité intrinsèque de la marque verbale ». L'usage intensif sous la forme de la marque semi-figurative <i>Rent a Car</i> ne prouve pas que la partie verbale, utilisée également comme dénominations sociale, enseigne et nom de domaine « est devenue apte, dans l'esprit du consommateur moyen de la catégorie des produits en cause, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, à identifier les produits et services désignés à son enregistrement comme provenant de la société Rent a Car » • Manœuvres déloyales du fait du « chantage » exercé auprès des salariés pour obtenir des attestations : non, les déclarations sur le risque de confusion ne sont « que l'expression de la réalité ». - Demandes principales : • Contrefaçon de la marque <i>Rent a car</i> : non, la marque ayant été annulée • Concurrence déloyale pour atteinte à la dénomination sociale, au nom commercial, au nom de domaine, à l'enseigne et la marque : non, à défaut de risque de confusion • Nullité de la marque semi-figurative <i>Enterprise Rent a car</i> : non, à défaut de risque de confusion avec la marque <i>Rent a car</i>
CA Aix en Provence, 1 ^{ère} et 2 ^{ème} ch. réunies, 17 janv. 2019, n°17/19844	- M. D. K. Auteur du code source du site <i>www.boxalacarte.com</i>	- M. E. V. - SAS Pro Immo <i>www.boxalacarte.com</i> Page Facebook "Box à la carte" <boxalacarte.com> (Demandeurs en 1 ^{re} instance)	La SAS Pro Immo a confié à M. D. K. une mission d'assistance technique relative à son site internet <i>www.boxalacarte.com</i>. Confiant ensuite la mission à un autre prestataire, la SAS Pro Immo et M. E. V. ont invité M. D. K. à leur communiquer l'ensemble des codes de gestion et d'accès relatifs au site internet. Celui-ci ne s'est pas exécuté - Référé d'heure à heure : condamnation de M. D. K. à communiquer sous astreinte les codes de gestion du nom de domaine <boxalacarte.com>, les accès au serveur d'hébergement « boxalacarte.com » eu sous-domaine, les codes d'accès administrateur à Wordpress et les accès administrateur de la page Facebook « Box à la carte »

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			- CA : confirmation partielle, information sur la communication des codes Wordpress, des codes de gestion du nom de domaine, du code source du site - Demande reconventionnelle : • Provision sur factures impayées : non, en raison de contestations sérieuses sur la commande des travaux facturés, sur les droits de propriété intellectuels revendiqués par M. K., qui « avait l'obligation de transférer le nom de domaine » - Demandes principales : • Communication par M. D. K. des codes de gestion du nom de domaine <boxalacarte.com> : non, car le transfert du nom de domaine a déjà eu lieu, refus de communication pour des raisons de sécurité dont M. D.K. justifie, demande abandonnée • Communication des codes d'accès administrateur à Wordpress : non, à défaut de preuve de l'usage de Wordpress. La demande est donc sérieusement contestable et absence de trouble manifestement illicite • Communication des accès au serveur d'hébergement « boxalacarte.com » et au sous nom-domaine : non, car cela revient à communiquer le code source sans contrepartie financière. Selon les art. L.122-2 et L.111-1 et suivants du CPI, les logiciels sont protégés par le droit d'auteur. Le juge des référés ne peut pas statuer sur les droits, mais M. D. K/. étant le créateur et qu'il n'y a pas de contrat de cession, « il existe une discussion sur ce point de sorte que l'obligation pour M. K. de communiquer ces codes se heurte à une contestation sérieuse » Pas de preuve de trouble manifestement illicite • Communication des accès administrateur de la page Facebook « Box à la carte » : oui, mais la demande est devenue sans objet, la qualité d'administrateur ayant été rétablie au profit de M. E. V., absence de trouble manifestement illicite • Astreinte pour la communication de ces accès : non
TGI Paris, 3 ^{ème} ch. civ., 2 ^e section, 25 janv. 2019 n°17/07801	- SA BNP Paribas Personal Finance - Marque <i>Cetelem</i> (1987, renouvelée) - Marque semi-figurative <i>Cetelem</i> (2008) - Marque semi-figurative <i>Cetelem Plus Responsable, Ensemble</i> (2014) - Marque <i>Crédit Responsable</i> (2001 renouvelée 2011) - Marque <i>Cetelem, L'épargne Responsable</i> (2010) - Marque <i>Cetelem</i> (2006 renouvelée 2016)	- SARL Cetedem (2014, devenue Metropole Déménagement en avril 2018) - Dénomination sociale « Cetedem » - Enseigne « Cetedem » <cetedem.com> www.cetedem.fr	BNP Paribas Personal Finance exploite la marque <i>Cetelem</i> pour l'offre de crédit à la consommation et de crédit immobilier. La sté Cetedem, créée en 2014, exerce dans le secteur du déménagement, du garde-meuble et du transport pour les particuliers et les entreprises. Elle propose de souscrire une assurance auprès d'un opérateur distinct. Mise en demeure envoyée le 11 avr. 2017 • Contrefaçon des marques <i>Cetelem</i> : non, car services distincts • Contrefaçon des droits d'auteur sur le logo : non, BNP Paribas Personal Finance ne prouve pas l'originalité du logo représentant un bonhomme vert • Renommée des marques : non, l'origine interne des données relatives aux investissements publicitaires et l'absence de précision sur les conditions de réalisation des sondages ne donnent qu'une valeur relative aux éléments permettant d'apprécier la renommée, « les indicateurs de reconnaissance fournis

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			par référence à sa seule activité de crédit ont une valeur relative en ce qu'au regard du champ de protection qu'elle confère, la renommée d'une marque doit être appréciée au-delà des produits et services visés à son enregistrement » • Concurrence déloyale : non, à défaut de preuve de risque de confusion sur l'origine des services • Parasitisme : oui, « il est en revanche incontestable qu'en reprenant dans une combinaison très semblable la quasi intégralité des signes distinctifs sous lesquels la société BNP Paribas Personal Finance exerce ses activités de crédit sous les marque Cetelem, la société Cetedem a entendu faire l'économie d'un important travail de recherche d'identité visuelle et des investissements afférents, et profiter ainsi des avantages d'une charte graphique associée à une enseigne très connue des consommateurs du fait de ses investissements publicitaires, de son volume d'activité et de l'ancienneté du signe verbal imité » Ces reprises avaient à l'évidence vocation « outre l'économie des frais de conception et de recherche d'un nom commercial, à attirer le consommateur au moyen d'un environnement graphique qui lui est familier et à le laisser supposer du fait de la présence des autres services d'assurances ou de crédit qu'il est susceptible d'utiliser dans le contexte de l'organisation d'un déménagement, qu'un partenariat pourrait exister entre les deux entités avec la perspective d'une plus grande sécurité s'attachant à un opérateur bénéficiant d'une réputation ancienne et solidement établie » • Interdiction sous astreinte d'usage des signes <i>Cetedem</i> et <i>Cetedem le déménageur responsable</i> : oui, la Tribunal ne se prononce pas sur l'astreinte • Transfert ou suppression nom de domaine <cetedem.com>, sous astreinte : non, le Tribunal statue directement en ordonnant une interdiction d'usage, sans astreinte • D&I : 20 000 €, « l'appropriation injustifiée des signes verbaux, du slogan et des éléments d'identité visuelle attachés aux marques Cetelem étaient d'autant plus profitables à la société Cetedem que celle-ci était récemment apparue sur le marché, n'avait aucune assise financière et faisait l'objet de nombreux commentaires très négatifs de clients mécontents de ses prestations, ce notamment sur le forum de 60 millions de consommateurs et dans le cadre d'un reportage diffusé sur France 5 le 26 mars 2017 » • Publication : non • Exécution provisoire : oui
CA Paris, Pôle 5, 1 ^{ère} ch., 29 janv. 2019, n°17/11182	- SARL Tournesol www.gugustar.com	- SAS Chanel Marques françaises semi-figurative dites <i>double C croisés</i> (1998 et 2013)	Plusieurs sacs commercialisés par la sté Tournesol spécialisée dans le commerce de gros interentreprises, sont retenus en douane car suspectés de contrefaire les droits de Chanel, qui a fait procéder à une saisie-contrefaçons. Le site www.gugustar.com propose des articles de maroquinerie, comme le prouve un procès-verbal de constat

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
		Modèle International <i>Sac Boy</i> (2012) Modèle International de fermoir (2011) Modèle International <i>bague Ultra</i> (2012) Droit d'auteur sur le <i>sac 2.55</i> (1955) Droit d'auteur sur les déclinaisons du <i>sac 2.55</i> (2001, 2006, 2007) Droit d'auteur sur la déclinaison du <i>sac Boy</i> (2012) Droit d'auteur sur la <i>bague Ultra</i> (2010) Droit d'auteur sur le motif <i>Camélia</i> (2003) Droit d'auteur sur la <i>bague Camélia</i> (2010) (Demandeur en 1 ^{re} instance)	- TGI : rejet de la demande reconventionnelle de nullité des modèles et d'annulation de la saisie-contrefaçon. Débouté sur la concurrence parasitaire. La sté Tournesol est responsable de l'exploitation du site. Contrefaçon des droits d'auteur, des droits sur les modèles et concurrence déloyale, interdiction, destruction, communication des pièces comptables, sous astreinte, D&I 20 000 € au titre de la concurrence déloyale, pas de publication, exécution provisoire, sauf pour la destruction - CA : confirmation, sauf sur le parasitisme et sur le débouté sur la contrefaçon d'un pendentif, d'un collier et d'une bague • Validité des droits d'auteur de la sté Chanel : oui, pour partie des modèles revendiqués • Validité des modèles de la sté Chanel : oui, à défaut de nouveaux moyens ou pièces apportés par la sté Tournesol • Validité des actes de saisie-contrefaçon : oui, le défaut de description par l'huissier des produits saisis est vain dès lors que celui-ci a pris des photos et que ces clichés valent description • Responsabilité de la sté Tournesol dans l'exploitation du site www.gugustar.com : oui, car la sté Tournesol était bien l'éditeur du site au moment des faits litigieux, peu important qu'elle n'ait pas réservé le nom de domaine. « Au vu de l'extrait Kbis de la société Tournesol, et après avoir relevé les liens mis en évidence par le procès-verbal de constat dressé le 3 mars 2015 sur le site www.gugustar.com enter ce site et une boutique "Milady" exploitée par la société Tournesol à Paris et la société Tournesol elle-même, a retenu l'existence d'éléments précis et concordants permettant de retenir que la société Tournesol exploitait le site litigieux au moment des faits, peu important qu'elle n'ait pas personnellement réservé le nom de domaine, l'attestation contraire fournie par la société appelante, également produite en appel, étant dépourvue de toute valeur probante » • Contrefaçon de droit d'auteur : oui, reprise des caractéristiques originales et constitution de copies serviles des sacs, bagues et pendentifs appartenant à la sté Chanel. « Une éventuelle tolérance de la sté Chanel à l'égard d'autres contrefacteurs du sac 2.55 est sans emport sur la réalité des actes de contrefaçon constatés au cas d'espèce et ne saurait permettre à la sté Tournesol de s'exonérer de sa responsabilité » • Contrefaçon de modèles : oui pour les modèles de fermoir et de bague <i>Ultra</i> car impression visuelle globale identique sur le consommateur averti, non pour le modèle du sac <i>Boy</i> car la déclinaison du modèle est indifférente, la contrefaçon doit s'apprécier « par rapport au modèle enregistré et non par rapport à l'exploitation que peut réaliser le titulaire de ce modèle »

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			• Contrefaçon de marque : non, différence essentielle des signes en cause, la bague incriminée ne reprenant pas les deux C entrecroisés de la marque dite <i>double C croisés</i> • Concurrence déloyale : oui, l'effet de gamme constitue un acte distinct de concurrence déloyale • Parasitisme : oui, Tournesol s'est placée délibérément dans le sillage de Chanel afin de profiter indûment de sa notoriété • Interdiction, destruction et communication des pièces comptables : oui, sous astreinte • Liquidation de l'astreinte pour défaut de communication des pièces comptables : oui, 12 000 € • D&I : 52 500 € pour contrefaçon de droits d'auteur, 15 000 € pour contrefaçon de modèles et majoration à 30 000 € pour concurrence déloyale et parasitaire • Publication : non, le préjudice étant suffisamment réparé par les D&I et les mesures d'interdiction et de destruction
TGI Bordeaux, 1 ^{er} ch. civ., 19 fév. 2019, n°16/04158	- SA Conforama Holding Marque <i>Conforama</i> (2002 renouvelée en 2012) <conforama.fr> (1997) www.conforama.fr - SA Conforama France Licence non-exclusive d'utilisation de la marque <i>Conforama</i> (2011)	- SAS Conforeva (2007) <conforeva.com> (2006) www.conforeva.com	La Sté Conforama Holding commercialise des produits de literie et des matelas. Les magasins de l'enseigne « Conforama » sont exploités par sa filiale la sté Conforama France. La sté Conforeva commercialise des produits identiques. En 2015, mise en demeure de la sté Conforeva par les stés Conforama Holding et Conforama France, en cessation d'usage du terme <i>Conforeva</i> à titre de marque, de dénomination sociale, de nom commercial et de nom de domaine • Irrecevabilité pour défaut de qualité à agir de la sté Conforama France en contrefaçon de la marque <i>Conforama</i> : oui, elle ne peut agir que par voie d'intervention et non par la voie d'un acte introductif d'instance, même conjointement avec le titulaire de la marque (art. L. 716-5 al. 1 et 2 CPI) • Irrecevabilité pour prescription de l'action en contrefaçon : non, la contrefaçon est un délit continu et le point de départ de la prescription quinquennale est reporté à la date de chaque acte contrefaisant. La dénomination sociale de la sté Conforeva n'ayant jamais cessé d'être « Conforeva », la prescription n'est pas acquise • Irrecevabilité pour prescription de l'action en concurrence déloyale (art. 2224 Code civil) : non, il ne peut être reproché à la sté Conforama France de ne pas avoir connu l'existence de la sté Conforeva dans un « temps raisonnable à compter de l'effectivité de son activité », bien que celle-ci existe depuis plus de 10 ans. Sa notoriété géographique étant toute relative, son activité limitée à la vente en ligne, et le terme <i>Conforeva</i> n'ayant jamais été déposé à l'INPI. Il ne peut être reproché à la société Conforama, dont le rayonnement national est notoire depuis plusieurs décennies dans la vente de divers mobiliers d'habitation (dont la literie), de ne pas

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			avoir été en mesure de connaître dans les cinq ans de sa création l'existence de sa concurrente » • Contrefaçon par imitation : oui, la similitude phonétique des signes « Conforeva » et « Conforama » est susceptible d'entraîner un risque de confusion entre la marque <i>Conforama</i> et la dénomination sociale de la sté Conforeva dès lors que celle-ci est utilisée à titre de marque pour la commercialisation de produits identiques. Risque accru par la déclinaison faite par Conforama de sa marque avec des marques commençant par « confo » • Concurrence déloyale au préjudice de Conforama France : oui, en sa qualité de licenciée • Interdiction d'usage de la dénomination sociale « Conforeva » : oui, sous astreinte de 100 €, notamment à titre de nom de domaine • D&I : 3 000 € par société demanderesse au titre du préjudice moral • Publication : non • Exécution provisoire : non
CA Paris, Pôle 5, 1 ^{ère} ch., 5 mars 2019, n°17/13296	- SAS Rue du Commerce www.rueducommerce.com www.top-achat.com	- SAS Carré Blanc Expansion Marque <i>Carré Blanc</i> (2007) <carreblanc.com> www.carreblanc.com - SAS Carré Blanc Distribution (Demandeurs en 1^{ère} instance)	Les stés Carré Blanc ont constaté lors de recherches sur le moteur de recherche Google des mots clés « Carré Blanc » accompagnés d'un terme descriptif tel que « couette » ou « solde », que le site www.rueducommerce.com apparaissait dans les résultats avec une présentation laissant croire que la sté Rue du Commerce proposait des produits de marque <i>Carré Blanc</i> en « soldes » ou « pas cher » alors que cette sté n'a jamais vendu du produits <i>Carré Blanc</i> sur son site. Le 10 juil. 2015, les stés Carré Blanc assignent la sté Rue du Commerce en contrefaçon et concurrence déloyale - TGI : en reproduisant les termes « Carré Blanc » dans la description des pages qu'elle a créées et notamment dans le titre, l'adresse URL et la présentation du site, visibles dans les résultats dits naturels du moteur de recherche, la sté Rue du Commerce a commis des actes de contrefaçon de la marque <i>Carré Blanc</i>, mesure d'interdiction d'usage du terme « Carré Blanc » pour désigner des produits couverts par la marque <i>Carré Blanc</i>, D&I 50 000 € - CA : confirme sauf sur le montant des D&I • Nullité de la marque <i>Carré Blanc</i> pour défaut de distinctivité : non, les termes « Carré » et « Blanc » ne sont pas des termes nécessaires pour désigner du linge de maison • Contrefaçon de la marque <i>Carré Blanc</i> : oui, reproduction de la marque dans l'annonce du site www.rueducommerce.com, dans l'adresse URL et sur la page « cette insertion répétée permet d'améliorer le référencement du site en cas de nouvelle recherche par un internaute sur les mêmes mots clés et découle d'un choix

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			de la sté RUE DU COMMERCE dans l'organisation de son site et notamment dans le lien vers la page d'index et dans la rédaction de l'extrait, même si le site n'a pas de contrôle sur les mots-clés définis par l'internaute. Il s'agit bien d'un usage dans la vie des affaires, s'agissant d'un site marchand. Cette répétition du signe carré blanc dans le titre, dans l'adresse URL et dans l'extrait à deux reprises porte atteinte à la fonction d'origine de la marque, en ce qu'elle est de nature, s'agissant d'un référencement naturel, à laisser l'internaute normalement informé et raisonnablement attentif penser que des produits de marque <i>Carré Blanc</i> lui seront proposés sur ce site. Elle ne lui permet pas, ou lui permet seulement difficilement, de savoir si les produits ou les services visés par ces annonces proviennent du titulaire de la marque ou d'une entreprise économiquement liée à celui-ci ou, au contraire, d'un tiers. » • Concurrence déloyale et parasitaire : non, pas de preuve d'une relation entre le maillage mis en place sur le site www.rueducommerce.com et une baisse de chiffre d'affaire des stés Carré Blanc • Publicité trompeuse : non, les stés Carré Blanc ne démontrent pas que l'association des termes « Carré Blanc » et « Soldes » par la sté Rue Du Commerce sur son site a entraîné une altération substantielle du comportement économique du consommateur • D&I : 60 000 € • Publication : non • Mesures d'interdiction d'usage du terme « Carré Blanc » pour désigner des produits couverts par la marque <i>Carré Blanc</i> : oui
TGI Paris, 3 ^{ème} ch., 3 ^{ème} section, 8 mars 2019 n°16/13864	Association Le Cinéma S'expose (1998) Marque française <i>La cité du cinéma</i> (2009)	- SA Europacorp <laciteducinema.org> <la-cite-du-cinema.eu> - Sté Front Line Marque de l'UE <i>La cité du cinéma</i> (2011) Marque française <i>La cité du cinéma</i> (2015)	L'association Le Cinéma S'expose et les stés Europacorp, Front Line et l'association L'école de la Cité ont pour même projet le lancement d'un établissement cinématographique dénommé « La cité du cinéma » -Demande reconventionnelle : • Nullité pour dépôt frauduleux de la marque <i>La cité du cinéma</i> par l'association Le Cinéma S'expose : oui, elle ne pouvait ignorer l'usage de ce terme pour désigner le projet immobilier depuis réalisé, le dépôt ayant manifestement pour objet de « priver en toute connaissance de cause M. L. B. et ses sociétés d'un signe nécessaire à leur activité, étant observé qu'il apparait surprenant que l'Association n'ait pas défendu son titre et formé opposition aux marques ultérieurement déposées par ceux-ci, attendant d'être assignée en justice » - Demandes principales :

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
		- Association L'école de la Cité – Cinéma et Télévision Marque semi-figurative française <i>Ecole de la cité</i> (2012)	• Nullité des marques et noms de domaines : non, la marque de l'association Le Cinéma S'expose ayant été annulée, elle n'a pas de droit antérieur opposable • Contrefaçon de la marque <i>La cité du cinéma</i> : non, car cette marque a été annulée • Parasitisme : non, à défaut de preuve d'un usage antérieur de la dénomination « La cité du cinéma » et de son détournement par les sociétés, d'une quelconque baisse des subventions et autres fonds dont elle aurait pu bénéficier, ou plus généralement des faits mis en cause • Exécution provisoire : non
CA Versailles, 12 ^{ème} ch., 12 mars 2019, n°18/02595	M. I. A. C. (gérant de la sté Sysoft créée en 1987) Cessionnaire de la marque <i>Sysoft</i> (2013) depuis 2015 (Demandeur en 1 ^{re} instance)	SARL Label Agence (anciennement dénommée sté E-Sysoft créée en 2010) Marque <i>E-Sysoft</i> (2009)	Activités similaires de conseil en informatique, conception et commercialisation de logiciels, sites internet et matériel informatique - TGI : recevabilité de l'action en contrefaçon de M. I. A. C., déboute la sté E-Sysoft de sa demande reconventionnelle en nullité de la marque <i>Sysoft</i> pour absence de caractère distinctif ou dépôt frauduleux, déboute M. I. A. C. de sa demande en contrefaçon de la marque <i>Sysoft</i> - CA : confirmation • irrecevabilité à agir de M. I. A. C. en contrefaçon de marque : non, au titre de l'action en contrefaçon de la marque <i>Sysoft</i> dont il est cessionnaire • irrecevabilité à agir de M. I. A. C. au titre de la dénomination sociale, du nom commercial et des noms de domaine <sysoft.fr> et <sysoft.eu> : oui, à défaut de preuve de droits sur ces signes • Nullité de la marque <i>Sysoft</i> : demande réputée abandonnée car non reprise dans les conclusions de la Sté Label Agence • Contrefaçon de la marque <i>Sysoft</i> : non, l'usage de la dénomination sociale et du nom commercial « E-Sysoft » est démontré bien antérieurement à l'enregistrement de la marque <i>Sysoft</i> en 2013
CA Paris, Pôle 5, 1 ^{ère} ch., 19 mars 2019, n°17/19619	- SARL Full.pro.com (2010) - M. X (Associé de la Sté Full.pro.com) Marque <i>Epilface</i> (2015) Marque semi-figurative <i>Epilface</i> (2015) Marque <i>Fullpro.com</i> Marque <i>Farmell</i> Modèles de produits (2011) Modèles d'emballages (2012) (Demandeurs en 1 ^{re} instance)	SARL Karega (2009) Nom commercial « Beautyk.arel » Marque de l'UE <i>Epil'Spring</i> Marque <i>Epil'Spring</i> <i>www.epilspring.com</i> - Mme Y (gérante) <epilface.com> (2011) - M. Z <epilsoft-france.com>	La Sté Full.pro.com est spécialisée dans la fabrication, la vente et l'import/export de produits et appareils électroniques dont des épilateurs manuels. La sté Karega est un intermédiaire qui commercialise notamment ses produits, sous leur marque <i>Epilface</i> . Sa gérante a enregistré en 2011 le nom de domaine <epilface.com>. La sté Karega a vendu des produits sous la marque <i>Epil'Spring</i> dans des emballages mis en cause au titre de la protection des modèles de la sté. Full.pro.com - TGI : rejette l'action reconventionnelle en nullité pour fraude des marques de la sté Full.pro.com, déboute la sté Full.pro.com de son action en contrefaçon de marques et de dessins et modèles et en concurrence déloyale, pas de procédure abusive - CA : Infirmer - Demandes principales : • Contrefaçon de la marque <i>Epilface</i> : oui, si la sté Karega a fait usage de la marque <i>Epilface</i> depuis 2011, c'est pour vendre les produits de la sté. Full.pro.com. Elle ne

