

2CH 2005 / 84

TRIBUNAL DE GRANDE INSTANCE DE NANTERRE

2ème Chambre

JUGEMENT RENDU LE 07 Mars 2006

COMPOSITION DU TRIBUNAL

N° R.G. : 03/10715

Hélène JOURDIER, Vice-Président
Michèle PICARD, Vice-Président
Marie-Hélène POINSEaux, Vice-Président

Assistées de Fabienne MOTTais, Greffier

DEMANDEURS

AFFAIRE

Mademoiselle Déborah K

Déborah K
Arnaud D. , SELECT
& PERFECT

représentée par Me TEISSONNIERE, avocat au barreau de
PARIS, vestiaire : B1111

C/

Monsieur Arnaud D.

Société NOUVEAU JOUR,
S.A. ETAM

représenté par Me TEISSONNIERE, avocat au barreau de
PARIS, vestiaire : B1111

SELECT & PERFECT
6 rue du 8 Mai 1945
92340 BOURG LA REINE

représentée par Me TEISSONNIERE, avocat au barreau de
PARIS, vestiaire : B1111

DEFENDERESSES

Société NOUVEAU JOUR
84 avenue de la République
75011 PARIS

représentée par Me DESCLOZEaux, avocat au barreau de
HAUTS-DE-SEINE, vestiaire : PN 36

7 mars 2005
Deuxième Chambre
AFFAIRE : v CA - SELECT & PERFECT / ETAM - NOUVEAU JOUR

S.A. ETAM
57-59 rue Henri Barbusse
92614 CLICHY CEDEX

représentée par SCP HERBERT SMITH, avocats au barreau
de PARIS, titulaire : J025

DEBATS

A l'audience du 24 Janvier 2005 tenue publiquement ;

JUGEMENT

prononcé en audience publique par décision Contradictoire
et en premier ressort

I. RAPPEL DES FAITS ET DE LA PROCEDURE :

Déborah K. et Arnaud D. sont titulaires de la marque n° 02 31 58 550 "SPEED DATING" déposée le 10 avril 2002 pour désigner les produits et services des classes 35, 38 et 45.

Déborah K. et Arnaud D. ont créé la SARL SELECT & PERFECT immatriculée au Registre du commerce le 2 mai 2002 dont le nom commercial est, outre SELECT & PERFECT, SPEED DATING. Ils ont concédé à cette société une licence d'exploitation exclusive de la marque SPEED DATING le 24 juin 2002 complétée par avenant en date du 15 juin 2004.

La société SELECT & PERFECT est titulaire du nom de domaine "speeddating.fr".

Le 10 juin 2003 les demandeurs ont été informés que la société ETAM s'appropriait à faire paraître dans le magazine hebdomadaire ZURBAN de la semaine du 11 au 17 juin 2003 un encart publicitaire sous la forme d'un supplément de couverture reproduisant le signe "SPEED DATING". Cet encart avait pour objet de promouvoir deux soirées "7 minutes pour séduire" que la société ETAM organisait dans l'un de ses magasins.

Après une tentative d'accord qui échouait avec ETAM les demandeurs la mettaient en demeure de régulariser la situation. La demande étant restée sans effet les demandeurs ont introduit la présente instance.

Par acte d'huissier délivré le 4 septembre 2003 Déborah K. et Arnaud D. et la société SELECT & PERFECT ont fait assigner la société ETAM SA qui a assigné en garantie la société NOUVEAU JOUR par acte délivré le 4 février 2004. Ces deux procédures ont fait l'objet d'une jonction par ordonnance en date du 1er avril 2004.

Dans leurs dernières conclusions signifiées le 6 décembre 2004 Déborah K. et Arnaud D. et la société SELECT & PERFECT demandent au tribunal de dire

7 mars 2005
Deuxième Chambre
AFFAIRE : n°

SELECT & PERFECT / ETAM - NOUVEAU JOUR

que la société NOUVEAU JOUR n'est pas recevable à critiquer la recevabilité de l'action principale engagée contre ETAM, de dire que la société NOUVEAU JOUR n'est pas recevable à solliciter des demandes de condamnation à titre reconventionnel de la SARL SELECT & PERFECT, de les déclarer recevables et bien fondées, en conséquence de confirmer la validité de la marque nominale française "SPEED DATING" n° 02 3 158 550 pour tous les services désignés lors du dépôt réalisé le 10 avril 2002, de constater qu'en faisant reproduire à l'identique la marque "SPEED DATING" dans le magazine ZURBAN n°146 la société ETAM a commis un acte de contrefaçon, de constater qu'en associant la marque "SPEED DATING" au site internet de la société NOUVEAU JOUR, principal concurrent de la société SELECT & PERFECT, ETAM SA s'est rendue coupable d'actes de parasitisme, de condamner la société ETAM à verser la somme de 5.000 euros à chacun des demandeurs du fait de la reproduction sans autorisation de la marque "SPEED DATING" et de l'atteinte commerciale à la marque en résultant, de condamner la société ETAM à verser à la SARL SELECT & PERFECT la somme de 36.369, 37 euros du fait des actes de parasitisme réalisés au bénéfice de la SARL NOUVEAU JOUR, de condamner la société ETAM à verser la somme de 2.000 euros à chacun des demandeurs au titre des dispositions de l'article 700 du nouveau Code de procédure civile, et d'ordonner l'exécution provisoire de la présente décision.

Dans ses dernières conclusions signifiées le 18 décembre 2004 la société ETAM demande au tribunal de dire que la société SFI FCT & PERFECT est irrecevable à agir en contrefaçon faute de démontrer sa qualité de licenciée de la marque "SPEED DATING", de dire que la marque "SPEED DATING" manque de distinctivité pour désigner les services d'organisation d'événementiels relationnels, "agences matrimoniales" et "organisation de rencontres rapides pour les particuliers et les professionnels", en conséquence d'annuler la marque "SPEED DATING" et autoriser la société ETAM à faire inscrire le jugement à intervenir au Registre National des Marques, à titre subsidiaire de dire et juger que la marque "SPEED DATING" est déchue, les demandeurs ayant laissé le public l'employer pour désigner des manifestations permettant de rencontrer successivement dans une même soirée plusieurs célibataires en un temps chronométré, à titre infiniment subsidiaire de dire que la société ETAM n'a pas commis d'actes d'exploitation de la marque précitée, de dire que la société NOUVEAU JOUR est seule responsable de la campagne incriminée, de mettre en conséquence hors de cause la société ETAM au titre des actes de contrefaçon et de concurrence déloyale allégués par les demandeurs, de dire que les demandeurs ne démontrent pas leur préjudice, de les débouter de l'ensemble de leurs demandes, de les condamner solidairement à régler à la société ETAM la somme de 10.000 euros au titre des dispositions de l'article 700 du nouveau Code de procédure civile, et de les condamner solidairement aux dépens, à titre reconventionnel de dire qu'en omettant de procéder à toutes vérifications utiles concernant l'enregistrement de la marque "SPEED DATING" et plus encore en omettant d'alerter la société ETAM sur les réclamations antérieures de la société SELECT & PERFECT la société NOUVEAU JOUR a manqué à son obligation de conseil par faute et imprudence, de condamner en conséquence la société NOUVEAU JOUR à régler à la société ETAM la somme de 8.119 euros à titre de remboursement des frais exposés par cette dernière en vue du remplacement du matériel incriminé, de condamner la société NOUVEAU JOUR à régler à la société ETAM la somme de 28.894, 37 euros à titre de remboursement des frais engagés par cette dernière au titre de la campagne incriminée, de condamner la

l'action. Or, il résulte des articles 334 et 335 du nouveau Code de procédure civile qu'il n'y a aucun lien juridique entre le demandeur à l'action et l'appelé en garantie.

Dès lors la société NOUVEAU JOUR ne peut soulever l'irrecevabilité de la demande principale.