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
		<i>www.epilsoft-france.com</i>	justifie pas de droit antérieur, l'enregistrement du nom de domaine <epilface.com> « ne peut constituer une antériorité opposable à une marque postérieure que s'il fait l'objet d'une exploitation effective, soit l'exploitation du site correspondant au nom de domaine, avant la date du dépôt de la marque », ce dont ne justifie pas la sté Karega • Contrefaçon des modèles de produits : oui, les produits achetés sur les sites <i>www.epilsoft.com</i> et <i>www.epilsoft-france.com</i> reproduisent les caractéristiques des modèles de produits de la sté Full.pro.com, « le fait que les poignets soient en plastique rose ne pouvant pas écarter le caractère contrefaisant » • Contrefaçon des modèles d'emballages : non, en raison des différences importantes entre l'emballage reçu et l'emballage protégé comme modèle • Concurrence déloyale : non, à défaut de preuve du préjudice • Interdiction de commercialiser les produits utilisant la marque <i>Epilface</i> : oui • Fermeture du site <i>www.epilface.com</i> : non • D&I : 1000 € in solidum au titre de la contrefaçon de marque et 1000 € au titre de la contrefaçon des modèles de produits • Publication sur les trois sites, dont le site <i>www.epilface.com</i> : non • Fermeture du site <i>www.epilface.com</i> dans les six mois suivant la publication judiciaire : non - Demande reconventionnelle : • Procédure abusive : non
TGI Paris, 3 ^{ème} ch., 1 ^{ère} section, 21 mars 2019, n°17/14149	Société d'Avocats Etic (2011) Marque <i>Avocats Etic</i> (2013) Marque semi-figurative <i>Etic</i> (2013) Marque <i>Etic</i>	Association Expert Team, Infrastructure, Concessions / Public-Private Partnerships (2014) Marque semi-figurative <i>Etic-PPP</i> (2015) <i>www.e-t-i-c-ppp.com</i>	La Sté d'Avocats Etic est une société d'exercice libéral d'avocats spécialisée dans le conseil juridique aux entreprises et aux dirigeants. L'association Expert Team a été créée pour permettre le développement de projets d'infrastructures de services publics essentiels, notamment juridiques, dans les pays émergents et en développement. En 2015, l'Association dépose la marque verbale <i>Etic-PPP</i>. La sté d'Avocats Etic forme opposition à l'enregistrement de celle-ci estimant qu'il y avait un risque de confusion avec ses propres marques. L'association renonce au dépôt de la demande contestée mais continue à faire usage du signe litigieux sur son site internet - Demandes principales : • Irrecevabilité de la demande de radiation du nom de domaine <etic-ppp.com> : oui, car l'Association n'a qu'un droit d'usage de ce nom de domaine, elle n'en est pas le titulaire. Le titulaire du nom de domaine n'étant pas partie à l'instance, la demande de radiation du nom de domaine est donc irrecevable • Irrecevabilité de l'action en contrefaçon par dépôt de la demande d'enregistrement de la marque verbale <i>Etic-PPP</i> : non, car « il est constant que la

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			simple demande d'enregistrement de marque est susceptible de caractériser la contrefaçon, même si la demande a fait l'objet d'un retrait avant l'assignation » • Contrefaçon des marques verbale et semi-figurative <i>Etic</i> : oui, l'utilisation du signe <i>Etic-PPP</i> sur l'ensemble des pages du site www.e-t-i-c-ppp.com, sous des formes nominales, dans son logo et dans le nom de domaine <etic-ppp.com>, constitue un usage dans la vie des affaires opéré pour promouvoir des services identiques à ceux pour lesquels les marques antérieures sont déposées. Il s'agit donc d'un acte de contrefaçon des marques <i>Etic</i> • Concurrence déloyale : non, l'utilisation du signe <i>Etic-PPP</i> y compris comme nom de domaine fait déjà l'objet de la demande au titre de la contrefaçon, ce n'est pas un fait distinct • Interdiction d'usage : oui, sous astreinte de 500 € par infraction constatée, pendant 6 mois • D&I : 20 000 € - Demande reconventionnelle : • Procédure abusive : non
CA Paris, Pôle 5, 1 ^{ère} ch., 26 mars 2019, n°17/15418	- SASU TDF Nom commercial « TDF, Télédiffusion de France » Marque <i>Arkena</i> (2013) - SASU Arkena (dénommée Cognac-Jay Image jusqu'au 10 avr. 2014, filiale de TDF) <arkena.fr> <arkena.com>	- SAS Arkena Capital (2011) Nom commercial « Arkena » Demande de marque de l'UE <i>Arkena</i> (opposition du 11 mars 2015 en cours) (Demandeur en 1^{re} instance)	La sté TDF est spécialisée dans le domaine des télécommunications et de l'audiovisuel. En 2013, elle dépose la marque <i>Arkena</i> et en 2014, une de ses filiales prend le nom de « Arkena ». Elle annonce le lancement d'une nouvelle entité européenne de services média Arkena le 20 janv. 2014. La sté Arkena Capital créée en 2011 est une holding également active dans le domaine des télécommunications. Mise en demeure de TDF par Arkena Capital le 30 avr. 2014. Assignation les 29, 30 oct. et 3 nov. 2015 - 11 mars 2015 : opposition de TDF à la demande de marque de l'UE <i>Arkena</i> de la SAS Arkena Capital - TGI : nullité de la marque <i>Arkena</i> de la sté TDF pour atteinte aux droits antérieurs de la Sté Arkena Capital, concurrence déloyale, modification de la dénomination sociale et du nom commercial de la Sté Arkena sous astreinte, transfert des noms de domaine <arkena.fr> et <arkena.com> sous astreinte, interdiction d'usage sous astreinte, pas de publication, pas de D&I, pas de publication ni d'exécution provisoire - CA : confirmation sauf sur le préjudice moral de la sté Arkena Capital • Irrecevabilité des pièces versées par Arkena Capital : non, le caractère postérieur des pièces au dépôt de la marque <i>Arkena</i> par TDF, ne constitue pas en soi, une cause d'irrecevabilité. <i>Idem</i> pour les pièces non datées. L'appréciation de leur force probante revient à la Cour • Usurpation de la dénomination sociale Arkena Capital : oui, car l'immatriculation de la société est antérieure à la marque <i>Arkena</i> de la sté TDF, risque de confusion

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			entre les signes utilisés pour des services identiques ou similaires. Pas de preuve de l'usage antérieur des noms de domaine en France • Concurrence déloyale et parasitaire : non, pas de justification d'une atteinte à la réputation commerciale ou de gêne pour le développement d'une activité auprès de la clientèle, donc pas de démonstration d'un préjudice • D&I : 10 000 € pour préjudice moral en raison de l'atteinte au caractère distinctif de la dénomination sociale de la sté Arkena Capital • Interdiction d'usage : oui, sous astreinte • Transfert des noms de domaine <arkena.fr> et <arkena.com> : oui, sous astreinte • Publication : non
CA Bordeaux, 1 ^{ère} ch. civ., 26 mars 2019, n°17/03991	- Mme A-M C. (veuve de M. H.D.) - M. W.D. (héritier de M. H.D.) - Mme D.D. (héritière de M. H.D.) - M. M. D-B. (héritier de M. H.D.) Marque <i>Jappeloup</i> (1986, renouvellement de 2005 irrecevable) Marque <i>Jappeloup</i> (1996, non renouvelée en 2016) Marque semi-figurative <i>Jappeloup</i> (2011) - M. M. D-B. (héritier de M. H.D.) Marque <i>Jappeloup</i> (2017)	- SARL Sport Communication International (gérante des biens incorporels de M. P.D.) Marque <i>Jappeloup</i> (2011) Marque <i>Jappeloup by P. Me D.</i> (2011) - M. P.D. Marque <i>Jappeloup</i> (1999) (Demandeur en 1^{ère} instance)	M. P.D. est un cavalier renommé, qui a acheté, en 1981, à M. H.D. le cheval « Jappeloup », qu'il a dressé et avec lequel il remportera de nombreuses compétitions. Ce cheval est mort en 1991. De 1986 à 2011 M. H.D. dépose plusieurs marques composées de « Jappeloup ». M. P.D. l'a assigné en 2012 et, suite à son décès, a assigné les héritiers de M. H.D. en novembre 2015 - TGI : recevabilité de l'action de la sté Sport Communication International, restitution des marques <i>Jappeloup</i> (1996) et <i>Jappeloup</i> (2011) à M. P.D., condamnation des héritiers de M. H.D. à 1 € de D&I pour réparation du préjudice moral, publication sur le site www.vins-jappeloup.com, pas d'exécution provisoire. Action reconventionnelle en déchéance de la marque <i>Jappeloup</i> de 1999 et prononcé de la déchéance - CA : confirmation partielle - Fins de non-recevoir : • Irrecevabilité pour cause de prescription : non, la mauvaise foi de M. H.D. est établie par sa connaissance du milieu hippique excluant toute ignorance en ce domaine, ce qui exclut la prescription de l'action en revendication • Irrecevabilité de l'action en revendication de la marque <i>Jappeloup</i> de 2017 : non - Demandes principales : • Dépôt frauduleux de la marque <i>Jappeloup</i> en violation des droits de la personnalité de M. P.D. : oui, « La qualité de champion d'équitation de M. P.D. est un élément de sa personnalité. Cette qualité est associée au nom du cheval « Jappeloup », étant le seul avec lequel il a remporté les compétitions et prix cités. Cette qualité, associée au nom de <i>Jappeloup</i>, constitue pour M. P.D. un droit de la personnalité susceptible d'être protégé sur le fondement de l'article L. 711-4 du Code de la propriété intellectuelle » (...) « Le dépôt de la marque <i>Jappeloup</i> porte incontestablement atteinte tant au nom de M.P.D. qu'à son image en tant que cavalier propriétaire du cheval <i>Jappeloup</i> ». La qualité de naisseur du cheval de M. H.D., source de revenus, ne permet pas d'exclure l'atteinte à ce droit de M. P.D.

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			• Revendication des marques <i>Jappeloup</i> de 2011 et 2017 encore en vigueur : oui • Responsabilité contractuelle au titre de la garantie d'éviction de M. H.D. qui a utilisé le nom, l'image et la réputation du cheval objet de la vente : non, la garantie d'éviction ne peut être revendiquée s'agissant d'un droit incorporel qui n'était pas l'objet du contrat de vente • Interdiction d'exploitation de la dénomination « Jappeloup » à quelque titre et sous quelque forme que ce soit, notamment au travers du nom de domaine <vins-jappeloup.com> : non, la demande est trop générale, elle ne permet pas d'en apprécier le périmètre précis et est redondante avec la restitution des marques • D&I : 1 € en réparation du préjudice moral de M. P.D. • Publication : oui dans deux journaux spécialisés et sur le site www.vins-jappeloup.com - Demandes reconventionnelles : • Déchéance de la marque <i>Jappeloup</i> (1999) appartenant à M. P.D. : oui partiellement, M. P.D. justifiant d'une utilisation de la marque pour des services de divertissement • D&I au titre d'indemnisation d'un contrat perdu au profit des héritiers de M. H.D. : non, M. P.D. étant accueilli en sa demande sur l'atteinte portée à ses droits antérieurs par le dépôt des marques de M. H.D.
CA Colmar, Pôle 5, 1 ^{ère} ch., 26 mars 2019, n°17/14862	- SAS Raise Conseil (2013) - Marque de l'UE <i>Raise</i> (2013) <raisefrance.com> (17 dec. 2014) www.raisefrance.com - SAS Raise Investissement (2013) www.raisefrance.com - Fonds de dotation Raise (2013) (Demandeurs en 1^{ère} instance)	- SAS Raizers (8 sept. 2014) - SA Raizers, sté de droit suisse (28 juil. 2014) - Marque de l'UE <i>Raizers</i> (2014) - Demande de marque de l'UE semi-figurative <i>Raizers</i> (28 juil. 2015)	Raise Conseil a une activité de conseil en investissement financier, Raise Investissement a une activité de prise de participation dans des PME françaises. Le fonds de dotation Raise fait du mécénat d'entreprise. Les deux sociétés Raizers ont une activité de financement participatif. Mise en demeure le 30 janv. 2015, suivie d'une assignation en date des 30 avr. et 18 mai 2015 - 15 juil. 2015 : action en nullité partielle de la marque de l'UE <i>Raise</i> de la sté Raise Conseil - 9 fév. 2016 : opposition de la sté Raise Conseil au dépôt de la marque semi-figurative de l'UE par la sté Raizers du 28 juil. 2015 - 5 fév. 2016 : sursis à statuer dans l'attente de la décision sur l'action en nullité - 4 mai 2018 : le TUE confirme l'annulation partielle en classe 36 de la marque de l'UE <i>Raise</i> de la sté Raise Conseil - TGI : recevabilité de l'action en concurrence déloyale et parasitaire des stés Raise, pas d'usurpation de nom commercial, dénomination sociale et nom de domaine, débouté sur la concurrence déloyale et le parasitisme - CA : Confirmation - Fin de non-recevoir : non - Demandes principales :

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			• Concurrence déloyale : non, « si les parties interviennent dans le même secteur du conseil en investissement financier, leurs activités ne sont pas pour autant directement concurrentes (...) les clientèles (...) ne sont pas similaires mais bien au contraire ne peuvent être que très différentes ». « C'est très justement que le tribunal a jugé que le public pertinent, qui avait des connaissances en matière d'investissement financier, était particulièrement vigilant et attentif lorsqu'il était amené à côtoyer ou à s'intéresser à une entreprise exerçant dans ce domaine d'activité de sorte que le risque de confusion devait être apprécié selon un degré de similitude élevé entre les signes ». Il existe des différences sensibles entre les deux signes tels qu'ils sont exploités dans la vie des affaires, en raison du visuel associé à « Raize ». Un risque de confusion n'est donc pas suffisamment établi, étant rappelé le caractère peu distinctif du signe <i>Raise</i> pour des activités de levée de fond, et une notoriété insuffisamment acquise de ce nom commercial à la date de l'assignation • Parasitisme : non - Demande reconventionnelle : • Appel abusif : non
CA Colmar, 1 ^{ère} ch. civ., section A, 27 mars 2019, n°17/00295	- SASU Comptoir National de l'Or - SARL Comptoir de l'Or Marque <i>Le Comptoir de l'Or</i> (2009) <gold.fr> (1998) (Demandeurs en 1 ^{ère} instance)	- SASU BDOR (anciennement nommée Banque de l'Or) <goldfr.fr> <goldfr.com>	La sté Comptoir de l'Or vend au détail des articles d'horlogerie et de bijouterie. La sté BDOR fait le négoce de métaux précieux, dont l'or, dans deux ébts à Strasbourg et à Colmar. Achat des mots clé « goldfr » et « gold.fr » au service Google Adwords pour diffuser une annonce « Banque de l'Or N°1 de l'achat d'or en France / Banquedor.fr » renvoyant aux coordonnées de la sté BDOR - TGI : déboute les sté Comptoir de l'Or et Comptoir National de l'Or de leurs demandes en concurrence déloyale, parasitisme et pratiques commerciales trompeuses - CA : Infirmer • Concurrence déloyale pour publicité trompeuse : oui, le fait pour la sté BDOR d'acheter les mots clés « gold.fr » et « goldfr » pour donner accès à une annonce la présentant comme el N°1 de la vente d'or en France caractérise « la revendication fallacieuse d'une qualité que le professionnel n'a pas ». « Le fait, pour une société, de revendiquer la qualité de n°1 sur un marché, vise à gagner un avantage commercial (...) La mention publicitaire litigieuse est de nature à altérer de manière substantielle le comportement économique du consommateur moyen », étant précisé que l'or est un produits susceptible d'attirer tous types d'acheteurs, y compris des consommateurs novices » • Concurrence déloyale au titre des noms de domaine <goldfr.fr> et goldfr.com> caractérisant du typosquatting : oui, la proximité orthographique de ces noms de domaine avec celui des stés Comptoir National de l'Or et Comptoir de l'Or, « leur

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			structure anormale incluant, l'extension « fr » dans le nom de domaine lui-même, permettent d'en déduire une volonté de détourner le trafic et de gagner ainsi indûment un avantage commercial. Cette analyse est renforcée par le fait que la société BDOR avait réservé deux noms de domaine proches de celui de ses principaux concurrents ». Le fait que ces sites aient été désactivés est sans incidence • Interdiction d'usage des dénominations « goldfr » et « goldfr.fr » à titre de nom de domaine : oui, sous astreinte de 500 € par infraction constatée • Radiation des noms de domaine <goldfr.fr> et <goldfr.com> : oui, sous astreinte de 500 € par jour de retard • Cessation de l'utilisation de la mention « n°1 de l'achat d'or en France » : oui, sous astreinte de 500 € par jour de retard • D&I : 69 000 € au titre de la concurrence déloyale, pas de prise en compte du préjudice correspondant aux investissements publicitaires « L'investissement publicitaire n'est pas en soi constitutif de préjudice, mais constitue la conséquence normale du jeu de la concurrence dans une économie libérale ». Pas de preuve de l'accroissement des dépenses publicitaires pour l'achat des mots clés sur le service Adwords, afin de contrecarrer les difficultés et de préserver la visibilité • Publication : oui en première page du site de la sté BDOR et dans 5 revues ou sites internet au choix des stés appelantes
CA Lyon, 6 ^{ème} ch., 28 mars 2019, n°18/08414	- SAS Elégance <groupe-peyrefitte.fr> <peyrefitte-bts.fr> www.groupe-peyrefitte.fr www.peyrefitte-bts.fr	- SAS Institut Préparatoire aux Carrières Sportives (IPCAS) Marque <i>Peyrefitte Sport</i> Marque <i>Peyrefitte Santé Social</i> - SAS Institut Technique des Carrières Carole (ITCC) Marque d'usage <i>Peyrefitte Esthétique</i> (Demandeurs en 1^{ère} instance)	IPCAS est une école de formation dans le sport, ITCC est une école de formation à l'esthétique. La sté Elégance qui exerce également dans la formation à l'esthétique, a racheté la sté Peyrefitte Tourisme en liquidation - Référé (3 avr. 2018) : injonction de cesser toute utilisation par la sté Elégance des termes « Groupe Peyrefitte », « Peyrefitte BTS », « Peyrefitte » et du nom de domaine <groupe-peyrefitte.fr>, sous astreinte - JEX (13 nov. 2018) : liquidation de l'astreinte provisoire à hauteur de la somme de 30 000 € au titre de 270 infractions - CA : réformation • Liquidation de l'astreinte : la sté Elégance n'apporte aucun justificatif de la survenance d'une difficulté à faire cesser l'emploi des termes litigieux sur son site ou dans sa documentation, ayant retardé son exécution, le jugement doit donc être réformé et l'astreinte majorée à la somme de 40 500 €
TGI Paris, 3 ^{ème} ch., 3 ^{ème} section, 29	- Société LYFT INC (sté de droit américain créée en 2008) Marque de l'UE <i>LYFT</i> (2013) Marque de l'UE <i>LYFT</i> (2014)	- SARL LIFTY (2014, en liquidation) - M. X (fondateur)	Activité similaire de transports de personnes, services de taxi. La sté LYFT s'est opposée à 5 reprises devant l'INPI à des dépôts successifs entre 2014 et 2016 de marques composées de la dénomination « Lifty » par la sté LIFTY et ses fondateurs, et a obtenu gain de cause pour les produits des classes 35 et 39. La sté LIFTY dépose

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
mars 2019 n°17/02842	Marque semi-figurative <i>LYFT</i> (2014) <lyft.com>	- M. Z (fondateur) Marque <i>Liftycab</i> <i>Lifty-cab</i> (2014) Marque <i>Lifty</i> (2015) Marque <i>Liftycab</i> (2015) Marque <i>Lifty-Invest</i> (2015) Marque <i>Liftyhelp</i> (2015) Marque <i>Liftycab</i> (2016) Marque <i>Liftyc@r</i> (2016) <liftycab.com> (2014) <liftycab.fr> (2014) <i>www.liftycab.com</i>	en 2016 deux marques <i>Liftycab</i> et <i>Liftyc@r</i> malgré des décisions de refus du directeur de l'INPI pour des marques similaires, plus tôt, en 2016. La sté LIFTY est titulaire des deux noms de domaine <liftycab.com> et <liftycab.fr> qui donnent accès au site <i>www.liftycab.com</i> - Exception de nullité de l'assignation : non, à défaut de grief car le défendeur a été informé de la procédure, a constitué avocat et a développé des moyens de défense. L'assignation fait mention des textes et est suffisamment motivée en droit et en fait, pour permettre de comprendre les griefs formulés et de répondre - Demandes principales : • Nullité pour dépôt frauduleux des marques de la société LIFTY : oui, la mauvaise foi des déposants est caractérisée par la parfaite connaissance des droits antérieurs de la sté LYFT due aux multiples oppositions intentées par LYFT à son encontre, et par sa persistance à déposer des marques similaires en dépit de ces procédures • Contrefaçon des marques <i>LYFT</i> par les marques <i>Liftycab</i> (2016) et <i>Liftyc@r</i> (2016) : oui, l'identité ou similarité des produits et services concernés alliés à la forte similitude visuelle, phonétique et conceptuelle des signes avec les droits antérieurs de la sté LYFT entraînent un risque de confusion, de sorte que le consommateur d'attention moyenne sera amené à attribuer aux services proposés une origine commune • Concurrence déloyale pour usurpation de dénomination sociale : oui, l'adoption de la dénomination sociale « LIFTY » pour exploiter une activité identique à celle de LYFT est susceptible de générer un risque de confusion entre les deux sociétés pour le consommateur. Les noms de domaine <liftycab.fr> et <liftycab.com> donnent accès au site <i>www.liftycab.com</i>, ce qui caractérise un acte de concurrence déloyale « quand bien même ces deux noms de domaine seraient inexploités, dès lors qu'ils sont susceptibles à tout moment d'être réactivés » • Radiation des noms de domaine <liftycab.fr> et <liftycab.com> : oui, sous astreinte • Interdiction d'usage de la dénomination « Lifty » à titre de dénomination sociale : oui, sous astreinte • Interdiction de déposer, réserver, enregistrer ou faire usage de toute dénomination incorporant les termes « Lyft », « Lift » ou « Lifty » à quelque titre que ce soit : oui, sous astreinte • D&I : 44 821 € au titre des dépôts frauduleux, 20 000 € au titre du préjudice matériel résultant de la contrefaçon, 15 000 € au titre de l'atteinte portée à la valeur patrimoniale des marques de la sté LYFT, 10 000 € au titre de la concurrence déloyale • Publication : non • Exécution provisoire : oui