En tout état de cause l'irrecevabilité à agir sur le fondement de la marque est également soulevée par la société ETAM et il convient en conséquence de l'examiner.

Aux termes des dispositions de l'article L. 714-7 du Code de la propriété intellectuelle "Toute transmission ou modification des droits attachés à une marque enregistrée doit, pour être opposable aux tiers, être inscrite au registre national des marques".

En l'espèce la société SELECT & PERFECT fait valoir qu'elle a une licence d'exploitation exclusive de la marque qui lui a été consentie le 24 juin 2002 par Deborah K et Arnaud D et a été déposée au registre national des marques le 28 juin 2004.

Le tribunal ne peut cependant que constater que cette licence n'a pas encore été publiée au registre national des marques, le simple dépôt de la licence aux fins de publication n'étant pas suffisant. La société SELECT & PERFECT n'est donc pas recevable à agir sur le fondement de la marque "SPEED DATING".

La société SELECT & PERFECT soutient qu'elle a déposé "SPEED DATING" à titre de nom de domaine et de nom commercial et qu'elle est donc recevable à agir sur ces fondements.

Le tribunal note que l'expression SPEED DATING a été déposée au Registre du commerce comme nom commercial par la société SELECT & PERFECT au même titre que SELECT & PERFECT lui-même. Cependant le signe litigieux n'est pas du tout utilisé par la société SELECT & PERFECT à titre de nom commercial. Il ne figure sur aucun en tête de document émanant de la société SELECT & PERFECT et il n'est employé en fait que pour désigner la marque. Ainsi, faute d'usage, la société SELECT & PERFECT ne peut se prévaloir d'une atteinte à son nom commercial.

Pour ce qui concerne l'atteinte au nom de domaine "speeddating.fr" il appartient à la société SELECT & PERFECT qui peut s'en prévaloir sur le fondement de l'article 1382 du Code civil, de démontrer une faute de la part des défendeurs.

* Sur la régularité de la demande d'enregistrement :

La société NOUVEAU JOUR soutient que la demande d'enregistrement de la marque le 10 avril 2002 a été irrégulière. En effet la demande d'enregistrement indique qu'il y a deux déposants, Deborah K et Arnaud D, or elle n'a été signée que par un seul, Arnaud D, qualifié de co-déposant.

La demande précise effectivement qu'il y a deux déposants, Deborah K et Arnaud D, et que l'un d'eux, est également mandataire. Le fait que seul l'un des

déposants ait signé la demande n'a aucune influence sur la régularité du dépôt. En effet, aucun texte ne prévoit qu'à peine de nullité la demande d'enregistrement doit être signée par l'ensemble des déposants et en tout état de cause la demande est signée par Arnaud D. qui est mandataire et qui peut donc signer en ces deux qualités. Le document fait clairement ressortir vis à vis des tiers qu'il y a bien deux déposants et l'absence de signature de l'un d'eux n'a aucune conséquence sur la régularité du dépôt.

La demande d'enregistrement est en conséquence régulière.

* Sur le caractère distinctif de la marque :

La société ETAM et la société NOUVEAU JOUR estiment que la marque est nulle pour défaut de caractère distinctif, "speed dating" étant la désignation nécessaire, générique et usuelle de services de rencontres rapides.

Aux termes des dispositions de l'article L. 711-2 du Code de la propriété Intellectuelle "(...) Sont dépourvus de caractère distinctif :

- a) les signes ou dénominations qui, dans le langage courant ou professionnel, sont exclusivement la désignation nécessaire, générique ou usuelle du produit ou service;
- b) les signes ou dénominations pouvant servir à désigner une caractéristique du produit ou du service, et notamment l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, la provenance géographique, l'époque de la production du bien ou de la prestation de service."

La marque "SPEED DATING" a été déposée pour désigner les produits et services des classes 35, 38 et 45, soit notamment "la publicité et l'organisation d'événements relationnels, les sites sur Internet à destination des particuliers et des professionnels et l'organisation de rencontres rapides pour les particuliers et les professionnels".

Le caractère distinctif d'une marque s'apprécie au jour du dépôt et par rapport aux produits et services désignés. Il convient en conséquence d'examiner si le 10 avril 2002, date du dépôt de la marque "SPEED DATING" cette expression était passée dans le langage courant français pour désigner les services de "rencontres rapides".

La société NOUVEAU JOUR et la société ETAM pour démontrer l'usage courant de l'expression produisent les éléments suivants, soit des articles de journaux et magazines mentionnant l'expression "speed dating": un article du magazine BIBA d'octobre 2001, un article du magazine L'EXPRESS du 21 juin 2001, un article du magazine LE POINT du 8 juin 2001, un article du magazine L'EXPRESS du 21 février 2002, un article du magazine COSMOPOLITAN d'avril 2002, un article du journal LIBERATION du 5 avril 2002, qui explique le concept en citant Deborah K. et la société SELECT & PERFECT qui "ont importé le concept" et un article du magazine FEMMES d'avril 2002 sur New York.

Sont également produites des articles postérieurs au dépôt de la marque, des articles tirés de la presse canadienne et des articles expliquant le concept des rencontres rapides mais sans mentionner la marque. Ces pièces non pertinentes ne seront pas prises en compte.

Le tribunal remarque que l'article de BIBA est consacré à Londres et explique le concept en le traduisant en français par l'expression "drague accélérée", que l'article de l'EXPRESS de juin 2001 mentionne rapidement le concept, en le traduisant par "drague expressa", comme ayant été inventé par les américains, et celui de février 2002 concerne l'arrivée du "speed dating" à Berlin en Allemagne, l'article du POINT est consacré à New York et explique le principe, l'article de COSMOPOLITAN est également consacré à ce phénomène aux Etats Unis de même que l'article de FEMMES. Enfin, l'article de LIBERATION est manifestement un article promotionnel suscité par les demandeurs qui y sont cités de même que leur tarifs.

Ainsi, s'il est exact que l'expression n'a pas été inventée par les demandeurs, mais ils ne le revendiquent pas, force est de constater qu'elle n'est que très peu mentionnée avant avril 2002 et seulement pour parler du phénomène aux Etats Unis puisqu'aucun article n'est consacré à la France. De plus l'ensemble de ces articles donne une traduction de l'expression ainsi qu'une définition ce qui démontre amplement qu'il ne s'agit pas d'une expression usuelle entrée dans le langage courant, auquel cas cela ne serait pas nécessaire. Le fait que l'expression ait pu être usuelle aux Etats Unis est sans influence en France où la protection est revendiquée.

Enfin il convient de souligner que l'expression "speed dating" est une expression anglaise qui ne constitue pas la désignation nécessaire du service en question. En effet, d'une part, ainsi qu'il a été dit, la mention de l'expression dans les journaux nécessite une traduction en français et, d'autre part, comme l'indique les demandeurs le concept est désigné par d'autres sociétés par des expressions telles "Turbo-dating, Flash and date" etc...

Le tribunal en conclut en conséquence que la marque "SPEED DATING" avait en France lors de son dépôt un caractère distinctif susceptible de protection au titre du droit des marques.

* Sur la déchéance pour dégénérescence de la marque :

La société ETAM et la société NOUVEAU JOUR soutiennent que la marque "SPEED DATING" a en tout état de cause perdu son caractère distinctif car au moment de la prétendue contrefaçon elle était passée dans le langage courant pour désigner des soirées permettant des rencontres successives et rapides entre célibataires.

Aux termes de l'article L 714-6 du Code de la propriété intellectuelle "Encourt la déchéance de ses droits le propriétaire d'une marque devenue de son fait : a) la désignation usuelle dans le commerce du produit ou du service (...)."

La banalisation d'une marque ne prive pas son propriétaire de ses droits. Pour cela il est nécessaire que le propriétaire ait laissé utiliser sa marque sans réagir.