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
TGI Paris, Ord. Référé, 29 mars 2019 n°19/51677	- SARL Les Biscuits Joyeux (2016) Nom commercial et enseigne « Biscuits Joyeux » Marque <i>Biscuits Joyeux</i> (2016) <biscuitsjoyeux.fr> (15 juin 2017)	- Fonds de dotation Emeraude Solidaire (2010) Marque <i>Joyeux</i> (30 oct. 2017) Marque de l'UE <i>Joyeux</i> (23 nov. 2017) Marque semi-figurative <i>Joyeux servi avec le cœur</i> (30 oct. 2017) Marque semi-figurative de l'UE <i>Joyeux servi avec le cœur</i> (23 nov. 2017) Marque <i>Joyeux servi avec le cœur</i> (30 oct. 2017) Marque de l'UE <i>Joyeux servi avec le cœur</i> (23 nov. 2017) Marque <i>Cafe Joyeux</i> (22 nov. 2017) - SARL Grain de Moutarde <joyeux.fr> (9 oct. 2017)	La Sté Les Biscuits Joyeux a une activité de boulangerie et pâtisserie. Le Fonds de dotation Emeraude Solidaire a été créé pour soutenir des actions solidaires, il est à l'origine d'un projet visant à employer des personnes en situation de handicap mental. A ce titre, il utilise le terme « Joyeux » pour les besoins de son activité, comme traduisant le bonheur accessible aux personnes souffrant de handicap. La sté Grain de Moutarde travaille également au développement de ce projet et a ouvert le site www.joyeux.fr pour présenter les restaurants employant des personnes handicapées sous l'enseigne « Joyeux » - Oppositions à l'encontre d'une demande de marque française <i>Joyeux</i> : partiellement accueillie, recours en appel - Opposition à l'encontre de la demande de marque de l'UE <i>Joyeux</i> : en cours - Exception de nullité de l'assignation en référé : non, à défaut de preuve d'atteinte aux droits de la défense - Demandes reconventionnelles : • Rupture abusive de pourparlers : non, compte tenu des nombreux échanges témoignant d'une position évolutive de la demanderesse au regard des solutions successivement envisagées. L'usage du terme « Joyeux » porte atteinte aux droits de la demanderesse, ce qui exclut l'action fondée sur l'art. 809 CPC et le trouble manifestement illicite • Concurrence déloyale : non, l'usage du terme « Joyeux » porte atteinte aux droits de la demanderesse, ce qui exclut l'action fondée sur l'art. 809 CPC et le trouble manifestement illicite allégué - Demandes principales : • Vraisemblance de la contrefaçon de la marque <i>Biscuits Joyeux</i> par l'usage du terme « Joyeux » à titre de marque et de nom de domaine (art. L 716-6 CPI) : oui, dans le cas où le terme « Joyeux » utilisé seul pour désigner des services de restauration ou de bar, vente de produits alimentaires. Cela concerne donc la marque <i>Joyeux</i> et le nom de domaine <joyeux.fr>. Les demandes concernant les autres marques mises en cause sont rejetées, à défaut de preuve du risque de confusion pour les signes associant le terme « joyeux » à d'autres éléments et faisant clairement référence à l'activité de restauration ou à la dimension sociale de l'entreprise • Trouble manifestement illicite au titre de la concurrence déloyale (art. 809 CPC) : non, le risque de confusion entre le terme seul « Joyeux » et la marque <i>Biscuits Joyeux</i> est déjà établi au titre de la contrefaçon pour la marque <i>Joyeux</i> et le nom de domaine <joyeux.fr>, aucun autre élément ne permet de retenir « avec l'évidence requise en référé » que les usages du terme « Joyeux » par la Fondation ont pu compromettre les conditions d'exercice de l'activité de la sté Les Biscuits Joyeux en générant un risque de confusion

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			• Interdiction d'usage du signe « Joyeux » sans association avec un autre élément verbal ou figuratif, pour désigner des produits ou services similaires à ceux visés par la marque <i>Biscuits Joyeux</i> : oui, sous astreinte • Provision sur D&I : non
TGI Paris, 3 ^{ème} ch., 1 ^{ère} section, 18 avr. 2019, n°17/17360	- Mme J. J. agissant pour le compte de la société Connexion Voyance Nom commercial « Osacrine » utilisé sur la plateforme de la sté J-Evolution Angel Line Marque <i>Oscarine - Odcarine Medium – La voyance qui a un temps d'avance</i> (22 dec. 2014, cl. 35, 38 et 45) Marque <i>Oscarine-Oscarine Medium – La voyance qui a un temps d'avance</i> (2017) www.connexion-voyance.com	- S.A.R.L. J-Evolution Angel Line Nom commercial « J-Evolution : Angel'Line » www.angel-line.fr www.voyance-experte.fr www.voyance-experte.com www.oscarine-voyance.e-monsite.com - Mme. X (gérante) <oscarine-voyante.com> <oscarinevoyante.com>	La sté J-Evolution Angel Line a pour activité la mise en relation de particuliers avec des prestataires de services indépendants, il s'agit d'une plateforme internet de consultation payante de voyance en ligne, accessible par les noms de domaine <angel-line.fr>, <voyance-experte.fr> et <voyance-experte.com> Mme. J.J. est référencée sur la plateforme sous le pseudonyme « Oscarine » choisi par elle. À la fin de son contrat, Mme. J.J. a déposé la marque française <i>Oscarine - Oscarine Medium – La voyance qui a un temps d'avance</i> au nom de la sté Connexion Voyance en formation - Décision INPI sur l'opposition de la sté J-Evolution Angel Line à la demande de marque notoire non déposée (11 mai 2015) : Opposition irrecevable à défaut de preuve de la notoriété La sté J-Evolution Angel Line a continué à exploiter le nom « Oscarine » sur ses sites, et a enregistré les noms de domaine : <oscarine-voyante.com> et <oscarinevoyante.com> - Fin de non-recevoir : • Défaut d'intérêt à agir de Mme J.J. au titre de la marque <i>Oscarine - Oscarine Medium – La voyance qui a un temps d'avance</i> : non, marque déposée par Mme. J.J. au nom et pour le compte de la sté en formation « est restée, en l'absence de reprise par cette société, dans le patrimoine de Mme J.J. » • Mise hors de cause de Mme. X : non, car le site n'identifie pas l'éditeur du site et les noms de domaine « sont enregistrés soit pour le compte de la société J-Evolution Angel Line, soit au nom de Mme X., à titre personnel ». Mme X. est administrateur du nom de domaine <voyance-experte.com> dont le contenu est mis en cause - Nullité du constat d'huissier : non - Demandes reconventionnelles : • Dépôt frauduleux de la marque <i>Oscarine - Oscarine Medium – La voyance qui a un temps d'avance</i> : non, pas de preuve • Concurrence déloyale pour atteinte au nom commercial « Angel Line » dans les mots clés du site www.connexion-voyance.com : non, à défaut de preuve par un document daté et ayant une origine certaine, pas de constat d'huissier • Procédure abusive : non - Demandes principales

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			• Contrefaçon : oui, risque de confusion en utilisant ce signe au titre des noms de domaines et des services proposés • Interdiction de faire usage du signe « Oscarine » à quelque titre que ce soit : oui, sous astreinte • D&I : 3000 €
CA Montpellier, 2 ^{ème} ch., 7 mai 2019, n°18/05794	- SARL ADY (1997) <coudreetbroder.com> (2003) <coudreetbroder.fr> (2004) www.coudreetbroder.com Licence de la marque semi-figurative C&B CoudreetBroder (2008, la marque appartient au gérant M. F. et à M. L.) (Demandeur en 1 ^{ère} instance)	- SARL Etablissement Fabre-Varaldi <coudretbroder.com> <coudrebroder.fr> <coudreebroder.fr> www.coudre-paris.fr	Activité identique de vente de machines à coudre, à broder, à repasser et à tricoter. La sté ADY reproche à la sté Fabre-Varaldi l'enregistrement de noms de domaine quasi-identiques aux siens pour rediriger vers un site concurrent, l'emploi du nom « coudre et broder » dans le contenu dudit site, la répétition abusive dans son code source du mot-clé « coudre » et l'utilisation du signe « Coudre & Broder » sur l'enseigne de son magasin. La sté ADY saisit le tribunal de commerce de Montpellier - TC : dessaisissement au profit du TGI de Marseille, compétent pour connaître des actions en matière de marques - CA : confirmation • Compétence du TC : non, les actions relatives aux marques sont exclusivement portées devant les TGI, y compris lorsqu'elles portent à la fois sur une question de marque et sur une question connexe de concurrence déloyale (art L.716-3 CPI). « Il importe peu que la société ADY ne soit pas propriétaire de la marque, ni bénéficiaire d'un droit exclusif d'exploitation, et qu'elle ne puisse ainsi agir elle-même en contrefaçon, puisqu'elle prétend utiliser la marque et être recevable à agir du fait de son utilisation par son concurrent dans des conditions de nature à lui porter préjudice »
TGI Bordeaux, 1 ^{ère} ch. civ., 14 mai 2019, n°16/11301	- SAS European XLAB (2015) <digitalinthesky.com> (2014)	- Association Aerocampus Aquitaine Marque L'Etoile (cession 2015) Marque Digital in the Sky (cession 2015)	La sté European XLAB et l'association Aerocampus Aquitaine ont engagé en 2015 un partenariat visant à développer l'activité du site de l'observatoire de Floirac dédié à la recherche aéronautique. Un accord de consortium a été conclu entre les parties, et les marques L'Etoile et Digital in the Sky ont été cédées à l'association pour 1 € symbolique. Le 2 nov. 2015, l'association met en demeure la sté European XLAB d'exécuter ses engagements sous peine de voir l'accord suspendu. Le 27 nov. 2015, l'association informe la sté European XLAB par courrier de la rupture de l'accord. La sté European XLAB reproche à l'association d'avoir rompu unilatéralement et abusivement l'accord, de ne pas lui avoir réglé l'intégralité de ses factures et de continuer à s'approprier indûment les marques cédées - Demandes principales : • Rupture abusive de l'accord de consortium : non, il était légitime pour l'association de mettre fin unilatéralement à l'accord dans des brefs délais, étant donné que la

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			sté European XLAB ne respectait pas ses engagements, le contrat étant par conséquent voué à l'échec • Caducité du contrat de cession de marques : non, le contrat de cession de marques et le contrat de consortium ne formant pas un ensemble contractuel indivisible au vu de la volonté des parties, la résolution du contrat de consortium n'entraîne pas la caducité du contrat de cession • Enrichissement sans cause et parasitisme : non, pas de justification d'un enrichissement dont aurait profité l'association, ni d'un profit tiré par l'association des investissements ou de la réputation de la sté • Publication : non • Exécution provisoire : non - Demandes reconventionnelles : • Paiement des arriérés de loyers de la convention de mise à disposition : oui, 6458,40 € • Radiation du nom de domaine <digitalinthesky.com> : non, bien que ce soit à raison que l'association considère que « l'absence d'exploitation effective du nom de domaine <digitalinthesky.com> depuis sa création (...) ne lui confère aucune antériorité qui lui serait opposable quant à la validité de sa marque, elle ne peut cependant s'opposer à son existence en soi que sous réserve pour ce nom de domaine de faire depuis lors l'objet sans son consentement d'un usage dans la vie des affaires, pour des produits et/ou services identiques ou similaires à ceux pour lesquels sa marque est enregistrée et susceptible de porter atteinte à sa fonction essentielle » • Procédure abusive : non, il ne peut pas être reproché à la sté European XLAB d'avoir porté en justice les différends qui l'opposaient à l'association, quand bien même ces moyens n'aient pas emporté la conviction du tribunal
CA Paris, Pôle 5, 1 ^{ère} ch., 14 mai 2019, n°16/15976	- Eastern Tomorrow (Jinjang) Import & Export Co Ltd (société de droit chinois) Marque semi-figurative <i>B Jack Bentley</i> (2013, cl. 33) Marque <i>Jack Bentley</i> (2013, cl. 33) Marque <i>Bentley Jack</i> (cl. 33) <jackbentleyasia.com> www.jackbentleyasia.com	- Bentley Motors Limited (Société de droit anglais, créée en 1919) Marque <i>Bentley</i> (1985 renouvelée 2015) Marque figurative (1985 renouvelée 2015) (Demandeur en 1^{ère} instance)	La sté Bentley Motors est une entreprise britannique spécialisée dans la construction d'automobiles de luxe et de course. La sté Eastern Tomorrow est une entreprise chinoise commercialisant des vins et spiritueux - TGI : nullité des marques de la sté Eastern Tomorrow pour atteinte aux droits antérieurs de la sté Bentley Motors, pas de D&I ni d'exécution provisoire - CA : confirmation partielle - Fins de non-recevoir : • Irrecevabilité de l'appel en raison du caractère fictif de l'adresse mentionnée en son appel : non, la nullité d'un acte, en raison de l'absence d'adresse ou du caractère fictif de l'adresse figurant dans cet acte, est une exception de procédure qui doit être présentée devant le conseiller de la mise en état, non devant la Cour

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			• Irrecevabilité de la nouvelle demande d'interdiction d'usage sur le site www.jackbentleyasia.com sur lequel les marques sont reproduites : non, car l'usage mis en cause est postérieur au jugement • Irrecevabilité des nouvelles demandes de la sté Bentley Motors relatives à des faits datés de 2017 : non, car ces faits ont été révélés après le jugement - Demandes principales : • Nullité des marques de la sté Eastern Tomorrow pour atteinte aux marques renommées de la sté Bentley Motors : oui, exploitation injustifiée des marques renommées de la sté Bentley, il existe un risque de confusion dont il résulte un préjudice pour la sté Bentley Motors du fait de l'atteinte portée à ses marques, lesquelles « sont associées à des produits qu'elles ne visent pas, ce qui dilue leur image et atténue leur pouvoir attractif » • Nullité au titre de l'art. L. 3323-3 du Code de la santé publique : oui, car « le dépôt par la société Eastern Tomorrow des marques querellées porte atteinte aux droits de la société Bentley Motors sur ses marques antérieures, en ce qu'elle ne peut plus exercer pleinement son droit de propriété sur ses marques, toute publicité les concernant "rappelant" les boissons alcooliques étant contrainte par la prohibition de la publicité sur les boissons alcooliques, produits visés par les marques de la sté Eastern Tomorrow » • Exploitation illicite des marques <i>Bentley</i> par la sté Eastern Tomorrow sur le site www.jackbentleyasia.com et sur les étiquettes de bouteilles de vin : non, cette exploitation illicite n'est pas suffisamment démontrée par les captures d'écran présentées, ni par les autres pièces versées • D&I : 20 000 €, car le seul dépôt « qui entre dans la vie des affaires, porte atteinte aux droits de la société Bentley, en ce qu'il traduit une volonté de profiter de la renommée des marques dont elle est titulaire, et à diluer leur image » • Publication : non
CA Paris, 5 ^{ème} ch., pôle 1, ord. 1 ^{er} Pdt, 15 mai 2019, n°19/03964	- SARL La Maison des Pierres (2008) Enseigne « Pierre Croizet » < croizet.com > www.croizet.com www.pierre.croizet.com	- SAS Croizet (1954) Marque <i>Croizet</i> (1978) (Demandeur en 1 ^{ère} instance)	Activité similaire de production d'eaux de vie et notamment de cognac - TGI : contrefaçon de la marque <i>Croizet</i> par la sté La Maison des Pierres, concurrence déloyale parasitaire et tromperie commerciale au préjudice de la sté Croizet, transfert sous astreinte du nom de domaine < croizet.com > au profit de la sté Croizet, interdiction sous astreinte à la sté La Maison des Pierres d'usage du signe « Croizet » ou « Pierre Croizet » sur le territoire français pour commercialiser du cognac, D&I 20 000 € et 30 000 € pour préjudice moral, pas de publication - CA : rejet de la demande d'arrêt de l'exécution provisoire

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			• Arrêt de l'exécution provisoire relative au transfert du nom de domaine : non, il n'est pas rapporté par la sté La Maison des Pierres que l'exécution provisoire est de nature à lui occasionner des conséquences manifestement excessives au titre de l'article 524 CPC. • Arrêt de l'exécution provisoire relative à l'interdiction d'usage des signes « Croizet » et « Pierre Croizet » : non, bien que l'impact de cette interdiction ne puisse être ignoré, il n'empêche pas la sté La Maison des Pierres d'écouler son stock de cognac en changeant l'étiquetage de ses bouteilles. L'appréciation des conséquences manifestement excessives au regard de l'article 524 CPC ne se fait pas en fonction des chances de succès de l'appel interjeté. La modification des étiquettes n'est pas impossible et n'est pas irréversible si le jugement devait être infirmé. De plus, la modification ne s'applique que pour les bouteilles commercialisées et non pour l'ensemble du stock
CA Versailles, 12 ^{ème} ch., 21 mai 2019, n°18/02889	- SAS Société de Distribution de Produits et Matériels Agricoles – Fermes et Jardins (SDPMA) Marque <i>Fermes et Jardins</i> (2015) www.fermes-et-jardins.re (16 nov. 2012) Page Facebook « Fermes et Jardins » (Demandeur en 1 ^{ère} instance)	- SASU Ferme et Jardin Demande d'enregistrement <i>Ferme et Jardin</i> (6 août 2015)	Les sociétés SDPMA et Ferme et Jardin exercent une activité similaire dans le domaine du commerce de matériel agricole - 30 juil. 2015 : la sté SDPMA dépose la marque <i>Fermes et Jardins</i> puis met en demeure la sté Ferme et Jardin de cesser tout usage de ce signe en raison d'un risque de confusion. La sté Ferme et Jardin considère que ce dépôt de marque est frauduleux au regard de ses droits antérieurs constitués par sa dénomination sociale et ses noms de domaine. - 31 juil. 2015 : la sté SDPMA met en demeure la sté Ferme et Jardin - 6 août 2015 : la sté Ferme et Jardin dépose la marque <i>Ferme et Jardin</i> - 19 nov. 2015 : assignation par la sté SDPMA aux fins de nullité partielle de la demande de marque <i>Ferme et Jardin</i> , atteinte à sa marque antérieure et interdiction d'usage de la dénomination « Ferme et jardin » - 25 nov. 2015 : objection partielle de l'INPI à la demande d'enregistrement de la marque <i>Fermes et Jardins</i> par la SDPMA - 22 janv. 2016 : dépôt par la SDPMA d'une demande divisionnaire pour la marque <i>Fermes et Jardins</i> qui sera enregistrée le 13 mai 2016 - 30 avr. 2017 : décision de rejet total de l'INPI de la demande de marque <i>Ferme et Jardin</i> de la sté Ferme et Jardin pour défaut de distinctivité et de pouvoir de son mandataire - TGI (5 avr. 2018) : rejet des fins de non-recevoir soulevées par la sté Ferme et Jardin, recevabilité de la demande reconventionnelle en nullité de la marque <i>Fermes et Jardins</i> appartenant à la sté SDPMA, nullité de cette marque, pas de D&I, pas d'exécution provisoire, déboute la sté SDPMA - CA : confirmation

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			- Fins de non-recevoir : • Irrecevabilité de la demande de nullité de la marque <i>Fermes et Jardins</i> : non, la sté Ferme et Jardin n'a pas prétendu que sa marque était distinctive pour l'opposer aux droits de la SDPMA - Demandes reconventionnelles : • Nullité de la marque divisionnaire <i>Fermes et Jardins</i> : oui, les termes « fermes » et « jardins » sont perçus par le consommateur moyen normalement informé et raisonnablement avisé comme décrivant la destination des services offerts dans le domaine des produits d'équipement, d'exploitation et d'entretien des fermes et jardins, ils ne sont donc pas distinctifs des services des autres acteurs sur le même marché • Nullité pour dépôt frauduleux de la marque <i>Fermes et Jardins</i> postérieure aux noms de domaine <fermeetjardin.fr> et <fermeetjardin.com> de 2014 : non, la société Ferme et Jardin ne prouve pas être titulaire de ces noms de domaine. « Pour rapporter la preuve du dépôt de ses noms de domaine, elle ne verse pas au débat un extrait Whois mais une facture d'OVH.com adressée à Holding Groupe Cloué Vincent Cloué (...) sur laquelle figurent les deux noms de domaine comme ayant été créés le 1^{er} décembre 2014 ». La société Ferme et Jardin a été immatriculée en 2105 et rien ne prouve qu'elle a enregistré ces noms de domaine, ni même qu'elle les a exploités. - Demandes principales : • Acquisition du caractère distinctif de la marque divisionnaire <i>Fermes et Jardins</i> par l'usage : non, aucune preuve avancée par la SDPMA ne permet d'établir l'usage intensif du signe <i>Fermes et Jardins</i> à titre de marque antérieurement à son dépôt, et donc l'acquisition de son caractère distinctif • Atteinte par la dénomination « Ferme et Jardin » à la dénomination sociale « Fermes et Jardins SDPMA » : non, la SDPMA ne rapporte pas la preuve d'un risque de confusion dans l'esprit du public sur l'origine du produit
CA Paris, 2 ^{ème} ch., pôle 5, 24 mai 2019, n°18/04645	- SAS Compta Sud Société d'Expertise Comptable et de Commissariat aux Comptes de la Région Sud de Paris (1975) Marque semi-figurative <i>Compta Sud</i> (2005) (Demandeur en 1 ^{ère} instance)	- SARL Compta Sud OI (dénommée « Compta Sud » jusqu'au 28 mars 2016) <comptasud.com> <comptasud.re>	Les sociétés Compta Sud et Compta Sud OI exercent une activité concurrente d'expertise comptable. La sté Compta Sud a découvert que plusieurs de ses clients utilisaient l'adresse mèl de la sté Compta Sud OI pour la joindre - TGI : pas de contrefaçon de la marque semi-figurative <i>Compta Sud</i> , pas de procédure abusive - CA : Infirmerie partielle • Contrefaçon par imitation de marque : oui, le risque de confusion est établi en raison de la forte similitude des signes et l'identité des services concernés, pour la dénomination sociale « Compta Sud OI » ainsi que pour les deux noms de domaine