La société ETAM et la société NOUVEAU JOUR produisent l'impression de l'écran des premières pages des résultats de recherche avec le mot clef speed dating sur le moteur de recherche GOOGLE qui montre un nombre impressionnant de sites utilisant l'expression. Ils produisent également des articles de journaux et magazines ainsi que

7 mars 2005
Deuxième Chambre
AFFAIRE : KC - C

- SELECT A PERFECT / ETAM - NOUVEAU JOUR

le certificat de deux marques, "speed dating.fr" et "Rencontres speed dating" déposées en juin et septembre 2002 sans opposition des demandeurs.

Les demandeurs qui estiment que leur marque a effectivement un faible pouvoir distinctif et que cela n'enlève rien à sa validité font valoir qu'ils ont défendu leur marque quand elle était reproduite à l'identique.

Il ressort des pièces du dossier que nombre de sites Internet trouvés sur les moteurs de recherche sont des sites anglo-saxons et probablement américains. Pour ce qui est des sites français les demandeurs produisent des courriers recommandés adressés par leur conseil à certaines sociétés telles celle exploitant le site meetic.fr la mettant en demeure de respecter un accord de confidentialité sur le concept et il apparaît que la marque disparaît effectivement du site de meetic.fr, des courriers demandant à des annonceurs de faire disparaître la marque (lettre adressée à Citroën) des rectificatifs parus dans des revues ayant utilisé la marque sans autorisation (Nouvel Observateur, le Journal du Net) une lettre adressée à Google lui demandant de ne plus utiliser la marque pour ses liens commerciaux, une lettre adressée à FUN RADIO, une lettre adressée à la société OPEN-DATING, ainsi que des papiers publicitaires où la marque est reproduite avec le sigle indiquant qu'il s'agit d'une marque déposée et protégée.

Le tribunal admet qu'effectivement il est difficile de protéger totalement une marque qui a un faible caractère distinctif. Cependant, il y a lieu de reconnaître que les demandeurs ont fait nombre de démarches pour empêcher l'usage illicite de leur marque afin de ne pas la banaliser. De plus ils sont obligés d'admettre le droit de citation de leur marque tel qu'il résulte des dispositions de l'article L. 713-6 du Code de la propriété intellectuelle.

Dès lors, il n'y a pas lieu d'annuler la marque pour dégénérescence.

* Sur la contrefaçon :

Aux termes des dispositions de l'article L 713-3 du Code de la propriété intellectuelle "Sont interdits, sauf autorisation du propriétaire : a) la reproduction, l'usage ou l'apposition d'une marque, même avec l'adjonction de mots (...) ainsi que l'usage d'une marque reproduite, pour des produits ou services identiques à ceux désignés dans l'enregistrement; (...)".

En l'espèce la société ETAM a fait usage du signe "SPEED DATING" en le reprenant à l'identique dans l'encart publicitaire qu'elle a fait paraître dans le magazine ZURBAN de la semaine du 11 au 17 juin 2003.

La marque a été déposée pour désigner notamment "l'organisation d'événements relationnels" dans la classe 35 et "l'organisation de rencontres rapides pour les particuliers et les professionnels".

L'encart publicitaire litigieux faisait la promotion de deux soirées de rencontres "pour séduire" devant se dérouler au magasin ETAM de la rue de Rivoli.

Il y a donc bien eu reproduction de la marque pour désigner un service identique à l'un de ceux protégés par la marque.

Il convient en conséquence de constater les faits de contrefaçon commis par la société ETAM.

* Sur la concurrence déloyale :

Les demandeurs soutiennent que la société ETAM a commis des actes de parasitisme en permettant à l'agence NOUVEAU JOUR, concurrente de la société SELECT & PERFECT d'utiliser par son intermédiaire la marque "SPEED DATING" pour des services identiques.

Le tribunal relève en premier lieu que Deborah K. et Arnaud D. n'exercent aucune activité commerciale directement mais seulement par l'intermédiaire de la société SELECT & PERFECT. Il ne peut donc y avoir d'actes de concurrence déloyale à leur encontre.

Ensuite, pour ce qui est de la société SELECT & PERFECT il a déjà été décidé qu'elle ne peut opposer la marque "SPEED DATING" du fait de l'absence de publication du contrat de licence. Elle ne peut donc pas fonder son action en concurrence déloyale sur l'usage de cette marque.

Il en est de même pour le nom commercial.

En revanche, la société SELECT & PERFECT peut opposer le nom de domaine qui lui appartient et qui constitue pour elle un signe susceptible d'être protégé comme tout signe distinctif destiné à identifier, notamment, une activité commerciale.

Il n'est pas contesté que le nom de domaine "speeddating" appartient à la société SELECT & PERFECT et qu'il préexistait à l'utilisation du signe "SPEED DATING" par la société ETAM dans la campagne publicitaire litigieuse.

Cependant l'usage de la partie distinctive d'un nom de domaine par un tiers n'est pas suffisant pour caractériser un acte de concurrence déloyale. Il est également nécessaire que la diffusion du signe puisse entraîner un préjudice lequel peut notamment résulter d'un risque de confusion dans l'esprit du public entre le nom de domaine et le signe le reproduisant.

En l'espèce le tribunal note que sur l'encart publicitaire litigieux paru dans le magazine ZURBAN, l'expression "SPEED DATING" est mentionnée. Ce signe reproduit la partie distinctive du nom de domaine de la société SELECT & PERFECT.

Dans cet encart est également mentionnée l'adresse du site internet www.7minutes.com/etam. Cette adresse électronique renvoie à la page du site internet de la société NOUVEAU JOUR (dont le nom commercial est 7 Minutes) dédié à l'opération commerciale conçue pour la société ETAM.

En reproduisant ainsi la partie distinctive du nom de domaine de la société SELECT & PERFECT accompagnée d'une référence à un site internet concurrent, la société ETAM a porté atteinte à un signe protégé dans le but de promouvoir l'opération commerciale qu'elle organisait avec la société NOUVEAU JOUR et ce au préjudice de la société SELECT & PERFECT.

Ce faisant la société ETAM a commis un acte de concurrence déloyale.

* Sur le préjudice :

La société SELECT & PERFECT, Deborah K et Arnaud D demandent au tribunal de condamner la société ETAM à leur verser à chacun la somme de 5.000 euros du fait de la reproduction sans autorisation de la marque "SPEED DATING" et de l'atteinte commerciale à la marque en résultant.

Le tribunal qui a déjà constaté avec ses titulaires que la marque "SPEED DATING" était une marque faiblement distinctive note que sa reproduction dans une vaste opération commerciale n'a pu que l'affaiblir encore plus. Cependant, pour apprécier le préjudice il y a lieu de prendre en compte le fait que la société ETAM n'a pas finalisé l'opération commerciale et que seul l'encart publicitaire peut lui être reproché.

Il convient en conséquence de fixer le préjudice subi par Deborah K et Arnaud D, la société SELECT & PERFECT n'étant pas recevable à opposer la marque, à la somme globale de 5.000 euros, soit 2.500 euros pour chacun d'eux.

Pour ce qui est du préjudice subi par la société SELECT & PERFECT résultant des actes de concurrence déloyale commis à son encontre le tribunal note que certains internautes ont été détournés de son site internet vers la page du site de la société NOUVEAU JOUR relative à l'opération commerciale conçue pour ETAM. Ce détournement de clientèle est constitutif d'un préjudice. Cependant il y a lieu de relever d'une part qu'il n'y a eu qu'un seul encart publicitaire litigieux puisque l'opération commerciale a été arrêtée et d'autre part qu'aucun élément n'est apporté permettant d'évaluer le préjudice subi par la société du fait de l'atteinte spécifique portée à son nom de domaine..

Compte tenu de ces éléments il convient de fixer le préjudice de la société SELECT & PERFECT à la somme de 5.000 euros.

La société SELECT & PERFECT, Deborah K et Arnaud D sollicitent le paiement de la somme de 2.000 euros chacun au titre des dispositions de l'article 700 du nouveau Code de procédure civile.