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			<comptasud.com> et <comptasud.re> qui reprennent à l'identique l'élément verbal de la marque revendiquée, de sorte que le public visé puisse croire que les sites correspondant à ces noms de domaine appartiennent à la sté Compta Sud. « L'appréciation du risque de confusion ne doit pas prendre en compte, comme l'ont fait à tort les premiers juges, l'implantation de la société Compta Sud sur l'île de la réunion, la marque française revendiquée étant protégée sur tout le territoire, y compris l'Outre-mer, et au surplus, le signe incriminé étant utilisé sur internet et donc visible par l'ensemble du public français y compris métropolitain » • Concurrence déloyale : non, cette nouvelle demande est irrecevable en appel, car elle ne tend pas aux mêmes fins que la demande en contrefaçon de marque formée devant les premiers juges, ni en constitue l'accessoire, la conséquence ou le complément nécessaire • Modification de la dénomination sociale et du nom commercial de la sté Compta Sud OI en supprimant les termes « Compta Sud » : oui, sous astreinte • Radiation des noms de domaine <comptasud.com> et <comptasud.re> : oui, sous astreinte
Cass. com., 5 juin 2019, n°G17-22.132	- Société Dataxy <saoneetloire.fr> (2004) <saone-et-loire.fr> (2004) <saône-et-loire.fr> (2012)	- Département de Saône-et-Loire Marque semi-figurative <i>Saône-et-Loire le département</i> (2011) <saoneetloire.fr> (2012) (Demandeur en 1^{re} instance)	La sté Dataxy est un bureau d'enregistrement de noms de domaine et exerce des activités d'hébergement, de création de sites, référencement, édition de logiciels, fourniture de services internet, maintenance de réseaux informatiques, géoréférencement de sites en France. Le département Saône et Loire demande le transfert des trois noms de domaine, exploités par la sté Dataxy pour des services en relation avec le territoire de la Saône et Loire. Première démarche du département le 17 août 2006, sans suite. Demande de transfert du 18 juil. 2102, également restée sans suite - Procédure Syreli (8 oct. 2012) : l'AFNIC ordonne le transfert de <saône-et-loire.fr>, postérieur à la marque de 2011, mais rejette la demande de transfert de <saoneetloire.fr> et <saone-et-loire.fr>. L'AFNIC retient l'absence de preuve « que la société Dataxy les aurait enregistrés dans le but de profiter de la renommée de la collectivité territoriale en créant une confusion dans l'esprit du citoyen » - TGI (22 oct. 2015) : action engagée par la sté Dataxy pour s'opposer à l'exécution de la décision Syreli ayant ordonné le transfert de <saône-et-loire.fr>. Contrefaçon de la marque <i>Saône-et-Loire le département</i> par l'utilisation du nom de domaine <saône-et-loire.fr> et transfert. Procédure élargie aux deux autres noms de domaine, également transférés pour enregistrement sans intérêt légitime en violation de l'art. L45-2, 3° du CPCE. Transfert des trois noms de domaine au département, D&I 3000 € et 5000 €, pas d'exécution provisoire

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			- CA (mars 2017) : confirmation, contrefaçon de marque par <saône-et-loire.fr>. « La société Dataxy ne justifie pas davantage qu'en première instance, une exploitation des noms de domaine "saoneetloire.fr" et "saone-et-loire.fr" pour une offre de services en lien avec le territoire de Saône et Loire; » (...) « L'article L. 45-2 3° du code des postes et communications électroniques, dans sa rédaction à laquelle les parties se réfèrent ensemble, énonce que le demandeur à l'enregistrement ou au renouvellement du nom de domaine identique ou apparenté à celui d'une collectivité locale doit justifier de deux conditions cumulatives : un intérêt légitime et agir de bonne foi; Qu'ainsi, à supposer même la société Dataxy de bonne foi, il n'en demeure pas moins, qu'au regard des développements précédents, cette société n'avait pas d'intérêt légitime à obtenir l'enregistrement et le renouvellement jusqu'en 2012 des noms de domaine litigieux lesquels sont apparentés au nom de la collectivité territoriale de Saône et Loire », D&I augmentés à 5000 € pour contrefaçon de marque et 20 000 € pour atteinte au nom de la collectivité territoriale, pas de publication - Cassation : rejet du pourvoi • Défaut de motivation : sous un grief infondé de dénaturation, « le moyen ne tend qu'à remettre en cause l'appréciation souveraine des juges du fond ». La cour d'appel a souverainement retenu « que la société Dataxy ne démontrait pas une exploitation des noms de domaine litigieux afin d'offrir des services en rapport avec le territoire du département Saône-et-Loire, et a pu décider que cette société n'avait aucun intérêt légitime à obtenir l'enregistrement et le renouvellement à son bénéfice des enregistrements correspondants ». « La cour ne s'est pas contredite en retenant que toute activité de géoréférencement en ligne ne constituait pas nécessairement une offre de services en rapport avec le territoire du département Saône et Loire »
TGI Paris, 3 ^{ème} ch., 3 ^{ème} section, 7 juin 2019, n°18/00585	- Société Manutan International S.A. (sté holding) <manutan.fr> Marque semi-figurative <i>Manutan</i> (2012) Marque de l'UE <i>Manutan</i> (2002) - Société Manutan S.A. (1966) www.manutan.fr	- Société De Courcy <manudom.re> <manudom.fr> Marque semi-figurative <i>Manudom</i> (2017) - Société Manutention de la Réunion SARL - Société DMP <manudom.com>	Activité similaire de vente en ligne de produits d'entrepôt de mobilier à destination des entreprises. Le 25 sept. 2017, la sté Manutan International met en demeure les sociétés De Courcy, Manutention de la Réunion et DMP de cesser tout usage de la dénomination « Manudom » et de supprimer leurs noms de domaine. Le même jour la sté De Courcy dépose la marque <i>Manudom</i>, à laquelle Manutan International forme opposition. Assignation le 10 janv. 2018 - Décision INPI sur l'opposition (15 juin 2018) : rejet de l'opposition formée par Manutan International, l'INPI, à défaut de risque de confusion entre les signes <i>Manutan</i> et <i>Manudom</i> - TGI : • Contrefaçon des marques <i>Manutan</i> : non, similarités insuffisantes à caractériser un risque de confusion

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			• Nullité de la marque <i>Manudom</i> : non • Concurrence déloyale pour usurpation de dénomination sociale et de nom commercial : non, à défaut de risque de confusion avec la dénomination sociale « Manutan », pas de preuve que le nom commercial « Manutan » est connu sur l'ensemble du territoire national • Exécution provisoire : non
CA Aix en Provence, ch. 3-1, 13 juin 2019, n°16/17045	- M. F.G. - M. S.G. Marque <i>Beauty-Coiff</i> (1997) - Société Beauty Concept (dénommée Beauty Coiff jusqu'en 2007) <beautycoiff.fr> (2000) <i>www.beautycoiff.fr</i> Marque <i>Beauty Coiff</i> (2013) - Société Centrale Beauté - Franchisé du réseau (intervenant volontaire en 1 ^{re} instance) (Demandeurs en 1 ^{re} instance)	- SAS Demonfaucon (1988) Enseigne « R'Center » <beautycoiffure.com> (2010) - SAS Beauty Coiffure (2010)	Activité concurrente de commercialisation de produits d'esthétique, de coiffure, d'hygiène et de parfumerie - TGI : rejet de la demande de nullité de l'assignation, nullité des marques <i>Beauty-Coiff</i> et <i>Beauty Coiff</i> pour défaut de distinctivité, déboute les stés Beauty Concept, Centrale Beauté, M. F.G. et M. S.G. de leurs demandes en contrefaçon, concurrence déloyale et parasitisme, pas de procédure abusive - CA : confirmation • Nullité de la marque <i>Beauty-Coiff</i> en classes 3 et 5 : oui, ce néologisme n'est pas arbitraire • Nullité de la marque <i>Beauty Coiff</i> en classes 35, 39 et 44 : oui, en classe 44, pas d'acquisition de distinctivité en classe 44 depuis 2013, année du dépôt. Infirmer pour les classes 35 et 39, pas de nullité • Contrefaçon de la marque <i>Beauty Coiff</i> : non, la marque n'étant jugée valide que pour les classes 35 et 39, la sté Beauty Concept ne peut invoquer la contrefaçon de cette marque du fait de l'utilisation du nom de domaine ou de l'enseigne pour désigner un commerce de produits de parfumerie, coiffure et esthétique • Concurrence déloyale : non, « aucun risque de confusion n'étant avéré, aucun élément ne permet de soutenir que l'utilisation par un concurrent du nom de domaine <beautycoiffure.com> est de nature à désorganiser la société Beauty Concept ou d'empêcher celle-ci de commercialiser en ligne ses produits ; de même, les prix pratiqués par la société Beauty Coiffure relèvent de la concurrence loyale et ne peuvent être analysés comme révélant une action fautive » • Parasitisme : non Demande reconventionnelle : • Procédure abusive : non
CA Paris, pôle 1, 2 ^{ème} ch., 13 juin 2019, n°18/20586	- Société Kadine (sté de droit belge) Marque internationale, protégée en France <i>Essentiel</i> (2002) Marque internationale, protégée dans l'UE <i>Essentiel Antwerp</i> (2016)	- Société Fear of God, LLC, FOG (sté de droit américain) <i>www.fearofgod.com</i>	Activité similaire de commercialisation de produits de prêt à porter, lancement en 2018 par la sté Fear of God d'une gamme « Fear of God Essentials » et dépôt de la marque aux Etats-Unis en classes 18 et 25. Annonce du lancement de la collection « Essentials » sur les blogs <i>www.theviews.fr</i> et <i>www.hhighsnobity.com</i> , site <i>www.pacsun.com</i> de présentation de vêtements Essentials avec des prix en euros et

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
	Marque semi-figurative de l'UE <i>Essentiel Antwerp</i> (2010) (Demandeur en 1^{ère} instance)	Marque américaine <i>Fear Of God Essentials</i> (2018) <fearofgodessentials.com> Extraits de blogs accessibles aux adresses www.theviews.fr et www.hhighsnobiety.com sur le lancement de la collection « Essentials »	offre de livraison en France. Constat d'achat en France sur le site www.pacsun.com et constat des commentaires en français sur Instagram - Référé à heure fixe (art. 809 CPC et L.716-6 CPI) : pas d'exception d'incompétence, débouté sur les demandes d'interdiction, les demandes de clôture des comptes Instagram de la sté Fear of God et de transfert du nom de domaine <fearofgodessentials.com> excèdent sa compétence - CA : confirmation • Exception d'incompétence du TGI Paris : non, car le constat prouve que des vêtements marqués <i>Essentials</i> ont été proposés à la vente sur le site www.pacsun.com « destiné notamment à un public français » et la marque internationale <i>Essentiel</i> est protégée en France. Pour les deux marques de l'UE, selon l'art.126 par.2 du Règlement UE 2017/1001, la compétence fondée sur l'art.125 par. 5 dispose qu'est compétent le tribunal du lieu des faits commis sur le territoire de l'Etat membre. Si le défendeur n'est pas domicilié dans l'UE, la règle applicable est celle de l'art. 46 CPC (art. 6 Règlement UE 1215/2012) • Sursis à statuer dans l'attente de l'action en nullité de la marque protégée dans l'UE (art. 132 Règlement UE No 2017/100) : non, car le sursis n'est pas de droit et l'action en nullité n'a été engagée qu'en avril 2019, quelques jours avant l'audience en appel • Vraisemblance de la contrefaçon : non, pas de preuve d'un risque imminent d'atteinte aux droits, la sté américaine Pacific Sunwear of Californie LLC qui gère le site www.pacsun.com n'est pas partie à l'instance. « Un seul achat d'un vêtement susceptible d'être contrefaisant, effectué à partir du domicile personnel de l'huissier de justice mandaté par l'appelante, c'est-à-dire pour les besoins de la cause, et les rares extraits de commentaires publiés en français sur le compte Instagram de la société Fera of God, ne sauraient suffire à démontrer ni qu'il existait un risque imminent d'atteinte à ses droits lorsqu'elle a saisi le premier juge ni que des actes de contrefaçon se seraient poursuivis » • Demandes pour trouble manifestement illicite et faits de concurrence déloyale : non
CA Paris, pôle 5, 2 ^{ème} ch., 14 juin 2019, n°17/21460	- SAS Cora Marque <i>Cora</i> (1974) (Demandeur en 1^{re} instance) - Sté Delfipar (instance distincte, jonction) Marque <i>Cora Wine</i> (2014)	- Société Coravin Inc (société de droit américain) <coravin.com> <coravin.fr> <coravin.de> <coravin.ie>	La sté Cora exerce dans la grande distribution et appartient au groupe Delfipar, titulaire de la marque <i>Cora Wine</i>. La sté Cora assigne le 21 oct. 2015 la sté Coravin car elle lui reproche d'utiliser un signe similaire à sa marque <i>Cora</i> qu'elle estime renommée, ainsi qu'à sa dénomination sociale et son nom commercial, pour désigner une technologie brevetée permettant d'accéder à un vin embouteillé et de le servir sans retirer le bouchon. La sté Coravin oppose la déchéance partielle de la marque <i>Cora</i> et assigne le 28 oct. 2015, la sté Delfipar pour dépôt frauduleux de la marque <i>Cora Wine</i>. Les deux instances ont été jointes

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
		<coravin.it> <coravin.com.es> <coravin.co.uk> <coravin.eu> Marque de l'UE <i>Coravin</i> (2012) - SA Louis Delhaize Financière et de Participation (société de droit belge)	- TGI : déboute la sté Coravin de sa demande en déchéance partielle et de sa demande en nullité pour dépôt frauduleux de la marque <i>Cora Wine</i>. Déboute la sté Cora de son action en contrefaçon de marque et atteinte à la renommée de sa marque, à sa dénomination sociale et à son nom commercial - CA : confirmation - Demande reconventionnelle en déchéance : • Recevabilité de l'action en déchéance de la sté Coravin à de nouveaux produits : oui • Déchéance de la marque <i>Cora</i> demandée à titre reconventionnel en 1^{re} instance : non, l'usage sérieux à titre de marque est justifié - Demandes principales : • Atteinte à la renommée de la marque <i>Cora</i> : non, à défaut de preuve de la renommée • Contrefaçon de la marque <i>Cora</i> : non, à défaut de risque de confusion entre les signes « Cora » et « Coravin » • Atteinte à la dénomination sociale et au nom commercial « Cora » : non, pas de risque de confusion entre les signes, aucun élément ne permet de justifier que la sté Coravin aurait tiré un quelconque avantage de la connaissance du nom commercial ou de la dénomination sociale de Cora, ou qu'elle l'ait empêchée d'exploiter sa marque dans le domaine du vin, puisqu'elle ne commercialise pas de vin • Nullité pour dépôt frauduleux de la marque <i>Cora Wine</i> : non, il n'est pas démontré que le dépôt traduise une intention de nuire ou d'entraver l'activité économique de la sté Coravin Demande reconventionnelle pour procédure abusive : non
CA Colmar, 1 ^{ère} ch. civ., section A, 3 juil. 2019, n°17/00436	- M. J.A. - Mme C. A. - Mme M. A. - SAS Domaine Marie & Cécile (créée en 2013 anciennement dénommée SAS Marie & Cécile A.-B.) - Société civile d'exploitation Agricole Vignoble Marie & Cécile (Sté civile créée en 2014, anciennement	- SCA Wolfberger – Cave Coopérative d'Eguisheim Marque <i>Lucien Albrecht</i> (1994, acte de cession en 2012) Marque figurative <i>Crémant d'Alsace</i> (1994, rachat en 2013) Marque <i>Weid</i> (1994, rachat en 2013) Marque <i>Clos des Recollets</i> (1994, rachat en 2013)	En 2012, la sté Wolfberger acquiert le fonds de commerce SA Domaine Lucien Albrecht, avec le nom commercial et l'enseigne « Lucien Albrecht », plusieurs marques françaises, communautaires et internationales et les noms de domaine <lucienalbrecht.com> et <lucien-albrecht.fr>. En 2013 et 2014 sont créées les stés Marie & Cécile A. B., Les Tulipes Blanches et le Domaine Marie & Cécile A.-B., dont Mme C. A. est la gérante. En 2012 et le 6 mai 2013, plusieurs dépôts français sont effectués par Mme C. A. pour des marques telles que <i>Weid Jean A., C.A., Famille Albrecht, Marie et Cécile A.</i>, mais l'INPI refuse ces enregistrements - CA de Colmar (15 oct. 2014) : confirme ces décisions de refus - Ordonnance de référé (1^{er} avr. 2014) : interdit à Mme C.A., à la sté Marie & Cécile A. B. et à la sté Les Tulipes Blanches de faire usage du patronyme « A. » à titre de dénomination sociale, nom commercial, enseigne et nom de domaine, pas de contrefaçon

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
	dénommée Domaine Marie & Cécile A.-B.) - SARL les Tulipes Blanches (créée en 2013 anciennement dénommée Sté Jean A.) Marque internationale <i>Marie & Cécile</i> A. (2013) Marque internationale <i>Jean A.</i> (2013) Marque américaine <i>Marie & Cécile</i> A. (2013) <mariececile-a...fr> <mariececile-a...com> <mariececile-a...eu>	Marque <i>Clos Himmelreich</i> (1994, rachat en 2013) Marque <i>Le Bangard</i> (1994 modifiée en 1998, , rachat en 2013) Enseigne « Lucien Albrecht » (acte de cession 2012) <lucien-albrecht.com> (1999, rachat en 2013) <lucien-albrecht.fr> (1998, rachat en 2013) (Demandeur en 1^{ère} instance)	- OHMI (8 sept. 2014 et 28 janv. 2015) : rejette les dépôts des marques <i>Jean A.</i> et <i>Marie & Cécile A.</i> - 4 juin et 26 août 2013 : dépôt des marques internationales <i>Marie & Cécile A.</i> et <i>Jean A.</i> et aux Etats-Unis de la marque <i>Marie & Cécile A.</i> sur la base du dépôt français du 6 mai 2013 - TGI Strasbourg (13 déc. 2016) : interdit à M. J.A., Mme C.A., Mme M.A., les stés Marie & Cécile A.-B., Les Tulipes Blanches et Domaine Marie & Cécile A.-B. de faire usage des termes « A. », « Weid », « Clos des Récollets », « Clos du Himmelreich », « Lucien A. », « Crémant d'Alsace », « Le Bangard », seuls ou accompagnés, de faire usage plus généralement des noms commerciaux, enseignes et marques de la sté Domaine Lucien Albrecht acquise par la sté Wolfberger, et de porter atteinte aux droits acquis par la sté Wolfberger, a ordonné à la sté Marie & Cécile A.-B. de modifier sa dénomination sociale, nom commercial et enseigne pour supprimer le terme « A. » et supprimer les noms de domaine utilisant ce terme, et de procéder à la radiation des noms de domaine <mariececile-albrecht.fr>, <mariececile-albrecht.com> et <mariececile-albrecht.eu> et plus généralement de tout nom de domaine comprenant le patronyme « Albrecht », D&I 15 000 € pour contrefaçon, - CA : Confirmation partielle - Exception de procédure : • Exception d'incompétence : non, à défaut d'information supplémentaire, seules les marques françaises sont concernées dans le présent litige et pas les marques de l'Union européenne - Demandes principales : • Contrefaçon de la marque figurative <i>Crémant d'Alsace</i> : non, le signe contesté étant « Albrecht » • Contrefaçon de la marque verbale <i>Weid</i> : non • Contrefaçon des marques verbales <i>Clos du Himmelreich</i>, <i>Le Bangard</i> et <i>Clos des Récollets</i> : non, sauf pour <i>Clos du Himmelreich</i> • Contrefaçon de la marque verbale <i>Lucien Albrecht</i> : oui, l'usage du terme « Albrecht » pour identifier des bouteilles de vin d'Alsace doit être considéré comme contrefaisant la marque <i>Lucien Albrecht</i>, sauf s'agissant des dépôts de marque effectués par Mme C.A. car ils ont été refusés par l'INPI. En revanche, l'usage du terme « Albrecht-B. » ne constitue pas une contrefaçon de la marque <i>Lucien Albrecht</i> car il s'en distingue suffisamment • Concurrence déloyale : non, les stés justifiant l'utilisation de ce nom par leur histoire familiale liée à la production de vins d'Alsace, rien ne démontre qu'elles ont souhaité profiter de la notoriété des droits de la sté Wolfberger

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			• Interdiction : oui, seulement pour les termes « Lucien Albrecht » et « Clos du Himmerleisch », mais pas d'interdiction générale d'usage du terme « Albrecht » qui n'est pas en lui-même une marque déposée par la sté Wolfberger • Radiation des noms de domaine : oui, pour ceux comportant le terme « Albrecht » • D&I : 15 000 € - Demandes reconventionnelles : • Concurrence déloyale : oui, la sté Wolfberger en s'appropriant des éléments intellectuels et visuels attachés à la famille Albrecht, a cherché à profiter indûment de ses efforts intellectuels et techniques • Procédure abusive : non • D&I au titre de la concurrence déloyale : non
CA Aix en Provence, ch. 3-1, 4 juil. 2019, n°17/01088	- SAS Pilotimmo Marque <i>Pilotimmo</i> (2007) (Demandeur en 1 ^{ère} instance)	- SA Electricité de France (EDF) (Défendeur en 1 ^{ère} instance) www.pilotimmo.edf.fr www.so-pilotimmo.edf.fr www.raa-pilotimmo.edf.fr www.idnf.pilotimmo.edf.fr - SASU Protertia FM (filiale d'EDF exploitant son nom de domaine) <pilotimmo.com> (2002)	La sté Pilotimmo est spécialisée dans le secteur de l'immobilier. En 2007, elle dépose la marque verbale <i>Pilotimmo</i>. Le 27 janv. 2014, elle met en demeure la sté EDF de cesser l'utilisation de sa marque sur internet du fait de l'exploitation de ses sites internet comportant tous le terme « Pilotimmo ». La mise en demeure étant restée infructueuse, la sté Pilotimmo assigne le 18 nov. 2014 la sté EDF et sa filiale Protertia FM en contrefaçon de marque et concurrence déloyale - TGI : fait droit à la demande reconventionnelle des stés EDF et Protertia et annule la marque <i>Pilotimmo</i>, déboute la sté Pilotimmo de l'intégralité de ses demandes - CA : Confirmation • Nullité de la marque <i>Pilotimmo</i> : oui, « le dépôt de la marque <i>Pilotimmo</i> a été effectué en portant atteinte au droit privatif appartenant aux sociétés EDF et Protertia sur les noms de domaine comportant le signe « pilotimmo » et qu'il en a résulté pour le public un risque de confusion ». Les stés EDF et Protertia disposaient de droits antérieurs du fait de l'enregistrement du nom de domaine <pilotimmo.com> en 2002 et de l'exploitation effective de ce nom de domaine par EDF dès 2004, bien antérieurement au dépôt de la marque <i>Pilotimmo</i> opposée par le demandeur
CA Aix en Provence, ch. 3-1, 4 juil. 2019, n° 18/12782	- M. J-B P. (associé BCA) - M. S. P. (associé BCA) - SARL Business Consulting Agents (BCA, créée en 2007) Enseigne « P. » Marque semi-figurative <i>P. Sébastien</i> (2007)	- SARL Immobilière du Quai (1996) Enseigne « Nicolas P. & Associés » Licencié de la marque <i>Nicolas P. Associés – Real Estate Agents</i> appartenant à la sté NPREA (depuis 2014)	La sté NPREA, spécialisée dans la gestion et les transactions immobilières, a été constituée en 1995 par M. J-B P. et son fils M. Nicolas P. La sté Immobilière du Quai ayant la même activité, a été constituée en 1996. M. Nicolas P. décède en 2000. Les parts de Messieurs J-B P. et S.P. dans la sté NPREA sont cédées à la veuve de Nicolas P., Mme Nathalie B. La sté BCA est créée en 2007 par M. J-B P. et M. S.P. - TGI Nice (3 déc. 2013) : déboute la sté NPREA de ses demandes contre Messieurs J-B P. et S.P. et la sté BCA, constate que la marque <i>P.</i> a été déposée par Messieurs J-B P. et S.P. le 8 oct. 2007, déclare en conséquence nul pour indisponibilité du signe le dépôt de la marque <i>P.</i> réalisé le 29 oct. 2007 par la sté NPREA