Il serait inéquitable de laisser à la charge de Deborah K et de Arnaud D les sommes exposées par eux et non comprises dans les dépens. Il leur sera en conséquence alloué à chacun la somme de 1.000 euros de ce chef.

* Sur l'appel en garantie d'ETAM à l'encontre de NOUVEAU JOUR :

La société ETAM a appelé en garantie la société NOUVEAU JOUR en sa qualité d'agence de publicité.

Le tribunal relève que la société NOUVEAU JOUR est le concepteur de la campagne de publicité commandée par ETAM. Son argument selon lequel ETAM a fait appel à l'agence de publicité CMP PRESSE qui était seule en charge de l'organisation de la manifestation litigieuse ne sera pas retenu. Il apparaît en effet que c'est bien l'agence NOUVEAU JOUR qui a conçu l'opération publicitaire dans le cadre d'un partenariat avec CMP PRESSE. Ainsi, un courrier électronique adressé par Emmanuelle G. de CMP PRESSE à ETAM transmet à cette dernière un message accompagné d'une pièce jointe adressé par Fanny R. de NOUVEAU JOUR précisant "Voilà la proposition, en espérant que celle-ci répondra à vos attentes", la pièce jointe étant le descriptif de l'opération "Speed dating".

Le tribunal ignore les relations juridiques exactes qui existent entre ces diverses sociétés et note qu'en tout état de cause c'est bien la société NOUVEAU JOUR qui est à l'origine de la campagne litigieuse ayant donné lieu à la contrefaçon.

La société NOUVEAU JOUR fait également valoir qu'ETAM est mal venue de l'appeler en garantie alors qu'elle ne lui a pas payé ses prestations.

Cet argument sera rejeté comme étant étranger à la responsabilité éventuelle de NOUVEAU JOUR en tant qu'agence de publicité.

Enfin NOUVEAU JOUR soutient qu'ETAM ne les a pas consultés avant de retirer sa campagne publicitaire et son opération Speed Dating.

De même que pour l'argument qui précède l'absence de consultation d'ETAM avant de retirer sa campagne n'a pas d'influence sur la responsabilité éventuelle de la société NOUVEAU JOUR dans la conception de la campagne et donc dans la commission d'un acte de contrefaçon.

Il est admis qu'une agence de publicité doit fournir à l'annonceur une campagne à l'abri de toute critique. En l'espèce, la société NOUVEAU JOUR, qui ne pouvait ignorer l'existence de la marque "SPEED DATING" s'agissant d'un concurrent direct a commis une faute en en proposant l'usage pour la campagne publicitaire de la société ETAM.

Force est de constater qu'en l'espèce la société NOUVEAU JOUR a donc manqué à ses obligations envers son client ETAM et en conséquence il y a lieu de la condamner à garantir ETAM de l'ensemble des condamnations prononcées contre elle.

* Sur la réparation du préjudice de la société ETAM :

La société ETAM demande la condamnation de la société NOUVEAU JOUR à lui rembourser les frais de la campagne commerciale ainsi qu'à l'indemniser de son trouble commercial et du préjudice d'image qu'elle a subi.

La société ETAM produit et les factures afférentes à la campagne publicitaire annulée et les factures relatives à la nouvelle campagne publicitaire,

Le tribunal, qui a retenu la responsabilité de la société NOUVEAU JOUR, estime que les frais afférents à la campagne annulée constituent un préjudice pour la société ETAM qui est la conséquence directe de la faute commise par NOUVEAU JOUR. Ils devront en conséquence lui être remboursés, y compris l'insertion de l'encart publicitaire dans la magazine ZURBAN.

Les frais de la campagne annulée étant remboursés, doivent rester à la charge de la société ETAM les frais de la campagne de remplacement, la demande sur ce point faisant double emploi avec la précédente. La demande sera donc rejetée sur ce point.