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
	Marque semi-figurative <i>P.</i> (2007) (Demandeurs en 1^{ère} instance)	- SARL Nicolas P. Real Estate Agents (NPREA créée en 1995) (Demandeur en 1^{ère} instance devant le TGI de Nice, non représenté en appel) <nicolasp.com> (2002) Marque <i>P.</i> (2008) Marque semi-figurative <i>Nicolas P. & Associés – Real Estate Agents</i> (2008) Marque <i>Nicolas P. & Associés</i> (2008) Marque <i>P-Prestige</i> (2012, renonciation en 2014)	- 11 août 2014 : Assignation de la sté Immobilière du Quai par M. J-B P., M. S.P. et la sté BCA - 1^{ère} ordonnance d'incident (6 sept. 2016) : ordonne à la sté Immobilière du Quai de produire tout document comptable relatif à l'exploitation du signe <i>P.</i> - 2nd ordonnance d'incident (17 janv. 2017) : condamne la sté Immobilière du Quai à payer à Messieurs P. et BCA 20 000€ au titre de liquidation de l'astreinte, rejette la demande de fixation d'une nouvelle astreinte - TGI Marseille (25 janv. 2018) : déboute la sté Immobilière du Quai de sa demande de déchéance et d'annulation de la marque <i>P.</i> (2007) appartenant à la sté BCA, déclare M. S.P. déchu de ses droits sur la marque <i>P. Sébastien</i> (2007), dit qu'en reproduisant la marque <i>P.</i> accompagnée du mot « Agence » la sté Immobilière du Quai a commis une contrefaçon de la marque <i>P.</i> (2007) appartenant à la Sté BCA, D&I 1000 € pour préjudice moral et 5000 € pour préjudice financier, interdiction à la sté Immobilière du Quai d'utiliser la dénomination « P. » même accompagnée de vocable désignant l'activité de transaction immobilière ou du mot « Prestige » sans qu'y soit accolé le prénom de « Nicolas » sous astreinte, exécution provisoire pour mesure d'interdiction - CA : Confirmation, sauf sur la concurrence déloyale • Contrefaçon de la marque <i>P.</i> (2007) : oui, reproduction dans l'enseigne « Nicolas P. & Associés » sans autorisation • Concurrence déloyale au préjudice de la sté BCA : oui, « L'implantation par [la sté Immobilière du Quai] de 4 panneaux publicitaires pendant plus de 2 mois avec le signe <i>P.</i> en plus grosses lettres que le reste et non accompagné de signe le distinguant de la société BCA, seule habilitée par Messieurs P. à faire usage de leur marque <i>P.</i>, est de nature à capter illicitement le public, ce qui constitue des actes de concurrence déloyale » • Mesures d'interdiction : oui, interdiction d'usage du terme « P. » • D&I : 1000 € préjudice moral, 5000 € préjudice financier et 5000 € concurrence déloyale
CA Aix en Provence, ch. 3-1, 4 juil. 2019, n°18/12773	- M. J-B P. (Associé BCA) - M. S. P. (Associé BCA) - SARL Business Consulting Agents (BCA créée en 2007) Marque semi-figurative <i>P. Sébastien</i> (2007)	- SARL Bellevue Real Estate (BRE créée en 2010) Enseigne « Nicolas P. & Associés » Licencié de la marque <i>Nicolas P. Associés – Real Estate Agents</i> appartenant	La sté NPREA, spécialisée dans la gestion et les transactions immobilières, a été constituée en 1995 par M. J-B P. et son fils M. Nicolas P. M. Nicolas P. décède en 2000. Les parts de Messieurs J-B P. et S.P. dans la sté NPREA sont cédées à la veuve de Nicolas P, Mme Nathalie B. La sté BCA est créée en 2007 par M. J-B P. et M. S.P. La sté Bellevue Real Estate (BRE) exerçant la même activité, a été constituée en 2010 dont la sté NPREA est l'actionnaire majoritaire. Le fonds de commerce d'agence immobilière situé à Villefranche Sur Mer, connu sous l'enseigne « Les Belles Vues - L'immobilière Bellevue » et créé le 18 février 1995 par la S.A.R.L. L'immobilière Bellevue, a été vendu par celle-ci le 22 octobre 2010 à la société BRE.

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
	Marque semi-figurative <i>P.</i> (2007) (Demandeurs en 1^{ère} instance)	à la sté NPREA (depuis 2014) - SARL l'Immobilière Bellevue - SARL Nicolas P. Real Estate Agents (NPREA créée en 1995, demandeur en 1^{ère} instance devant le TGI de Nice, non représenté en appel) <nicolasp.com> (2002) Marque verbale <i>P.</i> (2008) Marque semi-figurative <i>Nicolas P. & Associés – Real Estate Agents</i> (2008) Marque verbale <i>Nicolas P. & Associés</i> (2008) Marque verbale <i>P-Prestige</i> (2012 à laquelle elle a renoncé en 2014) Marque <i>Nicolas P. et Laurent R.</i> (2016)	- TGI Nice (3 déc. 2013) : déboute la sté NPREA de ses demandes contre Messieurs J-B P. et S.P. et la sté BCA, constate que la marque <i>P.</i> a été déposée par Messieurs P. le 8 oct. 2007, déclare en conséquence nul pour indisponibilité du signe le dépôt de la marque <i>P.</i> réalisé le 29 octobre 2007 par la sté NPREA - 12 août 2014 : Assignation des stés BRE et L'Immobilière Bellevue par Messieurs P. et la sté BCA - 1^{ère} ordonnance d'incident (6 sept. 2016) : ordonne aux stés BRE et L'Immobilière Bellevue de produire tous document comptable relatif à l'exploitation du signe <i>P.</i> - 2nd ordonnance d'incident (17 janv. 2017) : condamne les stés BRE et L'Immobilière Bellevue à payer à Messieurs P. et BCA 20 000€ au titre de liquidation de l'astreinte, rejette la demande de fixation d'une nouvelle astreinte - TGI Marseille (25 janv. 2018) : déboute la sté BRE de sa demande de déchéance et d'annulation de la marque <i>P.</i> (2007) appartenant à la sté BCA, déclare M. S.P. déchu de ses droits sur la marque <i>P. Sébastien</i> (2007), dit qu'en reproduisant la marque <i>P.</i> accompagnée du mot « Agence » la sté BRE a commis une contrefaçon de la marque <i>P.</i> (2007) appartenant à la Sté BCA, condamnation de la sté BRE pour concurrence déloyale, D&I 1000 € à M. J-B P. et 1000 € à M. S. P. pour préjudice moral, 5000 € préjudice financier et 5000 € concurrence déloyale, interdiction à la sté BRE d'utiliser la dénomination « P. » même accompagnée de vocable désignant l'activité de transaction immobilière ou du mot « Prestige » sans qu'y soit accolé le prénom de « Nicolas » sous astreinte, exécution provisoire pour mesure d'interdiction - CA : confirmation • Contrefaçon de la marque <i>P.</i> (2007) : oui, reproduction dans l'enseigne « Nicolas P. & Associés » sans autorisation • Concurrence déloyale : oui, « L'implantation par [la sté BCE] de 4 panneaux publicitaires avec le signe <i>P.</i> en plus grosses lettres que le reste et non accompagné de signe le distinguant de la société BCA, seule habilitée par Messieurs P. à faire usage de leur marque <i>P.</i>, est de nature à capter illicitement le public, ce qui constitue des actes de concurrence déloyale » • Mesures d'interdiction : oui, interdiction d'usage du terme « P. » • D&I : 1000 € pour M. J-B P. et 1000 € pour S.P. préjudice moral, 5000 € préjudice financier, 5000 € concurrence déloyale
CA Aix en Provence, ch. 3-1, 4 juil. 2019, n°18/12790	- M. J-B P. (Associé BCA) - M. S.P. (Associé BCA) - SARL Business Consulting Agents	- SARL Nicolas P. Real Estate Agents (NPREA créée en 1995) <nicolasp.com> (2002) Marque verbale <i>P.</i> (2008)	La sté NPREA, spécialisée dans la gestion et les transactions immobilières, a été constituée en 1995 par M. J-B P. et son fils M. Nicolas P. M. Nicolas P. décède en 2000. Les parts de Messieurs J-B P. et S.P. dans la sté NPREA sont cédées à la veuve de Nicolas P, Mme Nathalie B. La sté BCA est créée en 2007 par M. J-B P. et M. S.P.

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
	Marque semi-figurative <i>P. Sébastien</i> (2007) Marque semi-figurative <i>P.</i> (2007) (Demandeurs en 1ère instance)	Marque semi-figurative <i>Nicolas P. & Associés – Real Estate Agents</i> (2008) Marque verbale <i>Nicolas P. & Associés</i> (2008) Marque verbale <i>P-Prestige</i> (2012 à laquelle elle a renoncée en 2014) Marque <i>Nicolas P. et Laurent R.</i> (2016)	- TGI Nice (3 déc. 2013) : déboute la sté NPREA de ses demandes contre Messieurs J-B P. et S.P. et la sté BCA, constate que la marque <i>P.</i> a été déposée par Messieurs P. le 8 oct. 2007, déclare en conséquence nul pour indisponibilité du signe le dépôt de la marque <i>P.</i> réalisé le 29 oct. 2007 par la sté NPREA - 12 août 2014 : Assignation de la sté NPREA par Messieurs P. et la sté BCA - 1^{ère} ordonnance d'incident (6 sept. 2016) : ordonne à la sté NPREA de produire tous document comptable relatif à l'exploitation du signe <i>P.</i> - 2nd ordonnance d'incident (17 janv. 2017) : condamne la sté NPREA à payer à Messieurs P. et BCA 2000 € au titre de liquidation de l'astreinte, rejette la demande de fixation d'une nouvelle astreinte - TGI Marseille (25 janv. 2018) : déboute la sté NPREA de sa demande de déchéance et d'annulation de la marque <i>P.</i> (2007) appartenant à la sté BCA, déclare M. S.P. déchu de ses droits sur la marque <i>P. Sébastien</i> (2007), dit qu'en reproduisant la marque <i>P.</i> accompagnée du mot « Agence » la sté NPREA a commis une contrefaçon de la marque <i>P.</i> (2007) appartenant à la Sté BCA, condamnation de la sté NPREA pour concurrence déloyale, D&I 1000 € à M. J-B P. et 1000 € à M. S. P. pour préjudice moral, 15 000 € préjudice financier et 10 000 € concurrence déloyale, interdiction à la sté NPREA d'utiliser la dénomination « P. » même accompagnée de vocable désignant l'activité de transaction immobilière ou du mot « Prestige » sans qu'y soit accolé le prénom de « Nicolas » sous astreinte, exécution provisoire pour mesure d'interdiction - CA : confirmation, sauf sur le montant des D&I pour réparation du préjudice financier • Contrefaçon de la marque <i>P.</i> (2007) : oui, reproduction dans l'enseigne « Nicolas P. & Associés » sans autorisation • Concurrence déloyale : oui, « L'implantation par [la sté NPREA] de 4 panneaux publicitaires avec le signe <i>P.</i> en plus grosses lettres que le reste et non accompagné de signe le distinguant de la société BCA, seule habilitée par Messieurs P. à faire usage de leur marque <i>P.</i>, est de nature à capter illicitement le public, ce qui constitue des actes de concurrence déloyale » • Mesures d'interdiction : oui, interdiction d'usage du terme « P. » • D&I : 1000 € pour M. J-B P. et 1000 € pour S.P. préjudice moral, 5000 € préjudice financier, 10 000 € concurrence déloyale
CA Orléans, ch. com. éco. et fin., 22 août 2019, n°18/02049	- SARL Consonance Web <incafu.fr> (2013) <i>www.aloa-tourisme.com</i>	- SARL Log In Informatique Marque <i>Incafu</i> (2017) Logiciel « Incafu » (2008) <incafu.com> (29 avr. 2008)	Activité concurrente de développement de logiciels informatiques. Depuis 2008, la sté Log In Informatique commercialise un logiciel destiné au secteur du tourisme sous le nom « Incafu ». Elle enregistre en 2008 le nom de domaine <incafu.com> et met en ligne le site <i>www.incafu.com</i> sur lequel elle commercialise son logiciel, et dépose la marque <i>Incafu</i> en 2017. La sté concurrente Consonance Web a enregistré

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
		(Demandeur en 1 ^{ère} instance)	le nom de domaine <incafu.fr> en 2013 pour rediriger les internautes vers son site www.aloa-tourisme.com. La sté Consonance Web dit avoir supprimé cette redirection. La requête « incafu.fr » sur Google affiche toujours un lien vers le site de la sté Consonance Web - TC : ordonne à la sté OVH de communiquer « les informations permettant de constituer la chronologie de l'enregistrement, la gestion et l'usage du nom de domaine <incafu.fr> » - Réponse OVH (2 nov. 2017) : confirmation de la redirection du nom de domaine <incafu.fr> vers le site www.aloa-tourisme.com - TC (18 mai 2018) : transfert du nom de domaine <incafu.fr> à la sté Log In Informatique sous astreinte, interdiction à la sté Consonance Web d'utiliser le signe « Incafu » sous quelque forme que ce soit, D&I 3000 € pour concurrence déloyale, 3000 € pour parasitisme - CA : confirmation sauf sur le préjudice de perte d'image de la sté Log In Informatique • Concurrence déloyale et parasitisme : oui, « l'appropriation du nom " Incafu " via son enregistrement par Consonance Web porte atteinte aux droits légitimes de Log In Informatique et caractérise tant une concurrence déloyale qu'un parasitisme puisqu'en faisant des économies de référencement importantes au détriment des intérêts de la sté intimée, l'appelante a indûment tiré profit des efforts financiers consentis par cette dernière » • Préjudice et concurrence déloyale : les agissements de la sté Consonance Web ayant débuté en 2013, c'est au titre du préjudice subi à partir de cette date que l'indemnisation a été à bon droit calculée. La concurrence déloyale causant nécessairement un préjudice il ne saurait être avancé qu'il n'est démontré aucun préjudice par la sté Log In, et qu'elle justifie en outre que le site www.incafu.fr recevait en moyenne 53 visiteurs par jour soit 1590 visiteurs par mois, la Cour a ainsi fait une appréciation exacte des faits qui lui étaient soumis • Préjudice d'image : oui car « les sites web jouent un rôle important dans la stratégie de développement des entreprises et que le message d'erreur distribué désormais par le site <incafu.fr> que l'appelante a créé à tort, cause bien un préjudice d'image à Log In Informatique », « les internautes peuvent croire que Log In Informatique ne se préoccupe pas de la promotion de son produit ou a abandonné ce dernier » • D&I : 6000 € pour concurrence déloyale et 3000 € pour préjudice d'image

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexus.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
CA Rennes, 3 ^{ème} ch. com., 10 sept. 2019, n°16/08574	- Syndicat Plastalliance Groupement Inter-Régional de la Plasturgie Marque <i>www.plasturgie.org</i> (2014, déposée par un salarié, M. T.) <plastalliance.fr> Noms de domaine au nom d'un salarié, M.T. : <la-plasturgie.com> (2014) <la-plasturgie.net> (2014) <la-plasturgie.fr> (2012) <la-plasturgie.org> (2014) <laplasturgie.info> (2013) <plasturgie.org> (2014) <plasturgie.biz> (2014) <plasturgie-composites.com> (2014)	- Fédération de la Plasturgie et des Composites Marque figurative <i>Comète</i> (2002 renouvelée en 2012) <laplasturgie.fr> (2000) <laplasturgie.org> (2000) <laplasturgie.net> (2011) (Demandeur en 1 ^{ère} instance)	La Fédération est une union de syndicats professionnels du secteur de la transformation des matières plastiques, dont le Syndicat Plastalliance était membre jusqu'à son exclusion le 27 nov. 2014 par la Fédération. Les noms de domaine mis en cause ont été exploités pour donner accès à des sites contrôlés « directement ou indirectement par le syndicat » - Référé d'heure à heure (20 janv. 2015) : rejet de la demande de suspension des effets de la décision d'exclusion du Syndicat Plastalliance et interdiction au Syndicat Plastalliance d'utiliser la marque figurative de la Fédération et certains de ses noms de domaine - TGI (7 nov. 2016) : pas de nullité de l'exclusion du Syndicat Plastalliance, D&I 5000 € pour contrefaçon de marque, 3000 € pour concurrence déloyale et parasitaire, interdiction au Syndicat Plastalliance de faire usage sous tout support écrit ou numérique de la marque figurative appartenant à la Fédération sous astreinte, interdiction sous astreinte au Syndicat Plastalliance directement ou par l'intermédiaire d'un de ses salariés d'utiliser les noms de domaine <la-plasturgie.com>, <la-plasturgie.net>, <la-plasturgie.fr>, <la-plasturgie.org>, <laplasturgie.info>, <plasturgie.org>, <plasturgie.biz>, et <plasturgie-composites.com> en relation avec le syndicat et ses activités, incluant notamment la mise en place de redirection vers tout site internet ou contenu que le syndicat contrôle directement ou indirectement - CA : confirmation • Nullité de la décision d'exclusion du Syndicat : non • Sursis à statuer sur la demande de D&I relative à l'utilisation du logo « comète » dans l'attente d'un jugement à intervenir sur la procédure en inscription de faux : non, la procédure en inscription de faux ne consistant qu'à en attester la force probante, ce que la Cour est à même d'apprécier elle-même • « Priver de ses effets » l'ordonnance de référé rendue le 20 janv. 2015 : non, cela ne relève pas de la compétence de la Cour d'Appel de Rennes • Concurrence déloyale et parasitaire : oui, les noms de domaine ont été créés et la marque a été déposée au nom d'un salarié, dans l'exercice de ses fonctions. Le syndicat est donc responsable de ses agissements. Ces noms de domaine « déposés et exploités ne font pas référence au nom du Syndicat, Plastalliance. Ils ne font référence qu'au nom sous lequel la Fédération est connue, soit La Plasturgie ou même plasturgie. Leur dépôt en grand nombre et sous diverses appellations établit la volonté du Syndicat de balayer toutes, ou en tout cas leur plus grand nombre possible, les dénominations par lesquelles un contact avec la Fédération serait recherché par l'utilisateur d'un moteur de recherche ne connaissant pas l'adresse internet exacte de la Fédération. La façon dont ces noms de domaine a été exploitée

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			par le Syndicat, à savoir un renvoi systématique à des sites internet qu'il contrôle caractérise également une volonté du Syndicat de créer une confusion dans l'esprit des utilisateurs des sites de la Fédération et de capter les consultations internet de personnes voulant avant tout s'adresser à la Fédération. Le Syndicat a ainsi commis une faute en créant une confusion dans l'esprit des interlocuteurs, y compris seulement potentiels, de la Fédération. Il s'est également délibérément, par ses agissements, placé dans le sillage de la Fédération afin de tirer profit, sans rien dépenser, de ses efforts et de son savoir-faire et de la notoriété acquise. Le syndicat s'est ainsi livré à des actes de concurrence déloyale et de parasitisme » • Interdiction d'usage de la marque <i>Comète</i> : oui, sous astreinte • Interdiction d'usage des noms de domaine <la-plasturgie.com>, <la-plasturgie.net>, <la-plasturgie.fr>, <la-plasturgie.org>, <laplasturgie.info>, <plasturgie.org>, <plasturgie.biz>, et <plasturgie-composites.com> : oui, sous astreinte • Interdiction d'usage de la marque <i>www.plasturgie.org</i> : oui, sous astreinte • D&I : 4000 €, 5000 € pour le préjudice moral, 3000 € pour concurrence déloyale et parasitaire
CA Paris, Pôle 5, 1 ^{ère} ch., 10 sept. 2019, n°16/17174	- SARL Finega (sté holding) Noms commerciaux « Segem » et « Segem Macbo » Marque verbale <i>Segem</i> (acquise en 2014) Marque verbale UE <i>Segem</i> (acquise en 2014) <segem.com> (acquis en 2014) - SAS E.W Gillet (filiale de Finega) - SA Electrogrume Automation et Système (filiale de Finega) (Demandeurs en 1^{ère} instance)	- SARL SGM Services (créée en 2013) - SAS Renaud Machines à Bois	Activité concurrente de fabrication et commercialisation de machines-outils destinées à l'industrie du bois - La sté Finega a racheté en 2014 les actifs incorporels (droits de propriété intellectuelle, nom de domaine, fichier client) de la sté Segem, alors en liquidation judiciaire - La sté SGM Services a acquis les actifs corporels de la sté Segem - Les stés SGM Services et Renaud Machines à Bois ont commercialisé le stock de produits marqués Segem de la sté Segem - Mise en vente par SGM Services d'un broyeur Segem présenté comme ayant été fabriqué à partir des pièces détachées licitement acquises - Saisie-contrefaçon au siège de la sté SGM Services - TGI : contrefaçon des marques françaises et européennes Segem par la sté SGM Services en faisant figurer celles-ci sur ses devis, déboute la sté Finega de sa demande en contrefaçon par imitation de marque, condamne SGM Services pour concurrence déloyale et parasitaire, D&I 5000 € pour contrefaçon et 5000 € pour concurrence déloyale, ordre de restitution sous astreinte à la sté SGM Services des données techniques et commerciales de la sté Segem à la sté Finega, exécution provisoire - CA : Confirmation • Contrefaçon par reproduction des marques Segem : oui, pour la sté SGM Services car elle a utilisé le signe Segem pour distribuer des produits identiques à ceux

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			désignés dans l'enregistrement, mais la sté Renaud Machines à Bois n'a pas commis d'actes de contrefaçon par reproduction car elle ne prétend pas vendre du matériel Segem neuf et indique vendre « des pièces d'usure adaptables » • Contrefaçon par imitation : non, il n'est pas établi qu'il existe un risque de risque de confusion dans l'esprit du public entre les signes « Segem » et « SGM Services » • Concurrence déloyale et parasitaire : oui, seulement pour le détournement des données commerciales et techniques de la sté Segem liquidée et acquise par la sté Finega et seulement pour la sté SGM Services • D&I : 5000 € pour contrefaçon et 5000 € pour concurrence déloyale et parasitaire - Demande reconventionnelle • Procédure abusive : non
CA Aix en Provence, ch. 3-1, 19 sept. 2019, n°19/02197	- M. R.O. (2018) Nom commercial « Air Eau » <i>www.diamondaparis.com</i>	- SAS IT Style Diffusion (2018) Enseigne « IT Style » (Demandeur en 1 ^{ère} instance)	M. R.O. exerce la profession d'auto-entrepreneur spécialisé dans la vente de marchandises sur Internet en exploitant un site de e-commerce à l'adresse <i>www.diamondaparis.com</i> pour la vente d'articles de sport et fitness. La sté IT Style Diffusion a fait établir un procès-verbal de constat le 24 septembre 2018 sur la vente par le site <i>www.diamondaparis.com</i> de bandes de résistances de fitness portant la mention « IT STYLE », puis le 20 déc. 2018 assigne M. R.O. en concurrence déloyale devant le Président du Tribunal de Commerce de Marseille - Ordonnance de référé : condamne M. R.O. à faire retirer et à détruire tous les produits portant la dénomination « IT STYLE » commercialisés sur le site internet <i>www.diamondaparis.com</i>, enjoint à M. R.O. de communiquer la liste des produits vendus sous la dénomination « IT STYLE » certifiée par un commissaire aux comptes - CA : Infirmer • Concurrence déloyale : non, la sté IT Style Diffusion fonde sa demande sur la marque <i>itStyle make up</i> qui a été déposée par la sté italienne IT Style FMI sans qu'aucun transfert au bénéfice de la sté IT Style Diffusion n'ait été fait, il n'existe donc aucune contestation sérieuse et aucune preuve d'un trouble manifestement illicite • Procédure abusive : non, la procédure était injustifiée mais pas abusive • D&I : non
CA Paris, Pôle 5, 2 ^{ème} ch., 20 sept. 2019, n°17/06416	- M. P.L. Marque <i>OLYMP'SPORTS</i> (1997 cédée en 2013) - SA JNC Invest (sté de droit luxembourgeois)	- Société Olimp Laboratories SP.ZO. O (sté de droit polonais) Marque internationale <i>OLIMP</i> (2003)	Ayant constaté lors d'un salon professionnel la commercialisation de compléments alimentaires destinés à l'amélioration des performances sous les marques <i>OLIMP</i>, <i>OLIMP SPORT NUTRITION</i> et <i>OLIMP LABORATORIES</i>, après avoir fait dresser un procès-verbal de constat le 11 mars 2010 sur plusieurs sites internet, M. P.L., par actes des 28 et 31 mai, 2 juin et 13 juillet 2010, a assigné les stés Olimp Laboratories, WDA, Corps Parfait, Pro Olimp, Tout pour le Commerce, Netquattro et DDI en contrefaçon de marque et atteinte au nom commercial « OLYMP SPORTS »

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
	Marque <i>OLYMP'SPORTS</i> (cédée en 2013 par M. P.L.) (Demandeurs en 1^{ère} instance)	Marque internationale <i>OLIMP SPORT NUTRITION</i> (2008) Marque internationale <i>OLIMP</i> (2008) Marque internationale <i>OLIMP LABORATORIES</i> (2009) - SARL Tout Pour Le Commerce - SA Netquattro - Société Direct Distribution International Limited (DDI) (sté de droit britannique) - Maître N. D. (pris en sa qualité de liquidateur amiable de la société WDA exerçant sous le nom commercial « olimp France »)	- TGI (28 fév. 2012) : déclare M. P.L. irrecevable en sa demande en concurrence déloyale pour usurpation du nom commercial « OLYMP'SPORTS » et mal fondé en ses demandes en contrefaçon de marque - CA (19 mars 2014) : déclare irrecevables les demandes présentées à titre personnel par M. P. L. et les demandes en concurrence déloyale au titre de l'atteinte au nom commercial, prononce la déchéance des droits de la sté JNC Invest sur la marque <i>OLYMP'SPORTS</i> à compter du 8 août 2002, déboute M. P.L. des demandes en contrefaçon et la société JNC Invest de sa demande en annulation de la fraction française des marques internationales <i>OLIMP</i>, <i>OLIMP SPORT NUTRITION</i>, <i>OLIMP</i> et <i>OLIMP LABORATORIES</i> - Cass (6 sept 2016) : cassation partielle • Déchéance des droits de la société JNC-Invest sur la marque <i>OLYMP'SPORTS</i> à compter du 8 août 2002 : cassation pour défaut de motivation (art 455 CPC) • Rejet des demandes en contrefaçon de la marque <i>OLYMP'SPORTS</i> ainsi que les demandes en annulation de la partie française des marques internationales <i>OLIMP</i>, <i>OLIMP SPORT NUTRITION</i>, <i>OLIMP</i> et <i>OLIMP LABORATORIES</i> formées par la société JNC Invest : cassation pour défaut de motivation (art 455 CPC) • Irrecevabilité de la sté JNC Invest en sa demande de dommages-intérêts en réparation de l'atteinte portée au pouvoir distinctif de la marque <i>OLYMP'SPORTS</i> et du préjudice moral subi : violation des articles 564 et 566 CPC alors que cette demande constituait le complément des demandes en réparation des actes de contrefaçon présentées en première instance - CA de renvoi : • Déchéance des marques <i>OLYMP'SPORTS</i> : oui, pas de preuve que la marque litigieuse ait jamais été exploitée pour les produits visés à son enregistrement ni sur la première période ininterrompue de cinq ans ni ultérieurement • Contrefaçon et annulation de la fraction française des marques internationales <i>OLIMP</i>, <i>OLIMP SPORT NUTRITION</i>, <i>OLIMP</i> et <i>OLIMP LABORATORIES</i> : non, les faits de contrefaçon de marque allégués étant postérieurs au 12 déc. 2002, date à partir de laquelle la sté JNC Invest est déchue de ses droits sur la marque <i>OLYMP'SPORTS</i> invoquée, de sorte que ses demandes en contrefaçon, ses demandes subséquentes d'injonction de cessation et de modification de la dénomination sociale, de radiation de nom commercial et de nom de domaine, de désignation d'experts, de condamnation à des dommages-intérêts et de publication et ses demandes en annulation sont rejetées

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
CA Paris, Pôle 5, 1 ^{ère} ch., 24 sept. 2019, n°17/17515	- SAS Pompes Funèbres Pascal L. (PFPL) (2010) Marque semi-figurative <i>Pompes Funèbres Pascal L.</i> (2001, acte de cession au profit de PFPL le 12 fév. 2010) Dénomination sociale, nom commercial et enseigne « Pompes Funèbres Pascal L. » <pascal-leclerc.com> (2010, enregistrée au nom de M. P. L.) (Demandeur en 1^{ère} instance)	- M. F. L. Marque semi-figurative <i>Sublimatorium Florian L.</i> (2011) <sublimatorium-florian-leclerc.com> (2012) <pompes-funebres-florian-leclerc-06.fr> (2015) - Société de Diffusion d'Enseignes S.D.E. titulaire d'une licence sur la marque <i>Sublimatorium Florian L.</i> depuis 2011) - Société Alpes Funéraires Nice (franchisé de la société S.D.E.) - Société Phenix (franchisé de la société S.D.E.) - Société Pompes Funèbres H. (franchisé de la société S.D.E.) - Société Bitteroise du Funéraire (franchisé de la société S.D.E.) - Société Accueil Agence Pompes Funèbres de Rognac – Liliane G. (franchisé de la société S.D.E.)	Activité concurrente dans le domaine des pompes funèbres - 25 mars 2010, dépôt par M. F. L. d'une demande d'enregistrement de la marque française semi-figurative <i>Pompes Funèbres Florian Leclerc</i>. Procédure d'opposition. Retrait de la marque - 25 nov. 2011, rejet de l'opposition à la demande de marque <i>Sublimatorium Florian Leclerc</i> - TGI : déboute la sté PFPL sur la contrefaçon de sa marque <i>Pompes Funèbres Pascal L.</i>, de sa demande en annulation de la marque <i>Sublimatorium Florian L.</i> et de sa demande en concurrence déloyale et parasitaire pour l'atteinte portée à sa dénomination sociale, son enseigne, son nom commercial et son nom de domaine ; déboute les stés SDE, Alpes Funéraires Nice, Phénix, Pompes Funèbres H., Bitteroise du Funéraire et Accueil Agences Pompes Funèbres de Rognac de leurs demandes reconventionnelles formées en nullité et déchéance de la marque <i>Pompes Funèbres Pascal L.</i>, D&I 2000 € pour concurrence déloyale du fait de publicités comparatives dénigrantes, pas de publication ni d'interdiction, exécution provisoire - CA : confirmation sauf sur le montant des D&I au titre de la concurrence déloyale • Recevabilité de la demande en déchéance de la marque <i>Sublimatorium Florian L.</i> : non car nouvelle • Recevabilité des demandes en déchéance et nullité de la marque <i>Pompes Funèbres Pascal L.</i> : non car formées trop tard • Contrefaçon de la marque <i>Pompes Funèbres Pascal L.</i> : non, aucun risque de confusion n'est suffisamment avéré, notamment pour les adresses mèl et noms de domaine utilisés qui n'ont « pas pour objet premier de désigner des produits et services, comportent tous les mentions « F. » ou son diminutif « f » permettant de les distinguer d'adresses similaires concernant les PFPL » • Concurrence déloyale fondée sur l'imitation de la dénomination sociale, enseigne, nom commercial et nom de domaine de la sté PFPL : non, pas de risque de confusion • Concurrence déloyale fondée sur la publicité comparative dénigrante : oui, « le message publicitaire selon lequel seules les stés du réseau funéraire Florian L. seraient des « vrais L. », induit nécessairement que toutes les autres, dont celles se recommandant de la sté PFPL, seraient des « faux L. » ; qu'il s'agit évidemment d'une imputation publicitaire dénigrante » • Publication et mesures d'interdiction : non • D&I : 10 000 € concurrence déloyale du fait de publicités comparatives dénigrantes - Demande reconventionnelle : • Procédure abusive : non

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
CA Bordeaux, 1 ^{ère} ch. civ., 24 sept. 2019, n°17/05270	- SARL Plak Ô 31 (2014) www.elfakhourynader.wix.com/plako31	- SA Placoplatre (1946) Marque <i>Placo</i> (1978) (Demandeur en 1 ^{ère} instance)	Activité concurrente de fabrication et de commercialisation de produits et systèmes en plâtre et à base de plâtre - 4 mai 2015 : la sté Placoplatre met en demeure la sté Plak ô 31 d'avoir à cesser d'utiliser la marque <i>Placo</i> dont elle est titulaire dans sa dénomination sociale, sur ses cartes de visite, dans son adresse e-mail et dans ses insertions dans les pages jaunes et blanches de l'annuaire module internet - 12 août 2016 : la sté Placoplatre assigne la sté Plak ô 31 en contrefaçon de marque devant le tribunal de grande instance de Bordeaux - TGI : contrefaçon par reproduction et imitation de la marque <i>Placo</i> par la sté Plak ô 31 en adoptant la dénomination sociale « Plak ô 31 » et en faisant usage dans le cadre de son activité à des fins publicitaires et commerciales des termes « Plak ô 31 », interdiction à la sté Plak ô 31 de faire usage de la marque <i>Placo</i> et de la dénomination « Plak ô 31 » à quelque titre que ce soit, sur tous supports et notamment sur son site internet accessible à l'adresse www.elfakhourynader.wix.com/plako31 , dans ses adresses emails ou encore à titre de mention dans les annuaires, injonction à la sté Plak ô 31 de modifier sa dénomination sociale en supprimant le vocable « Plak ô 31 », D&I 2000€ préjudice moral - CA : confirmation • Contrefaçon de la marque <i>Placo</i> : oui, l'usage du signe « PLAK Ô 31 » fait à titre de dénomination sociale, utilisé dans la communication de la société appelante et en tant qu'enseigne, et intégré dans les noms de domaines, est constitutif de contrefaçon par l'existence d'un risque de confusion avec le signe <i>Placo</i> • Déchéance de la marque <i>Placo</i> : non, la preuve d'un usage sérieux est rapportée • Mesures d'interdiction : oui, ordre sous astreinte à la sté Plak ô 31 de supprimer le terme 'PLAK Ô' de sa dénomination sociale et interdite d'utiliser, à des fins publicitaires ou commerciales et sous quelque forme que ce soit, les termes « Placo » et « Plak ô 31 » sur tous supports et notamment sur son site internet accessible à l'adresse www.elfakhourynader.wix.com/plako31 , dans ses adresses emails ou encore à titre de mention dans les annuaires • D&I : 7000 € préjudice moral • Publication : non
CA Bordeaux, 1 ^{ère} ch. civ., 24 sept. 2019, n°17/05835	- SAS Le Regent (1986) Enseigne « Le Régent » Marque <i>Le Régent</i> (2011)	- SARL Vanhove Nom commercial « Café Régent »	La sté Vanhove rachète en 2005 le fonds de commerce « CAFÉ RÉGENT » à la sté Dauphine, qu'elle cède en 2011 excluant expressément la cession du nom commercial « Café Régent ». La sté Vanhove a par la suite ouvert plusieurs restaurants dénommés « Bistro Régent » à Bordeaux, et plus largement au niveau

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
	(Demandeur en 1 ^{ère} instance)	Marque semi-figurative <i>Bistro Régent</i> (2010) Marque verbale <i>Bistro Régent</i> (2010) Marque semi-figurative <i>Bistro Régent le Restaurant tout simplement</i> (2011) Marque semi-figurative <i>Bistro Régent Grill le Restaurant tout Simplement</i> (2013)	national, sous le système de franchise. Considérant que la sté Vanhove n'avait pas le droit d'utiliser le terme « RÉGENT » que dans le cadre de l'exploitation du 1 ^{er} fonds de commerce et qu'elle aurait agi en fraude à ses droits en déposant les marques <i>BISTRO RÉGENT</i> pour l'exploitation d'autres fonds de commerce, la sté Le Régent a le 3 juil. 2014, assigné la sté Vanhove devant le tribunal de grande instance de Bordeaux - TGI : déboute la sté Le Régent de sa demande en nullité des marques appartenant à la sté Vanhove, de son action en revendication de propriété desdites marques, dit qu'en déposant et en exploitant lesdites marques et en faisant usage de l'enseigne, du nom commercial et du nom de domaine <bistro régent>, la sté Vanhove n'a pas commis d'actes de contrefaçon de la marque verbale <i>Le Régent</i> , pas de concurrence déloyale et parasitaire - CA : confirmation • Nullité et revendication des marques appartenant à la sté Vanhove : non, la sté Vanhove justifie qu'elle conserve ses droits sur le nom commercial « Café Régent » qu'elle a expressément exclu de l'acte de cession du fonds de commerce, • Nullité des marques pour défaut de distinctivité : non
TGI Paris, 3 ^e ch. 4 ^e sec., 7 sept. 2017, n°15/04270 : www.darts-ip.com	- S.A.S. Pompes Funèbres Pascal Leclerc (PFPL) (2010) Marque semi-figurative <i>Pompes Funèbres Pascal Leclerc</i> (2001, acte de cession au profit de PFPL le 12 fév. 2010) Dénomination sociale, nom commercial et enseigne « Pompes Funèbres Pascal Leclerc » <pascal-leclerc.com> (2010, enregistrée au nom de M. P. L.)	- M. F. L. Marque semi-figurative <i>Sublimatorium Florian Leclerc</i> (2011) <sublimatorium-florian-leclerc.com> (2012) <pompes-funebres-florian-leclerc-06.fr> (2015) - S.A.R.L. S.D.E. Société de Diffusion d'Enseignes (titulaire d'une licence sur la marque <i>Sublimatorium Florian Leclerc</i> depuis 2011) - S.A.R.L. Alpes Funéraires Nice (franchisé de la société S.D.E.)	Activité concurrente dans le domaine des pompes funèbres - 25 mars 2010 : dépôt par M. F. L. d'une demande d'enregistrement de la marque française semi-figurative <i>Pompes Funèbres Florian Leclerc</i> . Procédure d'opposition. Retrait de la marque - 25 nov. 2011 : rejet de l'opposition formée à l'encontre de la demande de marque <i>Sublimatorium Florian Leclerc</i> - Fins de non-recevoir : • Irrecevabilité pour défaut de production du certificat d'enregistrement et de la publication de la cession de la marque <i>Pompes Funèbres Pascal Leclerc</i> : non • Irrecevabilité de la demande en contrefaçon de la marque <i>Pompes Funèbres Pascal Leclerc</i> par la marque <i>Sublimatorium Florian Leclerc</i> du fait de la décision de l'INPI ayant rejeté l'opposition et considéré qu'il n'existait pas de risque de confusion entre les deux marques : non, car la décision de l'INPI est une décision administrative dépourvue de l'autorité de la chose jugée et qui ne lie pas le Tribunal • Irrecevabilité des demandes de PFPL du fait d'un jugement du 30 janv. 2014 l'ayant opposée à S.D.E. et « déclarée irrecevable en son action au motif qu'elle n'avait pas justifié valablement du titre qu'elle opposait » : non, car PFPL justifie u titre allégué, et l'objet du litige n'est pas identique

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
		- S.A.R.L. Phenix (franchisé de la société S.D.E.) - S.A.R.L. Brest Pompes Funèbres (franchisé de la société S.D.E.) - S.A.R.L. Bergerac Funéraire (franchisé de la société S.D.E.) - S.A.R.L. Pompes Funèbres Hervoit (franchisé de la société S.D.E.) - S.A.R.L. Bitteroise du Funéraire (franchisé de la société S.D.E.) - S.A.R.L. Accueil Agence Pompes Funèbres de Rognac – Liliane G (franchisé de la société S.D.E.)	• Irrecevabilité pour défaut d'intérêt à agir lié au défaut d'exploitation de la marque <i>Pompes Funèbres Pascal Leclerc</i> « dans la classe des pompes funèbres » : non, car PFPL justifie de son intérêt à agir, et le défaut d'usage sera étudié au fond dans le cadre de la demande en déchéance • Procédure abusive : non - Demandes reconventionnelles : • Nullité de la marque <i>Pompes Funèbres Pascal Leclerc</i> pour défaut de distinctivité : non, car « il convient de porter une appréciation sur le signe <i>Pompes Funèbres Pascal Leclerc</i> pris dans son ensemble et reproduit de manière semi-figurative tel que déposé en couleurs avec des lettres vertes et un contour noir » • Déchéance de la marque <i>Pompes Funèbres Pascal Leclerc</i> pour déceptivité : non, pour défaut de preuve • Déchéance de la marque <i>Pompes Funèbres Pascal Leclerc</i> pour non usage : non, pour défaut de preuve - Demandes principales : • Contrefaçon de la marque <i>Pompes Funèbres Pascal Leclerc</i> par utilisation d'enseignes : non, car pas de risque de confusion. Les enseignes litigieuses des sociétés franchisées reprennent « les éléments particuliers de la marque » <i>Sublimatorium Florian Leclerc</i> • Contrefaçon de la marque <i>Pompes Funèbres Pascal Leclerc</i> par utilisation de noms commerciaux : non, car pas de risque de confusion « autre que l'utilisation non fautive d'un même patronyme » • Contrefaçon de la marque <i>Pompes Funèbres Pascal Leclerc</i> par utilisation de noms de domaine : non, car pas de risque de confusion • Contrefaçon de la marque <i>Pompes Funèbres Pascal Leclerc</i> par utilisation d'un logo sur les sites commerciaux : non, car pas de risque de confusion • Nullité de la marque <i>Sublimatorium Florian Leclerc</i> du fait de la contrefaçon : non, la demande formée au titre de la contrefaçon ayant été rejetée • Concurrence déloyale et parasitaire par atteinte à la dénomination sociale, le nom commercial, l'enseigne et le nom de domaine de PFPL : non • Publicité comparative dénigrante par l'utilisation des slogans « Le vrai Leclerc », « Le vrai Leclerc, c'est le moins cher », « Le vrai Leclerc, un prix moins cher », « Le vrai Leclerc = Un prix moins cher » : oui, car « ces publicités véhiculent clairement le message que tout autre Leclerc agissant dans le secteur des pompes funèbres est nécessairement plus cher que les 'vrais' Leclerc qui sont ceux affiliés à la société de Florian Leclerc, voire qu'ils seraient des usurpateurs cherchant à profiter de la notoriété des 'vrais Leclerc' », ce qui a pour conséquence « de

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			susciter un sentiment de défiance des clients envers la société Pompes Funèbres Pascal Leclerc qualifiée de 'faux' et donc d'impoteur » • D&I : 2000 € • Responsabilité personnelle de M. F. L. : non, car les faits qui lui sont reprochés « ont été commis dans l'exercice de sa fonction de gérant » • Mesure d'interdiction : non Publication : non
Cass. Com., 16 oct. 2019, pourvoi n°17- 20.940	- Sté Champagne Royer et Cie (venant aux droits de la S.C.A. Champagne Royer Père et fils ayant succédé à la Maison Georges Royer) Nom commercial « Royer Père et fils » (depuis 1969) Marque semi-figurative <i>Royer Père & fils</i> (2005) Marque semi-figurative <i>Royer & Cie</i> (2010) Marque semi-figurative <i>Royer</i> (2011) <champagne-royer.com> (2002) <boutique-champagne-royer.com> (2013)	- E.A.R.L. Royer Jean-Jacques Marque semi-figurative <i>Jean-Jacques et Sébastien Royer</i> (2002) (Demandeur en 1^{re} instance)	Activité concurrente de production et vente de champagne dans la même commune par des sociétés dont les gérants sont unis par des liens familiaux - TGI Lille : nullité des marques semi-figuratives <i>Royer & Cie</i> et <i>Royer</i> et en réparation, D&I : 2500 € pour atteinte à la marque, 7500 € pour concurrence déloyale, retrait des noms de domaine <champagne-royer.com> et <boutique-champagne-royer.com>, rejet de la demande reconventionnelle en nullité de la marque semi-figurative <i>Jean-Jacques et Sébastien Royer</i>, pas de procédure abusive, exécution provisoire - Appel : confirmation, sauf sur le montant des D&I pour concurrence déloyale - Demandes au fond : • Nullité des marques <i>Royer & Cie</i> et <i>Royer</i> : oui, car mauvaise foi de la sté Champagne Royer et Cie, « caractérisée par sa connaissance du signe de l'E.A.R.L. Royer Jean-Jacques et l'omission délibérée de tout élément propre à distinguer ses propres signes du sien » • Concurrence déloyale : oui, car le nom Royer est utilisé de façon prépondérante ou seul « sous toutes ses formes : marques, modes de communication, noms de domaine et de boutique en ligne » • D&I : 2 500 € pour atteinte à la marque, 35 000 € pour concurrence déloyale • Retrait des noms de domaine <champagne-royer.com> et <boutique-champagne-royer.com> : oui, sous astreinte - Demandes reconventionnelles : • Nullité de la marque <i>Jean-Jacques et Sébastien Royer</i> : non, car pas de mauvaise foi, et la sté Champagne Royer et Cie en a toléré l'usage pendant plus de 10 ans. « Compte tenu du caractère familial des différentes sociétés en présence, dont il est suffisamment établi qu'elles détiennent chacune leurs signes par la revendication d'un ancêtre commun à leurs différents dirigeants, en la personne de feu Georges Royer, il n'apparaît pas que l'usage du signe « Royer » et de la calligraphie en usage sur le domaine viticole du père, par la société fondée par Jean-Jacques Royer, son fils, soit révélatrice de la mauvaise foi invoquée par la société civile Champagne Royer et Cie »