Pour ce qui est de l'indemnisation du trouble commercial et de préjudice d'image pour laquelle ETAM sollicite le paiement de la somme de 20.000 euros, le tribunal relève que l'opération publicitaire a bien eu lieu le même jour et qu'il n'est pas démontré qu'elle aurait eu moins de succès que celle qui a été annulée. Par ailleurs le grand public ignore l'existence du présent litige et la société ETAM ne peut donc avoir été affectée dans son image.

Cette demande sera donc également rejetée.

* Sur l'article 700 :

La société ETAM sollicite le paiement par la société NOUVEAU JOUR de la somme de 10.000 euros au titre des dispositions de l'article 700 du nouveau Code de procédure civile.

Il serait inéquitable de laisser à sa charge les sommes exposées par elle et non comprises dans les dépens. Il lui sera en conséquence alloué la somme de 3.000 euros de ce chef.

* Sur l'exécution provisoire :

Le tribunal note que le trouble n'a été que ponctuel puisqu'il n'a consisté qu'en la parution d'un unique encart publicitaire dans la magazine ZURBAN. L'exécution provisoire n'apparaît donc pas nécessaire en l'espèce.

PAR CES MOTIFS

LE TRIBUNAL,

Statuant publiquement, en premier ressort et par jugement contradictoire,

FP J

7 mars 2006
Deuxième Chambre
AFFAIRE : ... - SELECT & PERFECT / ETAM - NOUVEAU JOUR

Déclare la société NOUVEAU JOUR irrecevable à soulever l'irrecevabilité de la demande en contrefaçon de la société SELECT & PERFECT,

Dit que l'action en contrefaçon de la société SELECT & PERFECT est irrecevable,

Dit que l'enregistrement de la marque SPEED DATING a été régulière,

Déboute les sociétés ETAM et NOUVEAU JOUR de leurs demandes de nullité et de déchéance de la marque SPEED DATING,

Dit que la société ETAM s'est rendue coupable de contrefaçon de la marque SPEED DATING,

Déboute Déborah K et Arnaud L de leur demande fondée sur la concurrence déloyale,

Dit que la société ETAM a commis des actes de concurrence déloyale au préjudice de la société SELECT & PERFECT,

Condamne la société ETAM à verser à Déborah K la somme de 2.500 euros en réparation du préjudice subi du fait des actes de contrefaçon,

Condamne la société ETAM à verser à Arnaud D la somme de 2.500 euros en réparation du préjudice subi du fait des actes de contrefaçon,

Condamne la société ETAM à verser à la société SELECT & PERFECT la somme de 5.000 euros en réparation du préjudice subi du fait des actes de concurrence déloyale,

Condamne la société ETAM à payer à Déborah K, à Arnaud L et à la société SELECT & PERFECT la somme de 1.000 euros chacun sur le fondement des dispositions de l'article 700 du nouveau Code de procédure civile,

Dit que la société NOUVEAU JOUR devra garantir la société ETAM de l'ensemble des condamnations prononcées à son encontre,

Condamne la société NOUVEAU JOUR à payer à la société ETAM la somme de 28.894, 37 euros à titre de dommages et intérêts en réparation du préjudice subi,

Déboute la société ETAM du surplus de ses demandes de dommages et intérêts,

Condamne la société NOUVEAU JOUR à payer à la société ETAM la somme de 3.000 euros sur le fondement des dispositions de l'article 700 du nouveau Code de procédure civile,

Dit n'y avoir lieu à exécution provisoire du présent jugement.

7 mars 2005
Deuxième Chambre
AFFAIRE : 10 - 0 - 1. RELECT & PRELECT / ETAM - NOUVEAU JOUR

Condamne la société ETAM et la société NOUVEAU JOUR aux dépens qui seront recouvrés conformément aux dispositions de l'article 699 du Nouveau Code de Procédure Civile.

Fait à NANTERRE le 7 mars 2005.

LE GREFFIER

LE PRESIDENT

Pour expédition certifiée conforme
Nanterre, le 8 Mars 2005
Le Greffier en Chef.