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			• Concurrence déloyale et parasitisme : non, demandes irrecevables car nouvelles en appel • Procédure abusive : non - Cassation : casse et annule, sur l'irrecevabilité de la demande reconventionnelle en appel au titre de la concurrence déloyale et parasitaire • Contradiction de la décision d'appel ayant confirmé le débouté la sté Champagne Royer et Cie de ses demandes et ayant dit la demande en concurrence déloyale et parasitaire irrecevable, « comme nouvelle (...) et confirmé sur ce point une décision que les premiers juges n'avaient pas pu prendre, faute d'avoir été saisis de la demande, le moyen, qui relève d'une simple impropriété des termes du dispositif, est inopérant ». • Défaut de base légale : oui, la Cour aurait dû rechercher si « cette demande qui revêtait un caractère reconventionnel comme émanant du défendeur en 1^{ère} instance, ne se rattachait pas aux prétentions originaires par un lien suffisant » (art 567 du Code de procédure civile)
CA Aix en Provence, ch. 3-1, 17 oct. 2019, n°17/04387	- SARL Lisbonis Chaux Grasses (LCG) Marque semi-figurative <i>Alphacal</i> (2009) Marque semi-figurative <i>Temperah</i> (2009) Marque semi-figurative <i>Calistone</i> (2009) Marque semi-figurative <i>Minerah</i> (2009) (Demandeur en 1^{ère} instance)	- SARL Distribat Marque <i>Calixtone</i> (déposée en 2004 par la SARL Calixtone, cédée en 2009 à la sté Etbts Calixtone, cession du fonds de commerce avec le nom commercial et la marque à la sté Distribat le 1^{er} déc. 2009, inscription des cessions le 27 nov. 2014) Marque <i>Calixtone</i> (2015) Nom commercial « Calixtone » (acquis en 2009) <calixtone.com> (9 janv. 2006) - SARL Calixtone	Activité similaire de fabrication de produits du bâtiment. En 2004, la sté Calixtone dépose la marque verbale <i>Calixtone</i> puis la cède à la sté Etablissements Calixtone pour 1€ symbolique. En 2009, cette dernière cède ladite marque ainsi qu'un fonds de commerce et le nom commercial « Calixtone » à la sté Distribat. La même année, la sté LCG dépose les marques semi-figuratives <i>Alphacal</i>, <i>Temperah</i>, <i>Calistone</i> et <i>Minerah</i>. Le 4 sept. 2014 elle fait assigner la sté Distribat en contrefaçon de ses marques <i>Calistone</i> et <i>Minerah</i> et en concurrence déloyale. Le 10 août 2015, la sté Distribat dépose la marque <i>Calixtone</i> - TGI : déboute la sté LCG de l'ensemble de ses demandes, annule les marques <i>Calistone</i> et <i>Minerah</i>, D&I 20 000€ pour contrefaçon de la marque <i>Calixtone</i>, cessation de l'usage de « Calistone », sous astreinte - CA : confirmation partielle • Validité de la marque antérieure <i>Calixtone</i> : oui, elle a été renouvelée et la preuve écrite de la cession entre la sté Calixtone et la sté Etablissement Calixtone est constituée par la lettre de la sté Calixtone informant l'INPI de cette cession, le fait que le gérant de ces deux stés soit la même personne étant de nature à expliquer l'absence de contrat • Opposabilité de la marque <i>Calixtone</i> à l'égard de la sté LCG : oui, la sté Distribat était bien titulaire de la marque au jour où le litige a été examiné par les premiers juges • Déchéance de la marque <i>Calixtone</i> pour défaut d'usage sérieux : non, « les établissements Calixtone puis la sté Distribat ont fait un usage sérieux du signe Calixtone, notamment par l'usage dans leur nom de domaine du terme

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
		- SARL Etablissements Calixtone	‘calixtone.com’ ou par l’apposition du terme calixtone dans les en tête de factures. Le fait que la sté Calixtone ait été sans activité depuis sept ans au jour de la cession est sans effet sur ce constat » • Nullité de la marque <i>Calistone</i> : oui, la similitude entre les signes « Calistone » et « Calixtone » n’étant pas discutable et les signes désignant des produits similaires, le risque de confusion est incontestable • Nullité de la marque <i>Minerah</i> : non, il n’est pas établi que le signe « Minerah » soit la désignation nécessaire d’un type de matériaux de construction, ni une de ses caractéristiques essentielles • Nullité de la marque <i>Calixtone</i> (2015) : non, la marque <i>Calistone</i> ayant été déclarée nulle • Contrefaçon de la marque <i>Calixtone</i> : oui, la similitude des signes étant établie • Contrefaçon de la marque <i>Minerah</i> : oui, la sté Distribat commercialisant des produits similaires appelés « Minera », il existe un risque de confusion pour les professionnels et les consommateurs • Concurrence déloyale : non, à défaut de fait distinct de la contrefaçon • Interdiction à l’encontre de la sté Distribat : oui, interdiction d’usage, à quelque titre que ce soit, sur quelque support que ce soit, du signe « Minera » ou de tout signe similaire seul ou en combinaison avec d’autres termes, lettres, chiffres et logos, et notamment tout usage à titre de nom commercial, d’enseigne et nom de domaine • D&I : condamnation de la sté Distribat à payer 5000 € à la sté LCG pour contrefaçon de la marque <i>Minera</i>, condamnation de la sté LCG à payer 20 000 € en réparation du préjudice lié à la contrefaçon de la marque <i>Calixtone</i> • Publication : non - Demande reconventionnelle : • Procédure abusive : non
CA Paris, pôle 5, 1 ^{ère} ch., 22 oct. 2019, n° 17/18729	- Société Volkswagen Aktiengesellschaft (sté de droit allemand) Marque <i>Golf</i> (1998) Marque <i>New Beetle</i> (1998) Marque <i>VW</i> (1999) Marque <i>Crafter</i> (2002) Modèle international pour un phare avant de voiture (1998) Modèle international pour un phare avant de voiture (2004)	- Société Jumasa Parts Sociedad Limitada (sté de droit espagnol) www.jumasa.es www.jumasa.com - SARL SPAC (2013) www.spac-pieces-auto.com	Le 23 sept. 2015, la sté de construction automobile Volkswagen est informée par le service des douanes de Bayonne de la mise en retenue de 19 articles suspectées d’être des contrefaçons de pièces détachées de la marque Volkswagen. Les douanes ont ensuite précisé que les marchandises avaient été trouvées dans les locaux de la sté SPAC spécialisée dans le négoce de pièces détachées de véhicules automobiles - 16 oct. 2016 : saisie-contrefaçon dans les locaux des douanes et au siège social de la sté SPAC - 30 oct. 2015 : la sté Volkswagen fait procéder à des constats d’huissier sur les sites internet des stés Dépo Auto et Jumasa - 6, 12 et 13 nov. 2015 : la sté Volkswagen estimant que la sté Dépo Auto exporte les pièces détachées de Taïwan vers l’Espagne auprès de la sté Jumasa, qui elle-même

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L’auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
	Modèle international pour un phare arrière de voiture (2006) Modèle international pour un parechoc de voiture (1996) (Demandeur en 1^{ère} instance)	- Société Dépo Auto Parts Industrial Co LTD (sté de droit taiwanais) www.depo.com.tw www.depoautolamp.com	les livre en France à la sté SPAC qui les revend, assigne les 3 stés en contrefaçon de ses dessins et modèles, droit d'auteur et marques, ainsi qu'en concurrence déloyale et parasitaire - TGI (21 sept. 2017) : condamnation des stés SPAC et Jumasa pour contrefaçon des droits d'auteurs et modèles appartenant à Volkswagen, pour avoir introduit et vendu en France et pour détenir des produits constituant la copie servile des pièces détachées, condamnation des stés SPAC et Jumasa D&I 1300 € au titre du préjudice subi pour ces actes de contrefaçon de droit d'auteur et de modèles, déboute la sté Volkswagen de ses autres demandes - CA : confirmation partielle • Demande de mise hors de cause de la sté Depo Auto : oui, « la circonstance que la société DEPO AUTO se trouve au 'premier échelon' du circuit commercial ayant abouti à l'importation et à la détention en vue de la vente en France des pièces litigieuses ne suffit pas pour retenir sa responsabilité, dès lors qu'elle a pu régulièrement vendre et livrer en Espagne les marchandises litigieuses à la société espagnole Jumasa et que, comme il a été dit, aucun acte d'importation ou de commercialisation en France n'est démontré à son encontre. » En effet, les sites internet www.depo.com.tw et www.depoautolamp.com sont en anglais ou en taiwanais et rien ne démontre qu'ils sont destinés au public français. « Pour ces mêmes raisons, est aussi inopérant pour retenir sa responsabilité le lien de connexité qui résulterait de l'identité des droits de propriété intellectuelle et des produits invoqués par la société Volkswagen à l'encontre des trois sociétés mises en cause » • Recevabilité des nouvelles demandes de la sté Volkswagen : oui, elles ne sont pas nouvelles en cause d'appel puisqu'elles tendent aux mêmes fins que celles soumises en 1^{ère} instance et en sont l'accessoire ou le complément (art 565 et 566 CPC) • Contrefaçon des dessins et modèles de la sté Volkswagen par la sté SPAC : oui, la sté SPAC a importé et détenu sur le territoire français, sans l'autorisation de la sté Volkswagen, des copies serviles de modèles lui appartenant • Contrefaçon des dessins et modèles de la sté Volkswagen par la sté Jumasa : non, « la connaissance que la sté Jumasa aurait eue de ce que la France était la destination finale des produits litigieux ne peut résulter de la simple mention de l'adresse en France de la sté SPAC figurant sur les factures qu'elle a établies ni du fait qu'elle entretenait des liens commerciaux étroits avec cette dernière. » « Par ailleurs, si le site internet de la sté Jumasa, www.jumasa.es, qui redirige vers le site www.jumasa.com/fr, lequel est rédigé en français et accessible depuis la France puisque l'huissier de justice requis par la sté Volkswagen a pu y accéder depuis son étude à Paris, présente et propose à la vente les phares référencés 38015551 et

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

**« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019****

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			38325550, la société Jumasa argue sans pouvoir être utilement démentie que ce site est destiné à un public francophone mais non au public français. De fait, comme le tribunal l'a retenu, il n'est pas démontré que des pièces contrefaisantes puissent être commandées pour être livrées en France depuis ce site, cette démonstration ne pouvant résulter du seul fait que le site ne comporte pas d'exclusion territoriale expresse pour la France et qu'il comporte un onglet destiné aux clients, au demeurant recouvert de termes en espagnol ('acceso clientes') au contraire du reste du site qui est en français. » • Contrefaçon de droits d'auteur appartenant à la sté Volkswagen par la sté SPAC : oui, la sté SPAC a importé et détenu sur le territoire français, sans autorisation de la sté Volkswagen, des copies serviles des pièces sur lesquelles la sté Volkswagen détient des droits d'auteur • Contrefaçon de droits d'auteur appartenant à la sté Volkswagen par la sté Jumasa : non, pour les mêmes raisons précédemment exposées • Contrefaçon des marques appartenant à la sté Volkswagen par la sté SPAC : oui, en utilisant les signes <i>Golf</i>, <i>Crafter</i>, <i>GLF V</i> et <i>New Btl</i> pour désigner les pièces contrefaisantes auprès du public, sur son site internet www.spac-pieces-auto.com et sur ses factures, la sté SPAC a commis des actes de contrefaçon de marque • Contrefaçon des marques appartenant à la sté Volkswagen par la sté Jumasa : non, pour les mêmes raisons précédemment exposées • Concurrence déloyale et parasitaire par la sté SPAC : non, aucun fait distinct de contrefaçon n'est démontré • Concurrence déloyale et parasitaire par la sté Jumasa : non, rien ne justifiait que la sté Jumasa en vendant à la sté SPAC les marchandises litigieuses sans avoir connaissance de leur destination finale, a cherché à se placer fautivement dans le sillage de la sté Volkswagen • D&I : 11 200 € pour la sté SPAC, en réparation du préjudice lié à la contrefaçon de modèles, droit d'auteur et marques de la sté Volkswagen • Interdiction : non • Publication et interdiction : non - Demande reconventionnelle : • Procédure abusive : non

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexus.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
CA Paris, pôle 5, 1 ^{ère} ch., 29 oct. 2019, n°17/20605	- SAS Contexte (2013) <i>www.contexte.com</i>	- SARL Euractiv.Com Plc (sté de droit anglais) <i>www.euractiv.com</i> <euractiv.fr> Marque verbale internationale <i>Euractiv</i> - M. L. (dirigeant de la sté Euractiv.com) (Demandeur en 1 ^{ère} instance)	La sté Euractiv.com édite un réseau de médias en ligne gratuits consacrés aux politiques européennes, sur son site <i>www.euractiv.com</i> . En 2006, elle consent un contrat de franchise à la sté Acteurs d'Europe, l'autorisant à exploiter le concept de son site, sa marque <i>Euractiv</i> ainsi que son nom de domaine <euractiv.fr>. Ce contrat a été rompu en 2013. La sté Contexte est créée le 3 sept. 2013 par le gérant de la sté Acteurs d'Europe, lançant le même concept, mais payant, à l'adresse <i>www.contexte.com</i> . Reprochant à la sté Contexte d'utiliser sa marque <i>Euractiv</i> pour le lancement de son nouveau média, la sté Euractiv.com l'a assignée en contrefaçon de marque et concurrence déloyale le 26 sept. 2014 - TGI : condamnation de la sté Contexte pour contrefaçon de la marque <i>Euractiv</i> , D&I 15 000€, pas de concurrence déloyale et parasitaire - CA : Confirmation sauf sur le montant des D&I • Recevabilité de l'action de M. L. et de la sté Euractiv.com : oui, M.L. étant le titulaire de la marque, et la qualité de licenciée de la sté Euractiv.com étant suffisamment établie • Contrefaçon de la marque <i>Euractiv</i> : oui, en utilisant le signe dont elle n'était plus licenciée, pour informer les abonnés du site <i>www.euractiv.fr</i> du transfert des bases de données à la sté Contexte et laissant penser qu'elle était la continuatrice de la sté Euractiv en mentionnant que « votre abonnement à Euractiv.fr est transféré à Contexte », la sté Contexte s'est référée à la marque <i>Euractiv</i> et pas seulement au site internet auquel étaient abonnés les clients, elle est donc coupable d'actes de contrefaçon • Concurrence déloyale et parasitaire à titre subsidiaire : non, la demande en contrefaçon à titre principal étant retenue • D&I : 10 000€ - Demande reconventionnelle : • Procédure abusive : non
CA Paris, Pôle 5, 11 ^{ème} ch., 8 nov. 2019, n°17/07802	- SASU Fidel <promosails.com>	- SARL Promo Sails (Demandeur en 1 ^{ère} instance, appelant incident) - SA Linkeo.com (Assigné en garantie en 1 ^{re} instance, appelant incident)	La sté Promo Sails spécialisée dans la conception de voiles de bateau, a souscrit le 26 nov. 2013 auprès de la sté Linkeo.com spécialisée dans le conseil et la communication sur Internet, un bon de commande pour la création d'un site internet à l'adresse <i>www.promosails.fr</i> , pour l'enregistrement des noms de domaine et le référencement du site valant contrat pour une durée de 48 mois comprenant des échéances mensuelles et frais de mise en service. Le 11 déc. 2013, la sté Linkeo.com cède le contrat à la sté Fidel qui adresse les 12 déc. 2013 et 10 janv. 2014 des échéanciers de paiement pour les 4 années à venir. Estimant que seules 3 échéances avaient été honorées, la sté Fidel a le 12 juin 2014 résilié le contrat et réclamé le paiement des 45 échéances restant à courir jusqu'à la fin du contrat. Ne

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			recouvrant pas les sommes réclamées, le 9 mars 2015, elle l'assigne devant le TC de Paris. La sté Promo Sails - TC Paris (19 janv. 2017) : déboute la sté Promo Sails de sa demande de requalification du contrat du 26 nov. 2013, de sa demande de résolution dudit contrat, et de sa demande de remboursement des sommes perçues par Linkeo.com et la sté Fidel, condamne Promo Sails à payer 5766,56€ au titre des échéances impayées et à échoir avec intérêts au taux légal, condamne la sté Fidel D&I 1000 € à payer à la sté Promo Sails, autorisation de la compensation des créances - CA : Confirmation • Requalification du contrat : non, il s'agit bien d'un contrat de location d'une solution logicielle permettant de créer un site Internet, rémunéré au moyen d'un forfait de mise en service et d'un système d'abonnement mensuel, « ce contrat doit s'analyser comme une cession d'un droit à usage n'impliquant pas de transfert de propriété du logiciel » • Résolution du contrat : non, la sté Promo Sails ne démontre pas un manquement suffisamment grave de la sté Linkeo.com dans l'exécution du contrat • Manquements contractuels de la sté Linkeo : oui, « si le défaut de transfert du nom de domaine promosails.com ne peut être considéré comme un manquement suffisamment grave pour justifier la résolution du contrat, il apparaît que la société Linkeo.com a attendu le 29 janv. 2014 soit près de deux mois après la conclusion du contrat pour solliciter de son cocontractant les informations manquantes qui lui étaient nécessaires pour ce transfert, étant relevé que le 4 déc. 2013, le courrier de résiliation du précédent contrat d'hébergement était signé par la société Promo Sails sur demande de la société Linkeo.com et que la mise en ligne du site promosails.fr est intervenue le 6 janv. 2014. La société Linkeo.com, en tant que professionnelle de l'Internet, a ainsi manqué à son obligation de diligence ». A défaut de preuve de la mauvaise qualité du référencement, ce manquement n'est pas retenu • D&I à la charge de la sté Fidel : 1000 € • D&I : condamnation de la sté Promo Sails à payer 5766,56 € à la sté Fidel au titre des échéances impayées et à échoir avec intérêts au taux légal • Compensation des créances entre les parties : oui
CA Paris, Pôle 5, 2 ^{ème} ch., 8 nov. 2019, n°18/15048	- SARL MCM Emballages (2007) Marque <i>Fête</i> (2015) Marque <i>Corolle</i> (2015) Marque <i>Bobine</i> (2015) Marque <i>Flacon</i> (2015) Marque <i>Tube</i> (2015)	- Société Weckonline International B.V. (sté de droit néerlandais) <i>www.weckonline.com</i>	Activité concurrente de vente et distribution de bocaux de la marque <i>Weck</i> en Europe et en France. La sté MCM met en demeure le 1^{er} fév. 2016 la sté Weckonline de faire cesser tout usage des signes <i>Fête</i>, <i>Corolle</i>, <i>Bobine</i>, <i>Tube</i> et <i>Flacon</i> lui appartenant, sur les pages de son site web <i>www.weckonline.com</i> pour désigner les récipients et bocaux de la marque <i>Weck</i> qu'elle vend - TGI : Nullité partielle des marques <i>Bobine</i>, <i>Tube</i> et <i>Flacon</i>, ordre de communication de la présente décision à l'INPI, irrecevabilité des demandes de la sté MCM en

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
	(Demandeur en 1 ^{ère} instance)		contrefaçon de marques et droits d'auteur, débouté sur la contrefaçon de marque et les demandes subsidiaires de la sté MCM en concurrence déloyale et parasitaire, rejet des demandes reconventionnelles de la sté Weckonline en concurrence déloyale et procédure abusive, pas d'exécution provisoire - CA : Confirmation partielle • Validité des marques <i>Flacon</i> et <i>Tube</i> : non, car défaut de distinctivité • Validité de la marque <i>Bobine</i> : oui, la bobine ne renvoyant pas à une forme déterminée de récipient ou bocal, elle est donc distinctive pour ces produits • Contrefaçon des marques <i>Tube</i> et <i>Flacon</i> : non, leur nullité étant prononcée • Contrefaçon des marques <i>Fête</i>, <i>Corolle</i> et <i>Bobine</i> : oui, les reproductions des signes à l'identique ou quasi identiques sur les pages web et dans l'adresse URL sont constitutives de contrefaçon • Concurrence déloyale et parasitaire : non, la preuve d'une « altération fautive du référencement naturel » n'est pas établie. « La reprise des termes litigieux dans le code source n'est pas perçue par le consommateur de bocaux, de sorte que cette reprise ne peut être ni un élément de confusion ni un élément de choix à même de modifier le comportement du consommateur ». Le site de la sté MCM reste placé devant celui de la sté Weckonline, qui est en cinquième position. D'autre part la sté MCM n'établit pas un risque de confusion du fait de la reprise par la sté Weckonline de données techniques ou de termes courants désignant des bocaux comme elle le fait • Pratiques commerciales trompeuses : non, le fait que la sté Weckonline ait réservé de nombreux noms de domaine et sites web comportant la dénomination « Weck » et qu'elle utilise les slogans « The original – Weckonline International » et « l'avantage du plus grand », ne sont pas de nature à tromper le consommateur dès lors que la sté Weckonline est affiliée à la sté Weck puisqu'elle est son distributeur, et que les termes employés sont utilisés pour indiquer qu'il s'agit de vrais produits Weck, ce qui est le cas, et pour promouvoir la position de leader des produits Weck sur le marché, ce qui n'est pas contesté • D&I : 18 000 € pour contrefaçon de marque • Interdiction d'utiliser les termes <i>Fête</i>, <i>Corolle</i> et <i>Tulipe</i> pour désigner les bocaux : oui, sans astreinte - Demandes reconventionnelles : • Concurrence déloyale : non • Procédure abusive : non
CA Paris, Pôle 5, 2 ^{ème} ch., 15	- Sté Bolt Mobility Corporation (sté de droit américain créée en 2018) Marque américaine <i>Bolt</i> (2018)	- Sté Bolt Technology Oü (anciennement dénommée « Taxify Oü »,	Les stés américaines et estoniennes sont concurrentes dans le domaine du transport de personnes par véhicule motorisé, trottinette et scooters

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

**« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019****

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
nov. 2019, n°19/10350	Marque UE <i>Bolt</i> (2018) Marque UE <i>B</i> (2019) Marque UE <i>BMOBILITY</i> (2019) - SAS B Mobility France (filiale française de Bolt Mobility créée en 2019)	sté de droit estonien, créée en 2013) Nom commercial « Bolt » <bolt.eu> (enregistré en 2006, acquis en 2019) Marque UE <i>Bolt</i> (créée en 2012, acquise en 2019) - SARL Bolt Services France (anciennement dénommée « TF services France », créée en 2017, filiale de la sté Bolt Technology) (Appelants incidents, demandeurs en 1^{ère} instance)	- 26 mars 2019 : action en déchéance de la sté Bolt Mobility à l'encontre de la marque de l'UE <i>Bolt</i> appartenant à la sté Bolt Technology - 8 mai 2019 : opposition de la sté Bolt Technology à la demande de marque de l'UE <i>Bolt</i> déposée par la sté Bolt Mobility - 24 juillet 2019 : recours en annulation par la sté Bolt Technology contre la marque américaine <i>Bolt</i> appartenant à la sté Bolt Mobility - 8 avril et 3 mai 2019 : mises en demeure des stés Bolt Mobility par les stés Bolt Technology et Bolt Services - Ordonnance de référé (15 mai 2019, dont appel) : refus de la demande de sursis à statuer dans l'attente de la décision à intervenir de l'EUIPO sur la demande en déchéance de la marque verbale de l'UE <i>Bolt</i>, recevabilité du référé sur art. 808 et 809 CPC, dommage imminent du fait des agissements déloyaux et parasitaires des stés Mobility, pas d'atteinte vraisemblable aux marques, interdiction sous astreinte aux stés Mobility, d'usage du signe <i>Bolt</i> pour accompagner en France, la promotion, fourniture et l'offre de services de transports à la personne par véhicule motorisé, trottinette et scooter, pas de publication ni d'indemnité provisionnelle - 15 mai 2019 : la sté Bolt Technology fait dresser un PV de constat du lancement par la sté française Bolt Mobility d'une trottinette électrique sous la marque <i>Bolt</i> et du dépôt par la sté américaine de la marque figurative de l'UE <i>B</i> - 16 mai 2019 : saisie-contrefaçon sur le stand de la sté française Bolt Mobility au salon VivaTech démontrant l'utilisation du signe <i>Bolt</i> incriminé et de la présentation d'un nouveau logo <i>B Par Usain Bolt</i> - 20 mai 2019 : saisie-contrefaçon au siège de la sté française Bolt Mobility - 21 mai 2019 : dépôt de la marque de l'UE <i>BMOBILITY</i> par la sté américaine Bolt Mobility - 1^{er} août 2019 : assignation des stés Bolt par la sté Mobility pour acquisition frauduleuse de marque, contrefaçon et concurrence déloyale - Jugement en Etat de référé (11 juillet 2019) : condamnation des stés Bolt Mobility à payer à la sté Bolt Services la somme provisionnelle de 10 000€ au titre de liquidation de l'astreinte provisoire - CA : confirmation, sauf sur le rejet de la demande de sursis à statuer et les agissements parasitaires • Annulation de l'ordonnance de référé (art. 12, 15 et 486 CPC) : non, « les stés Mobility ont été en mesure de connaître en temps utile les moyens de fait et les éléments de preuve invoqués à l'appui des demandes, et d'organiser en conséquence leur défense » • Sursis à statuer sur les demandes fondées sur la contrefaçon : oui, dans l'attente de la décision de l'EUIPO sur l'action en déchéance de la marque de l'UE <i>Bolt</i>

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			• Atteinte vraisemblable au droit de marque : non, compte tenu du sursis prononcé • Concurrence déloyale : oui, le déploiement d'une activité de location de trottinettes électriques en France sous la dénomination « Bolt » par la sté Bolt Mobility est un comportement fautif, induisant une confusion avec les produits de la sté Bolt Technology, le fait d'adopter des couleurs distinctes pour des modèles de trottinettes différents et la communication sur le partenariat avec Usain Bolt, ne constituant pas un effort suffisant de différenciation • Agissements parasitaires : non, rien ne permet d'affirmer que la sté Bolt Mobility ait voulu profiter sans bourse délier des investissements de la sté Bolt Services, étant donné qu'elle a manifestement investi pour le lancement des trottinettes en France et entendu communiquer sur le partenariat avec Usain Bolt • Prolongation des mesures d'interdiction : non • Publication : non
CA Paris, Pôle 5, 1 ^{ère} ch., 19 nov. 2019, n°18/08795	- Sté Aboutbatteries.com (1999) Dénomination sociale et nom commercial « Aboutbatteries.com » <aboutbatteries.com> (1999) Licence de la marque française <i>About Batteries</i> par la sté GTMD (2005 à 2010) Licence exclusive d'exploitation de la marque française <i>About Batteries</i> par la sté Edogawabashi (2012 à 2017) (Demandeur en 1^{ère} instance)	- M. V.T (gérant des stés GTMD et Edogawabashi, ex-gérant de la sté Aboutbatteries.com) Marque semi-figurative française <i>About Batteries</i> (1999 renouvelée en 2009) Marque internationale <i>About Batteries</i> (2005) - SARL GTMD (2005) Titulaire d'un prêt à usage de la marque semi-figurative <i>About Batteries</i> (2005 à 2010) - SARL Edogawabashi (2011) Cessionnaire d'un contrat d'usufruit de la marque <i>About Batteries</i> (2012 à	M. V.T., gérant de la Sté Aboutbatteries.com commercialisant principalement des batteries rechargeables, est titulaire des marques exploitées par la sté. Suite à la dégradation de ses relations avec les autres associés de cette sté, il crée les deux sociétés GTMD et Edogawabashi. Gérant de la Sté Aboutbatteries.com jusque 2014, il transfère le nom de domaine à la sté GTMD. La Sté Aboutbatteries.com souhaite récupérer ses marques et son nom de domaine. - TGI : pas de prescription de l'action en revendication de propriété de la marque française, déboute la sté AboutBatteries.com de son action en revendication de la marque française et restitution des fruits, prescription de l'action en nullité de la marque française, irrecevabilité de la de l'action en nullité de la partie européenne de la marque internationale, inopposabilité du transfert du nom de domaine <aboutbatteries.com> à la sté Aboutbatteries.com, transfert à la sté Aboutbatteries.com du nom de domaine <aboutbatteries.com>, condamnation de M. T. à D&I 10 000 €, déboute M.T. de sa demande reconventionnelle pour procédure abusive, exécution provisoire - CA : confirmation partielle - Fins de non-recevoir • Prescription de l'action en revendication de la propriété de la marque française <i>About Batteries</i> par la sté AboutBatteries.com : oui, l'action est prescrite, puisque la mauvaise foi de M.T., soit son « intention de nuire » n'est pas démontrée • Irrecevabilité de l'action subsidiaire en nullité de la marque française : oui, l'action n'est pas prescrite, mais elle est forclosée par tolérance de l'usage de la marque pendant 5 ans • Prescription de la demande d'inopposabilité du transfert du nom de domaine <aboutbatteries.com> à la sté AboutBatteries (art. 2224 Code civil) : non, la sté

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
		2017, prorogé jusqu'au 1 ^{er} janv. 2020)	comme les associés n'avaient « aucune raison de contrôler la persistance de la titularité de la sté sur le nom de domaine qu'elle utilisait sans discontinuité depuis sa création » et de ce fait de connaître l'existence d'un tel transfert. « Il n'est pas établi, ni même prétendu, que le transfert litigieux ait été porté à la connaissance de la société et de ses associés, les formalités invoquées de renouvellement et de paiement de taxes annuelles relevant des fonctions normales du gérant (...) d'autant que la société AboutBatteries justifie de la modicité des taxes en cause (14,35€ TTC en 2010 et 2011) qui n'était pas de nature à attirer l'attention des associés » - Demandes principales : • Inopposabilité du transfert du nom de domaine <aboutbatteries.com> à la sté AboutBatteries : oui, les modifications nécessaires doivent être faites pour « rétablir la titularité de la sté AboutBatteries sur le nom de domaine • Responsabilité civile de M.T. pour transfert frauduleux de son nom de domaine à la sté GTMD : oui, M.T. « a agi dans son seul intérêt personnel sans égard pour ceux de la sté qu'il dirigeait à l'époque du transfert litigieux et s'est ainsi rendu l'auteur d'un acte fautif, détachable de ses fonctions, qui a causé un préjudice moral à la sté AboutBatteries dont la confiance a été trahie » • D&I : 10 000 € - Demande reconventionnelle : • Procédure abusive : non
TGI Paris, 3 ^{ème} ch., 3 ^{ème} section, 22 nov. 2019, n°18/08823	- SAS Le Lys Immobilier (2015) <lelysimmobilier.fr> (2015) <lelysimmobilier.com> (2018) Marque <i>Le Lys Immobilier</i> (2018)	- SARL Le Lys Immobilier (2017) <lelys.immo> <i>www.lelys.immo</i>	Activité concurrente de transaction et gestion immobilière. Le 12 février 2018, la SAS a mis en demeure la SARL de cesser d'utiliser la dénomination sociale « Le Lys Immobilier » ou toute autre dénomination similaire, y compris sur internet, et de procéder à la modification de sa dénomination sociale ainsi qu'à la radiation du nom de domaine <lelys.immo>. Le 25 juin 2019, la SAS fait procéder à un constat d'huissier sur le site <i>www.lelys.immo</i>, et assigne la SARL le 20 juillet 2018 en atteinte à sa dénomination sociale et contrefaçon de marque • Usurpation de dénomination sociale par la dénomination sociale « Le Lys Immobilier » : non, l'activité de la SAS se limitant au marché parisien et celui de la SARL au marché cannois, il n'y a pas de risque de confusion • Contrefaçon de la marque <i>Le Lys Immobilier</i> : non, le dépôt de la marque est postérieur à la dénomination sociale mise en cause • Radiation de la dénomination sociale « Le Lys Immobilier » par la SARL : non, à défaut d'usurpation ou de contrefaçon • Radiation du nom de domaine <lelys.immo> : non, à défaut d'usurpation ou de contrefaçon et d'autre fondement ou preuve de préjudice • Interdiction d'usage de la dénomination « Le Lys Immobilier » par la SARL : non, à défaut d'usurpation ou de contrefaçon

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
			• Exécution provisoire : oui - Demande reconventionnelle • Procédure abusive : oui, la SAS ayant commis une faute faisant dégénérer en abus le droit d'agir en justice, D&I 2000 € (art. 1240 Code civil)
CA Nancy, 5 ^{ème} ch. com., 4 déc. 2019, n°18/01345	- SAS Premidirect (anciennement « SARL Central Finances » fondée en 1999) Marque semi-figurative <i>Central Finances</i> (2007) (Demandeur en 1 ^{ère} instance)	- SAS La Centrale de Financement (2013) Marque complexe <i>La Centrale de Financement</i> (2013) Marque <i>La Centrale de Financement</i> (acquise en 2013) <lacentraledefinancement.fr> (2013) (Appelant incident)	Activité concurrente de crédit bancaire. En 2013, la SARL Central Finances forme opposition à l'enregistrement de la demande d'enregistrement <i>La Centrale de Financement</i> . L'INPI rejette l'opposition pour absence de risque de confusion. Le 11 juillet 2014, assignation devant le TGI de Nancy - TGI : déboute la sté Central Finances de sa demande de nullité des marques <i>La Centrale de Financement</i> , de sa demande de D&I pour contrefaçon de sa marque <i>Central Finances</i> , pour concurrence déloyale. Pas de procédure abusive - CA : confirmation • Nullité de la marque verbale <i>La centrale de financement</i> : non, la sté Central Finances n'a pas rapporté la preuve qu'une partie significative du public concerné par ses services pouvait assimiler sa marque aux services pour lesquels elle était enregistrée, à la date du dépôt de la marque <i>La Centrale de Financement</i> • Nullité de la marque semi-figurative <i>La centrale de financement</i> : non, pas de risque de confusion entre les signes • Cessation de l'usage de l'expression « La centrale de financement » sous quelque forme que ce soit, changement de dénomination sociale, de nom commercial, d'enseigne, cessation de l'utilisation du nom de domaine <lacentraledefinancement.fr> : non, car pas de risque de confusion entre les signes • Concurrence déloyale : non, en l'absence de fait distinct de ceux allégués au titre de la contrefaçon • Allégations mensongères : non, pas de preuve d'une faute commise par la sté La Centrale de Financement - Demande reconventionnelle : • Procédure abusive : non
CA Paris, Pôle 5, 1 ^{ère} ch., 17 déc. 2019, n°17/15539	- M. J-P B. - Société Belperron LLC (sté de droit américain) Marque de l'UE B. (cl. 14, 2003, sous priorité 2002) <belperron.com> (1997) (Demandeur en 1 ^{ère} instance)	- M. O. B. (bijoutier, gérant de la boutique « la Golconde », co-écrivain de l'ouvrage « Suzanne B. ») - Mme S.R. (co-écrivain de l'ouvrage « Suzanne B. ») - Mme M-A. N.	Mme Suzanne B. ouvre en 1941 son entreprise de création de bijoux. L'intégralité de ses droits de propriété incorporelle attachés à ses dessins est cédée à M. J-P B. en 1991, qui les cède en 1999 à la sté Belperron. En 2007, M. G.N. devient par voie de succession propriétaire d'œuvres de Suzanne B. Il les cède à M. O.B. bijoutier et co-écrivain de l'ouvrage « Suzanne B. ». Le 5 avril 2012, la sté Belperron met en demeure M. O.B. et M.G.N. Elle les assigne le 26 fév. 2016 en contrefaçon des dessins de bijoux de Suzanne B. au sein de l'ouvrage « Suzanne B. » publié sous le nom de M.O.B. et Mme S.R. et du catalogue Sotheby's du 14 mai 2012, et pour des faits de parasitisme du fait de l'utilisation des archives de la sté H-B

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
		- Mme F. N. - M. F. N. - M. G.N. (héritier des biens de Suzanne B.) Marque <i>Suzanne B.</i> (2011) - Sté Sotheby Holding	- TGI : sté Belperron irrecevable à agir en contrefaçon de droit d’auteur sur les bijoux et dessins créés par Mme S.B., débouté de sa demande en parasitisme à l’égard de M. O.B., nullité de la marque de l’UE <i>B</i> (cl 14) pour atteinte au patronyme de Mme S.B., interdiction à la sté Belperron d’utiliser le signe « B. » à titre de marque sur le territoire de l’UE pour désigner des articles de bijouterie, et exploiter ce signe comme nom commercial et nom de domaine sur le territoire français, sous astreinte de 1500 € par infraction, demande reconventionnelle de retrait de la marque de l’UE <i>B</i>. en classe 42 irrecevable, pas de publication, ni de procédure abusive - CA : confirmation, sauf sur la recevabilité à agir à titre reconventionnel en nullité de la marque de l’UE <i>B</i>. (cl. 14) • Recevabilité de l’action de la sté Belperron et M. J-P B. au titre du droit d’auteur : non, faute de pouvoir revendiquer la titularité sur les œuvres ou le bénéfice d’une présomption de titularité. Pas de preuve que les cessions de 1991 et 1999 portent sur les archives et dessins objet du litige, pas de preuve de la présomption de titularité par un acte d’exploitation • Contrefaçon de la marque <i>B</i>. par le dépôt de la marque <i>Suzanne B.</i> : non, les services concernés par les signes étant distincts • Dépôt frauduleux de la marque <i>Suzanne B.</i> : non, à défaut de preuve de la fraude • Parasitisme : non - Demandes reconventionnelles : • Nullité de la marque <i>B</i>. : non, les consorts N. n’étant pas les descendants de Mme S.B. et ne portant pas son nom, ils n’ont pas intérêt à agir en nullité pour atteinte aux droits sur le patronyme de Suzanne B. • Dépôt frauduleux de la marque de l’UE <i>B</i>. (cl. 42, 2013) : non, demande irrecevable, car cette marque n’est pas opposée en demande en 1^{re} instance et elle fait l’objet d’une procédure d’opposition devant l’EUIPO • Interdiction relatives à l’utilisation du signe « B. » à titre de marque, nom commercial et nom de domaine : non • Déchéance de la marque <i>B</i>. pour défaut d’usage sérieux: non, car la demande n’est pas reprise dans le dispositif
CA Paris, Pôle 5, 1 ^{ère} ch., 17 déc. 2019, n°17/18561	- M. J.M. (Président de l’Association Radio Madras Indienne, gérant de la S.A.R.L. Madras FM Télévision, président de la S.A.S. Madras FM Télévision) Marque <i>MFMTV</i> (2011)	- S.A. MFM Développement (1995, venant aux droits de la sté LV & Co) Nom commercial et enseigne « MFM » (anciennement « Montmartre FM »)	MFM Développement exerce son activité dans le domaine de la radiodiffusion, notamment par Internet (site et applis). Madras FM exerce la même activité en Guadeloupe, et souhaite proposer également des services de télévision locale - TGI Paris (9 mars 2009) référé : interdiction d’utiliser la dénomination « MFM » à quelque titre que ce soit, transfert de <mfmradio.fr> sous astreinte au profit de la sté MFM Développement

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L’auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
	- Association Radio Madras Indienne (1984) Service de radiodiffusion « Radio Madras FM (MFM) » + logo - S.A.R.L.U. Madras FM Télévision (2010) Nom commercial « MFM TV » - S.A.S. Madras FM Télévision (2012) Nom commercial « MFM TV » Services de télévision « MFM TV » + logo - M. E.B. (Défaillant en 1^{ère} instance, non représenté en appel) Slogans « MFM la radio 100% tubes » et « MFM TV la télé 100% tubes » <mfmradio.fm> (1999) <mfmmtv.tv> (2013) + sites Internet	Service de radiodiffusion « MFM » Marque <i>MFM</i> – <i>Montmartre</i> (1996) Marque <i>MFM</i> (2001) Marque semi-figurative en couleurs <i>M FM</i> (2004) <mfm.fr> (1999) <mfmradio.fr> (2006) (Demandeur en 1^{ère} instance)	- TGI Paris (9 avr. 2010) : le dépôt et l'exploitation de <mfmradio.fr> par M. E. B. constitue une contrefaçon des marques <i>MFM</i>, une atteinte au nom commercial « MFM » et à <mfm.fr>, transfert de <mfmradio.fr>, interdiction d'utiliser « MFM » - MFM Développement a découvert l'exploitation de plusieurs autres signes comprenant « MFM » pour des services de radio et de télévision - TGI Paris (4 fév. 2015) référé : demande de transfert des noms de domaine irrecevable, débouté, compte tenu d'une « contestation sérieuse sur l'antériorité de l'usage du signe MFM en tant qu'enseigne par l'association Radio Madras Indienne » - TGI Paris (9 fév. 2017) : contrefaçon des marques <i>MFM</i> par l'exploitation de <mfmradio.fm> et <mfmmtv.tv>, par le dépôt de la marque <i>MFM TV</i> et par l'utilisation du nom commercial « MFM TV », nullité de la marque <i>MFM TV</i> pour dépôt frauduleux, concurrence déloyale pour atteinte à la dénomination sociale, au nom commercial, à l'enseigne et aux noms de domaine, transfert de <mfmradio.fm> et <mfmmtv.tv>, interdiction d'utilisation « MFM » « MFM Radio » ou « MFM TV » aux fins de désigner une activité radiophonique et/ou télévisuelle accessible sur le territoire métropolitain - CA : confirmation partielle • Contrefaçon des marque <i>MFM</i> : oui, les marques <i>MFM</i> ayant vocation à s'appliquer sur « l'ensemble du territoire national dont les Antilles Françaises et non seulement le territoire métropolitain », l'argument selon lequel « l'aire de notoriété culturelle de la Radio Madras Indienne MFM correspond globalement au public en lien avec l'outremer établi dans un département d'outremer ou en Métropole », est inopérant • Contrefaçon de la marque <i>MFM Montmartre</i> : non, le terme « Montmartre » étant dominant, il exclut la similarité et donc le risque de confusion avec les signes en cause • Nullité de la marque <i>MFMTV</i> pour dépôt frauduleux : oui • Concurrence déloyale pour atteinte à la dénomination sociale, au nom commercial, à l'enseigne et aux noms de domaine : oui, l'argument relatif à l'aire de notoriété de la marque <i>MFMTV</i> limité au territoire d'outremer étant inopérant. Il est précisé que les faits ont cessé le 28 juin 2018 pour l'atteinte à la dénomination sociale devenue « M Développement » et depuis sept. 2017 pour l'atteinte au nom commercial devenu « M Radio » • D&I : 10 000 € contrefaçon, 1000 € concurrence déloyale

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux

« Un an de droit français des noms de domaine et des marques sur Internet »*
Article publié par Marie-Emmanuelle HAAS dans la revue Propriété Industrielle, N° 6 - juin 2020
Résumés des décisions 2019**

Juridiction et date	Demandeur(s)/Appelant(s) et droits	Défendeur(s)/Intimé(s) et droits	Faits et décision
TGI Paris, 3 ^{ème} ch., 3 ^{ème} section, 20 déc. 2019, n°18/11545	- M. J-C C. (créateur) Demande d'enregistrement de marque de l'UE <i>Casteljajac</i> (2016, cl. 16 et 42)	- SAS PMJC Nom de domaine < c....> Marque de l'UE <i>JC de Casteljajac</i> (2015, demande en annulation en cours) Marque semi-figurative <i>Casteljajac.Lignée</i> (2012) Marque semi-figurative <i>JC de Casteljajac. Paris</i> (2006) Marque verbale <i>Casteljajac</i> (1987) Marque de l'UE <i>JC/DC par Casteljajac</i> (2015) Marque semi-figurative de l'UE <i>JC de Casteljajac</i> (2015) Marque semi-figurative de l'UE <i>JC de Casteljajac</i> (2015) Marque semi-figurative de l'UE <i>JC/DC de Casteljajac</i> (2015)	M. J-C Casteljajac. est un créateur français de grande notoriété. En 2011, la sté lui appartenant fait l'objet d'un redressement judiciaire et a été cédée à la sté PMJC spécialisée dans le commerce de gros, cédant également ses actifs, et M.J-C C. restant le directeur artistique de la marque. En 2015, les relations entre M. J-C C. et la sté PMJC se dégradent, il n'en est plus le directeur artistique. En 2016, M. J-C C. dépose la marque verbale de l'UE <i>Casteljajac</i> qui fera l'objet d'une procédure d'opposition par la sté PMJC invoquant toutes les marques dont elle est titulaire. Le 4 octobre 2018, M. J-C C. assigne la sté PMJC en déchéance partielle et annulation des marques opposées - Fins de non-recevoir : • Irrecevabilité de l'action en nullité de la marque <i>JC de C.</i> n°4080234 par M. J-C C. : non • Irrecevabilité de l'action en déchéance de la marque n°3894043 par M. J-C C. : non - Demandes principales : • Nullité de la marque <i>JC de C.</i> n°4080234 pour atteinte aux droits d'auteur antérieurs : non, le dépôt n'a pas été frauduleux en ce qu'il n'est pas démontré l'antériorité des œuvres de M. J-C C. qui ne sont pas précisément datées • Nullité de la marque <i>JC de C.</i> n°4080234 pour caractère déceptif : non, la fonction de la marque étant de garantir l'origine du produit et non pas d'attribuer à un auteur, la paternité du dessin qui la compose • Nullité de la marque <i>JC de C.</i> n°4080234 pour dépôt frauduleux : oui, la sté PMJC a déposé la marque en connaissance du refus de M. J-C C. d'utiliser son nom patronymique • Déchéance pour défaut d'usage de la marque <i>JC de C.</i> n°4080234 : non • Déchéance de la marque n°3894043 pour défaut d'usage sérieux : oui, en classes 16, 18 et 25 • Exécution provisoire : oui - Demande reconventionnelle : • Procédure abusive : non

* Chronique publiée dans la revue Propriété Industrielle, N°6 – juin 2020 et accessible sur <http://www.lexisnexis.fr/>

** L'auteur remercie Manon Imbert de son aide pour la réalisation de ces tableaux